

IDENTIFIKASI PERMASALAHAN USAHA PADA UMKM TI-HERB DENGAN PENDEKATAN ISHIKAWA DAN PARETO

IDENTIFICATION OF BUSINESS PROBLEMS IN TI-HERB UMKM USING THE ISHIKAWA AND PARETO APPROACHES

SITI MASLIHATUL KHOIRIYAH¹, SIWITRI MUNAMBAR^{2*}, FITRIA NAIMATU SADIYAH^{3*}

Jurusan Pertanian, Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta - Magelang

*E-mail : siwiyk@gmail.com, fitrianaimatus@gmail.com

ABSTRAK

UMKM Ti-Herb merupakan usaha minuman fungsional berbahan rosela yang masih menghadapi berbagai permasalahan usaha sehingga menyebabkan penjualan belum optimal. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi akar permasalahan usaha dan menentukan prioritas perbaikan menggunakan pendekatan Analisis Ishikawa dan Pareto. Penelitian menggunakan metode *mix method*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan informan yang dipilih secara *purposive sampling*. Analisis Ishikawa digunakan untuk mengidentifikasi akar penyebab permasalahan berdasarkan aspek *man, method, machine, material, money*, dan *environment*, sedangkan Analisis Pareto digunakan untuk menentukan prioritas permasalahan berdasarkan prinsip *vital few and trivial many*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akar permasalahan dominan berasal dari aspek *method, man, money*, dan *environment*, khususnya sistem pemasaran yang belum terstruktur, segmentasi pasar yang kurang jelas, motivasi kerja yang rendah, keterbatasan jangkauan pemasaran, persaingan pasar, dan pencatatan keuangan yang belum optimal. Hasil Analisis Pareto menunjukkan kategori prioritas A (*vital few*) dengan persentase kumulatif 71,9% merupakan faktor dominan yang menjadi fokus utama perbaikan. Integrasi Analisis Ishikawa dan Pareto mampu mengidentifikasi hubungan sebab-akibat sekaligus menetapkan prioritas penanganan masalah secara lebih terarah. Perbaikan yang difokuskan pada aspek pemasaran, sumber daya manusia, dan pengelolaan keuangan diharapkan mendukung peningkatan kinerja usaha dan optimasi penjualan UMKM Ti-Herb.

Kata Kunci : Diagram Ishikawa, Fishbone, Pareto, Pemasaran, UMKM

ABSTRACT

Ti-Herb MSME is a functional drink business made from roselle that still faces various business problems that cause sales to be less than optimal. This study aims to identify the root causes of business problems and determine improvement priorities using the Ishikawa and Pareto Analysis approaches. The study used a mixed method. Data collection was carried out through observation, in-depth interviews, and Focus Group Discussions (FGDs) with informants selected by purposive sampling. Ishikawa Analysis was used to identify the root causes of problems based on the aspects of man, method, machine, material, money, and environment, while Pareto Analysis was used to determine problem priorities based on the principles of vital few and trivial many. The results showed that the dominant root causes came from the aspects of method, man, money, and environment, especially the unstructured marketing system, unclear market segmentation, low work motivation, limited marketing reach, market competition, and suboptimal financial records. The results of the Pareto Analysis showed that priority category A (vital few) with a cumulative percentage of 71.9% was the dominant factor that became the main focus of improvement. The integration of Ishikawa and Pareto Analysis was able to identify cause-effect relationships while setting priorities for problem handling in a more focused manner. Improvements focused on marketing, human resources, and financial management are expected to support improved business performance and sales optimization for the Ti-Herb MSME.

Keywords: Ishikawa Diagram, Fishbone, Pareto Diagram, Marketing, MSME

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian, (Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2008). Sektor usaha yang berkembang kini adalah minuman fungsional berbahan tanaman biofarmaka, seperti rosela yang memiliki nilai kesehatan dan potensi pasar yang cukup baik (Boga, 2025). UMKM Ti-Herb merupakan usaha yang mengolah rosela menjadi minuman herbal dengan peluang pasar yang menjanjikan.

Kenyataannya, dalam pelaksanaan usaha UMKM Ti-Herb menghadapi permasalahan berupa penjualan yang belum optimal dan cenderung tidak stabil. Kondisi ini ditunjukkan oleh fluktuasi penjualan serta keterbatasan jangkauan pemasaran. Permasalahan penjualan pada UMKM umumnya dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, dalam hal ini sesuai dengan John R. Grout (1997) dalam Sucipto, B. & Kushendar, D.H (2023), analisis *fishbone* atau Ishikawa dapat membantu pengambilan keputusan dalam mengidentifikasi faktor-faktor penyebab masalah yang beragam dan saling terkait sehingga diperlukan

pendekatan analisis yang mampu mengidentifikasi akar penyebab secara sistematis. Analisis Ishikawa digunakan dalam penelitian ini untuk mengelompokkan faktor penyebab ke dalam beberapa kategori utama, yaitu *man*, *method*, *machine*, *material*, *money*, dan *environment*, sehingga diperoleh gambaran menyeluruh mengenai sumber permasalahan.

