

p-ISSN: 2443-2830

e-ISSN: 2460-9471



Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia

Volume 3 | Nomor 1 | Juni 2017

Analisis Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Tandan Buah-Bersahi (TBS) Jember
(Studi Kasus: Alasdyono, Palsonggoro, dan Dewi Prihartini)

Analisis Swasta Persepsi Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pondok Angkatan Kang Teek Jember
Wahyu Eko Setiandigsoh

Perilaku E-Kita Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digitalisasi Kasus pada Ritel Tradisional di Desa Tiding Lor Bahuang Jember
Fati Fatmiah

Identifikasi Kemampuan Kompetensi Berbasis Intellectual Capital Pada Perguruan Tinggi Di Indonesia (Studi Empiris Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak)
Suci Mulya Ratihare dan Sumadito

Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Optik Marika Cabang Jember
Harini Alharini Samsat, Nurul Ghawriah, dan Iqbal Samudra

Mengembangkan Misi Menjadi Wirausaha Dengan Metode Problem Based Learning (PBL) (Studi Kasus Pada Mahasiswa FE Universitas Muhammadiyah Jember)
Ilham Himmawati

Pengaruh Kualitas PROSUK, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan (Studi Pada Usaha Ranzahan Kerupuk Ikan Super Besuki Sitabondo)
Suanto Dwi Putra, Sano Samowo, dan Anwar

Persepsi Karyawan Pada Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Semangat Kerja, Dengan Iklim Organisasi Sebagai Variabel Moderating Pada Karyawan UD, Utama Raya Sitabondo
Ayu Sri Haryuningsih, Iqbal Heriambang, Haryani Zaini



**Jurnal
Manajemen
dan Bisnis
Indonesia**

Table of Contents

Articles

Pengaruh Self-Image Congruence Terhadap Brand Association, Perceived Quality, Brand Trust, Dan Brand Loyalty Pada Milenial Di Indonesia	PDF 1-11
 DOI : 10.32528/jmbi.v6i1.3529  Abstract views : 5 times	
 <i>Maria Falsafani</i>	
Analisis Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Tim Produksi CPU PHM	PDF 12-18
 DOI : 10.32528/jmbi.v6i1.3530  Abstract views : 4 times	
 <i>Arbain Syarif</i>	
Pengaruh Skills Dan Personality Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Di PT. Kosmetik X (Zona 2 dan 3 Jawa Bagian Timur)	PDF (BAHASA INDONESIA) 19-28
 DOI : 10.32528/jmbi.v6i1.2751  Abstract views : 4 times	
 <i>Deni Kusuma Fajri, Falih Suaedi, Sutinah Sutinah</i>	
Penilaian Tingkat Kesehatan Perbankan Syariah Di Indonesia	PDF 29-37
 DOI : 10.32528/jmbi.v6i1.3531  Abstract views : 3 times	
 <i>Achmad Hasan Hafidzi</i>	
Analisis Neraca Perdagangan Migas dan Non Migas Terhadap Volatilitas Cadangan Devisa Di Indonesia, 1975-2016	PDF 38-45
 DOI : 10.32528/jmbi.v6i1.3532  Abstract views : 2 times	
 <i>Khalwat Asyaria, Risanda A. Budiantoro, Sri Herianingrum</i>	
Kemurnian Aktivitas Tanggung Jawab Sosial: Kunci Penggerak Customer Attachment	PDF (BAHASA INDONESIA) 46-51
 DOI : 10.32528/jmbi.v6i1.2817  Abstract views : 1 times	
 <i>Sri Yunan Budiarsi, Sri Hartini</i>	
Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial	PDF 52-56
 DOI : 10.32528/jmbi.v6i1.3533  Abstract views : 4 times	
 <i>Brian Kumara</i>	
Manajemen Inovasi Bernafaskan Islam Melalui Analisis SWOT Pada UMKM Kuliner	PDF 57-64
 DOI : 10.32528/jmbi.v6i1.3534  Abstract views : 1 times	
 <i>Feti Fatimah, Wenny Murtalining Tyas, Mega Anjar Widayabakti, Nurul Ma'rifah</i>	
Pengaruh Keadilan Organisasi Dan Pengembangan Karier Terhadap Kepuasan Kerja: Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Outcome	PDF 65-71

Editorial Board

Reviewers

Contact

Section Policies

OpenAccess Policy

Online Submissions

Publications Ethics

Plagiarism Policy

Publication Frequency

Reer Review Process

ISSN MEDIA

Print-ISSN: 2443-2830



9 772443 283883

e-ISSN: 2460-9471



9 772460 947997

USER

Username

Password

Remember me

Login

INDEXSASI





Home > About the Journal > **Editorial Team**

Editorial Team

Ketua Penyunting (Editor In Chief)

