

**ANALISIS SWOT PADA STRATEGI PENGEMBANGAN
USAHA KECIL MENENGAH KERAJINAN BATU-BATA
DI DESA SUKOKERTO KECAMATAN SUKOWONO
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam
Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Ma'sullatul Akhlag
NIM: E20182259

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2022**

**IMPLEMENTASI STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
KECIL MENENGAH KERAJINAN BATU-BATA DI DESA
SUKOKERTO BERDASARKAN ANALISIS SWOT**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam
Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Ma'sullatul Akhlaq
NIM: E20182259

Dosen Pembimbing:



Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.
NIP: 197608122008011015

ANALISIS SWOT PADA STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH KERAJINAN BATU-BATA DI DESA SUKOKERTO KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER


SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah


Hari : Rabu
Tanggal : 28 Desember 2022

Tim Penguji

Ketua Sidang



Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak
NIP:1988003012018012001

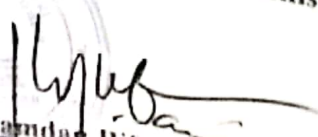
Sekretaris


Siti Alfiyah, S.EI, M.E
NUP: 20120339

Anggota :

1. Dr. H. Saihan, S.Ag., M.Pd.I
2. Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I


Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Khairuddin Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP: 196803072000031001

2022.12.09 18:32

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَأذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :

“Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi (untuk mencari rizki dan usaha yang halal) dan carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (QS. Al-Jumu’ah :10)¹

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

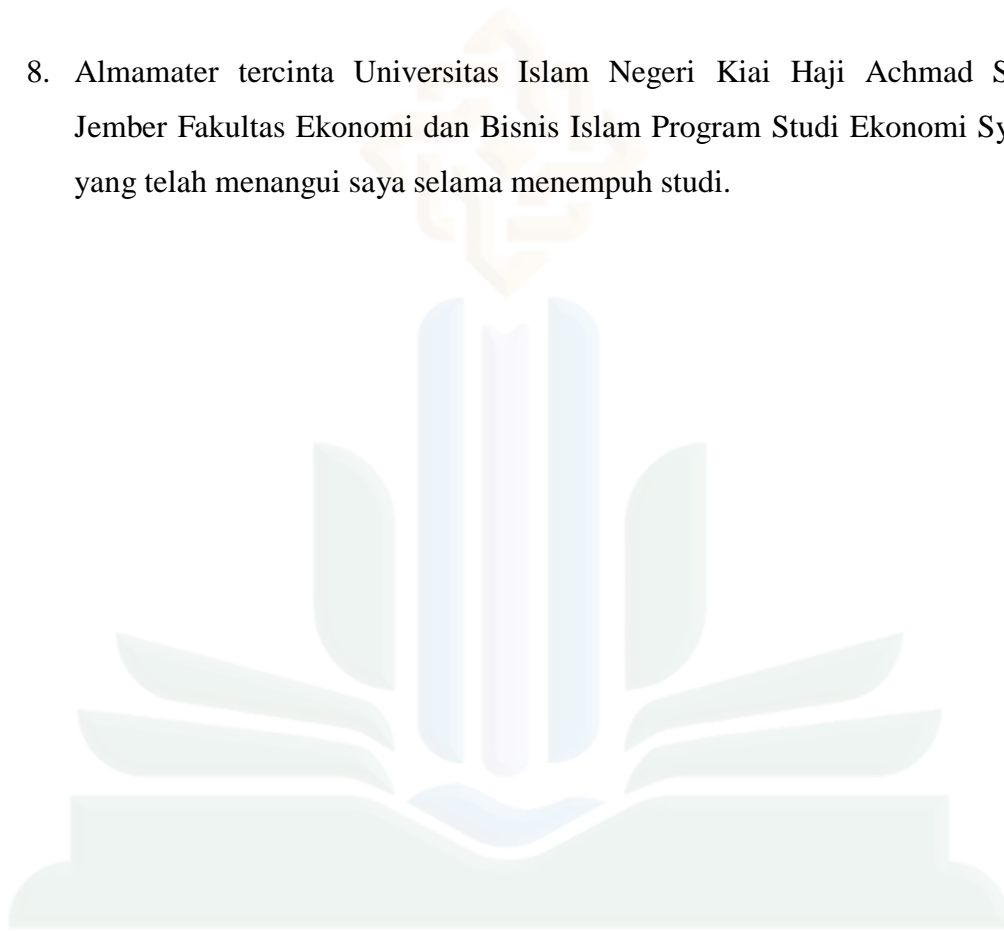
¹ Departemen Agama RI, AL-Qur'an dan Terjemahan, PT. Sygma Examedia Arkanleema, Q.S. Al-Jumu'ah : 10

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan alhamdulillah serta segala puji bagi Allah SWT dan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada saya serta sholawat dan salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah dilancarkan segala aktivitas sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sebagai rasa tanda terimakasih, saya akan mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada kedua orang tua saya yang sangat saya cinta dan sayangi, terlebih kepada Aba saya Abdul Azis yang sangat saya cinta dan sayangi, dan Ibu saya Maisara yang selama ini telah berjuang dan berkorban sendiri demi kedua anaknya untuk keberlangsungan pendidikan saya serta selalu mendoakan saya tanpa sedikitpun mengeluh demi masa depan saya.
2. Kepada keluarga besar yang turut memberikan support perjuangan saya hingga bisa sampai di titik ini.
3. Kepada Adik saya yaitu Kiswatul Jannah yang sangat saya cinta dan sayangi melebihi apapun ia adalah penyemangat saya.
4. Kepada dosen dan guru saya yang dengan sabar mendidik dan membimbing saya, memberikan saya banyak ilmu, yang telah menjadi motivator dalam bidang keilmuan, semoga ilmu yang saya dapat menjadi ilmu yang barokah dan manfaat.
5. Kepada seluruh saudara saya Kumpulan Mahasiswa Netral (KUMAN) yang tidak pernah putus memberi semangat serta dukungannya kepada saya serta selalu ada untuk saya saat saya butuhkan dan saat dalam keadaan suka maupun duka.
6. Kepada sahabat-sahabat seperjuangan, teman yang selalu membantu memberi dukungan moral serta moril kepada saya, memberi motivasi dan semangat yang sangat luar biasa untuk saya sampai saat ini.
7. Kepada teman-teman seangkatan Ekonomi Syariah angkatan 2018 khususnya keluarga besar ES6 angkatan 2018 yang selama perkuliahan dari awal sampai akhir selalu menemani dalam suka maupun duka.

8. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah yang telah menangi saya selama menempuh studi.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang memberikan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan atas junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini berjudul “Analisis SWOT pada Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Batu-bata Di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember”, skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.
3. Ibu Dr. Nurul Widyawati IR, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah

memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.

4. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk mengadakan penelitian
5. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah serta Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberi dukungan, memberi arahan serta telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak Bahri selaku pemilik usaha kerajinan batu bata di desa Sukokerto yang telah meluangkan waktunya selama melaksanakan penelitian.
7. Seluruh jajaran karyawan usaha batu bata di Desa Sukokerto yang telah berkenan berpartisipasi dalam memberikan informasi yang dibutuhkan sehingga membantu proses penyelesaian penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, semoga amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah.

Jember, 28 Desember 2022
Penulis

Ma'sullatul Akhlaq
NIM: E20182259

ABSTRAK

Ma'sullatul Akhlaq, Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I., 2022 : Analisis SWOT Pada Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Batu-bata di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Pada era sekarang, pihak pengusaha tidak hanya fokus pada manajemen keuangan semata tetapi juga pada manajemen pemasaran, khususnya dalam perumusan dan eksekusi strategi bersaing. Usaha ini diperlukan untuk meningkatkan hasil penjualan produk dengan melakukan penerapan strategi pengembangan UKM yang tepat dan akurat. Dengan begitu UMKM ini diharapkan mampu bersaing dengan produk sejenis baik dari kota lain maupun dari negara lain. Dalam menghadapi tantangan ini, maka UMKM perlu membuat perencanaan dan strategi yang jitu, agar perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Analisis ini sangat diperlukan untuk membantu mengembangkan UKM kerajinan batu bata Desa Sukokerto dalam mengenali kekuatan dan kelemahan serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman dalam persaingan pasar. Strategi yang baru sangat diperlukan dalam menjalankan usaha pemasaran maupun strategi pengembangan usaha pada masa yang akan datang

Fokus penelitian 1) Untuk mengetahui implementasi strategi pengembangan UKM kerajinan batu bata di Desa Sukokerto Kabupaten Jember ? 2) Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan berdasarkan pada UKM kerajinan batu bata Desa Sukokerto Kabupaten Jember?. Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah : 1) Untuk mengetahui implementasi strategi pengembangan UKM kerajinan batu bata di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember 2) Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan berdasarkan pada UKM kerajinan batu bata Desa Sukokerto Kabupaten Jember

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan, lokasi Penelitian bertempat di Desa Sukokerto, Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember. Dalam menentukan informan penelitian ini menggunakan teknik *Purposive*. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi serta dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif, sedangkan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi

Penelitian ini menghasilkan bahwa : 1) Peningkatan Akses kepada aset produktif adanya peningkatan akses kepada aset produktif yaitu UKM ini proses produksinya menggunakan alat untuk mengoptimalkan waktu serta mampu memperbaiki kualitas batu bata. 2) Adanya peningkatan akses pasar Dimana lokasi UKM kerajinan batu bata ini menyediakan mobil untuk sarana antar batu bata kepada konsumen. Dan membuat pamflet serta menempelkan diberbagai lokasi sebagai bentuk promosi agar keberadaan UKM kerajinan batu bata ini diketahui 3) Peningkatan SDM Adanya Peningkatan SDM. Dalam hal ini terkait pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Pelatihan yang dilakukan setiap sebulan sekali mengadakan training antar karyawan yang dipandu oleh pemilik langsung. Hal ini dijelaskan bentuk pengembangan kualitas kinerja karyawan dalam membuat batu bata. 4) Memperluas Jaringan Dalam hal ini UKM kerajinan batu bata ini memperbanyak relasi agar pemasaran batu bata ini meluas ke berbagai daerah.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, UMKM, Analisis SWOT