Penyelesaian permasalahan usaha memerlukan pendekatan yang tidak hanya mampu menelusuri akar penyebab masalah, tetapi juga menentukan prioritas permasalahan yang paling berpengaruh terhadap kinerja usaha. Menyangkut hal tersebut digunakanlah Analisis Pareto untuk menentukan prioritas masalah berdasarkan prinsip 80/20 yang menyatakan bahwa sekitar 80% dampak atau masalah berasal dari hanya 20% penyebab utama, sehingga faktor yang paling dominan dapat diprioritaskan untuk penanganan penyelesaian masalah (Pyzdek, 2021). Pendekatan pareto pada analisis permasalahan di UMKM Ti-Herb ini digunakan dalam pengambilan keputusan pada aspek krusial agar mengurangi risiko kesalahan sejalan dengan penelitian (Mulawarman, 2026).

Kombinasi Analisis Ishikawa dan Pareto dinilai mampu memberikan

pendekatan yang komprehensif, yaitu mengidentifikasi akar masalah sekaligus menentukan prioritas penyelesaian secara lebih tepat sasaran. Penelitian sebelumnya menunjukkan integrasi kedua metode tersebut efektif digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan perbaikan yang lebih fokus, (Lenawati *et al.*, 2023).

Permasalahan pada UMKM Ti-Herb menunjukkan bahwa hambatan usaha dipengaruhi berbagai faktor yang saling berkaitan, sehingga perlu diidentifikasi akar masalah dan prioritas penanganannya. Berdasarkan kerangka tersebut, Analisis Ishikawa dan Pareto dipilih sebagai pendekatan utama karena mampu merepresentasikan hubungan sebab-akibat permasalahan usaha serta menetapkan prioritas penanganan berdasarkan kontribusi masing-masing masalah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis akar permasalahan usaha pada UMKM Ti-Herb serta mengidentifikasi prioritas perbaikan melalui integrasi Analisis Ishikawa dan Pareto, sehingga dapat memberikan dasar analitis yang lebih sistematis dalam mendukung pengambilan keputusan perbaikan usaha, khususnya pada skala UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2025 hingga April 2026 di UMKM Ti-Herb yang berlokasi di Kota Yogyakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan dukungan data kuantitatif sederhana. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan *Forum Group Discussion* (FGD).

Analisis permasalahan dilakukan menggunakan Diagram Ishikawa (fishbone diagram) dan Analisis Pareto. Diagram ini terdiri dari tulang utama (*major causes*) dan tulang duri/cabang penyebab (*minor causes*). Tulang utama merepresentasikan kelompok besar faktor penyebab masalah, sedangkan tulang duri merupakan rincian faktor-faktor spesifik yang menjadi penyebab pada setiap kelompok utama. Diagram Ishikawa digunakan untuk mengidentifikasi akar penyebab permasalahan usaha dengan mengelompokkan faktor penyebab ke dalam enam kategori (6M), yaitu *man*, *method*, *machine*, *material*, *money*, dan *environment* (D. H. Kushendar & Sucipto, 2023). Identifikasi faktor penyebab diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan validasi melalui FGD.

Selanjutnya dilakukan Analisis Pareto untuk menentukan prioritas masalah dominan. Setiap permasalahan diberi nilai frekuensi dengan skor penilaian 1 – 100,

semakin tinggi nilainya menunjukkan semakin besar tingkat prioritas atau pengaruh permasalahan. Klasifikasi prioritas menggunakan prinsip 80/20 yang menyatakan bahwa sekitar 80% dampak atau masalah berasal dari hanya 20% penyebab utama, sehingga faktor yang paling dominan dapat diprioritaskan untuk penanganan penyelesaian masalah (Pyzdek, 2021) dengan batas kategori prioritas masalah diukur dari nilai frekuensi kumulatif:

- Kategori A = 70–80% kumulatif (prioritas utama)
- Kategori B = 15–25% berikutnya (prioritas menengah)
- Kategori C = 5–10% sisanya (prioritas rendah)

Pendekatan kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam berdasarkan kondisi nyata di lapangan serta interaksi antar faktor yang memengaruhi suatu permasalahan seperti pada penelitian (Sundari *et al.*, 2024). Penentuan informan dilakukan secara *purposive sampling*, yang memilih responden berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2022). Informan dalam penelitian ini berjumlah enam orang yang terdiri dari informan utama 2 orang, informan kunci 3 orang, dan informan

pendukung 1 orang yang memiliki pengetahuan serta pengalaman terkait usaha yang diteliti.