Nurul Qomariah, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

Penyunting (Editor)

Nursaidah N, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

Pemilih Penyunting (Selection Editor)

Achmad Hasan Hafidz, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

[View My Stats](#)

[Aim & Scope](#)

[Editorial Board](#)

[Reviewers](#)

[Contact](#)

[Section Policies](#)

[OpenAccess Policy](#)

[Online Submissions](#)

[Publications Ethics](#)

[Plagiarism Policy](#)

[Publication Frequency](#)

[Reer Review Process](#)

Manajemen Inovasi Bernafaskan Islam Melalui Analisis SWOT Pada UMKM Kuliner

Feti Fatimah, Wenny Murtalining Tyas , Mega Anjar Widyabakti, Nurul Ma'rifah
Universitas Muhammadiyah Jember

Email: fetifatimah@unmuhjember.ac.id, wennymurtaliningtyas@unmuhjember.ac.id,
Mawidyabakti@gmail.com, ma39rifah_nurul@yahoo.com

ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu penentu kecepatan pergerakan ekonomi disaat ini. UMKM yang berpotensi baik pada pasar ialah UMKM kuliner. Hal ini disebabkan makanan adalah kebutuhan pokok manusia dan penunjang pada pergaulan. Jenis UMKM Kuliner yang memiliki prospek yang cukup menjanjikan dan menguntungkan adalah 1) UMKM kuliner makanan ringan, 2) UMKM Kuliner usaha minuman, 3) UMKM kuliner warung tenda, 4) UMKM Kuliner Rumah Makan, 5) UMKM Kuliner bisnis catering. UMKM kuliner saat ini berkembang pesat terutama di daerah kampus Kabupaten Jember tepatnya di Kecamatan Sumpalsari. Di daerah kampus ada beberapa Perguruan Tinggi sehingga banyak terdapat mahasiswa baik yang dari Jember atau luar Jember. Namun, banyak UMKM kuliner yang tidak mampu bertahan lama dan tutup ini membuktikan bahwa dalam menjual produk tidak hanya membutuhkan harga yang bersaing. Tetapi perlu juga manajemen inovasi. Kegiatan ini bertujuan membuat manajemen inovasi bernafaskan Islam melalui analisis SWOT yang tepat pada UMKM kuliner di wilayah kampus Kabupaten Jember. Penelitian dilaksanakan secara kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT dalam menentukan manajemen inovasi yang akan diterapkan pada UMKM, yang didukung melalui mencari data dengan tehknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian yaitu bahwa secara garis besar UMKM kuliner di wilayah kampus memiliki peluang adanya potensi pasar yang terus tumbuh dan dukungan dari pemerintah, ancamanya adalah persaingan yang semakin ketat, kekuatannya memiliki semangat untuk terus berkarya dan berinovasi, sedangkan kelemahannya adalah terbatasnya modal. Sehingga UMKM harus terus menerapkan manajemen inovasi terutama manajemen inovasi bernafaskan Islam agar bisa bertahan dan terus berkembang. Pengaplikasian manajemen inovasi bernafaskan Islam pada UMKM kuliner di daerah kampus adalah dengan cara penetapan standar kualitas produk dan pelayanan, Mengembangkan kualitas produk dan pelayanan, menetapkan harga yang mampu besaing, Memanfaatkan dan memberdayakan kekuatan dan peluang, serta menerapkan sistem persaudaraan dan selalu menjaga kepercayaan dalam segala kegiatan. Sistem persaudaraan berarti menjalin hubungan baik dengan pemasok, pesaing dan pelanggan. Pemasok yang menganggap kita saudara akan memasok barang tepat waktu, kualitas terjamin dan harga bersaing. Pesaing yang menganggap kita saudara akan melakukan persaingan secara sehat dan bersifat saling membantu. Pelanggan yang menganggap kita saudara akan bersifat loyal terhadap usaha kita. Sistem persaudaraan ini bisa berjalan terus apabila terdapat kepercayaan.