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah	9
F. Sistematika Pembahasan.....	11

BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Kajian Teori.....	26
1. Strategi	26
a. Pengertian Strategi.....	26
b. Jenis-jenis Strategi.....	27
c. Fungsi Strategi.....	29
d. Tujuan Strategi	30
2. Pengembangan Usaha	30
a. Pengertian Pengembangan Usaha.....	30
b. Jenis-jenis pengembangan Usaha.....	31
c. Tahap Pengembangan Usaha.....	33

d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha	34
e. Indikator Pengembangan Usaha	38
3. UMKM	47
a. Pengertian UMKM	47
b. Strategi Pengembangan UMKM	48
4. Analisis SWOT	49
a. Pengertian SWOT	49
b. Strategi Analisis SWOT	51
c. Tujuan Penerapan SWOT	52
BAB III : METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Pendekatan.....	56
B. Lokasi Penelitian	57
C. Subyek Penelitian	57
D. Teknik Pengumpulan Data	58
1. Observasi	59
2. Wawancara	60
3. Dokumentasi	60
E. Analisis Data.....	61
F. Keabsahan Data	63
G. Tahap-tahap Penelitian	64
BAB IV :PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	67
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	67
1. Letak dan Kondisi Geografis Desa Sukokerto	67
2. Jumlah Penduduk dan Luas Wilayah.....	68
3. Kondisi Sosial Perekonomian Desa Sukokerto	69
4. Struktur Organisasi Pemerintah Desa Sukokerto	70
B. Penyajian Data dan Analisis	71
1. Strategi Pengembangan UKM Kerajinan batu bata di Desa Sukokerto	71
2. Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Dan Tantangan	78

3. Berdasarkan Analisis SWOT Pada UKM Kerajinan Batu-bata Desa Sukokerto	78
C. Pembahasan Temuan	94
1. Strategi Pengembangan UKM Kerajinan batu bata di Desa Sukokerto	94
2. Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Dan Tatangan Pada UKM Kerajinan Batu-bata Desa Sukokerto	98
BAB V : PENUTUP	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran-saran	106
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Matrik Penelitian	
3. Surat Izin Penelitian Skripsi	
4. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
5. Pedoman Pengumpulan Data	
6. Jurnal Kegiatan Penelitian	
7. Dokumentasi	
8. Surat Selesai Bimbingan	
9. Surat Bebas Plagiasi	
10. Biodata Diri	

DAFTAR TABEL

2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	23
2.2	Matriks SWOT	54
4.1	Luas Wilayah	69
4.2	Aspek Internal UKM Kerajinan Batu-bata Desa Sukokerto	82
4.3	IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>) UKM kerajinan Batu-bata Desa Sukokerto	84
4.4	Aspek Eksternal UKM Kerajinan Batu-bata Desa Sukokerto.....	88
4.5	EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>) UKM Kerajinan Batu-bata Desa Sukokerto	88
4.6	Matriks SWOT UKM Kerajinan Batu-bata Desa Sukokerto	91

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa dipandang memiliki prospek masa depan yang baik.

Manfaat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bagi perekonomian nasional antara lain: membuka lapangan pekerjaan, menjadi penyumbang terbesar nilai produk domestik bruto, salah satu solusi efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah. Sedangkan manfaat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa bagi perekonomian daerah adalah meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat, mendapatkan pengalaman berwirausaha, memperkecil angka pengangguran di Desa, pemererat rasa kebersamaan, mengembangkan potensi masyarakat, mengembangkan usaha yang telah ada sebelumnya, serta menumbuhkan rasa ingin maju dan sebagainya.²

² Riyanthi Idayu, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten", *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, Vol 7 No 1 (Juni 2021).

UMKM adalah bagian dari usaha kecil untuk masyarakat yang pada pendiriannya didasarkan inisiatif seseorang, sebagian besar masyarakat berfikir UMKM itu adalah hanya menggunakan stacholdeer tertentu. UMKM sebenarnya menunjukkan peran dalam mengurangi peningkatan angka pengangguran yang ada di Indonesia, UMKM mempunyai peran dalam mengatasi pengangguran dengan memanfaatkan sumber daya alam yang berpotensi pada suatu daerah yang dikelola menyeluruh.

UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara, dan juga sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran karena dari sifatnya yang padat karya, jenis usaha ini mampu menyerap banyak tenaga kerja yang masih menganggur. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi tumbuh kembang yang besar dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Hal ini ditunjukkan oleh keberadaan UMKM yang telah mencerminkan wujud nyata kehidupan sosial dan ekonomi bagian terbesar dari rakyat Indonesia.³

Undang-undang nomor 20 tahun 2008 menjelaskan usaha mikro sebagai kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan

³ Agnirizkita. "Pengaruh tingkat literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada pelaku UMKM Kecamatan Cinere, Depok", *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Vol 2, Issue 1, hal 58. (September 2020)

masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional.⁴

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah suatu pilar yang paling utama dalam perekonomian Nasional dengan berwawasan mandiri mempunyai suatu potensi yang sangat besar dalam menciptakan suatu kesejahteraan. Namun pada kenyataannya, masih ada UMKM yang belum mampu mengelola usahanya dengan baik, sehingga tidak jarang pula UMKM yang gagal dalam usahanya. Kegagalan ini disebabkan karena masih rendahnya pengetahuan pemilik UMKM akan pengelolaan usaha. Sehubungan dengan kontribusi UMKM tersebut, maka pemberdayaan dan pengembangan UMKM menjadi hal yang perlu dilakukan secara berkesinambungan.⁵

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang pembangunan ekonomi yaitu memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai basic pembangunan ekonomi kerakyatan. Sejarah telah menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi. Pengembangan UMKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan

⁴ Aryo Andityo Nugroho, "Analisis faktor pendorong pengusaha mikro dalam menggunakan Cloud: Computing, Studi Kasus Di Yogyakarta", *Lampung: Jurnal SNA XIX*, Vol 3. (Juni 2016).

⁵ Edy Suandi Hamid, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta", *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 12, Nomor 1 (Juni 2011)

adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi.⁶

Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan, dalam pengembangannya konsep dalam strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang memiliki pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi, strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan untuk mencapai visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maupun untuk mencapai sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek atau tujuan jangka panjang.

Desa Sukokerto merupakan salah satu wilayah dari Kabupaten Jember yang memiliki beberapa potensi Usaha Mikro Kecil Menengah yang bersumber dari bidang pertanian, perkebunan, bahkan kerajinan.

Pada era sekarang, pihak pengusaha tidak hanya fokus pada manajemen keuangan semata tetapi juga pada manajemen pemasaran, khususnya dalam perumusan dan eksekusi strategi bersaing. Usaha ini diperlukan untuk meningkatkan hasil penjualan produk dengan melakukan penerapan strategi pengembangan UMKM yang tepat dan akurat. Dengan begitu UMKM ini diharapkan mampu bersaing dengan produk sejenis baik dari kota lain maupun dari negara lain.⁷

⁶ Alyas, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros)", Makasar: Universitas Negeri Makassar, 2017, Sosiohumaniora, Volume 19 No. 2.

⁷ Titik Inayati, "Perumusan Strategi Dengan Analisis Swot Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UMKM Produk Sepatu Di Mojoke Rto, Jawa Timur)", Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 2019.

Dalam menghadapi tantangan ini, maka UMKM perlu membuat perencanaan dan strategi yang jitu, agar perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Analisis ini sangat diperlukan untuk membantu mengembangkan UMKM kerajinan batu bata Desa Sukokerto dalam mengenali kekuatan dan kelemahan serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman dalam persaingan pasar. Strategi yang baru sangat diperlukan dalam menjalankan usaha pemasaran maupun strategi pengembangan usaha pada masa yang akan datang.

Berdasarkan observasi awal peneliti, di desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember terdapat 5 pengrajin batu bata dimana dari ke 5 pengrajin batu bata tersebut ada satu pengrajin yang berbeda dari pengrajin lainnya. Hanya usaha batu bata Pak Bahri yang menggunakan alat teknologi canggih dan terdapat beberapa strategi pengembangan dalam UKM kerajinan batu bata pak bahri ini, meliputi 1) Peningkatan akses kepada aset produktif, seperti manajemennya, teknologi dan segi-segi lainnya yang penting. Kebanyakan pembuatan batu bata diproduksi tanpa adanya alat teknologi, dengan membuat olahan bahan lalu dicetak. Berbeda dengan lokasi yang peneliti temui bahwa proses produksinya menggunakan alat. Hal ini dijelaskan untuk mengifisiensi waktu serta memperbaiki kualitas batu bata itu sendiri. Selain itu, strategi yang

digunakan yaitu 2) Adanya peningkatan akses pada pasar. Artinya lokasi UMKM kerajinan batu bata ini menyediakan mobil untuk sarana antar batu bata kepada konsumen. Dan membuat pamflet serta menempelkan diberbagai lokasi sebagai bentuk promosi agar keberadaan batu bata ini diketahui. Strategi pengembangan yang dilakukan pada UMKM kerajinan batu bata ini selanjutnya yaitu 3) Peningkatan SDM. Dalam hal ini terkait pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Pelatihan yang dilakukan setiap sebulan sekali mengadakan training antar karyawan yang dipandu oleh pemilik langsung. Hal ini dijelaskan bentuk pengembangan kualitas kinerja karyawan dalam membuat batu bata. Selanjutnya kelembagaan. 4) Memperluas Jaringan dalam arti luas adalah pasar. Jadi dalam hal ini UMKM kerajinan batu bata ini memperbanyak relasi agar pemasaran batu bata ini meluas ke berbagai daerah. Yang terakhir terkait strategi pengembangan UMKM kerajinan batu bata yaitu kemitraan usaha. Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.⁸

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu peneliti ingin mengkaji lebih dalam terkait bagaimana analisis SWOT pada strategi pengembangan UMKM kerajinan batu bata peneliti menggunakan analisis SWOT karena untuk menetapkan prioritas mana saja yang harus didahulukan oleh perusahaan. Dengan adanya penilaian SWOT peneliti dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UMKM

⁸ Bahri, *Wawancara*, Desa Sukokerto, 9 Februari 2022.

kerajinan batu bata di Desa Sukokerto. Dengan demikian, peneliti mengangkat judul **Analisis SWOT Pada Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Batu Bata Di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.**

B. Fokus Penelitian

Dalam Penelitian kualitatif, perumusan masalah disebut dengan fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus di susun secara singkat, jelas. Tegas dan spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk sebuah kalimat.