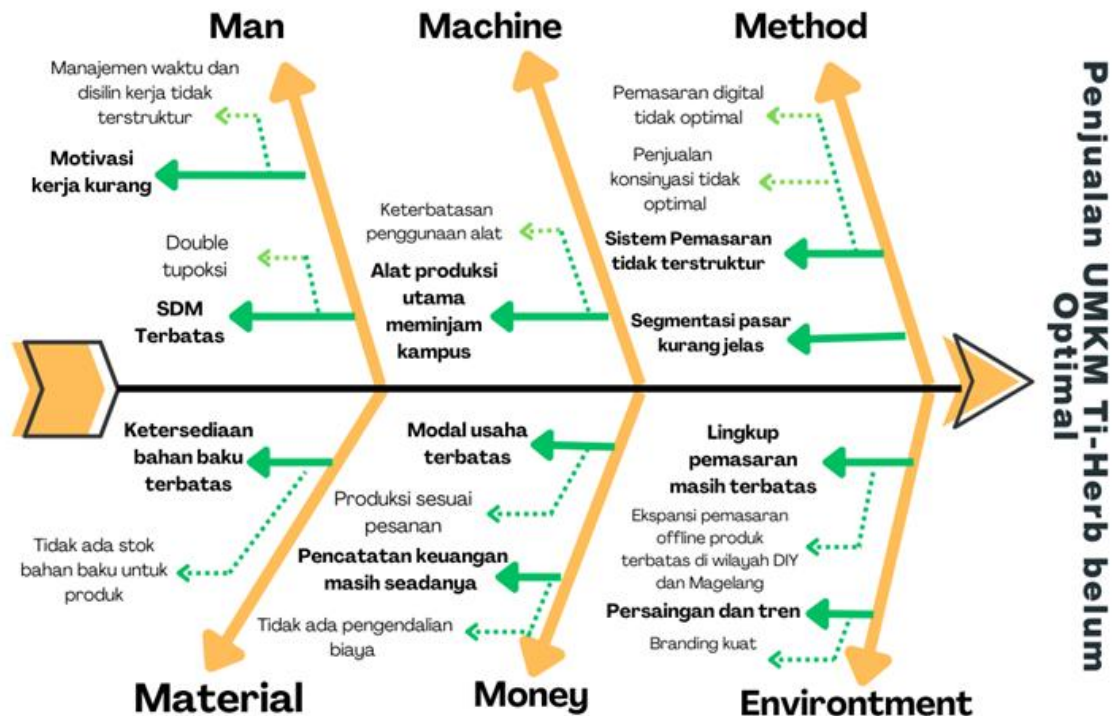
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi Permasalahan UMKM Ti-Herb

Hasil observasi menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran digital masih dilakukan secara terbatas dan belum konsisten, baik dari segi frekuensi unggahan, kualitas konten, maupun strategi komunikasi pemasaran. Pengelolaan penjualan melalui sistem konsinyasi belum dilakukan secara optimal, terutama dalam hal monitoring penjualan, evaluasi kinerja mitra, serta pengendalian arus kas dari pembayaran konsinyasi.

Ketidakstabilan pendapatan usaha, yang tercermin dari fluktuasi penjualan pada periode November 2024 hingga November 2025. Bahkan pada bulan tertentu, seperti Agustus hingga September 2025, tidak terdapat pendapatan (Rp 0), yang menunjukkan adanya permasalahan serius dalam sistem penjualan dan distribusi produk. Selain aspek pemasaran, permasalahan juga ditemukan pada beberapa aspek internal usaha.

B. Analisis Ishikawa



Gambar 1. Diagram fishbone/ishikawa

Pendekatan ini mengelompokkan faktor penyebab ke dalam enam kategori utama melalui tulang ikan dari ada komponen aspek masalah, yaitu *Man*, *Method*, *Machine*, *Material*, *Money*, dan *Environment*. Pada tulang ikan utamanya merupakan pokok permasalahan penjualan usaha UMKM Ti-Herb yang belum optimal, sehingga diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai sumber permasalahan.

1) Aspek Sumber Daya Manusia (Man)

Akar permasalahan pada aspek ini terletak pada keterbatasan jumlah tenaga kerja serta rendahnya motivasi dan disiplin kerja. Pada kenyataannya Sumber Daya Manusia (SDM) adalah komponen struktur

utama dalam sebuah organisasi (Pratiwi *et al.*, 2025). Keterbatasan SDM pada UMKM Ti-Herb ini menyebabkan terjadinya double job (double tupoksi), dimana satu individu menangani lebih dari satu pekerjaan. Kondisi ini berdampak pada ketidakefektifan kinerja karena beban kerja melebihi kapasitas individu. Hal ini sejalan dengan pendapat Hasanah & Nuruddin (2022), yang menyatakan bahwa keterbatasan kemampuan manusia dalam menangani beban kerja berlebih dapat menurunkan kinerja sistem kerja.