Kata Kunci: Manajemen, Inovasi, Islam, UMKM, Kuliner, SWOT

ABSTRACT

MSMES is one of the speed determinants of economic movements. A potentially good SME in the market is a culinary MSME. This is because food is the basic need of human and supporting the association. Type of MSME culinary that has a pretty promising and profitable prospect is 1) MSME culinary snack, 2) MSME culinary beverage Business, 3) SMES culinary tent Stall, 4) MSME Culinary Restaurant, 5) SMES Culinary catering business. SMES Culinary today is growing rapidly especially in the campus area of Jember Regency precisely in the district Sumpalsari. In the campus area there are several universities so there are many students who are from Jember or outside Jember. However, many MSMES are not able to survive long and this cover proves that in selling the products not only need a competitive price. But it also needs innovation management. This activity aims to make the management of innovation in Islamic Islam through appropriate SWOT analysis on culinary SMES in Jember District Campus area. The research Dilaksanakan in qualitative descriptive by using SWOT analysis in determining the management of innovations to be applied to MSMES, which is supported through search of data with Tehknik interviews, observations and documentation. The results of the research is that broadly, culinary SMES in the campus area has the opportunity to grow market potential and support from the government, the threat is increasingly intense competition, its power has a passion to continue to work and innovate, while its weakness is limited capital. So that SMES must continue to implement innovation management, especially the management of Islamic pith innovation in order to survive and continue to thrive. Application of innovation Management of Islamic pith in the culinary SMES in the campus area is by the determination of the standards of quality products and services, developing the quality of products and services, set the price that is able to be capable, utilize and empower strengths and opportunities, and apply the fraternity system and always maintain trust in all activities. The fraternity system means establishing good relations with suppliers, competitors and customers. Suppliers who consider US relatives will supply the goods on time, quality assured and competitively priced. Competitors who consider us relatives will do competition in a healthy and mutually helpful nature. Customers who consider US relatives will be loyal to our efforts. This fraternity system can go on with confidence. This belief must continue to be kept and there should be no scratches.

Keywords: management, innovation, Islam, MSME, Culinary, SWOT

PENDAHULUAN

Manajemen Inovasi merupakan kombinasi dari manajemen dan inovasi untuk melakukan peningkatan kualitas pada barang/jasa yang dihasilkan, proses produksi, serta inovasi yang telah dilakukan. Perusahaan memanfaatkan manajemen inovasi dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan perusahaan secara kreatif agar semakin banyak masyarakat yang mengenal produk perusahaan. Kegiatan ini membutuhkan keterlibatan pekerja pada setiap tingkat untuk memberikan kontribusi kreatif pada perusahaan. Manajemen inovasi bernafasan Islam adalah melakukan perubahan yang berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadist, sehingga untuk melakukan perubahan harus selalu berada dalam koridor nilai-nilai Islami. Manajemen inovasi ini diterapkan melalui analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan cara menentukan strategi yang direncanakan yang digunakan guna menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada kegiatan bisnis yang dilakukan perusahaan. Manajemen inovasi bernafasan Islam dengan menggunakan Analisis SWOT dapat diterapkan dalam UMKM karena manajemen inovasi tersebut berlandaskan kejujuran dan keadilan.

UMKM berperan sebagai penggerak roda perekonomian Indonesia. Sehingga Pemerintah dan swasta harus membantu UMKM dengan program-program yang dapat membantu perkembangan UMKM. UMKM menghasilkan barang-barang konsumsi yang berciri permintaan bersifat in-elastis terhadap perubahan pendapatan, sehingga mampu bertahan di tengah krisis karena sebagian besar usaha kecil kebanyakan UMKM belum menggunakan *banking financial* dalam melakukan pembayaran. Ketika perbankan mengalami krisis, UMKM tidak terpengaruh karena UMKM jarang mengandalkan pembiayaan dari bank, sehingga terbebas dari kredit macet. UMKM kuliner memiliki potensi pasar yang baik sehingga kemungkinan besar bisa berkembang pesat. Hal ini dikarenakan kuliner adalah kebutuhan dasar masyarakat dan juga sebagai penunjang dalam pergaulan. UMKM kuliner saat ini berkembang pesat terutama di daerah kampus kabupaten Jember tepatnya di kecamatan Sumbersari. Di daerah kampus ini ada beberapa Perguruan Tinggi sehingga banyak terdapat mahasiswa baik yang dari Jember atau luar Jember. Namun, banyak UMKM kuliner yang tidak mampu bertahan lama dan tutup ini membuktikan bahwa dalam menjual produk tidak hanya membutuhkan harga yang bersaing. Tetapi perlu juga manajemen inovasi karena inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing.¹ Kinerja organisasi dan inovasi juga mempengaruhi orientasi pasar.² Identifikasi perilaku konsumen terhadap produk UMKM adalah produk UMKM belum mampu mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli pada UMKM di wilayah jember.³ Kemampuan berkreasi dan berinovasi mempunyai pengaruh pada kewirausahaan.⁴ Namun Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk yang mempengaruhi keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk.⁵ Inovasi, berani beresiko, dan otonom memiliki pengaruh positif terhadap Kapabilitas Pemasaran UKM kuliner.⁴ Variabel inovasi tidak signifikan terhadap perkembangan wirausaha muda yang menjalankan usaha kuliner.⁶ Sedangkan untuk variabel pengambilan risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan wirausaha muda yang menjalankan usaha kuliner.¹ Modal Manusia, Modal Struktural, Modal Relasional berpengaruh terhadap Kapabilitas Inovasi Dan Efisiensi Operasional Modal Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Bisnis.⁷