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun fokus penelitian yang dapat di ambil sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan UKM kerajinan batu bata di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?
2. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pada UKM kerajinan batu bata Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu dan konsisten dengan masalah-masalah yang telah di dirumuskan di fokus penelitian.

Dari Fokus Penelitian tersebut, maka tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah:

1. Untuk mengetahui implemetasi strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata di Desa Sukokerto Kabupaten Jember ?
2. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pada usaha kecil menengah kerajinan batu bata Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?

D. Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentu diharapkan memiliki beberapa manfaat yang diperoleh dari suatu penelitian sebagai bentuk aplikasi dari hasil penelitian. Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat penelitian dapat bersifat teoritis maupun praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoris

Dengan adanya hasil penelitian yang telah dilakukan ini, peneliti berharap bisa menjadi tambahan khazanah ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada pihak-pihak yang berperan dalam hal pengembangan ekonomi masyarakat melalui pengembangan UKM kerajinan batu bata.

2. Manfaat secara praktis

a. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti sebagai pedoman dan bahan kajian dalam menyumbangkan pemikiran tentang mengembangkan dan mengelola potensi Desa guna meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Khususnya dalam hal ini terait strategi mengembangkan UKM Kerajinan batu bata.

b. Bagi Pemilik UMK Kerajinan Batu Bata

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan yang konstruktif dalam mengelola UKM serta bisa terus mengembangkan strategi-strategi yang inovatif dalam mengembangkan UKM.

c. Bagi Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Sebagai tambahan literatur bagi lembaga dan mahasiswa terkait strategi pengembangan UKM berdasarkan analisis SWOT.

d. Bagi peneliti lain

Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan bahan pertimbangan dan referensi terhadap penelitian yang relevan.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian penelitian di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahan fahaman terhadap makna sebagaimana yang dimaksud peneliti.

1. Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang. Definisi strategi pertama menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.

2. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk mengembangkan usaha ke depannya dengan mengarahkan seluruh tenaga, pikiran, dan modal yang dimiliki perusahaan untuk mencapai suatu harapan yang ingin dicapai.

3. UMKM

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah aktivitas usaha yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha milik perorangan perbedaannya dengan usaha terbesar dapat dilihat dari jumlah kekayaan bersih pelaku usaha dan hasil penjualan

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu penyempurnaan pemikiran dari berbagai kerangka kerja dan rencana strategi . SWOT adalah singkatan dari *strenghts* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa masa yang akan datang.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan proposal yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.⁹

Bab I : Pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

⁹ Tim Penyusum, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

Bab II :Kajian kepustakaan, dalam bab ini terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori.

Bab III : Metode penelitian, bab ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian yang dilakukan, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian yang akan dilakukan.

Bab IV : Berupa penyajian dan analisis data, bab ini berisikan gambar objek penelitian, penyajian data dan pembahasan temuan (analisis data)

Bab V : Penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Pada bab ini berfungsi untuk memperoleh gambaran tentang penelitian. Dan memberi gambaran tentang penelitian yang diteliti dan memberikan saran-saran kontruksi yang terkait dengan penelitian ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik peneliti yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan, berupa (skripsi, tesis disertasi dan sebagainya). Melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orsinilitas dan posisi peneliti terdahulu yang fokus penelitiannya berkaitan dengan strategi pengembangan usaha batu bata. Beberapa penelitian sebagai berikut:

1. Nurannisa Suci Rahmawati, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Untuk Mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam". (2021) Universitas Negeri Raden Intan Lampung

Penelitian ini merupakan penelitian field research, dimana jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan.

Hasil penelitian yang diperoleh dari diagram SWOT menggambarkan bahwa posisiproduk usaha berbeda di kuadrat I dengan hasil 0,15 dan 0,5 yang menyatakan bahwa strategi

pengembangan yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM keripik pisang yaitu dengan strategi agresif dimana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang cukup besar sehingga dengan kekuatan internal yang dimiliki dapat dimanfaatkan dimasa pandemi saat ini adalah produk yang ditawarkan oleh para pelaku usaha yang sudah terkenal dengan berbagai macam varian rasa yang harus tetap dipertahankan dimasa pandemi saat ini.¹⁰

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian ini dan juga sama-sama membahas tentang analisis SWOT. Perbedaannya dari fokus masalah yang diambil dan objek penelitiannya, dimana penelitian ini lebih fokus pada strategi yang digunakan pelaku UMKM dalam masa pandemi covid 19 , maka peneliti lebih fokus pada pengembangan usaha berdasarkan analisis SWOT.

2. Ade Alfi Badriawan “Analisis SWOT Terhadap Pengembangan Usaha Griya Rajut Seruni di Desa Pejagan Kecamatan Jambesari Darus Sholah Kabupaten Bondowoso”. (2019), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Jember. Hasil penelitian ini adalah: 1) Usaha Griya Seruni melakukan strategi guna untuk mengenalkan produknya serta mengembangkan usahanya tersebut, beberapa strategi yang telah dilakukan antara lain: mengikuti event

¹⁰ Nurannisa Suci Rahmawati “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Untuk Mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021)

muharram, mengadakan pelatihan, melakukan kerjasama. 2) Usaha Griya Rajut Seruni memiliki kekuatan di dalam kualitas produk yang dihasilkan sangat bagus. Kelemahan Usaha Griya Rajut Seruni diantaranya tidak adanya tenaga kerja, keterlambatan pengiriman, tidak maksimalnya pelayanan serta pembelian bahan baku berupa benang yang jauh. Peluang usaha Griya Rajut Seruni yaitu usaha Griya Rajut Seruni merupakan usaha satu-satunya yang bergerak dibidang rajut yang ada di kabupaten Bondowoso, selera konsumen serta perkembangan fashion menjadi peluang yang cukup besar bagi usaha Griya Rajut Seruni yang mana usaha ini bergerak dibidang fashion. Adapun ancaman yang harus dihadapi oleh usaha griya rajut seruni yaitu fluktuasi harga bahan baku benang serta ditinggal konsumen-konsumennya.¹¹

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti perkembangan suatu usaha dan sama menggunakan teori analisis SWOT. Dan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan fokus penelitian. Dimana peneliti ini lebih fokus pada upaya meningkatkan kesejahteraan pengrajin, sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan UKM.

3. Syaifullah Sitorus “Analisis Strategi Pengembangan pada UMKM Tabo Kopi Sipirok” (2019), IAIN Padangsidimpuan.

¹¹ Ade Alfi Badriawan “Analisis SWOT Terhadap Pengembangan Usaha Griya Rajut Seruni di Desa Pejagan Kecamatan Jambesari Darus Sholah Kabupaten Bondowoso”. (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Jember, 2019)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh UMKM Tabo Kopi Sipirok salah satunya ialah meningkatkan dan menjaga cita rasa Tabo Kopi Sipirok sebagai strategi utama dan menambah kerja sama dengan para petani kopi untuk meningkatkan atau menambah pemasok bahan baku bagi perusahaan, perusahaan juga harus menjaga dan meningkatkan kekuatan internal perusahaan yang dimiliki dan juga harus memanfaatkan peluang semaksimalnya dari eksternal perusahaan dan meminimalisir kelemahan internal dan ancaman yang dihadapi dari lingkungan eksternal perusahaan.¹²

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi pengembangan dan juga sama-sama menggunakan penelitian deskriptif serta dalam pengumpulan data sama-sama menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian dimana penelitian ini lebih fokus pada perkembangan Tabo Kopi Sipirok, dan juga objek penelitiannya berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan UKM berdasarkan analisis SWOT.

4. Devi Chairiza Hadi “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Yogyakarta (Studi

¹² Syaifullah Sitorus “Analisis Strategi Pengembangan pada UMKM Tabo Kopi Sipirok” .(Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2019)

Kasus Hadi Sukirno Leather Work and Handycraft). 2018, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Sunan Kalijaga.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data berupa wawancara, dokumentasi dan observasi. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini adalah Hadi Sukirno Leather work and Handycraft menerapkan beberapa strategi untuk mengembangkan usahanya. Strategi pengembangan tersebut meliputi pengembangan sistem yang merupakan temuan baru dalam penelitian ini dengan melakukan briefing setiap pagi, pengembangan teknologi juga merupakan temuan baru dalam penelitian ini dengan menerapkan sistem digitalisasi dengan menggunakan google project, strategi produk dengan memberikan inovasi dan kreasi dari setiap produk Hadi Sukirno Letaher Work and Handycraft, strategi promosi dengan menggunakan personal selling dan media online atau website, FBS, google net, strategi penjualan dengan menggunakan open reseller, dan strategi distribusi dengan menggunakan kurir dari Hadi Sukirno Leather Work and Handycraft.¹³

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama menggunakan penelitian deskriptif serta dalam pengumpulan data sama-sama menggunakan observasi,

¹³ Devi Chairiza Hadi “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Yogyakarta (Studi Kasus Hadi Sukirno Leather Work and Handycraft). (Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Sunan Kalijaga. 2018).

wawancara dan dokumentasi. Selain itu penelitian ini juga sama-sama meneliti mengenai perkembangan suatu usaha disuatu daerah. Sedangkan perbedaannya terletak pada UMKM berbasis ekonomi kreatif, maka penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus pada pengembangan usaha berdasarkan analisi SWOT.