Selain itu, motivasi kerja yang kurang serta manajemen waktu yang belum terstruktur turut memengaruhi produktivitas. Kurniawan & Rizki (2022)

menyatakan bahwa semakin tinggi motivasi kerja maka semakin tinggi pula kinerja yang dihasilkan. Pada UMKM Ti-Herb, rendahnya motivasi kerja berdampak pada kurang optimalnya pelaksanaan kegiatan operasional, terutama pada bidang pemasaran.

2) Aspek Metode (Method)

Aspek metode menjadi salah satu faktor dalam permasalahan usaha, terutama terkait dengan sistem pemasaran yang belum terstruktur. Aktivitas pemasaran masih dilakukan secara tidak konsisten dan belum berbasis strategi seperti segmentasi pasar dan perencanaan pemasaran. Disisi lain menurut Ulfah *et al.*, (2021, strategi pemasaran yang terencana dan berbasis segmentasi pasar merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Didukung dengan adanya saluran pemasaran yang tidak tepat menambah biaya pemasaran yang sia-sia (Nirmayani *et al.*, 2024). Namun, pada UMKM Ti-Herb, metode pemasaran masih terbatas pada penjualan langsung, konsinyasi, dan promosi sederhana melalui media sosial. Selain itu, pemanfaatan media digital belum dilakukan secara optimal, baik dari segi konsistensi maupun strategi konten. Hal ini berdampak pada rendahnya jangkauan pasar dan kurangnya efektivitas pemasaran.

3) Aspek Material (Bahan Baku)

UMKM Ti-Herb masih bergantung pada pemasok tertentu untuk memperoleh bahan baku, sehingga berpotensi mengalami ketidakstabilan pasokan. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Rahmadani & Subroto (2022), yang menyatakan bahwa keterbatasan bahan baku dapat memengaruhi kapasitas produksi dan keberlangsungan usaha UMKM.

Selain itu, belum adanya sistem manajemen persediaan menyebabkan produksi masih berbasis *make to order*. Sistem ini memang dapat mengurangi risiko penumpukan stok, namun di sisi lain membatasi kemampuan usaha dalam memenuhi permintaan dalam jumlah besar secara cepat.

4) Aspek Keuangan (Money)

Keterbatasan modal menyebabkan UMKM Ti-Herb tidak mampu melakukan produksi dalam skala besar maupun ekspansi usaha. Selain itu, sistem pencatatan keuangan yang masih sederhana menyebabkan lemahnya pengendalian biaya.

Menurut Reswita *et al.*, (2022) pencatatan keuangan yang baik akan membantu pelaku usaha dalam mengelola arus kas serta pengambilan keputusan usaha secara lebih terarah. Namun, pada

UMKM Ti-Herb, pencatatan keuangan masih belum didukung oleh sistem evaluasi dan pengendalian yang terstruktur.

5) Aspek Mesin/Peralatan (Machine)

UMKM Ti-Herb masih menggunakan peralatan produksi yang terbatas dan sebagian masih memanfaatkan fasilitas pinjaman. Kondisi ini dapat menghambat fleksibilitas produksi, terutama ketika permintaan meningkat. Dalam jangka panjang keterbatasan alat produksi dapat menjadi hambatan dalam pengembangan usaha.

6) Aspek Lingkungan (Environment)

Pada aspek lingkungan, ditemukan beberapa faktor utama yaitu terbatasnya jangkauan pemasaran, persaingan usaha, serta belum kuatnya branding produk. Jangkauan pemasaran UMKM Ti-Herb masih terbatas pada wilayah lokal sehingga potensi pasar yang lebih luas belum tergarap secara optimal. Selain itu, segmentasi pasar yang belum jelas menyebabkan strategi pemasaran kurang tepat sasaran.

Menurut Nugraheni & Palupiningtyas (2024), tren peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk kesehatan seharusnya menjadi peluang bagi UMKM. Namun, pada UMKM Ti-Herb, peluang tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal karena keterbatasan strategi pemasaran dan branding.

Hasil analisis ini selanjutnya menjadi dasar dalam penentuan prioritas masalah menggunakan Analisis Pareto, sehingga strategi yang dirumuskan dapat lebih fokus pada faktor-faktor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap permasalahan.