UMKM adalah salah satu bentuk perekonomian rakyat yang memiliki peran besar dalam perekonomian negara, memerlukan model manajemen usaha.⁸ Orientasi pasar dan inovasi produk berkontribusi terhadap keunggulan bersaing.⁹ Oleh karena itu meski jumlah UMKM Kuliner di daerah kampus kabupaten Jember berkembang dengan pesat namun perlu perbaikan dalam kemampuan dalam manajemen inovasinya. Analisis matrik SWOT UMKM adalah strategi pemasaran secara islami yaitu Strategi S-O dimana strategi ini terdiri dari memanfaatkan program-program pemerintah yang berkaitan dengan pengembangan usaha, Mengembangkan kualitas produk dan Memperluas pasar.¹⁰ Selain itu pemanfaatan *E-Commerce* dalam Pembelajaran Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah bermanfaat bagi pelaku UMKM.¹¹ Sehingga perlu adanya penelitian tentang bagaimana penentuan manajemen inovasi bernafasan Islam melalui analisis SWOT pada UMKM kuliner. Tujuan penelitian adalah menentukan manajemen inovasi bernafasan Islam melalui analisis SWOT yang tepat pada UMKM kuliner di wilayah kampus kabupaten Jember.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen merupakan kegiatan mengkoordinasikan semua aktivitas serta mengawasi pekerjaan orang lain agar semua kegiatan dapat dilaksanakan dengan efisien dan efektif. Manajemen merupakan seni untuk mengatur dan mengarahkan orang lain dalam menyelesaikan pekerjaan dan menggapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Manajemen inovasi sebagai alat perusahaan dalam menggunakan peluang atau kekuatan dengan memanfaatkan kreativitas agar ide-ide, proses, atau produk semakin dikenal masyarakat.¹³ Kreativitas merupakan akar manajemen inovasi sedangkan tujuan manajemen inovasi merupakan perubahan saat melayani konsumen atau kegiatan produksi. Ide-ide inovatif adalah hasil dari dua langkah berturut-turut, yaitu *imitasi* dan penemuan. Analisis SWOT adalah menganalisis dengan

menghitung perbandingan antara faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman dengan faktor internal yang terdiri dari Kekuatan dan Kelemahan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitiannya adalah kualitatif deskriptif dan menggambarkan atau memaparkan analisis SWOT dalam menentukan manajemen inovasi bernafasan Islam yang akan diterapkan pada UMKM ditambah melalui pengumpulan data dengan tehnik wawancara, observasi serta dokumentasi. Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif deskriptif dan menggambarkan atau memaparkan analisis SWOT dalam penentuan manajemen inovasi bernafasan Islam dengan cara pengumpulan secara teknik wawancara, observasi serta dokumentasi. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM kuliner yang ada di daerah kampus Jember yang bersedia di wawancarai dan mewakili jenis UMKM Kuliner yang memiliki prospek yang cukup menjanjikan dan menguntungkan.

Jenis UMKM Kuliner yang memiliki prospek yang cukup menjanjikan dan menguntungkan adalah 1) UMKM Kuliner Makanan ringan, 2) UMKM Kuliner usaha minuman, 3) UMKM kuliner warung tenda, 4) UMKM Kuliner Rumah Makan, 5) UMKM Kuliner bisnis catering. Penentuan sampel pada penelitian yang menggunakan angket atau kuesioner ditentukan berdasarkan jumlah indikator penelitian. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Penelitian ini menggunakan 4 indikator, dan menggunakan faktor kali angka 10, maka jumlah sampel penelitian ini ditetapkan sebesar $4 \times 10 = 40$. Jadi jumlah sampel masing-masing jenis UMKM Kuliner 40. Jumlah jenis UMKM Kuliner yang memiliki prospek cukup menjanjikan ada 5 (lima) jadi total responden adalah $40 \times 5 = 200$ responden. Model SWOT yang digunakan adalah strategi *formulation analytical framework* yang terbagi dalam 3 tahap utama yaitu tahap masukan (*Input Stage*) Tahap pencocokan (*Maching Stage*) dan terakhir tahap keputusan (*Decisioun stage*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor Internal Dan Faktor Eksternal UMKM kuliner di Jember

Penelitian dilaksanakan dengan cara membuat gambaran umum UMKM kuliner di wilayah kampus Jember dan mempelajari visi dan misi masing-masing UMKM serta survei langsung untuk sampai mengetahui keadaan UMKM kuliner di wilayah kampus saat ini. Faktor internal dan eksternal yang dimiliki UMKM kulinner di wilayah kampus Jember adalah:

Analisis Faktor Internal Dan Faktor Eksternal UMKM Kuliner di wilayah Kampus Jember

