

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS *HAND SANITIZER* PADA FAKULTAS FARMASI UBP KARAWANG MENGHADAPI COVID-19

¹Syifa Pramudita Faddila

²Netti Nurlenawati

³Uus Muhammad Darul Fadli

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Buana Perjuangan Karawang

syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id¹

netti.nurlenawati@ubpkarawang.ac.id²

uus.fadli@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRAK

Tingginya angka positif COVID-19 di seluruh dunia, khususnya di Jawa Barat dengan prediksi sebanyak 3-4 orang terinfeksi setiap harinya membuat guncangan ekonomi dimana-mana. Namun tidak semua bisnis tenggelam. Bisnis *hand sanitizer* menjadi salah satu bisnis yang hadir dan berkembang pesat saat ini. Kondisi sekarang bagaimanapun sangat menguntungkan UMKM produsen bisnis *hand sanitizer* termasuk Fakultas Farmasi UBP Karawang. Tujuan penelitian ini mengkaji strategi pengembangan bisnis *hand sanitizer* pada Fakultas Farmasi UBP Karawang. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT dengan responden yang dipilih secara *purposive*. Hasil penelitian diperoleh bahwa strategi pengembangan bisnis *hand sanitizer* pada Fakultas Farmasi UBP Karawang dalam menghadapi Covid-19 yaitu: (1) Meningkatkan kualitas; (2) Meningkatkan teknologi; (3) Perbaikan struktur organisasi; dan (4) Memperluas pemasaran. Diharapkan Fakultas Farmasi dapat mengimplementasikan strategi pengembangan tersebut.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan Bisnis, *hand sanitizer*, COVID-19

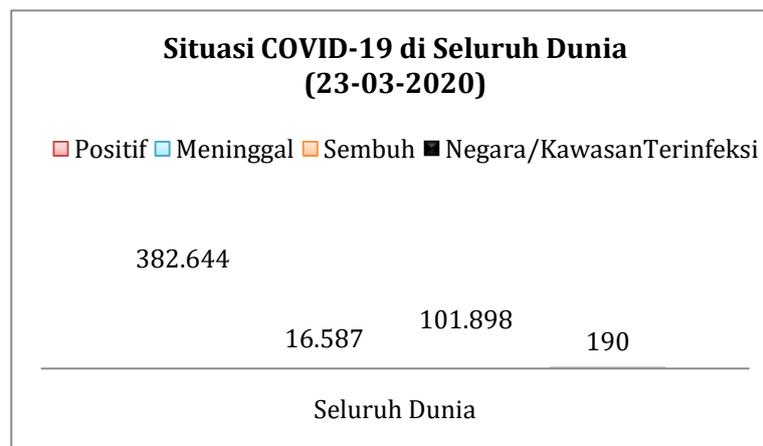
ABSTRACT

The high number of positive COVID-19 around the world, especially in West Java, with a prediction of 3-4 people infected every day, caused economic shocks everywhere. But not all businesses sink. The hand sanitizer business is one of the businesses that are present and growing rapidly today. The current condition, however, is very profitable for SMEs, manufacturers of hand sanitizer business, including the Faculty of Pharmacy UBP, Karawang. The purpose of this research is to examine the hand sanitizer business development strategy at the UBP Karawang Faculty of Pharmacy. This study uses a SWOT analysis with respondents selected purposively. The results showed that the hand sanitizer business development strategy at the UBP Karawang Faculty of Pharmacy in dealing with Covid-19, namely: (1) Improving quality; (2) Improve technology; (3) Organizational structure improvement; and (4) Expanding marketing. It is hoped that the Faculty of Pharmacy can implement this development strategy.

Keywords: *Business Development Strategy, hand sanitizer, COVID-19*

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hal yang utama bagi setiap individu yang hidup. Karena untuk melakukan segala aktifitas, dibutuhkan kondisi yang prima. Namun, kesehatan masyarakat dunia saat ini sedang di uji dengan wabah pandemi COVID-19 (*coronavirus disease 2019*). Penyakit COVID-19 ini pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok sekitar bulan Desember 2019 yang menurut penelitian disebabkan oleh Novel Koronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2 (Gorbalenya, 2020). Seperti yang ditunjukkan pada gambar 1, setidaknya lebih dari 380.000 orang telah terinfeksi COVID-19 hingga pertengahan bulan Maret 2020 di seluruh dunia, dengan angka kematian melebihi 16.000 orang pada 190 negara termasuk kawasan atau area tertentu. Hal ini membuat *World Health Organization* (WHO) telah bergerak cepat dengan menetapkan status pandemi pada 11 Maret 2020 (WHO, 2020).



Gambar 1. Kondisi COVID-19 di Seluruh Dunia
Sumber: WHO, 2020

Penyebaran awal dari virus ini bermula dari pasar yang menjual berbagai jenis hewan di Wuhan, Tiongkok (CDC, 2020). Pasalnya pasar hewan di Wuhan terkenal jauh dari kata bersih bahkan cenderung kotor oleh darah hewan, kotoran hewan, sampah dan tanah yang basah. Apalagi pasar merupakan tempat banyak orang berkumpul dan melakukan berbagai transaksi. Sehingga sebagian besar menganggap bahwa kondisi tersebut menjadi faktor pendukung penyebaran COVID-19. Artinya kebersihan menjadi salah satu variabel yang perlu diperhatikan dalam kasus COVID-19 ini. Dari angka kejadian dan penelitian di Wuhan, disimpulkan bahwa COVID-19 selain menular dari hewan (kelelawar) ke manusia, dapat pula menular dari manusia ke manusia (CDC, 2020). Sehingga distribusi atau penyebaran penyakit ini ke seluruh dunia sangat cepat sekali (WHO, 2020).