C. Analisis Pareto

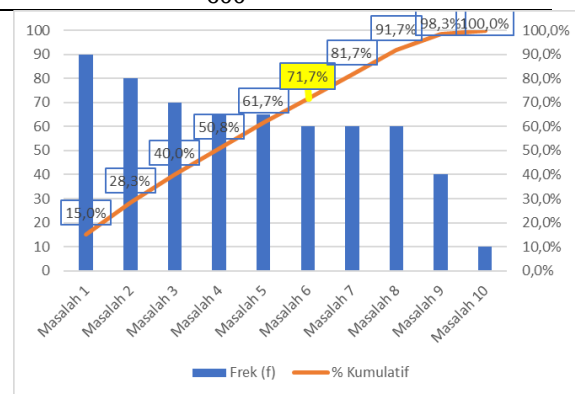
Pada analisis pareto penelitian ini dilakukan pembobotan akar masalah sebanyak 2 kali yaitu setelah analisis ishikawa dibentuk pemetaan berdasarkan prioritas masalah. Kemudian dilanjutkan dengan kegiatan *Forum Group Discussion* (FGD) untuk memvalidasi hasil pareto bersama para informan. Berikut dipaparkan pemetaan permasalahan awal pada Tabel 2.1 Pemetaan Permasalahan Awal

Tabel 1 Pemetaan pareto awal

Kode Masalah	Permasalahan	Kategori	Frek (f)	%	% Kumulatif
1	Sistem pemasaran tidak terstruktur (pemasaran digital dan penjualan konsinyasi tidak optimal)	Method	90	15%	15,0%
2	Modal usaha terbatas (produksi harus sesuai dengan pesanan)	Money	80	13,3%	28,3%

3	Motivasi kerja kurang (manajemen waktu dan disiplin kerja tidak terstruktur)	Man	70	11,7 %	40,0%
4	Lingkup pemasaran masih terbatas (ekspansi pemasaran produk terbatas di wilayah DIY dan Magelang)	Environment	65	10,8%	50,8%
5	Persaingan & tren pasar (branding produk belum kuat)	Environment	65	10,8%	61,7%
6	Segmentasi pasar kurang jelas	Method	60	10,0%	71,7%
7	SDM terbatas (double tupoksi)	Man	60	10,0%	81,7%
8	Pencatatan keuangan masih seadanya (tidak ada pengendalian biaya)	Money	60	10,0%	91,7%
9	Ketersediaan bahan baku terbatas (tidak ada stok bahan baku untuk produk)	Material	40	6,7%	98,3%
10	Alat produksi utama meminjam kampus (keterbatasan penggunaan alat)	Machine	10	1,7%	100,0%
TOTAL			600		

Permasalahan dengan nilai frekuensi tertinggi terdapat pada sistem pemasaran yang tidak terstruktur dengan nilai sebesar 90. Permasalahan sistem pemasaran tersebut merupakan faktor dominan yang sering muncul dan paling berpengaruh terhadap rendahnya kinerja penjualan. Sebaliknya, permasalahan dengan nilai frekuensi terendah terdapat pada keterbatasan alat produksi dengan nilai sebesar 10. Rendahnya nilai ini menunjukkan bahwa faktor tersebut memiliki pengaruh yang relatif kecil dibandingkan dengan permasalahan lainnya.



Gambar 2. Grafik analisis pareto

Berdasarkan hasil analisis pareto yang telah disajikan dalam bentuk grafik analisis pareto awal. Kali ini lasifikasi prioritas permasalahan dibagi berdasarkan presentase kumulatif. Berikut klasifikasi prioritas permasalahan pada UMKM Ti-Herb:

1) Kategori Prioritas A (*Vital Few*)

Prioritas utama dengan nilai 70-80% dari total masalah yang ada pada tabel 1. Pemetaan pareto awal mencakup masalah nomor 1 yaitu masalah sistem pemasaran tidak terstruktur (pemasaran digital dan penjualan konsinyasi tidak optimal) hingga masalah nomor 6 pada masalah segmentasi pasar kurang jelas. Pada masalah nomor 1 hingga 6 ini termasuk kategori prioritas A dengan total presentase kumulatif 71,7%.

2) Kategori Prioritas B (*Secondary priority*)

Permasalahan kategori prioritas B menyumbang kontribusi frekuensi kumulatif 15-20 % dari total masalah yang ada pada kategori B berada di permasalahan nomor 7 yaitu segmentasi pasar yang kurang jelas dan nomor 8 yaitu masalah pencatatan keuangan dengan total frekuensi kumulatif 20%

3) Kategori Prioritas C (*Trivial Many*)

Permasalahan dengan kontribusi total frekuensi kumulatif 5-20% dari total masalah yaitu 8,33%. Permasalahan yang mencakup pada kategori ini ada pada masalah nomor 9 dengan masalah ketersediaan bahan baku terbatas (tidak ada stok bahan baku untuk produk) dan masalah nomor 10 alat produksi yang masih meminjam.

Hasil prioritas permasalahan pada analisis pareto awal akan divalidasi bersama informan di tahap pengambilan data selanjutnya yaitu *Forum Group Discussion* (FGD)

D. Prioritas Perbaikan

Temuan ini menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi UMKM Ti-Herb tidak hanya berasal dari satu aspek, melainkan permasalahan multidimensional yang saling berkaitan antara aspek internal dan eksternal usaha.