5. Hadiyanti “Aalisis Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Perspektif Ekonomi Islam”(2019) UIN Raden Intan Lampung. Hasil penelitian ini ialah pengembangan industri genteng Desa Pujorahayu dipengaruhi oleh produksi, bahan baku, teknologi, sumber daya manusia dan permodalan, serta pemasaran. Dengan beberapa upaya pengembangan meliputi peningkatan akses asset produktif, peningkatan akses pasar dan pelatihan. Dengan berkembangnya usaha maka berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan pengrajin menghasilkan peningkatan pendapatan ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan perumahan. Namun pengembangan usaha genteng belum memenuhi kriteria baik dari segi kreatifitas maupun inovasi.¹⁴

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti perkembangan suatu usaha. Dan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan fokus penelitian. Dimana peneliti ini lebih fokus pada upaya meningkatkan kesejahteraan pengrajin, sedangkan

¹⁴ Hadiyanti “Aalisis Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Perspektif Ekonomi Islam”.(Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan UKM.

6. Ulfa Hidayanti “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Penerapan Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam” (2018), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Raden Intan Lampung.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian lapangan (Filed Research), sifat penelitian ini ialah penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini dimana kondisi usaha pengrajin genteng di Desa Jatirenggo yang dimiliki setiap pengrajin berkembang secara positif dan dengan demikian maka tingkat pendapatan para pengrajin juga tumbuh secara positif. Akan tetapi dalam mengembangkan usaha para pengrajin akan mengalami kendala dan mengalami ancaman.¹⁵

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang digunakan peneliti ialah sama-sama menggunakan penelitian deskriptif serta dalam pengumpulan data sama-sama menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian dimana penelitian ini lebih fokus pada analisis SWOT dalam perspektif islam pada pengrajin genteng di Desa

¹⁵ Ulfa Hidayanti, “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Penerapan Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam” , (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

Jatirenggo, maka penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan berdasarkan analisis SWOT.

7. Mohamad Regalfa M “Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) melalui marketing Online oleh Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten banyuwangi”(2018), UIN Sunan K alijaga Yogyakarta. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang menggambarkan keadaan sasaran penelitian secara apa adanya, pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian penunjukkan bahwa pelaku UMKM menggunakan media online sebagai sarana pemasarannya mengalami peningkatan usaha (omset).¹⁶

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi pengembangan dan juga sama-sama menggunakan penelitian deskriptif serta dalam pengumpulan data sama-sama menggunakan observasi, wawancara dan dokumentas. Sedangkan perbedaanya terletak pada fokus penelitian dimana penelitian ini lebih fokus pada marketing dan media online, objek penelitiannya berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan UKM berdasarkan analisis SWOT

8. Anita Kustiarini “Strategi Pengembangan UKM Batu Arca di Desa Watesumpak dalam Menghadapi Globalisasi” (2018), Universitas

¹⁶ Mohamad Regalfa M, “Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) melalui marketing Online oleh Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten banyuwangi”, (Skripsi UIN Sunan K alijaga Yogyakarta, 2018).

Negeri Surabaya. Hasil penelitian ini adalah (1) strategi untuk berdaya saing adalah meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan kualitas produk, memperbaiki manajemen keuangan, meningkatkan inovasi, merekrut SDM sesuai bidangnya, (2) hambatan yang dihadapi para pengusaha adalah perolehan bahan baku, permodalan, pemasaran, dan kurangnya dukungan pemerintah, (3) perkembangan UKM batu arca di desa Watesumpak dikatakan menurun.¹⁷

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi pengembangan UKM dan teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan observasi, wawancara dan dokumentas. Sedangkan perbedaanya terletak pada fokus penelitian dimana peneliti menganalisis berdasarkan analisis SWOT

9. Ardiyansyah “Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM (Studi Kasus Usaha Ternak Kelinci di Kecamatan Bumiaji Kota Batu)” (2018), Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.

Hasil penelitian dapat diketahui faktor pendorong intrnal utama usaha ternak kelinci di kecamatan bumiaji yaitu produksi anak kelinci yang tinggi sedangkan yang menjadi faktor penghambat internal usaha yaitu bibit yang terbatas. Sedangkan faktor eksternal utama usaha ternak kelinci meliputi permintaan

¹⁷ Anita Kustiarini “Strategi Pengembangan UKM Batu Arca di Desa Watesumpak dalam Menghadapi Globalisasi”, (Skripsi Universitas Negeri Surabaya, 2018)

klinci yang tinggi dari berbagai daerah dan penyakit ternak. Berdasarkan matrik analisis SWOT dapat dihasilkan alternatif strategi yaitu (a) memperluas pangsa pasar melalui jaringan yang dimiliki dengan meningkatkan produktivitas melalui penambahan indukan seperti mengimpor indukan berkualitas, (b) meningkatkan promosi dan penyuluhan mengenai nilai gizi daging kelinci melalui teknologi informasi seperti membuat laman pada internet. Dengan demikian usaha ternak kelinci Kecamatan Bumiaji telah menerapkan pokok strategi mempertahankan dan memelihara (hold and maintenance) melalui penetrasi pasar dan pengembangan produk.¹⁸

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas teori strategi perkembangan dan UKM dan juga sama-sama menggunakan penelitian deskriptif serta dalam pengumpulan data sama-sama menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi Dan perbedaanya terletak pada fokus penelitian.

10. Heru Susanto “Strategi Pengembangan UMKM Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan dan Fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta” (2018), IAIN Purwokerto.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM pelaku ekonomi kreatif subsektor kerajinan dan fesyen di daerah Yogyakarta dilihat dari hasil analisis SWOT

¹⁸ Ardiyansyah “Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM (Studi Kasus Usaha Ternak Kelinci di Kecamatan Bumiaji Kota Batu)”, (Skripsi Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Malang, 2018)

terdapat beberapa strategi yaitu: a. meningkatkan kreatifitas SDM untuk mengasilakan produk sesuai dengan permintaan pasar, b. informasi pasar dan pemasaran yang lengkap tentang pasar nasional dan internasional, c. memberikan bekal jiwa kewirausahaan, d. mencari jalan alternatif sumber-sumber pembiayaan, e. mencari bahan baku yang berkualitas dan harganya terjangkau serta mampu menciptakan kreatifitas yang baru, f. meningkatkan kreatifitas dan efisiensi baik produksi maupun pemasaran.¹⁹

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi pengembangan dan juga sama-sama menggunakan penelitian deskriptif serta dalam pengumpulan data sama-sama menggunakan observasi, wawancara dan dokumentas. Sedangkan perbedaanya terletak pada fokus penelitian dimana penelitian ini lebh fokus pada pelaku ekonomi, objek penelitiannya berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus pada strategi pengembangan UKM berdasarkan analisis SWOT.

Tabel 2.1
Mapping Persamaan dan Perbedaan

N O	PENULIS	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Nurannisa Suci Rahmawati (2021)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Untuk	1. Pengembangan 2. UMKM	1. Analisis SWOT 2. Fokus penelitian 3. Subjek penelitian

¹⁹ Heru Susanto “Strategi Pengembangan UMKM Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan dan Fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta” (Skripsi IAIN Purwokerto,2018)

		Mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam		
2.	Ade Alfi Badriawan (2019)	Analisis SWOT Terhadap Pengembangan UsahaGriya Rajut Seruni Di Desa Pejagan Kecamatan Jambesari Darus Sholah Kabupaten Bondowoso	1. UMKM 2. Analisis SWOT	1. Fokus Penelitian 2. Subjek penelitian
3	Syaifullah Sitorus (2019)	Analisis Strategi Pengembangan Pada UMKM Tabo Kopi Sipirok	1. Penelitian kualitatif deskriptif 2. UMKM 3. Stretegi perkembangan	1. Analisis SWOT 2. Subjek penelitian
4.	Devi Chairiza Hadi (2018)	Strategi Pengembangan Usaha mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Yogyakarta (studi kasus Hadi Sukirno Leather Work)	1. Penelitian kualitatifdeskriptif 2. perkembangan	1. analisis SWOT 2. fokus penelitian
5.	Hidayati (2018)	Analisis Pengembangan Industri Kecil	1. penelitian kualitatif deskriptif	1. fokus penelitian 2. subjek

		Kerajinan Genteng Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan		penelitian 3. analisis SWOT
6.	Ulfa Hidayati (2018)	Penerapan Analisis SWOT Sebagai Penerapan Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam	1. Penelitian kualitatif deskriptif 2. Pengembangan	1. Fokus penelitian 2. Subjek penelitian
7.	Mohammad regalf M (2018)	Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Melalui Marketing Online Oleh Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Banyuwangi	1. Penelitian kualitatif deskriptif 2. UMKM	1. Analisis SWOT 2. Marketing online
8.	Anita kustiari (2018)	Strategi Pengembangan UMK Batu Arca Di Desa Watesumpak Dalam Menghadapi Globalisasi	1. Pengembangan UMKM 2. Penelitian kualitatif	1. Subjek penelitian
9.	Ardiyansyah (2018)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM (Studi Kasus Usaha Ternak Kelinci Di Kecamatan Bumiaji Kota	1. Strategi pengembangan 2. Penelitian kualitatif deskriptif	1. Subjek penelitian 2. Analisis SWOT

		Batu)		
10	Heru susanto (2018)	Strategi Pengembangan UMKM Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan Dan Fesyen di Daerah Istimewah Yogyakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian kualitatif deskriptif 2. Strategi pengembangan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis SWOT 2. Subjek penelitian

Sumber : diolah dari penelitian terdahulu

B. Kajian Teori

Kajian teori adalah pembahasan sebuah teori yang akan dijadikan sebagai prespektif dalam melakukan suatu penelitian, dan membahas teori secara lebih jelas dan juga semakin memperdalam dengan sangat luas dalam wawasan suatu penelitian yang akan dikaji pada sebuah permasalahan yang akan dipecahkan untuk menanggulangnya yang sesuai dengan rumusan masalah dalam fokus suatu kajian.²⁰

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos* = *militer da nag* = memimpin) yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan

²⁰ Nur Solikin, *Pedoman Karya Ilmiah*, (Jember: Iain JemberPress, 2018), 52.

material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu.²¹

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang. Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.²²

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa strategi merupakan suatu rencana yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Jenis-Jenis Strategi

Jenis strategi dapat dibedakan menjadi 5 jenis, yaitu sebagai berikut:

- a) Strategi Integrasi. Integrasi kedepan, integrasi kebelakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut integrasi vertikal. integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan pada distributor, pemasok, dan pesaing
- b) Strategi Intensif. Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya

²¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008), 3.

²² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2015),3-4.

memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

- c) Strategi Divesifikasi. Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanyadisebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.
- d) Strategi Defensif, disamping strategi integrative, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. Rasionalisasi biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan resrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Kadang disebut sebagai strategi terbalik atau reorganisasi, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat kompetensi pembeda dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencana strategi bekerja dengan sumber daya terbatas dan menghadapi tekanan dari pada pemegang saham, karyawan, dan media.
- e) Strategi Umum. Michael porter. Menurut porter ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan

fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.²³

c. Fungsi Strategi

Menurut Assauri, fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif.

Beberapa fungsi strategi adalah sebagai berikut:

- a) Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b) Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c) Memanfaatkan atau mengeksploitasikan keberhasilan dan kesuksesan yang di dapat sakerang atau sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d) Menghasilkan dan membangkitkan lebih banyak sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- e) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan.

²³ Muhammad Arifin, "Strategi Manajemen Perubahan Dalam Meningkatkan Disiplin Di Perguruan Tinggi," *Jurnal Edutech* Vol. 3 No.119 (1 Maret 2017).

f) Menanggapi serta bereaksi atas kegiatan atau aktivitas kedepan²⁴

d. Tujuan Strategi

Ada beberapa tujuan dari strategi, yaitu:

- a) Untuk menjalankan dan mengevaluasi strategi yang telah dipilih secara efektif dan efisien.
- b) Untuk mengevaluasi kinerja, meninjau, mengkaji ulang, melakukan penyesuaian, dan mengoreksi jika terdapat kesalahan atau penyimpangan dalam pelaksanaannya.
- c) Untuk meninjau kembali dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman atau sering kali dikenal dengan *Strength, Weaknes, Opportunities, Threats (SWOT)*.
- d) Untuk berinovasi atas produk agar sesuai dengan selera dari konsumen.
- e) Untuk memperbarui strategi yang dirumuskan untuk menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan eksternal.²⁵

2. Pengembangan Usaha

a. Pengertian pengembangan usaha

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Pendidikan meningkatkan keahlian teoritis konseptual dan moral karyawan, sedangkan pelatihan bertujuan untuk

²⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 7.

²⁵ Sofjan Assauri, *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta: Charisma Putra Utama, 2016), 4-6.

meningkatkan keterampilan teknis pelaksanaan pekerja karyawan.²⁶

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* pengembangan merupakan proses, cara, perbuatan mengembangkan, sedangkan usaha merupakan suatu kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.²⁷

Jadi pengembangan usaha merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk mengembangkan usaha kedepannya dengan mengarahkan seluruh tenaga, pikiran, dan modal yang dimiliki perusahaan untuk mencapai suatu harapan yang ingin dicapai.

b. Jenis-jenis pengembangan usaha

Jenis pengembangan usaha secara umum dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a) pengembangan vertikal

Pengembangan vertikal adalah perluasan usaha dengan cara membangun inti bisnis baru yang masih memilikihubungan langsung dengan bisnis utamanya.

b) Pengembangan horizontal

Pengembangan horizontal adalah pembangunan usaha baru yang bertujuan memperkuat bisnis utama untuk mendapatkan

²⁶ H. Malayu, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta :PT Bumi Aksara, 2015), 68.

²⁷ Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), 1019.

keunggulan komparatif, yang secara line produk tidak memiliki hubungan dengan core bisnisnya.²⁸

Berdasarkan caranya pengembangan usaha dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

a) Perluasan ke hulu atau ke hilir.

Arah pengembangan usaha disesuaikan dengan posisi usaha anda saat ini, jika usaha tersebut berada di hilir, maka pengembangannya kearah hulu. Kelebihan: pengembangan pada posisi ini lebih mudah, karena telah mengetahui pasar, sumber material, dan teknologi. Kekurangan: jika terjadi permintaan produk pada bisnis ini melemah, maka tingkat penjualan akan menurun.

b) Diversifikasi usaha

Diversifikasi usaha adalah mengembangkan usaha ke berbagai jenis usaha. Kelebihan: jika salah satu jenis usaha mengalami penurunan permintaan pasar (rugi), maka usaha yang lain masih dapat menutupi kerugiannya. Kekurang: pengembangan cara ini cukup sulit dilakukan karena harus mempelajari dari awal baik pasar, sumber material, ataupun teknologinya dan sebagainya.

²⁸ Hafsa, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)", *Jurnal Ekonomi*, Vol.2, No. 25 (April 2015).

c) Menjual bisnis (*franchise*)

Artinya darimenjual bisnis disini adalah menjual hak patennya.

Ini dilakukan ketika usaha tersebut sudah memiliki hak paten atas produk atau jasa dan konsep pemasarannya.²⁹

c. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

a) Memiliki ide usaha

Awal usaha seseorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.

b) Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal

²⁹ Humaizar, *Manajemen Peluang Usaha*, (Bekasi: Dian Anugrah Perkasa, 2010), 23.

c) Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi laba-rugi dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional.

d) Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja unruk menjalankan kegiatan usaha.³⁰

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

Tujuan kegiatan perusahaan pada dasarnya untuk melaksanakan pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan. Dengan adanya kegiatan tersebut akan memberi

³⁰ Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), 153.

dampak positif bagi sebuah pengembangan usaha. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan suatu usaha yakni antara lain :

a. Perencanaan

Perencanaan usaha (*business plan*) adalah dokumen disediakan oleh entrepreneur sesuai pula dengan pandangan penasehat profesionalnya yang membuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan masa depan. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan (lahan), pekerja, produk, sumber permodalan. Business plan ini pandangan dan ide dari anggota tim manajemen, hal ini menyangkut strategi dan tujuan usaha yang hendak dicapai.

b. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia salah satu aspek yang tidak kalah pentingnya dalam pengembangan usaha adalah sumber daya manusia (SDM) yang dimilikinya. Manusia mejadi motor penggerak kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan manusia sebagai aset paling berharga dalam mengembangkan usaha. Keadaan sumber daya manusia pada saat ini lebih difokuskan kepada kualitas tenaga kerja, dimana tenaga kerja merupakan faktor yang turut mempengaruhi tinggi rendahnya suatu pendapatan dari usaha yang dijalankannya, keberhasilan suatu usaha juga didukung oleh faktor

kemauan/motivasi, karyawan yang sangat tinggi untuk melaksanakan tugasnya dalam menghasilkan produk.

3. Kepemimpinan

Faktor kepemimpinan sangat menentukan dalam pengembangan dan kemajuan usaha. Karena kepemimpinan merupakan proses atau rangkaian kegiatan yang saling berhubungan satu dengan yang lain secara sistematis. Sebuah usaha yang dibangun tanpa kepemimpinan yang kuat hanya akan menjadi usaha kecil yang *stagnant* (tidak berkembang).

4. Permodalan

Kegiatan melaksanakan atau menjalankan suatu usaha, modal adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha tersebut. Dimana modal sangat besar perannya dalam menunjang kelangsungan kegiatan usaha tersebut dalam proses pencapaian tujuan. Modal juga mencakup arti ruang yang tersedia di dalam perusahaan untuk membeli mesin mesin serta faktor produksi lainnya.³¹

5. Pembinaan

Faktor pembinaan sangat mempengaruhi terhadap pengembangan usaha. Pembinaan merupakan tuntunan, bantuan dan pertolongan kepada individu atau kelompok orang agar dapat menyesuaikan dirinya sebaik baiknya untuk mencapai

³¹ Risda Pratiwi, "Strategi pengembangsn usaha Rengginan Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hini Kabupaten Langkat)," (Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018), 49.

tingkat efektifitas tenaga kerja yang baik maka perlu adanya pembinaan dari seorang pemimpin perusahaan sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan tercapai.

6. Mitra Kerja

Mitra kerja merupakan suatu bentuk kerja sama dari dua atau lebih palaku usaha yang saling menguntungkan. Terjadinya mitra kerja dikarenakan adanya keinginan dalam mencapai tujuan bersama, dengan adanya mitra kerja ini dapa dilakukan antara usaha menengah dan usaha besar. Sehingga masing-masing sector dapat bersaing untuk mendapatkan posisinya.

7. Pelanggan

Pelanggan merupakan faktor yang menentukan dalam suatu usaha dengan tetap mempertahankan pelaggan bahkan meningkatkannya. Kita akan memiliki keunggulan tersendiri sebab pelanggan merupakan konsumen utama dari suatu usaha ketimbang dengan konsumen pasar secra umum.