Di dalam negeri sendiri, kondisi COVID-19 di Indonesia juga mengkhawatirkan. Menurut situs resmi COVID-19 Indonesia (www.covid19.go.id), terlihat pada gambar 2 bahwa sampai dengan minggu terakhir Maret 2020, terdapat hampir 700 kasus positif COVID-19, dimana angka kematian sebesar 8,0% (55 orang) dan angka kesembuhan yang masih dibawah angka kematian yaitu 4,3% (30 orang). Angka ini tergolong cepat sekali mengalami kenaikan mengingat kasus pertama diumumkan di Indonesia pada tanggal 02 Februari 2020. Artinya dalam 51 hari COVID-19 masuk ke Indonesia, rata-rata yang terinfeksi virus tersebut setiap harinya sebanyak 14 orang di seluruh Indonesia.



Gambar 2. Situasi COVID-19 di Indonesia
Sumber: <https://www.covid19.go.id/> (2020)

Provinsi Jawa Barat pun tidak luput dari serangan COVID-19 ini. Berdasarkan situs web resminya (www.pikobar.jabarprov.go.id), per tanggal 23 Maret 2020, disebutkan bahwa jumlah pasien yang positif COVID-19 berjumlah 59 pasien. Padahal virus terdeteksi pertama kali di Jawa Barat pada 06 Maret 2020. Dapat disimpulkan bahwa warga Jawa Barat yang terinfeksi COVID-19 setiap harinya sebanyak 3 sampai 4 orang. Angka ini mengalami peluang untuk terus meningkat.

Maka dari itu pemerintah secara cepat mengeluarkan beberapa kebijakan terkait COVID-19 demi melindungi masyarakat Indonesia. Karena distribusi awal COVID-19 disinyalir oleh lingkungan yang kotor dan penyebabnya adalah penularan melalui droplet, maka beberapa kebijakan yang disampaikan melalui web resmi COVID-19 Indonesia (www.covid19.go.id) yaitu: (1) Sering cuci tangan pakai sabun dan air mengalir minimal 20 detik secara benar; (2) Cuci tangan pakai sabun saat tiba di rumah, tempat kerja atau sekolah, sebelum makan, sebelum menyiapkan makanan, dan setelah menggunakan toilet; (3) Gunakan cairan pembersih tangan (*hand sanitizer*) minimal 60% alkohol bila sabun dan air mengalir tidak tersedia; (4) Tutup mulut dan hidung dengan siku terlipat saat batuk atau bersin atau gunakan tisu yang langsung dibuang ke tempat sampah tertutup setelah

digunakan. Kemudian cuci tangan dengan sabun dan air mengalir atau cairan pembersih tangan; (5) Jaga jarak paling sedikit 1 meter dengan orang. Jangan berada dekat orang yang tidak sehat; (6) Hindari menyentuh wajah karena mulut, hidung mata dapat menjadi pintu masuk virus; (7) Melakukan *social distancing* (jaga jarak sesama) dengan menjauhi kerumunan orang dan penyuluhan *stay at home* untuk mengurangi distribusi COVID-19

Pencegahan yang paling mudah dilakukan adalah mencuci tangan sesering mungkin, akan tetapi mencuci tangan yang sering tidak dapat dilakukan dimana pun karena air mengalir dan sabun sulit ditemukan di luar rumah. Maka dari itu beberapa masyarakat cenderung menyediakan *hand sanitizer* (cairan pembersih tangan) untuk digunakan dimana pun karena disinyalir mudah dibawa.

Kian meningkatnya angka kejadian COVID-19 di dunia, di Indonesia maupun di Provinsi Jawa Barat khususnya Kabupaten Karawang, berdampak pada tingginya permintaan *hand sanitizer*. Hal inilah yang mendorong Fakultas Farmasi Universitas Buana Perjuangan (UBP) Karawang untuk memproduksi *hand sanitizer* demi membantu memenuhi kebutuhan di Kabupaten Karawang.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ini menjadi salah satu bisnis yang hadir dan berkembang pesat ditengah-tengah guncangan perekonomian dunia akibat dampak dari COVID-19. Hamid, E dan Susilo, Y (2011) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa UMKM mempunyai kontribusi penting dan strategis dalam perekonomian daerah. Apalagi untuk membantu upaya pencegahan COVID-19 dan mendukung usaha-usaha kecil ini, WHO sendiri telah meliris panduan khusus untuk pembuatan *hand sanitizer* yang dapat diproduksi secara mudah.

Kondisi saat ini bagaimanapun sangat menguntungkan UMKM produsen bisnis *hand sanitizer* termasuk Fakultas Farmasi UBP Karawang. Namun demikian, bisnis ini perlu adanya pengontrolan terhadap perkembangannya untuk beberapa waktu ke depan. Artinya perusahaan/organisasi harus memiliki perencanaan strategi terkait bisnis yang sedang dijalankan agar terus berkembang, dimana pimpinan harus menyeimbangkan kekuatan internal dan eksternal yang dimiliki perusahaan. Sehingga untuk dapat mengembangkan perusahaan, pimpinan perlu memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi ancaman eksternal, serta meningkatkan kekuatan dan mengurangi kelemahan bisnisnya (David, 2016).