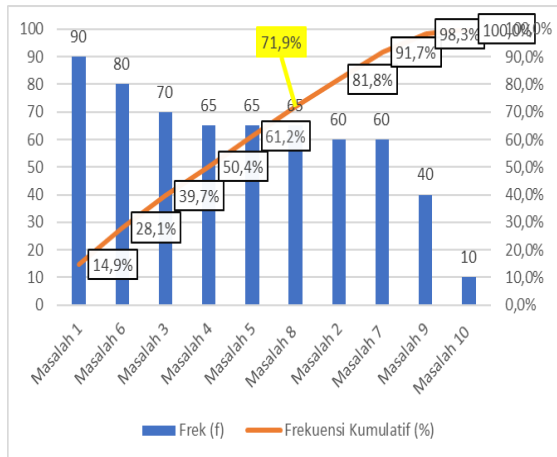
Tabel 2. Tabel pemetaan pareto akhir

Kode Masalah	Permasalahan	Kategori	Frek (f)	%	Frekuensi Kumulatif (%)	Ket. Posisi
Masalah 1 (Kategori A)	Sistem pemasaran tidak terstruktur (pemasaran digital dan penjualan konsinyasi tidak optimal)	Method	90	14,9%	14,9%	Tetap
Masalah 6 (Kategori A)	Segmentasi pasar kurang jelas	Method	80	13,2%	28,1%	Berubah
Masalah 3 (Kategori A)	Motivasi kerja kurang (manajemen waktu dan	Man	70	11,6%	39,7%	Tetap

	disiplin terstruktur)	kerja	tidak					
Masalah 4 (Kategori A)	Lingkup pemasaran masih terbatas (ekspansi pemasaran produk terbatas di wilayah DIY dan Magelang)		Environ- ment	65	10,7%	50,4%	Tetap	
Masalah 5 (Kategori A)	Persaingan & tren pasar (branding produk belum kuat)		Environ- ment	65	10,7%	61,2%	Tetap	
Masalah 8 (Kategori A)	Pencatatan keuangan masih seadanya (tidak ada pengendalian biaya)		Money	65	10,7%	71,9%	Berubah	
Masalah 2 (Kategori B)	Modal usaha terbatas (produksi harus sesuai dengan pesanan)		Money	60	9,9%	81,8%	Berubah	
Masalah 7 (Kategori B)	SDM terbatas (double tupoksi)		Man	60	9,9%	91,7%	Berubah	
Masalah 9 (Kategori C)	Ketersediaan bahan baku terbatas (tidak ada stok bahan baku untuk produk)		Material	40	6,6%	98,3%	Tetap	
Masalah 10 (Kategori C)	Alat produksi utama meminjam kampus (keterbatasan penggunaan alat)		Machine	10	1,7%	100,0%	Tetap	
TOTAL				605	1,00	71,9%		

Berdasarkan hasil analisis Pareto sebelum dan setelah pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD), terdapat perubahan dalam urutan prioritas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Ti-Herb. Sebelum dilakukan FGD, hasil analisis Pareto menunjukkan bahwa permasalahan prioritas ada pada masalah nomor 1 masalah sistem pemasaran tidak terstruktur (pemasaran digital dan penjualan konsinyasi tidak optimal), masalah nomor 2 tentang modal usaha terbatas (produksi harus sesuai dengan pesanan), masalah

nomor 3 dengan masalah motivasi kerja kurang (manajemen waktu dan disiplin kerja tidak terstruktur), masalah nomor 4 yaitu lingkup pemasaran masih terbatas (ekspansi pemasaran produk terbatas di wilayah DIY dan Magelang), masalah nomor 5 dengan permasalahan persaingan & tren pasar (branding produk belum kuat), dan masalah nomor 6 tentang segmentasi pasar kurang jelas tidak hanya terfokus pada aspek pemasaran, tetapi juga mencakup aspek permodalan dan sumber daya manusia.



Gambar 3. Grafik analisis pareto akhir

Klasifikasi kategori prioritas permasalahan menjadi berubah pada tahap analisis pareto akhir. Hasil analisis Pareto setelah FGD menunjukkan bahwa kode masalah 6 yaitu segmentasi pasar yang kurang jelas menjadi berubah posisi menjadi urutan kedua dengan nilai frekuensi 80 dan nilai presentase 13,2%. Hal ini mengindikasikan bahwa permasalahan tersebut telah divalidasi bersama dengan para informan untuk memprioritaskan dan menambah nilai dalam kode masalah 2. Berdasarkan kesepakatan diskusi apabila ingin optimasi penjualan meningkat dari usaha yang masih skala kecil seperti UMKM Ti-Herb ini segmentasi pasar sangatlah penting. Kemudian selama diskusi bersama para informan utama, informan kunci 1,2,3, dan informan pendukung sepakat adanya penambahan nilai menjadi 80 atas dasar

pengalaman para *ekspertis* dalam pemasaran produk usaha UMKM.