1. Faktor Internal

a. Kekuatan

- 1) Memiliki rasa yang khas
- 2) Bahan baku tersedia dengan harga yang terjangkau
- 3) Harga relatif lebih murah dari pada harga di wilayah kampus daerah lainnya

b. Kelemahan

- 1) Modal terbatas
- 2) Standar kualitas masih belum ada
- 3) Standar pelayanan belum ada
- 4) Promosi lebih banyak dari mulut ke mulut

2. Faktor Eksternal

a. Peluang

- 1) Pemerintah daerah mendukung perkembangan UMKM
- 2) Ada beberapa Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta
- 3) Gaya hidup masyarakat yang menjadikan makanan sebagai kebutuhan pokok dan rekreasi
- 4) Kesibukan masyarakat dan mahasiswa sehingga tidak sempat memasak sendiri

b. Ancaman

- 1) Banyak bermunculan kompetitor baru, baik dari UMKM maupun non UMKM
- 2) Persaingan harga ketat

Tabel 3. Faktor Internal dan Faktor Eksternal UMKM kuliner di Daerah Kampus Jember

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Kekuatan Memiliki rasa yang khas Bahan baku tersedia dengan harga yang terjangkau Pasar Harga relatif lebih murah dari pada harga di wilayah kampus daerah lainnya</p>	<p>Peluang Pemerintah daerah mendukung perkembangan UMKM Ada beberapa Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta Gaya hidup masyarakat yang menjadikan makanan sebagai kebutuhan pokok dan rekreasi Kesibukan masyarakat dan mahasiswa sehingga tidak sempat memasak sendiri</p>
<p>Kelemahan atas Standar kualitas masih belum ada layanan belum ada Promosi lebih banyak dari mulut ke mulut</p>	<p>Ancaman Banyak bermunculan kompetitor baru, baik dari UMKM maupun non UMKM an harga ketat</p>

Matriks SWOT Pada UMKM Kuliner Di Daerah Kampus Jember

Internal Factor Analisis Summary (IFAS)

Menganalisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang telah dikelompokkan dari UMKM kuliner di daerah kampus Jember melalui alat analisis SWOT untuk menentukan inovasi apa yang diperlukan. Selain memperhatikan faktor-faktor di atas, dari kekuatan dan kelemahan (faktor internal) dan peluang serta ancaman (faktor eksternal) dalam upaya pengembangan strategi pemasaran UMKM kuliner di daerah kampus Jember dengan menyusun Matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan Matriks *Eksternal Factor Evaluation (EFE)* untuk menentukan strategi bersaing yang akan digunakan.

Tabel 4. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
Kekuatan				
Memiliki rasa yang khas	15		5	Mempengaruhi minat konsumen
Bahan baku tersedia dengan harga yang terjangkau	0,15	4	0,6	Mempengaruhi minat konsumen
Harga relatif lebih murah dari pada harga di wilayah kampus daerah lainnya	0,15	3	0,45	Mempengaruhi minat konsumen
Sub Total	0,45		1,65	
Kelemahan				
Modal terbatas	0,1	2	0,2	Hambatan pemasaran
Standar kualitas masih belum ada	0,15	1	0,15	Hambatan pemasaran
Standar pelayanan belum ada	0,15	1	0,15	Hambatan pemasaran
Promosi lebih banyak dari mulut ke mulut	0,15	1	0,15	Hambatan pemasaran
Sub total	0,55		0,65	
Total	1		2,3	

Tabel 5. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFAS)

Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
Peluang				
Pemerintah daerah mendukung perkembangan UMKM	0,15	4	0,6	Peluang untuk berkembang
Ada beberapa Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta	0,1	4	0,4	Peluang untuk berkembang
Gaya hidup masyarakat yang menjadikan makanan sebagai kebutuhan pokok dan rekreasi	0,15	4	0,6	Peluang untuk berkembang
Kesibukan masyarakat dan mahasiswa sehingga tidak sempat memasak sendiri	0,15	4	0,6	Peluang untuk berkembang
Sub Total	0,55		2,2	
Ancaman				
Bermunculan kompetitor baru, baik dari UMKM maupun non UMKM	0,15	2	0,3	Bersaing secara sehat
Persaingan harga ketat	0,15	1	0,15	Bersaing secara sehat
Perubahan gaya hidup konsumen yang disebabkan oleh teknologi	0,15	2	0,3	Perkembangan teknologi
Sub Total	0,45		0,75	
Total	1		2,95	

Matriks IE (Internal Eksternal) UMKM Kuliner Jember

Berdasarkan klafikasi pada tabel IFAS bahwa untuk faktor strategis internal adalah 2,3 berarti bahwa UMKM memiliki kekuatan dan kelemahan rata-rata pada UMKM dapat dimanfaatkan meminimalkan kelemahan sedang skor total faktor eksternal sebesar 2,95 memberikan arti bahwa pada UMKM jember mempunyai kekuatan serta peluang maju pada waktu mendatang dengan dilakukan antisipasi terhadap ancaman seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan yang terjadi. Untuk mengetahui gambaran strategi perusahaan maka berdasarkan formulasi IFAS dan EFAS selanjutnya di perhitungkan pada matrik Internal eksternal IE matrik.