Untuk mengidentifikasi faktor-faktor guna merumuskan strategi pengembangan bisnis di perusahaan, maka dapat menggunakan analisis SWOT. Analisis ini didasari oleh logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat memaksimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuty,

2003). Dengan kata lain, penelitian ini berfokus pada pertanyaan apabila COVID-19 di seluruh wilayah mereda, apakah bisnis *hand sanitizer* masih memiliki peluang untuk berkembang. Berdasarkan uraian tersebut, perlu adanya kajian mengenai strategi pengembangan bisnis *hand sanitizer* pada Fakultas Farmasi UBP Karawang.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Farmasi Universitas Buana Perjuangan (UBP) Karawang. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*, karena lokasi tersebut merupakan stau-satunya Fakultas Farmasi di Karawang dan memproduksi *hand sanitizer*. Penelitian dimulai bulan Maret 2020 dan akan berakhir bulan Desember 2020.

Pengumpulan Data

Faktor-faktor strategis pengembangan bisnis *hand sanitizer* diperoleh dari hasil kuesioner yang dikembangkan berdasarkan analisis eksternal dan internal guna menggambarkan secara jelas bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis tersebut. Kemudian disusun ke dalam suatu matriks SWOT untuk menemukan strategi bisnis yang harus dilakukan.

Penentuan rating responden dilakukan secara *purposive* (sengaja) dimana responden dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal bisnis yang berkompetensi dan memahami perkembangan industri ini. Responden dari pihak internal yaitu pemilik atau pimpinan organisasi (bisnis) yang memproduksi bisnis *hand sanitizer*, dalam hal ini Dekan Fakultas Farmasi dan Koordinator Program Studi Fakultas Farmasi dengan pertimbangan bahwa pemilik/pimpinan usaha bertanggung jawab penuh dan mengetahui tentang keadaan industri selama dibentuk sehingga diharapkan dapat memberikan hasil yang akurat dalam penelitian ini serta pemilik berhak mengetahui hasil dari penelitian sehingga dapat membuat kebijakan-kebijakan tertentu. Responden dari pihak eksternal yaitu dari pimpinan UBP Karawang, tenaga kesehatan dan Dinas Kesehatan. Responden-responden ini dipilih karena bisnis produk kesehatan ini dibawah pengawasannya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara terhadap para responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) terkait kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari bisnis *hand sanitizer*. Data sekunder diperoleh dari data bisnis *hand sanitizer* dan literature-literature yang relevan.

Analisis Data

Penelitian ini dianalisis menggunakan desain penelitian analisis SWOT yaitu penelitian kuantitatif dengan membuat daftar pertanyaan (kuesioner). Ada 2 tahapan dalam pengolahan data pada penelitian ini, yaitu analisis analisis SWOT dan matriks SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mendeskripsikan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kekurangan bisnis, sedangkan faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman dari bisnis tersebut. Kuesioner dalam penelitian ini berisi:

1. Indikator pada setiap factor

A. Faktor Internal	
Kekuatan	Kelemahan
1. Kualitas merk (B'Care)	1. Varian kemasan
2. Jumlah produk yang mampu disediakan	2. SDM untuk melakukan pemasaran produk
3. Kemasan produk (botol dan label)	3. Kepemilikan modal
4. Warna, bau dan konsistensi cairan	4. Harga jual produk
5. Efektivitas / kepraktisan penggunaan	5. Perolehan laba (keuntungan) produk
6. Komposisi bahan yang tertera dalam label kemasan	6. Kemandirian dalam pengelolaan produk
7. Kesesuaian bahan / formula dengan ketentuan WHO	7. Struktur ogranisasi dalam pengelolaan produk
8. Ketersediaan dan kesinambungan bahan baku	
9. Ketersediaan peralatan / alat bantu produksi	
10. Kesesuaian proses pengolahan dengan ketentuan WHO	
11. Kepemilikan tempat/laboratorium produksi	
12. Fasilitas untuk produksi	
13. Kebersihan dan kerapihan tempat produksi	
14. Kenyamanan tempat produksi bagi tenaga ahli	
15. Keamanan tempat untuk memproduksi produk	
16. Lokasi penjualan produk	
17. Kesesuaian tenaga ahli khusus (laboran) dengan produk	
18. Tim pengujian mutu untuk produk	
19. Dukungan organisasi lain/instansi universitas	
B. Faktor Eksternal	
Peluang	Ancaman
1. Kondisi ekonomi masyarakat saat pandemi	1. Munculnya bisnis serupa
2. Ekonomi pemerintah mengatasi pandemi	2. Inovasi produk serupa
3. Peluang bisnis bagi masyarakat	
4. Kebijakan <i>stay at home, social distancing</i>	

-
- dan penutupan sejumlah tempat bisnis/usaha
5. Pencegahan Covid-19 dengan penggunaan hand sanitizer ketika di luar rumah
 6. Pengetahuan masyarakat tentang kesehatan dirinya dan orang lain
 7. Kesadaran masyarakat untuk menggunakan *hand sanitizer*
 8. Tingkat keberlanjutan penggunaan *hand sanitizer* di masa yang akan datang
 9. Ketersediaan teknologi untuk produksi
-

2. Skor pada setiap indikator

- a. Skor faktor internal menggunakan skala likert:

Skor	Kekuatan	Skor	Kelemahan
5	Sangat kuat	-5	Sangat lemah
4	Kuat	-4	Lemah
3	Cukup kuat	-3	Cukup lemah
2	Sedikit kuat	-2	Sedikit lemah
1	Kekuatan sangat kecil	-1	Kelemahan sangat kecil

- b. Skor faktor eksternal menggunakan skala likert:

Skor	Peluang	Skor	Ancaman
5	Sangat berpeluang	-5	Sangat mengancam
4	Berpeluang	-4	Mengancam
3	Cukup peluang	-3	Cukup mengancam
2	Sedikit peluang	-2	Sedikit mengancam
1	Peluang sangat kecil	-1	Ancaman sangat kecil