8. Lingkungan lokasi

Faktor pendukung lainnya adalah loksi usaha yang terletak di tempat strategis yakni dekat para pelanggannya. Hal ini sangat memudahkan para pelanggan untuk datang ke lokasi tempat usaha, sehingga produk yang dihasilkan akan mendapatkan perhatian dari konsumen.

9. Daya Saing

Pada saat kualitas produksi cukup dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat dan cepat berubah. Oleh sebab itu perusahaan harus mengetahui kondisi pasar, konsumen, dan selalu melihat permintaan konsumen. Dalam persaingan pemasaran harus dapat mempengaruhi calon pembeli dengan cara promosi tidak mengetahui perkembangan pasar dan permintaan konsumen. Karenanya perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada konsumen dan kondisi pasar.³²

e. Indikator pengembangan usaha

Indikator pengembangan usaha menurut penelitian Agustina menyatakan bahwa indikator pengembangan usaha terdiri dari³³:

a) Peningkatan pendapatan

Dalam pengembangan usaha, tidak akan lepas dari upaya peningkatan pendapatan. Peningkatan pendapatan dalam suatu kegiatan usaha yang telah dilakukan dalam periode tertentu sangat penting bagi setiap pengusaha, antara lain untuk meningkatkan pendapatan. Dengan meningkatnya pendapatan maka perusahaan atau usaha tersebut dapat dikatakan mengalami perkembangan yang positif. Dalam pengembangan

³² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 154.

³³ Agustina, Tin dkk, (2016). "Kajian Tentang Faktor Internal Dan Eksternal yang Mendukung Pengembangan Usaha Produk Unggulan Lokal Sulam dan Bordir Kabupaten Malang", Seminar Nasional Riset Inovatif (Senari), ISBN 978-602-6428-04-2

usaha perlu adanya peningkatan pendapatan untuk terus menjaga eksistensi usaha tersebut terus berjalan.

Dengan demikian perlu adanya strategi pengembangan yang terintegrasi diharapkan usaha yang dijalankan menjadi kegiatan ekonomi yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi, tidak hanya memiliki keunggulan kompetitif. Karakteristik usaha yang memiliki keunggulan kompetitif adalah sebagai berikut: (a) memiliki kualitas SDM yang baik, (b) pemanfaatan teknologi yang optimal, (c) mampu melakukan efisiensi dan meningkatkan produktivitas, (d) mampu meningkatkan kualitas produk, (e) memiliki akses promosi yang luas, (f) memiliki sistem manajemen kualitas yang terstruktur, (g) sumber daya modal yang memadai, (h) memiliki jaringan bisnis yang luas, dan (i) memiliki jiwa kewirausahaan.³⁴

b) Peningkatan jumlah pelanggan

Semakin pesat kemajuan dari segala aspek pada era globalisasi menyebabkan terjadinya perubahan pola perilaku konsumsi masyarakat. Kondisi ini menjadi peluang bagi pengusaha untuk berinvestasi. Semakin ketatnya persaingan bisnis, perusahaan harus menciptakan pemikiran-pemikiran baru

³⁴ Abdul Wahid Mongkito, "Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi : EKS MTQ KOTA KENDARI)" Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari , *Robust-Research Business and Economics Studies* Volume 1 (No.2 2021), 94-120. (Juni 2021).

mengenai cara mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan. Keberhasilan usaha di bidang restoran sangat ditentukan oleh kemampuan menyediakan produk dan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang berdampak kepada peningkatan jumlah konsumen. Sebaliknya, jika konsumen merasa tidak puas maka konsumen akan beralih ke restoran yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan dan mengedepankan kepuasan konsumen selain keuntungan maksimal³⁵

Dalam pengembangan usaha, pengusaha harus memperhatikan adanya peningkatan jumlah pelanggan. Menurut Greenberg Pelanggan merupakan seorang individu atau kelompok yang membeli produk fisik ataupun jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelayanan dan sebagainya berdasarkan keputusan mereka sendiri. Jumlah pelanggan merupakan banyaknya suatu pembeli yang menetap atau di sebut pelanggan yang mampu menghasilkan keuntungan bagi

³⁵ A.M. Panjaitan, "Strategi Peningkatan Jumlah Konsumen di Rumah Makan Long's Food" Departement of Industrial Engineering, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, *Journal Industrial Servicess* Vol. 1 No. 1. (Oktober 2015).

perusahaan yang menciptakan produksi agar produksi tersebut mampu memberikan ketertarikan bagi pembeli. jumlah pelanggan sangat berpengaruh bagi keuntungan perusahaan itu sendiri, semakin banyak konsumen yang puas akan pelayanan, hasil produksi itu sendiri, maka konsumen akan menjadi konsumen yang tetap atau disebut juga pelanggan. Jika banyaknya pelanggan tetapi tidak semua pelanggan tersebut membayar tagihannya, maka perusahaan tersebut akan mengalami defisit atau kekurangan dalam kas keuangan. Untuk menghindari hal tersebut, perusahaan akan lebih memaksimalkan terutama pelayanan maupun kualitas produksi itu sendiri.³⁶

c) Peningkatan kualitas produk

Kualitas produk sangat tergantung dari pengendalian sistem produksinya, oleh karena itulah diperlukan pengawasan proses produksi yang ketat demi menghasilkan produk yang berkualitas. Proses produksi yang dilakukan perusahaan ini termasuk dalam kategori proses produksi terus menerus (continuous process), karena dalam kegiatan proses produksinya cukup jelas, berurutan melalui tingkat pengerjaannya, tidak boleh diloncati antara proses yang satu

³⁶ Mashuri, Ninik Mardianis, "Pengaruh Jumlah Pelanggan Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Daerah Air Minum Di Kota Bengkalis", Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, *Jurnal Akuntansi Syariah*, Vol.4, No.1:83-94. (Juni 2020).

dengan proses yang lain, dan di dalam berproduksi tidak didasarkan atas pesanan.

Produk yang berkualitas prima memang akan lebih atraktif bagi konsumen, dan pada akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan dengan memberikan perhatian pada kualitas akan memberikan dampak yang positif kepada bisnis melalui dua cara yaitu dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan. Tindakan yang dapat dilakukan untuk menghasilkan produk yang berkualitas adalah dengan menerapkan manajemen kualitas pada segala kegiatan organisasi, baik itu perusahaan besar maupun perusahaan kecil.

Kualitas produk yang tinggi adalah merupakan salah satu dari lima keunggulan kompetitif yang dapat dipergunakan untuk unggul dalam persaingan bisnis. Dengan kualitas produk yang tinggi dapat dipergunakan sebagai senjata ampuh untuk menang dalam persaingan. Produk dikatakan berkualitas apabila produk dapat memenuhi kebutuhan dan melebihi harapan konsumen, serta memenuhi dimensi kualitas dari segi performa (*performance*), keistimewaan (*features*), keandalan (*reliability*), konformansi (*conformance*), daya tahan (*durability*), kemampuan pelayanan (*service ability*), estetika (*aesthetics*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan

adalah melalui penelitian dan pengembangan produk, pengamatan daur kehidupan produk, total quality manajemen, atribut produk serta diferensiasi produk. Tujuan dari peningkatan kualitas adalah agar produk tetap diminati, dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen sehingga tujuan perusahaan untuk eksis, tumbuh, dan berkembang dapat dicapai.³⁷

d) Peningkatan kualitas SDM

Era globalisasi membuka mata kita untuk melihat ke masa depan yang penuh tantangan dan persaingan. Era kesejagatan yang tidak dibatasi waktu dan tempat membuat SDM yang ada selalu ingin meningkatkan kualitas dirinya agar tidak tertinggal dari yang lain. Tinggi rendahnya kualitas SDM antara lain ditandai dengan adanya unsur kreativitas dan produktivitas yang direalisasikan dengan hasil kerja atau kinerja yang baik secara perorangan atau kelompok. Program peningkatan kualitas SDM melalui pendidikan akan memberikan manfaat pada lembaga berupa produktivitas, moral, efisiensi kerja, stabilitas, serta fleksibilitas lembaga dalam mengantisipasi lingkungan, baik dari dalam maupun ke luar lembaga yang bersangkutan.³⁸

³⁷ Rumanintya Lisaria Putri, "Peningkatan Kualitas Produk Melalui Penerapan Prosedur dan Sistem Produksi: Studi Pada UD Wijaya Kusuma Kota Blitar", Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Blitar, *Jurnal WRA*, Vol 4, No 2, (Oktober 2016)

³⁸ Izzatus Sholihah, Zakaria Firdaus, "Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Pendidikan", STAI Badrus Sholeh Kediri, *Jurnal Al-Hikmah*, Vol 7 (Oktober 2019)

Rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan masyarakat kita sangat berdampak pada rendahnya kualitas tenaga kerja yang dimiliki. Upaya-upaya pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan sumber daya manusia guna pengembangan usaha adalah dengan melalui pelatihan yang berdasarkan kompetensi yang dibutuhkan, memberdayakan sanggar-sanggar kegiatan belajar yang ada dengan berbagai keterampilan ekonomi produktif, meningkatkan hubungan antara lembaga pendidikan dan industri sehingga relevansi pendidikan dapat ditingkatkan, memperkuat landasan kultural pendidikan sebagai terapi budaya, dan mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah yang tangguh, serta membangkitkan karsa di tengah-tengah masyarakat.³⁹

Indikator pengembangan usaha menurut Budiarto, indikator pengembangan usaha ditandai dengan:

³⁹ Bagja Waluyu, “Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Berbasis Masyarakat Untuk Mengatasi Masalah Pengangguran”, (Skripsi Jurusan Pendidikan Geografi FPIPS-UPI 2019), 20