Perubahan dengan kode masalah 8 yaitu pencatatan keuangan masih seadanya berada pada posisi urutan keenam awalnya mengalami perubahan nilai frekuensi 65 dan nilai presentase 10,7%. Kategori permasalahan keuangan menjadi kategori A atau kategori masalah prioritas yang perlu segera diselesaikan, maka dengan validasi bersama para informan menyatakan sepakat apabila nilai frekuensi dari kode masalah 8 ini menjadi 65 yang sebelum 60. Hal ini didasari atas diskusi dalam usaha pembukuan uang itu penting dan perlu untuk segera diperbaiki. Timbul kesepakatan peningkatan nilai frekuensi masalah pencatatan keuangan.

Kode masalah 2 yaitu masalah modal usaha yang terbatas mengalami perubahan dengan nilai frekuensi sebelumnya 80 menjadi 60 dan presentase 9,9%. Permasalahan yang dianggap penting sebelumnya menjadi berubah kategorinya dikarenakan skala usaha UMKM Ti-Herb ini menurut informan kunci 2 dan 3 dan disepakati seluruh informan, sebenarnya tidak perlu mengupayakan atau mementingkan permodalan terlebih dahulu. Mengingat kondisi usaha yang masih berkembang dan baru memulai, ditakutkan akan ada hal yang tidak ingin

terjadi seperti kesulitan mengembalikan modal. Sehingga kode masalah 2 yaitu modal nilai frekuensinya diturunkan dan menempati posisi urutan ke delapan.

Kode masalah 7 yaitu permasalahan SDM terbatas juga mengalami perubahan dari posisi urutan permasalahan 6 menjadi turun ke urutan delapan. Hal ini diakibatkan bergesernya posisi atas penyesuaian nilai frekuensi dari permasalahan yang sudah disepakati perubahan nilai frekuensinya dalam diskusi. Klasifikasi kategori permasalahan diukur dari ketentuan :

- Kategori A (*vital few*) prioritas utama dengan 70-80% total masalah
- Kategori B (*secondary priority*) menyumbang 15-25%
- Kategori C (*trivial many*) menyumbang 5-10%

Disesuaikan dari hasil pemetaan analisis pareto akhir setelah validasi *Forum Group Discussion* (FGD) tergambar melalui Gambar 3. Grafik analisis pareto akhir, bahwa kategori A mencapai frekuensi kumulatif 71,9 % sehingga enam permasalahan pertama diklasifikasikan sebagai prioritas masalah utama.

Kategori B (*Secondary priority*) merupakan kelompok masalah yang menyumbang 15-25% dari total masalah. Pada hasil tabel 2. dan gambar 3. Klasifikasi prioritas masalah kategori B diperoleh dari selisih frekuensi kumulatif $91,7\% - 71,9\% = 19,8\%$. Nilai ini berada pada rentang kategori prioritas menengah.

Sementara kategori C (*trivial many*) merupakan kelompok masalah dengan kontribusi sekitar 5-10% sisa dari total masalah. Berdasarkan grafik diatas, kontribusi kategori C diperoleh dari selisih $100\% - 91,7\% = 8,3\%$. Angka ini termasuk dalam klasifikasi prioritas rendah. Dengan demikian klasifikasi hasil penelitian dari analisis pareto akhir telah sesuai dengan prinsip pareto 80/20, yaitu sebagian kecil masalah dominan (71,9%) berkontribusi terhadap sebagian besar permasalahan usaha.

Perubahan kategori dan nilai frekuensi menunjukkan bahwa melalui FGD, informan dan pemangku kepentingan usaha mampu mengidentifikasi secara lebih mendalam akar permasalahan yang sebenarnya, sehingga fokus perbaikan menjadi lebih terarah. Selain itu, hasil Pareto setelah FGD menunjukkan bahwa sebagian besar permasalahan terkonsentrasi pada kategori Ishikawa pada aspek pemasaran (method), aspek sumber

daya manusia (SDM), aspek lingkungan (Environment), dan aspek keuangan (Money), yang meliputi permasalahan:

- 1) Sistem pemasaran tidak terstruktur (pemasaran digital dan penjualan konsinyasi tidak optimal)
- 2) Segmentasi pasar kurang jelas
- 3) Motivasi kerja kurang (manajemen waktu dan disiplin kerja tidak terstruktur)
- 4) Lingkup pemasaran masih terbatas (ekspansi pemasaran produk terbatas di wilayah DIY dan Magelang)
- 5) Persaingan & tren pasar (branding produk belum kuat)
- 6) Pencatatan keuangan masih seadanya (tidak ada pengendalian biaya)

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa optimasi penjualan pada UMKM Ti-Herb perlu difokuskan pada perbaikan strategi pemasaran sebagai faktor utama di permasalahan sistem pemasaran tidak terstruktur, segmentasi pasar kurang jelas, lingkup pemasaran masih terbatas, dan persaingan dan tren pasar yang mempengaruhi kinerja penjualan. Didukung dari permasalahan aspek SDM yaitu motivasi kerja kurang dan aspek keuangan dengan permasalahan pencatatan keuangan masih seadanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa permasalahan penjualan UMKM Ti-Herb disebabkan oleh faktor yang saling berkaitan, terutama pada aspek *method*, *man*, *environment* dan *money*.