Setelah menentukan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, maka selanjutnya pengembangkan matriks SWOT:

Tabel 1. Matriks SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Strategi SO Menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal.	Strategi WO Bertujuan untuk meningkatkan kelemahan internal dengan mengambil keuntungan pada kesempatan eksternal.
Ancaman (T)	Strategi ST Menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.	Strategi WT Taktif defensif yang dilakukan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

Sumber: David, 2016

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Profil Bisnis *Hand Sanitizer* Fakultas Farmasi UBP Karawang

Bisnis *hand sanitizer* tercetus pada saat wabah Covid-19 semakin merebak, tepatnya pada Bulan Maret 2020. Modal awal produksi *hand sanitizer* berasal dari dukungan Fakultas Farmasi, Universitas Buana Perjuangan Karawang dan donasi dari seluruh civitas UBP Karawang. Merk *hand sanitizer* hasil produksi Fakultas Farmasi yaitu B'Care. Produksi B'Care dilakukan di Laboratorium Farmasi. Kemasan awal *hand sanitizer* yaitu 100 ml, kemudian tersedia juga dalam kemasan 250 ml dengan berbagai varian wangi berbeda.



Gambar 3. B'Care *Hand Sanitizer*

2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berasal dari pihak internal dan eksternal. Terdapat 2 orang dari pihak internal mewakili pemilik atau pimpinan organisasi (bisnis) yang memproduksi bisnis B'Care *hand sanitizer*, yaitu Dekan Fakultas Farmasi dan Koordinator Program Studi Fakultas Farmasi. Sedangkan responden dari pihak eksternal ada 12 orang yaitu dari pimpinan UBP Karawang, tenaga kesehatan dan Dinas Kesehatan.

Tabel 2. Responden Penelitian

No	Responden	Jumlah (Orang)
Pihak Internal		
1	Dekan Fakultas Farmasi	1
2	Koordinator Program Studi Farmasi	1
Pihak Eksternal		
1	Rektor UBP Karawang (Pimpinan UBP Karawang)	1
2	Wakil Rektor 1 UBP Karawang (Pimpinan UBP Karawang)	1
3	Wakil Rektor 2 UBP Karawang (Pimpinan UBP Karawang)	1
4	Wakil Rektor 3 UBP Karawang (Pimpinan UBP Karawang)	1
5	Dekan Fakultas Lain (Pimpinan UBP Karawang)	1
6	Koordinator Program Studi Lain (Pimpinan UBP Karawang)	1
7	Koordinator Program Studi Lain (Pimpinan UBP Karawang)	1
8	Kepala Bagian Keuangan UBP Karawang (Pimpinan UBP Karawang)	1
9	Kepala Perpustakaan (Pimpinan UBP Karawang)	1

10	Dokter Pelaksana	1
11	Apoteker	1
12	Dinas Kesehatan Kabupaten Karawang	1
Total		14

3. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Berdasarkan hasil penelitian, untuk dapat merancang strategi pengembangan bisnis *hand sanitizer* di Fakultas Farmasi UBP Karawang, maka harus diketahui terlebih dahulu berbagai masalah yang sedang dihadapi oleh Fakultas Farmasi dalam mengembangkan bisnis tersebut. Permasalahan berasal dari berbagai lini dan subsistem, sehingga dapat dibedakan menjadi factor internal dan factor eksternal.

Tabel 3. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

No	Faktor Internal	No	Faktor Eksternal
1	Memberikan produk berkualitas kepada konsumen	1	Keterbatasan ekonomi masyarakat saat pandemi terjadi
2	Jumlah produk yang disediakan memenuhi permintaan	2	Ekonomi pemerintah mengatasi pandemi
3	Kemasan produk (botol dan label) menarik konsumen	3	Peluang bisnis bagi masyarakat
4	Varian kemasan terbatas	4	Bisnis serupa menjamur dengan cepat sehingga terjadi persaingan bisnis
5	Warna, konsistensi cairan dan wangi produk sesuai harapan	5	Menerapkan kebijakan <i>stay at home</i> , <i>social distancing</i> dan penutupan sejumlah tempat bisnis/usaha
6	Memberikan efektivitas (kegunaan) yang tinggi bagi pengguna	6	Pencegahan Covid-19 dengan penggunaan <i>hand sanitizer</i> ketika di luar rumah
7	Komposisi bahan tertera dalam label kemasan	7	Kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang kesehatan dirinya dan orang lain
8	Bahan/formula yang digunakan sesuai dengan ketentuan WHO	8	Kesadaran masyarakat untuk menggunakan <i>hand sanitizer</i>
9	Bahan baku selalu tersedia	9	Tingkat keberlanjutan penggunaan <i>hand sanitizer</i> di masa yang akan datang
10	Bahan baku dan alat produksi mudah didapatkan	10	Kecepatan perubahan inovasi pada produk <i>hand sanitizer</i>
11	Di produksi sesuai ketentuan WHO	11	Teknologi dalam produksi semakin berkembang
12	Memiliki tempat/laboratorium sendiri untuk produksi		
13	Memiliki fasilitas lengkap untuk produksi		
14	Tempat produksi bersih dan rapi		
15	Tempat produksi relatif nyaman bagi tenaga ahli		
16	Tempat produksi relatif aman untuk memproduksi produk		
17	Produk dijual di lokasi yang strategis		
18	Memiliki tenaga ahli khusus (laboran) yang sesuai dengan bidang produk		
19	Memiliki tim pengujian mutu untuk produk		
20	SDM untuk melakukan pemasaran produk terbatas		
21	Modal milik sendiri		
22	Memberikan harga jual yang murah kepada konsumen		
23	Memperoleh laba (keuntungan) yang sedikit		
24	Produk di kelola sendiri oleh pemilik brand		