- a) Peningkatan volume produksi
 - a) Mampu melakukan diversifikasi
 - b) Mampu mengurangi produk gagal
 - c) Menerapkan pencatatan keuangan dan aliran barang
 - d) Mampu melakukan kontrol kualitas
 - e) Mampu melakukan aktivitas peningkatan kompetensi tenaga kerja
 - f) Melakukan peningkatan efisiensi konsumsi bahan bakar
 - g) Melakukan pengelolaan limbah sampah
 - h) Mengalami peningkatan aset, omset dan tenaga kerja.⁴⁰

Indikator pengembangan usaha menurut Noviyanti,

indikator pengembangan usaha di tandai dengan:

- a) Produksi dan pengelolaan

Pengembangan dalam bidang produksi dan pengelolaan bertujuan untuk mengkitkan teknik produksi dan pengelolaan serta kemampuan manajemen bagu usaha mikro, memberikan kemudahan dalam pengadaan saran dan prasarana, produksi, dan pengelolaan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan bagi produk usaha mikro,

⁴⁰ Pariyem, “Variabel Determinant Pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)”, (Skripsi Universitas Negeri Semarang, 2019), 24-25.

dan mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengelolaan.

b) Pemasaran

Pengembangan dalam bidang pemasaran dapat dilakukan dengan cara melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran, menyebarluaskan informasi pasar, meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran, menyediakan sarana dan prasarana yang meliputi penyelenggaraan uji coba pasar, lembaga pemasaran, menyediakan rumah dagang, dan promosi usaha mikro, memberikan dukungan promosi, jaringan pemasaran, distribusi, dan menyediakan tenaga kerja konsultasi profesional dalam bidang pemasaran.

c) Sumber daya manusia

Pengembangan dalam sumber daya manusia dapat dilakukan dengan cara memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan, meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial, dan membentuk serta mengembangkannya lembaga pendidikan dan pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreatifitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

d) Desain dan teknologi

Pengembangan dalam bidang desain dan teknologi bertujuan untuk meningkatkan kemampuan usaha mikro dibidang desain dan teknologi serta pengendalian mutu, meningkatkan kerja sama dan alih teknologi, memberikan insentif kepada usaha mikro yang mengembangkan teknologi dan melestarikan lingkungan hidup, dan mendorong usaha mikro untuk memperoleh sertifikat kelayakan intelektual.⁴¹

3. UMKM

a. Pengertian UMKM

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai berikut :

- a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha

⁴¹ Noviyatus Supardi, "Pengaruh Pembiayaan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro (Studi: Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kendari)", (Skripsi IAIN Kendari 2018), 14-15.

menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah-tangga maupun suatu badan, bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial.

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.⁴²

b. Strategi pengembangan UMKM

Dalam mengembangkan UMKM ada tahap-tahapan yaitu:

- a) Memulai usaha (*start-up*)
- b) Pertumbuhan (*growth*)
- c) Perluasan (*expansion*)
- d) Merambah keluar negeri (*going overseas*)

Dari model 4 tahapan pengembangan UMKM sudah berhasil diterapkan oleh negara Singapura. Namun pada saat ini di Indonesia

⁴² Rio F Wilantara, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*, (Bandung:Refika Aditama, 2016), 8.

belum memiliki model pembinaan untuk jangka menengah maupun jangka panjang.⁴³

Salah satu strategi pengembangan UMKM yang sangat baik untuk diterapkan di negara-negara berkembang adalah pengelompokan (*clustering*). Kerja sama sekaligus persaingan antara sesama UMKM di sub sektor yang sama didalam suatu kelompok (*klaster*) akan meningkatkan efisiensi bersama (*collective efficiency*) dalam proses produksi, spesialisasi dan fleksibel (*flexible specialization*) dan pertumbuhan yang tinggi.

Perkembangan dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan langkah yang strategis karena UMKM sangat berpengaruh besar terhadap perekonomian negara. Peningkatan kualitas produksi yang kreatif dan inovasi merupakan salah satu strategi yang sangat penting untuk dilakukan untuk meningkatkan standar, desain, dan kualitas produk agar diterima dan mampu bersaing di pasar globalisasi.⁴⁴

4. Analisis SWOT

a. Pengertian SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu penyempurnaan pemikiran dari berbagai kerangka kerja dan rencana strategi (*framework and strategic planning*) yang pernah diterapkan baik di medan

⁴³ Setiawan, "Flekssibilitas Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah" , *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol.1, No. 2, Desember 2004, 119.

⁴⁴Sabirin, "Era Pasar Bebas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)" <https://www.kompasiana.com/sabirinsaiga/era-pasar-bebas-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-indonesia-siap-atau-tidak-571f8ae5c322bd7408cd1b24> (24 April 2022).

pertempuran maupun bisnis. SWOT adalah singkatan dari *strenghts* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa masa yang akan datang.⁴⁵

SWOT adalah singkatan dari *strenghts* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *oppurtunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT ini jadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui suatu keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif. Sedangkan analisis SWOT adalah identifikasi sebagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.⁴⁶

⁴⁵ Irham Fahmi, *Manajemen Risiko*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 264-265.

⁴⁶ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2015), 19.

b. Strategi Analisis SWOT

Strategi analisis SWOT dapat dikelompokkan menjadi beberapa macam:

a. Strategi agresif

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Strategi ini memperbolehkan untuk tempat bekerja menggunakan pantauan untuk mengawasi terhusus pada pemasok, para pesaing serta distributor, semisal nya melewati akuisisi atau tempat bekerja serta melewati merger.

b. Strategi diversifikasi

Strategi yang membutuhkan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan tempat usaha melalui barang yang ada. Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi pada perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

c. Strategi *turnaround*

Strategi yang dimaksud agar menambahkan barang- barang terbaru. Strategi semakin menurun kepopularannya sangat tak dilihat atas posisi naiknya kesulitan dalam mengendalikan kegiatan tempat kerja yang berbeda tingkat manajemennya. Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatandari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah mnggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi produk/pasar.

d. Strategi Defensif atau Bertahan

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan keleahan internal. Strategi bertujuan untuk usaha yang kita jalankan dalam menyelamatkan usaha kita supaya kerugian yang lebih besar terlepas yang akhirnya berujung kebangkrutan. Untuk menghindarinya pemilik usaha harus melakukan tindakan-tindakan strategi untuk bertahan.⁴⁷

c. Tujuan penerapan SWOT di perusahaan

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya

⁴⁷ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis, Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019), 20-21.

dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang.

Tujuan lain diperlukannya analisis SWOT adalah dimana setiap produk yang beredar di pasaran pasti akan mengalami pasang surut dalam penjualan atau yang dikenal dengan istilah daur hidup produk (*life cycle product*). Konsep daur hidup produk dirujuk berdasarkan keadaan realita yang terjadi di pasar, bahwa konsumen memiliki tingkat kejenuhan dalam memakai suatu produk.⁴⁸

Peran kunci dari SWOT adalah untuk membantu mengembangkan kesadaran penuh dari semua faktor yang dapat mempengaruhi perencanaan strategis dan pengambilan keputusan, tujuan yang dapat diterapkan pada hampir semua aspek industri. SWOT dimaksudkan terutama untuk bertindak sebagai teknik penilaian meskipun ada catatan panjang keberhasilan di antara banyak bisnis membuat metode lain dalam manajemen proyek.⁴⁹

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi organisasi atau perusahaan yang menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis :

⁴⁸ Irham Fahmi, *Manajemen Risiko Teori Kasus dan Solusi*, (Bandung:ALFABETA, 2011), 265.

⁴⁹ Erwin Suryatama, *Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis*, (Surabaya Kata Pena: 2014).31.

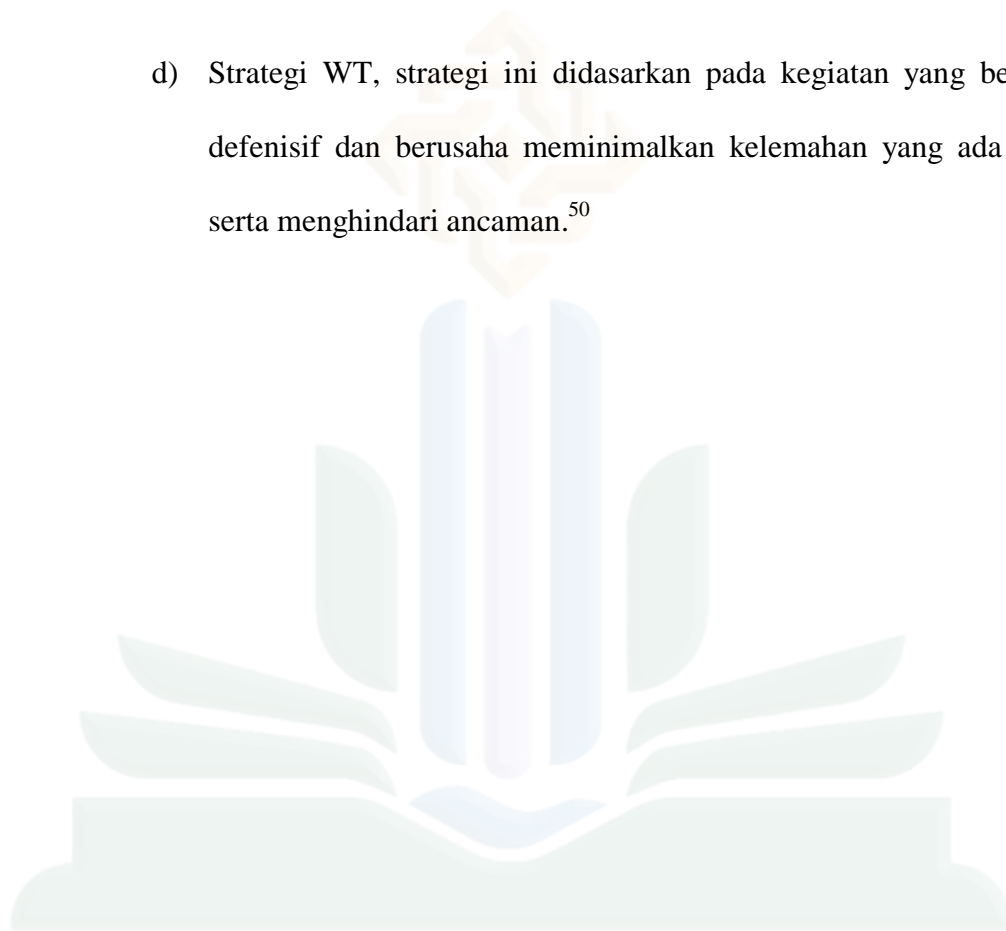
2.1

Matriks SWOT

IFAS EFAS	STENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor faktor kelemahan internal	WEAKNESSES (W) 0,30 tentukan 5-10 kekuatan internal
OPORTUNIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

- a) Strategi SO, adalah strategi berdasarkan jalan pikiran perusahaan dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b) Strategi ST, adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c) Strategi WO, adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

- d) Strategi WT, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta serta menghindari ancaman.⁵⁰



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

⁵⁰ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), 84.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu suatu penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah serta dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵¹

Peneliti memilih pendekatan kualitatif dikarenakan peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT pada strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata di Desa Sukokerto, Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Karena penelitian ini berdasarkan pada ketertarikan peneliti terhadap analisis SWOT pada strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu-bata.