Dilihat dari gambar matrik IE bahwa letak UMKM kuliner di daerah kampus Jember adalah terletak di Kuadrat 5 (2,3;2,95) dalam kuadran 5 ini berarti UMKM kuliner jember seharusnya menerapkan strategi Stabilitas/Pertumbuhan. Strategi stabilitas/Pertumbuhan adalah dengan menerapkan:

- a. Penetapan standar dan kualitas produk serta pelayanan
- b. Menetapkan harga yang mampu bersaing
- c. Memanfaatkan dan memberdayakan kekuatan internal

Strategi ini digunakan dengan harapan tingkat penjualan UMKM setiap harinya ada kenaikan.

Posisi Matriks SWOT UMKM kuliner di daerah kampus Jember

Matriks SWOT UMKM kuliner di daerah kampus Jember

IFAS	Kekuatan / Strengths (S) Memiliki rasa yang khas Bahan baku tersedia dengan harga yang terjangkau Pasar Harga relatif lebih murah dari pada harga di wilayah kampus daerah lainnya.	Kelemahan / Weaknesses (W) Modal terbatas Standar kualitas masih belum ada Standar pelayanan belum ada Promosi lebih banyak dari mulut ke mulut
EFAS		

<p>Peluang/ Opportunities (O) Pemerintah daerah mendukung perkembangan UMKM Ada beberapa Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta Gaya hidup masyarakat yang menjadikan makanan sebagai kebutuhan pokok dan rekreasi Kesibukan masyarakat dan mahasiswa sehingga tidak sempat memasak sendiri</p>	<p>Strategi SO Membuat standar kualitas produk serta pelayanan Mengembangkan kualitas produk serta pelayanan Menentukan harga agar dapat bersaing Memanfaatkan potensi lokal</p>	<p>Strategi WO Menetapkan standar kualitas produk dan pelayanan Melakukan inovasi produk dan suasana tempat usaha secara terus-menerus Promosi menggunakan media offline dan online</p>
<p>Ancaman / Threats (T) Banyak bermunculan kompetitor baru, baik dari UMKM maupun non UMKM n harga ketat erubahan gaya hidup konsumen yang disebabkan oleh tekhnologi</p>	<p>Strategi S-T Mempertahankan Kualitas Mengembangkan strategi pemasaran dengan terus meningkatkan promosi Memanfaatkan tekhnologi</p>	<p>Strategi W-T Mengembangkan kulitas produk dan pelayanan Mengembangkan promosi baik dari media offline dan media sosial</p>

Pilihan empat set strategi dari matriks SWOT yang dapat diterapkan oleh UMKM kuliner di daerah kampus Jember adalah:

1. **Strategi S-O**
 - a. Membuat standar kualitas produk dan pelayanan
 - b. Mengembangkan kualitas produk dan pelayanan
 - c. Menentukan harga agar dapat bersaing
 - d. Memanfaatkan potensi lokal
2. **Strategi W-O**
 - a. Menetapkan standar kualitas produk dan pelayanan
 - b. Melakukan inovasi produk dan suasana tempat usaha secara terus-menerus
 - c. Promosi menggunakan media offline dan online, misalnya dengan cara Mengadakan dan menyebarkan brosur yang berisi informasi tentang UMKM tersebut, Memasang banner pada tempat yang dinilai strategis agar bisa dilihat dari beberapa arah, Secara berkala mengirimkan informasi pada media sosial misalnya Facebook, Instagram, Twitter, dan lain sebagainya.
3. **Strategi S-T**
 - a. Mempertahankan Kualitas
 - b. Mengembangkan strategi pemasaran dengan terus meningkatkan promosi
 - c. Memanfaatkan tekhnologi
4. **Strategi W-T**
 - a. Mengembangkan kulitas produk dan pelayanan
 - b. Mengembangkan promosi baik dari media online maupun offline

Produk dan pelayanan yang memiliki kualitas bagus dapat memberikan keuntungan bagi UMKM. Hal ini dikarenakan UMKM telah dinilai positif oleh masyarakat akan mendapat *feedback* yang bagus dari masyarakat sehingga masyarakat tersebut akan menjadi pelanggan setia atau akan melakukan pembelian secara berulang. Sehingga UMKM harus selalu memperhatikan aspek kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang dimiliki. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen. Selanjutnya yaitu UMKM kuliner harus menetapkan harga yang relatif murah dan bersaing sehingga dapat meningkatkan dan mempertahankan konsumennya. Penetapan harga harus diarahkan demi tercapainya tujuan UMKM.