25	Memiliki struktur organisasi dalam pengelolaan produk
26	Organisasi lain/instansi universitas mendukung produk

Sumber: Hasil Olah Peneliti (2020)

Faktor internal merupakan factor yang berasal dari dalam perusahaan/organisasi yang memiliki usaha itu sendiri. Dalam penelitian ini, terdapat 26 faktor internal yang dapat mempengaruhi bisnis B'Care *hand sanitizer* dari berbagai segi, seperti produk, proses produksi, pabrik, sumber daya manusia (SDM), keuangan dan struktur organisasi.

Faktor eksternal merupakan factor yang berasal dari luar perusahaan/organisasi yang melakukan bisnis tersebut. Dalam penelitian ini, terdapat 11 faktor eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis B'Care *hand sanitizer* dari berbagai segi, seperti ekonomi dan lingkungan, kebijakan pemerintah/politik, social dan budaya, serta teknologi.

Hasil analisis pemetaan faktor internal dan eksternal sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Hamid & Susilo (2011), dimana pada factor internal kemampuan inovasi produk pada UMKM masih rendah, kualitas SDM pada UMKM yang belum memiliki keterampilan pemasaran dan keterbatasan sumber dana untuk pengembangan usaha. Begitu pula dengan factor eksternal dimana terdapat ancaman dari produk-produk sejenis.

4. Analisis SWOT Bisnis *Hand Sanitizer* pada Fakultas Farmasi UBP Karawang

Analisis SWOT yang ada pada bisnis *hand sanitizer* di Fakultas Farmasi UBP Karawang dapat dijabarkan pada tabel 4.

Tabel 4. Analisis SWOT Bisnis *Hand Sanitizer* di Fakultas Farmasi UBP Karawang

Faktor Internal		Faktor Eksternal	
Kekuatan		Peluang	
1.	Kualitas merk (B'Care)	1.	Kondisi ekonomi masyarakat saat pandemi
2.	Jumlah produk yang mampu disediakan	2.	Ekonomi pemerintah mengatasi pandemi
3.	Kemasan produk (botol dan label)	3.	Peluang bisnis bagi masyarakat
4.	Warna, bau dan konsistensi cairan	4.	Kebijakan <i>stay at home</i> , <i>social distancing</i> dan penutupan sejumlah tempat bisnis/usaha
5.	Efektivitas / kepraktisan penggunaan	5.	Pencegahan Covid-19 dengan penggunaan <i>hand sanitizer</i> ketika di luar rumah
6.	Komposisi bahan yang tertera dalam label kemasan	6.	Pengetahuan masyarakat tentang kesehatan dirinya dan orang lain
7.	Kesesuaian bahan / formula dengan ketentuan WHO	7.	Kesadaran masyarakat untuk menggunakan <i>hand sanitizer</i>

8. Ketersediaan dan kesinambungan bahan baku	8. Tingkat keberlanjutan penggunaan <i>hand sanitizer</i> di masa yang akan datang
9. Ketersediaan peralatan / alat bantu produksi	9. Ketersediaan teknologi untuk produksi
10. Kesesuaian proses pengolahan dengan ketentuan WHO	
11. Kepemilikan tempat/laboratorium produksi	
12. Fasilitas untuk produksi	
13. Kebersihan dan kerapihan tempat produksi	
14. Kenyamanan tempat produksi bagi tenaga ahli	
15. Keamanan tempat untuk memproduksi produk	
16. Lokasi penjualan produk	
17. Kesesuaian tenaga ahli khusus (laboran) dengan produk	
18. Tim pengujian mutu untuk produk	
19. Dukungan organisasi lain/instansi universitas	

Kelemahan	Ancaman
1. Varian kemasan	1. Munculnya bisnis serupa
2. SDM untuk melakukan pemasaran produk	2. Inovasi produk serupa
3. Kepemilikan modal	
4. Harga jual produk	
5. Perolehan laba (keuntungan) produk	
6. Kemandirian dalam pengelolaan produk	
7. Struktur organisasi dalam pengelolaan produk	

Sumber: Hasil Olah Peneliti (2020)

Hasil analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada setiap penelitian mungkin akan berbeda, tergantung pada bidang dan jenis usaha yang akan dikembangkan oleh masing-masing perusahaan/organisasi. Namun dalam beberapa aspek terdapat beberapa kesamaan, antara lain eksistensi merk dan ketersediaan bahan baku menjadi kekuatan tersendiri bagi beberapa usaha termasuk B'Care *hand sanitizer* (Mas *et al*, 2013). Hal ini dimungkinkan karena B'Care *hand sanitizer* diproduksi oleh Fakultas Farmasi UBP Karawang dengan segala fasilitas yang dimiliki dan tenaga ahli yang kompeten, maka konsumen akan sangat percaya terhadap kualitas dari merk B'Care. Selain itu, seiring dengan meningkatnya pandemic Covid-19 sebanding dengan ketersediaan bahan baku untuk memproduksi *hand sanitizer* karena memang sangat dibutuhkan untuk mencegah terinfeksi virus Covid-19.