Hasil Analisis Pareto akhir menunjukkan bahwa prioritas utama dengan nilai masalah-masalah nomor 1-6 pada pareto akhir dengan frekuensi kumulatif 71,9% masuk ke klasifikasi permasalahan kategori A dimana masuk ke dalam skala 70-80%. Meliputi masalah sistem pemasaran tidak terstruktur, segmentasi pasar kurang jelas, motivasi kerja rendah, keterbatasan jangkauan pemasaran, persaingan pasar, serta pencatatan keuangan yang belum optimal. Dengan demikian, kelemahan sistem pemasaran yang didukung keterbatasan SDM dan keuangan menjadi faktor utama rendahnya penjualan.

B. Saran

UMKM Ti-Herb perlu menyusun strategi untuk meningkatkan penjualan berdasarkan permasalahan yang masuk dalam kategori A atau *vital few* hasil akhir analisis pareto setelah divalidasi pada FGD. Strategi bisa melalui perbaikan sistem pemasaran yang terstruktur, meningkatkan kinerja dan pembagian tugas

SDM, serta memperbaiki pencatatan dan pengelolaan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Boga, K. (2025, March 26). *Kemandirian Obat Melalui Tanaman Biofarmaka*. Pertanian.Go.Id. <https://perkebunan.brmp.pertanian.go.id/berita/kemandirian-obat-melalui-tanaman-biofarmaka>
- Hasanah, S. N., & Nuruddin, M. (2022). Analisis Keandalan pada Operator Grinding Menggunakan Metode Cognitive Reliability and Error Analysis di PT Ravana Jaya. *Serambi Engineering*, VII(3).
- Kurniawan, I. S., & Rizki, F. AL. (2022). Pengaruh Stres Kerja, Beban Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Perkebunan Mitra Ogan. *Jurnal Sosains (Sosial Dan Sains)*, Volume 2, 104–110. <https://sosains.greenvest.co.id/index.php/sosains/article/view/316/658>
- Kushendar, D. H., & Sucipto, B. (2023). *Pengambilan Keputusan dan Kepemimpinan* (Kodri, Ed.). Penerbit Adab CV. Adanu Abimata. <https://books.google.co.id/books?id=sRPAEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Lenawati, M., Setiawan, D., & Rindra Kurniawan, W. (2023). Menentukan Prioritas Audit Sistem dan Teknologi Informasi Berdasarkan Root Cause Analysis Menggunakan Pareto Chart dan Fishbone. *Fountain of Informatics Journal*, 8(1), 15–20. <https://doi.org/10.21111/fij.v8i1.9440>
- Mulawarman, L. (2026). Pareto Analysis dalam Menentukan Prioritas Inovasi Produk pada Umkm di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 44–51. <https://e.journal.titannusa.org/index.php/economist>
- Nirmayani, H., Munambar, S., & Sadiyah, F. N. (2024). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jahe Emprit (*Zingiber officinale* var. *Amarum*) di Kelurahan Jatimulyor, Kapanewon Girimulyo, Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, Vol 17 No 1, 92–105. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jat/article/view/21729>
- Nugraheni, K. S., & Palupiningtyas, D. (2024). Studi Kelayakan Usaha Minuman Jamu Kekinian. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 145–159. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i4.4957>
- Pratiwi, G. A. C. A., Sadiyah, F. N., & Rahayu, N. A. (2025). Pengukuran Tingkat Efisiensi Teknis Penjualan Produk Herbal di PT X Menggunakan Metode Data Envelopment Analysis (DEA). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 193–205. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i2.1065>
- Pyzdek, T. (2021). *The Lean Healthcare Handbook: A Complete Guide to Creating Healthcare Workplaces* (2nd ed.). Springer International Publishing.
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, Vol 10 No 2. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpap>
- Reswita, Irnad, & Cahyadinata, I. (2022). Sosialisasi Pembukuan Keuangan pada UMKM Tanjung Aur Desa Jenggalu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Volume 1(2), 67–77. <https://ejournal.akakom.ac.id/index.php/JPM/article/view/656/0>

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Alfabeta.
- Sundari, D., Anshari, K., & Al Washliyah Medan, U. (2024). Pendekatan Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Hibrul Ulama: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Keislaman*, 6(1). <https://ejurnal.univamedan.ac.id/index.php/hibrululama/article/download/762/584>
- Ulfah, F., Nur, K., Safitri, Y., Evanita, S., Pendidikan Ekonomi, M., & Ekonomi, F. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5 No 2, 2795–2805.
- Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Pub. L. 20, Database Peraturan JDIH BPK (2008). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>