Manajemen inovasi bernafas Islam yang harus segera dilaksanakan digunakan oleh UMKM kuliner di daerah kampus Jember guna meningkatkan penjualan yaitu inovasi

bernafasan islam dengan menggunakan perumusan strategi SO adalah strategi dengan menggunakan Kekuatan untuk memanfaatkan Peluang yang dimiliki UMKM adalah

1. Membuat standar kualitas produk serta pelayanan
2. Mengembangkan kualitas produk dan pelayanan
3. Menentukan harga agar dapat bersaing
4. Memanfaatkan potensi lokal

Hasil analisis SWOT UMKM kuliner di daerah kampus Jember adalah bahwa kekuatan dan peluang yang dimiliki UMKM apabila diberdayakan secara bersama-sama akan dapat meningkatkan usahanya.

Pembahasan

Matrik Internal Eksternal menunjukkan bahwa UMKM terletak di kuadran V yaitu pada titik (2,3;2,95) yang artinya mempunyai strategi stabilitas/pertumbuhan untuk berkembang dimasa yang akan mendatang. Untuk mengaplikasikan manajemen inovasi bernafasan Islam dengan cara memadukan strategi stabilitas/pertumbuhan serta menggunakan rumusan startegi S-O dari analisis SWOT, yakni pelaksanaannya manajemen inovasi bernafasan Islam pada UMKM kuliner di daerah kampus Jember sebagai berikut:

1. Penetapan Standar Kualitas Produk Serta Pelayanan

Strategi ini untuk menjaga kekuatan yang dimiliki UMKM kuliner serta menjaga kualitas produk yang ada dengan menetapkan standar dan kualitas produk serta pelayanan. Dalam menetapkan standar kualitas produk dan pelayanan harus sesuai dengan syariat Islam. Misalnya dari proses pemilihan bahan baku, memasak sampai proses penyajian ke konsumen, untuk itu diharapkan para UMKM segera mengurus sertifikat Halal. Selain itu harus berani menjamin kepada konsumen bahwa kualitas produk dan pelayanan benar-benar sesuai dengan standar. Jadi konsumen akan mendapat kompensasi bila ada yang mendapat produk atau pelayanan yang tidak sesuai dengan standar, kompensasinya misalnya dapat pengganti produk baru atau uang dikembalikan.

2. Mengembangkan Kualitas Produk Dan Pelayanan

UMKM diharuskan selalu mengembangkan kualitas produk dan pelayanan dengan tetap berpedoman pada standar kualitas produk dan pelayanan yang telah ada terutama standar dari sertifikat halal MUI. Pengembangan kualitas produk dan pelayanan harus juga disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, keinginan konsumen serta perubahan gaya hidup konsumen. Misalnya dengan menyediakan fasilitas mengantar pesanan ke tempat konsumen sehingga konsumen tidak perlu keluar rumah atau kantor.

3. Menetapkan Harga Yang Mampu Bersaing

Proses penetapan harga harus hati hati dan harus memperhatikan banyak faktor karena bila kemahalan tidak mampu bersaing, namun bila terlalu murah akan dicurigai oleh konsumen akan kualitas produk. Sehingga dalam penentuan harga harus melalui survei langsung ke lapangan.

4. Memanfaatkan Dan Memberdayakan Kekuatan Dan Peluang UMKM Kuliner Di Daerah Kampus Jember

Kekuatan internal UMKM adalah memiliki kekhasan rasa, bahan baku tersedia dengan harga yang terjangkau, harga relatif lebih murah dari pada harga di wilayah kampus daerah lainnya. Dengan kekuatan ini bisa di dimanfaatkan dan diberdayakan sehingga dapat memajukan usaha UMKM tersebut. Pemanfaatan dan pemberdayaannya adalah dengan cara menjaga kekhasan rasa dan selalu melakukan inovasi pada produk dan pelayanannya. Misalnya dengan menambah variasi rasa dan menu makanan serta menambah fasilitas yang disediakan.

Peluang UMKM kuliner di daerah kampus adalah Pemerintah daerah mendukung perkembangan UMKM, Ada beberapa Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta, Gaya hidup masyarakat yang menjadikan makanan sebagai kebutuhan pokok dan rekreasi, serta kesibukan masyarakat dan mahasiswa sehingga tidak sempat memasak sendiri. Peluang-peluang tersebut harus dimanfaatkan sebaik mungkin. Misalnya memanfaatkan program-program pemerintah yang bermanfaat untuk kemajuan UMKM serta proses pelayanan harus disesuaikan dengan gaya hidup masyarakat saat ini. Misalnya dengan memanfaatkan teknologi dalam menjalankan usaha.