Kepemilikan modal yang terbatas, pemasaran produk yang tidak maksimal (Zuhri, 2013), harga jual yang stabil dan varian kemasan yang tidak menarik pun menjadi kelemahan untuk sebuah usaha (Mas *et al*, 2013). Usaha *hand sanitizer* ini dirintis saat perekonomian di Indonesia khususnya Kabupaten Karawang mulai tidak stabil dan semakin menurun, hal ini mengakibatkan segala sesuatunya tidak berjalan maksimal, mulai dari modal usaha terbatas, harga jual yang tidak bisa terlalu mahal, varian kemasan yang dibuat secukupnya sesuai dengan modal, serta pemasaran produk terbatas, hanya menawarkan pada konsumen yang kenal saja karena menyeimbangkan perputaran keuangan.

Studi yang dilakukan oleh Zuhri (2013), Mas *et al* (2013) dan Sari (2015) menyebutkan bahwa permintaan konsumen yang tinggi akan menjadi peluang besar untuk mengembangkan setiap usaha. Nampaknya hal ini juga berlaku pada produk B'Care *hand sanitizer*, dimana pengetahuan masyarakat tentang kesehatan dirinya dan orang lain, serta kesadaran masyarakat untuk menggunakan *hand sanitizer* demi pencegahan Covid-19 dengan menggunakan *hand sanitizer* ketika di luar rumah menjadi peluang utama keberlangsungan bisnis ini. Kesadaran konsumen dan kebijakan pemerintah (Sari, 2015) yang berlaku hampir sepanjang tahun 2020 akan sangat menguntungkan penjualan produk B'Care, sehingga diharapkan akan menjadi peluang juga untuk terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, baik yang terdampak Covid-19 maupun yang memang belum memiliki pekerjaan (Mas *et al*, 2013).

Disamping itu terdapat pula hal yang menjadi ancaman bagi setiap usaha, yaitu persaingan industry dengan munculnya bisnis serupa (Zuhri, 2013; Mas *et al*, 2013; Sari, 2015). Ancaman terbesar dari produk B'Care *hand sanitizer* ini tidak lain adalah produk serupa dengan *brand* ternama yang dijual di supermarket.

5. Strategi Pengembangan Bisnis *Hand Sanitizer* Pada Fakultas Farmasi UBP Karawang Menghadapi Covid-19

Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis, maka terlebih dahulu harus diketahui *internal factor analysis summary* (IFAS) dan *external factor analysis summary* (EFAS).

Tabel 5. Hasil Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

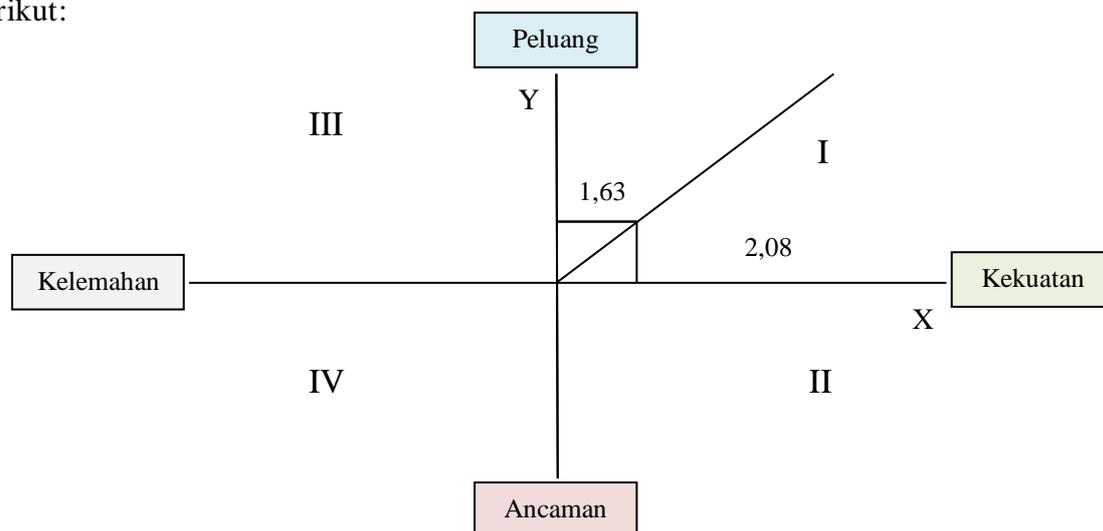
Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
A. Kekuatan			
▪ Kualitas merk (B ³ Care)	0,04	3	0,115
▪ Jumlah produk yang mampu disediakan	0,04	3	0,115
▪ Kemasan produk (botol dan label)	0,04	3	0,115
▪ Warna, bau dan konsistensi cairan	0,04	4	0,154
▪ Efektivitas / kepraktisan penggunaan	0,04	4	0,154
▪ Komposisi bahan yang tertera dalam label kemasan	0,04	3	0,115
▪ Kesesuaian bahan / formula dengan ketentuan WHO	0,04	4	0,154
▪ Ketersediaan dan kesinambungan bahan baku	0,04	3	0,115
▪ Ketersediaan peralatan / alat bantu produksi	0,04	4	0,154
▪ Kesesuaian proses pengolahan dengan ketentuan WHO	0,04	4	0,154
▪ Kepemilikan tempat/laboratorium produksi	0,04	4	0,154
▪ Fasilitas untuk produksi	0,04	3	0,115
▪ Kebersihan dan kerapihan tempat produksi	0,04	3	0,115
▪ Kenyamanan tempat produksi bagi tenaga ahli	0,04	3	0,115
▪ Keamanan tempat untuk memproduksi produk	0,04	3	0,115
▪ Lokasi penjualan produk	0,04	4	0,154
▪ Kesesuaian tenaga ahli khusus (laboran) dengan produk	0,04	4	0,154
▪ Tim pengujian mutu untuk produk	0,04	4	0,154
▪ Dukungan organisasi lain/instansi universitas	0,04	4	0,154
Sub Total	0,73	67	2,58
B. Kelemahan			
▪ Varian kemasan	0,04	-2	-0,077
▪ SDM untuk melakukan pemasaran produk	0,04	-2	-0,077
▪ Kepemilikan modal	0,04	-1	-0,038
▪ Harga jual produk	0,04	-2	-0,077
▪ Perolehan laba (keuntungan) produk	0,04	-2	-0,077
▪ Kemandirian dalam pengelolaan produk	0,04	-2	-0,077
▪ Struktur organisasi dalam pengelolaan produk	0,04	-2	-0,077
Sub Total	0,27	-13	-0,50
Total	1,00	54	2,08

Tabel 6. Hasil Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
A. Peluang			
▪ Kondisi ekonomi masyarakat saat pandemi	0,09	3	0,273
▪ Ekonomi pemerintah mengatasi pandemi	0,09	2	0,182
▪ Peluang bisnis bagi masyarakat	0,09	4	0,364
▪ Kebijakan <i>stay at home</i> , <i>social distancing</i> dan penutupan sejumlah tempat bisnis/usaha	0,09	1	0,091
▪ Pencegahan Covid-19 dengan penggunaan hand sanitizer ketika di luar rumah	0,09	4	0,364
▪ Pengetahuan masyarakat tentang kesehatan dirinya dan orang lain	0,09	1	0,091
▪ Kesadaran masyarakat untuk menggunakan <i>hand sanitizer</i>	0,09	3	0,273
▪ Tingkat keberlanjutan penggunaan <i>hand sanitizer</i> di	0,09	4	0,364

masa yang akan datang			
▪ Ketersediaan teknologi untuk produksi	0,09	2	0,182
Sub Total	0,82	24	2,18
B. Ancaman			
▪ Munculnya bisnis serupa	0,09	-2	-0,182
▪ Inovasi produk serupa	0,09	-4	-0,364
Sub Total	0,18	-6,00	-0,55
Total	1,00	18	1,63

Berdasarkan hasil IFAS dan EFAS, kemudian diketahui posisi strategi pengembangan bisnis yang harus dilakukan oleh Fakultas Farmasi UBP Karawang sebagai berikut:



Gambar 4. Posisi Strategi Pengembangan Bisnis Handsanitizer Fakultas Farmasi UBP Karawang

Penentuan strategi pengembangan bisnis *handsanitizer* Fakultas Farmasi UBP Karawang melalui matriks SWOT dapat dilihat pada tabel 7 berikut:

Tabel 7. Matriks SWOT – Strategi Pengembangan Bisnis *Hand Sanitizer*

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas merk (B'Care) 2. Jumlah produk yang mampu disediakan 3. Kemasan produk (botol dan label) 4. Warna, bau dan konsistensi cairan 5. Efektivitas / kepraktisan penggunaan 6. Komposisi bahan yang tertera dalam label kemasan 7. Kesesuaian bahan / formula dengan ketentuan WHO 8. Ketersediaan dan kesinambungan bahan baku 9. Ketersediaan peralatan / alat bantu produksi 10. Kesesuaian proses pengolahan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Varian kemasan 2. SDM untuk melakukan pemasaran produk 3. Kepemilikan modal 4. Harga jual produk 5. Perolehan laba (keuntungan) produk 6. Kemandirian dalam pengelolaan produk 7. Struktur organisasi dalam pengelolaan produk

	<p>dengan ketentuan WHO</p> <ol style="list-style-type: none"> 11. Kepemilikan tempat/laboratorium produksi 12. Fasilitas untuk produksi 13. Kebersihan dan kerapian tempat produksi 14. Kenyamanan tempat produksi bagi tenaga ahli 15. Keamanan tempat untuk memproduksi produk 16. Lokasi penjualan produk 17. Kesesuaian tenaga ahli khusus (laboran) dengan produk 18. Tim pengujian mutu untuk produk 19. Dukungan organisasi lain/instansi universitas 	
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi ekonomi masyarakat saat pandemic 2. Ekonomi pemerintah mengatasi pandemi 3. Peluang bisnis bagi masyarakat 4. Kebijakan <i>stay at home</i>, <i>social distancing</i> dan penutupan sejumlah tempat bisnis/usaha 5. Pencegahan Covid-19 dengan penggunaan hand sanitizer ketika di luar rumah 6. Pengetahuan masyarakat tentang kesehatan dirinya dan orang lain 7. Kesadaran masyarakat untuk menggunakan <i>hand sanitizer</i> 8. Tingkat keberlanjutan penggunaan <i>hand sanitizer</i> di masa yang akan datang 9. Ketersediaan teknologi untuk produksi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengoptimalkan kualitas agar manfaat produk maksimal • Memperluas jaringan pemasaran sehingga produksi terus berlanjut dan membuka lapangan pekerjaan • Memanfaatkan dukungan organisasi dan instansi untuk bekerja sama dengan pemerintah dengan pengadaan subsidi silang dan distribusi produk berbasis sumber daya lokal ke daerah terpecil di Kabupaten Karawang sebagai upaya pemerintah mengatasi Covid-19 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan kemampuan SDM dalam memasarkan produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang sadar akan kesehatan serta manfaat <i>hand sanitizer</i> • Memanfaatkan peningkatan jumlah permintaan untuk menetapkan harga jual sehingga perolehan laba dan modal <i>balance</i> • Perekrutan masyarakat sekitar terdampak Covid-19 pada struktur organisasi untuk pengelolaan dan pengembangan produk lebih luas • Peningkatan teknologi untuk keberlanjutan pengembangan usaha
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya bisnis serupa 2. Inovasi produk serupa 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk • Pengembangan produk • Menjalin hubungan industrial dengan berbagai subsistem 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan varian kemasan dan inovasi produk dengan menambah varian wangi <i>hand sanitizer</i>