5. Penerapan Sistem Persaudaraan Dan Selalu Menjaga Kepercayaan Dalam Segala Kegiatan

Sistem persaudaraan berarti menjalin hubungan baik dengan pemasok, pesaing dan pelanggan. Pemasok yang menganggap kita saudara akan memasok barang tepat waktu, kualitas terjamin dan harga bersaing. Pesaing yang menganggap kita saudara akan melakukan persaingan secara sehat dan bersifat saling membantu. Pelanggan yang menganggap kita saudara akan bersifat loyal terhadap usaha kita. Sistem persaudaraan ini bisa berjalan terus apabila terdapat kepercayaan. Kepercayaan ini harus terus dijaga dan tidak boleh ada goresan sedikitpun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Matrik Internal Eksternal menunjukkan bahwa UMKM terletak di kuadran V yaitu pada titik (2,3;2,95) yang artinya mempunyai strategi stabilitas/pertumbuhan untuk berkembang di masa yang akan datang. Hasil analisis SWOT UMKM kuliner di daerah kampus Jember adalah bahwa kekuatan dan peluang yang dimiliki UMKM apabila diberdayakan secara bersama-sama akan dapat meningkatkan usahanya. Pengaplikasian manajemen inovasi bernafasan Islam pada UMKM kuliner di daerah kampus dengan cara memadukan strategi stabilitas/pertumbuhan serta menggunakan rumusan strategi S-O dari analisis SWOT.

Saran

Menjalankan strategi mempertahankan produk yang ada dengan cara meningkatkan cita rasanya serta mengembangkan produk dan pelayanan sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan gaya hidup konsumen. UMKM kuliner dalam inovasinya diharapkan menerapkan strategi S-O yaitu mengembangkan kualitas produk seperti produk lama diberi inovasi dengan berbagai varian, menetapkan harga yang menarik konsumen serta memanfaatkan lokasi strategi UMKM kuliner seperti strategi lokasi yang berdekatan dengan area kampus dan semakin banyaknya mahasiswa yang berasal dari luar Jember kuliah di Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, Inda dkk. (2019). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.1. Jakarta.*
- Iskandar, Atan dan Febriyanto, Muhammad Trio. (2019). Peran Kinerja Inovasi Hijau Dalam Menghubungkan Permintaan Pasar, Dan Kinerja Bisnis (Studi Pada UMKM Di Kota Batam). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol. 7 No. 2, Desember 2019, 182 – 191. Batam.*
- Fatimah, F. 2018. Strategi Kreatif UMKM Kerajinan Tangan Di Era Digital Pada Wilayah Kabupaten Jember *Jurnal Unmuh ember Prosiding Ekonomi Kreatif di Era Digital Vol 1, No 1. Jember.*
- Hadiyati, Ernani. 2011. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan. Vol.13. No. 1. Maret 2011: 8-16. Surabaya.*
- Djodjono, Cynthia Vanessa dan Tawas, Hendra N. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal EMBA. Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1214-1224. Manado.*
- Juliana, I. 2019. Pengaruh Inovasi Dan Pengambilan Risiko Terhadap Perkembangan Wirausaha Muda Dalam Bidang Kuliner Di Wilayah Binong Tangerang. *Jurnal Khasanah Ilmu Vol.10 No.1 Maret 2019. Tangerang.*
- Saddam F, Muammar dan Mahfudz. 2017. Pengaruh Modal Manusia, Modal Struktural, Modal Relasional, Terhadap Kapabilitas Inovasi Dan Efisiensi Operasional Modal Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Bisnis. Semarang.
- Bismala, Lila. 2016. Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship. Vol. 5. No. 1. Medan.*
- Alwi, Taufik dan Handayani, Esti. 2018. Keunggulan Bersaing Ukm Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. Jakarta.
- Fatimah, Feti. (2018). Pemetaan Pasar Dan Strategi Pemasaran Secara Islami Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi Relasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember. Vol XV No 02 Juli 2019. Jember.*
- Arifianto, Endra Yuafanedi dan Choiri, Mochammad. Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Pembelajaran Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan, Vol2 No1, Januari 2018. Malang.*
- Robbins, Stephen P. & Coulter, Marry. 2010. *Manajemen. Jilid 1. Edisi Kesepuluh. Erlangga. Jakarta.* <https://zobisnis.com>. Tgl 20/12/2019. Jam 17.00.
- Hatta, Iha Haryani. Analisis Pengaruh Inovasi, Pengambilan Resiko, Otonomi, Dan Reaksi Proaktif Terhadap Kapabilitas Pemasaran Ukm Kuliner Daerah Di Jabodetabek. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014. Hal. 90-96. Jakarta.*
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Marketing Research an Applied Orientation*. New Jersey; Pearson