Pembahasan

Pada dasarnya, pengetahuan masyarakat terhadap wabah Covid-19 dan protokol kesehatan dalam masa pandemi ini sudah sangat baik, sehingga kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dirinya sendiri dan orang lain sudah cukup tinggi. Oleh karena itu

berdasarkan matriks SWOT pada tabel 4.6, rumusan strategi utama dalam pengembangan bisnis *hand sanitizer* pada Fakultas Farmasi UBP Karawang dalam menghadapi Covid-19 yaitu:

1. Meningkatkan kualitas produk B'Care *hand sanitizer*:
 - a) Mempertahankan dan mengoptimalkan kualitas produk sehingga manfaat dari produk akan maksimal dirasakan oleh para konsumen.
 - b) Peningkatan kualitas pun termasuk dengan pengembangan varian kemasan dengan menambah varian wangi pada *hand sanitizer* sehingga konsumen lebih tertarik.
 - c) Pengembangan produk selain *hand sanitizer*
2. Meningkatkan atau memperbaharui teknologi dalam pembuatan *hand sanitizer* untuk keberlanjutan pengembangan usaha di masa depan. Persaingan di masa yang akan datang semakin mengedepankan kecanggihan teknologi, sehingga produsen harus terus melakukan *update* pada teknologi yang digunakan dalam proses produksi.
3. Melakukan perbaikan struktur organisasi dalam pengelolaan produk:
 - a) Perekrutan terhadap tenaga ahli dalam pengelolaan sistem manajemen diperlukan agar usaha tetap berjalan. Salah satu factor utama yang menghambat pengembangan usaha B'Care yaitu tidak fokusnya organisasi dalam mengelola bisnis tersebut karena kesibukan atau munculnya inovasi produk lain yang lebih menantang.
 - b) Keterlibatan masyarakat dalam struktur organisasi diharapkan menumbuhkan rasa tanggung jawab untuk menghasilkan laba yang semakin besar, sehingga dapat menciptakan lapangan kerja.
4. Memperluas jaringan pemasaran:
 - a) Meningkatkan keterampilan SDM dalam melakukan pemasaran menjadi kunci utama dalam memperluas pemasaran produk.
 - b) Dapat menjalin kerjasama dengan industry serupa, sehingga munculnya bisnis serupa tidak lagi menjadi ancaman, tetapi menjadi peluang untuk kerjasama menjadi narasumber cara pembuatan *hand sanitizer* yang baik, bahkan apabila memungkinkan dapat melakukan pemasaran secara bersama-sama.
 - c) Menjaln kerjasama dengan pemerintah untuk pendistribusian ke daerah-daerah terpencil Kabupaten Karawang sebagai upaya pemerintah mengatasi Covid-19 dan apresiasi pemerintah terhadap hasil karya masyarakat Karawang.



Gambar 5.

Strategi Pengembangan Bisnis *Hand Sanitizer* Pada Fakultas Farmasi UBP Karawang

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa strategi pengembangan bisnis *hand sanitizer* pada Fakultas Farmasi UBP Karawang dalam menghadapi Covid-19 yaitu: (1) Meningkatkan kualitas; (2) Meningkatkan teknologi; (3) Perbaikan struktur organisasi; dan (4) Memperluas pemasaran. Diharapkan perusahaan/organisasi dapat menerapkan strategi pengembangan dalam bisnisnya. Bagi penelitian selanjutnya dapat berfokus pada evaluasi dari implementasi strategi pengembangan bisnis ini.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred. R & David, Forest. R. 2016. Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing. Jakarta: Salemba Empat
- Gorbalenya, Alexander E. 2020. Severe acute respiratory syndrome-related coronavirus – The species and its viruses, a statement of the Coronavirus Study Group. *bioRxiv*: 2020.02.07.937862. doi:10.1101/2020.02.07.937862.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. 2011. Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 12(1), 45-55.
- Mas, V.H., Yantu, M. and Howara, D., 2013. Prospek Pengembangan Usaha Pada Industri Rumah Tangga Kacang Telur “Ohara” Kota Palu. *Agrotekbis*, 1(1).
- Pneumonia of Unknown Cause in China – Watch – Level 1, Practice Usual Precautions – Travel Health Notices | Travelers' Health | CDC". *wwwnc.cdc.gov*. 6 Januari 2020. Diarsipkan dari versi asli tanggal 8 Januari 2020. Diakses tanggal 7 Januari 2020.

- Rangkuty, Freddy. 2003. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sari, T.Y., Hudoyo, A. and Nugraha, A., 2015. Analisis finansial dan strategi pengembangan usaha perdagangan telur eceran: studi kasus di pasar tradisional Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 3(3).
- WHO. 2020. https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200323-sitrep-63-covid-19.pdf?sfvrsn=d97cb6dd_2. Diakses tanggal 24 Maret 2020
- WHO. 2020. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>. Diakses tanggal 24 Maret 2020
- WHO. 2020. WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020". *www.who.int*. Diakses tanggal 2020-03-24.
- www.covid19.go.id. Diakses 24-03-2020
- www.kbbi.web.id. Diakses 25-03-2020
- www.pikobar.jabarprov.go.id . diakses 24-03-2020
- Zuhri, S., 2013. Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(3).