Data yang dikumpulkan adalah data primer, data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data-data penelitian dikumpulkan peneliti langsung dari sumber atau tempat objek

⁵¹ Tohirin, *Metode penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2012), 3.

penelitian.⁵² Yang berupa data gambar, kata – kata, dan bukan angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.⁵³ Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan – kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, pariwisata, teks, dan sebagainya) dan unit analisis. Contoh: penelitian di desa “X” dengan unit analisisnya “individu”.⁵⁴

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di Desa Sukokerto, Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut yaitu karena terdapat strategi pengembangan UMKM yang berbeda dengan UMKM yang lain, seperti adanya peningkatan akses dan peningkatan SDM.

C. Subjek Penelitian

Untuk menentukan subjek penelitian sebagai sumber informasi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu tersebut misalnya, orang yang dijadikan sebagai

⁵² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2011), 137.

⁵³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, April 2017), 11.

⁵⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 46.

informan adalah orang dianggap paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini digali dari beberapa informan, yang peneliti anggap memiliki kapasitas untuk memberikan informasi terkait dengan penelitian ini, oleh karena itu dalam hal ini peneliti mendapat informasi tambahan. Adapun informan yang dipilih adalah sebagai berikut:

- a. Pak Bahri Pemilik kerajinan batu bata
- b. Pak Asis Asisten
- c. Pak Hadi Karyawan
- d. Pak Ilham Karyawan
- e. Pak Ilul Karyawan
- f. Hayyi Karyawan
- g. Pak Sus Karyawan
- h. Pak Iklil Karyawan
- i. Adim Warga sekitar

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang tidak dapat dihindari dalam kegiatan penelitian. Ketika sudah berada di lapangan, penelitian kualitatif kebanyakan berurusan dengan fenomena, disini fenomena itu perlu didekati oleh peneliti dengan terlibat langsung pada situasi riil, jadi tidak cukup meminta bantuan orang atau sebatas mendengar penuturan secara jarak jauh. Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam proses pengumpulan data seperti, wawancara, observasi, dan

dokumentasi, yang mana masing-masing proses tersebut mempunyai peran penting dalam upaya mendapatkan informasi yang akurat dan sebanyak-banyaknya.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Dari pemahaman observasi diatas, sesungguhnya yang dimaksud dengan metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.⁵⁵

Penelitian ini menggunakan tehnik observasi non partisipatif yang mana peneliti tidak ikut di dalam kegiatan orang yang akan diobservasi, dan secara terpisah berkedudukan selaku pengamat tentang kegiatan analisis SWOT pada strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Adapun yang akan diamati oleh peneliti yaitu:

- 1) Strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata

⁵⁵ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), 118.

- 2) Proses pengolahan kerajinan batu bata
- 3) Kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata

2. Wawancara

Wawancara adalah tehnik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan pihak yang berwenang untuk dimintai keterangan dan mendapatkannya secara umum mengenai penelitian dan masalah khusus yang diteliti. Adapun maksud dari wawancara adalah untuk memperoleh informasi tentang Analisis SWOT Pada Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Batu-bata di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Pada metode ini peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data tentang :

- 1) Implementasi strategi pengembangan UKM kerajinan batu bata di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember
- 2) Kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan berdasarkan pada UKM kerajinan batu bata Desa Sukokerto Kabupaten Jember

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Data dalam penelitian naturalistic kebanyakan diperoleh dari sumber manusia

melalui wawancara dan observasi, namun data dari non manusia seperti dokumen, foto, dan bahan statistic perlu mendapatkan perhatian selayaknya.⁵⁶ Adapun metode dokumentasi dalam penelitian ini yaitu mencatat hasil wawancara atau data- data yang berkaitan dengan ketentuan analisis SWOT pada strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata di desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Adapun data yang akan diperoleh dengan tehnik dokumentasi adalah:

- 1) Sejarah berdirinya usaha kecil menengah kerajinan batu bata
- 2) Struktur organisasi usaha kecil menengah kerajinan batu bata
- 3) Jumlah kryawan

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif menurut Sugiyono adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁵⁷

⁵⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2007), 216.

⁵⁷ *Ibid.*, 147.

Adapun aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Analisis data tersebut dilakukan setelah proses pengumpulan data.

a. Reduksi data

Reduksi data yaitu proses analisis data setelah peneliti memasuki lapangan. Semakin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi. Setelah memperoleh data secara keseluruhan maka selanjutnya peneliti melakukan pemilihan data dari catatan tertulis yang diperoleh dari lapangan

b. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchat* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Sebagaimana pernyataan Miles dan Huberman menjelaskan bahwa, dengan melakukan penyajian data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya apa yang telah di pahami tersebut. Penyajian data ini dilakukan setelah melakukan reduksi data. Data-data yang dirangkum kemudian disajikan dalam bentuk narasi yang memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian ini.⁵⁸

⁵⁸ Ibid., 249.

c. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penyajian dan analisis data maka, langkah selanjutnya yaitu membuat kesimpulan dari data-data yang sudah disajikan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.⁵⁹

F. Teknik Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan di pertanggung jawabkan secara ilmiah. Keabsahan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Adapun teknik triangulasi yang digunakan yaitu teknik triangulasi dengan sumber. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Hal ini dapat di capai dengan cara sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.

⁵⁹ Ibid., 253.

- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan persepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.⁶⁰

G. Tahap-tahap Penelitian

Pada bagian ini, maka peneliti akan menguraikan proses pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Proses penelitian yang dilakukan peneliti mulai awal hingga akhir maka perlu diuraikan dalam tahap-tahap penelitian. Adapun tahap-tahap penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

Dalam penelitian pra-lapangan terdapat lima tahapan yang dilalui peneliti, diantaranya:

a. Menyusun rencana penelitian

Pada tahap ini, peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, seperti mengumpulkan permasalahan yang dapat diangkat sebagai judul penelitian. Kemudian lanjut pada pengajuan judul, penyusunan matrik penelitian yang selanjutnya dikonsultasikan dengan dosen pembimbing, sampai pada penyusunan proposal hingga diseminarkan.

⁶⁰ Iskandar, *Metodelogi Penelitian Pendidikan dan Sosial Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta:Gaung Persada Press, 2009), 330.

b. Memilih lapangan penelitian

Sebelum melakukan penelitian, tentunya peneliti harus telah memutuskan dimana letak lokasi penelitiannya akan dilaksanakan. Peneliti memilih lokasi di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

c. Menilai lapangan

Peneliti melakukan penelitian lapangan untuk lebih latar belakang objek penelitian, lingkungan penelitian dan lingkungan informan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam menggali data.

d. Memilih dan memanfaatkan informan

Pada tahap ini, peneliti memilih beberapa informan yang dianggap memberikan informasi yang layak dari penelitian peneliti.

e. Menyiapkan peralatan penelitian

Setelah tahap menyusun rancangan penelitian sampai pada tahap memilih dan memanfaatkan informan, maka selanjutnya adalah peneliti menyiapkan beberapa peralatan yang diperlukan saat melakukan penelitian, diantaranya seperti buku catatan, alat tulis, buku referensi dan lain-lainnya.

2. Tahap Penelitian Lapangan

Peneliti turun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Aktivitas pada tahap penelitian yaitu:

- a. Memahami latar belakang dan tujuan penelitian
- b. Mengumpulkan data/informan yang dibutuhkan peneliti.]

3. Tahap Analisis Data

Setelah data di lapangan terkumpul maka langkah selanjutnya adalah tahap analisis data, pada tahap ini aktifitas yang akan dilakukan yaitu:

- a. Data sudah terkumpul dianalisis secara keseluruhan dan dideskripsikan dalam bentuk teks.
- b. Menyusun data
- c. Penarikan kesimpulan, memberikan kesimpulan data-data yang sudah terkumpul.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Secara umum kondisi suatu wilayah di daerah sangat menentukan kepribadian masyarakat yang menempati wilayah tersebut. Kondisi suatu wilayah di daerah tertentu akan mempengaruhi perbedaan karakteristik dan kepribadian masyarakat disuatu wilayah yang satu dengan wilayah yang lainnya. Kondisi wilayah di daerah merupakan hal yang sangat penting untuk mengetahui sifat atau karakteristik masyarakat di daerah tersebut dalam berperilaku sehari-hari.

Perbedaan karakteristik dan kepribadian masyarakat dari suatu daerah satu dengan yang lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, diantaranya adalah faktor geografis dan faktor ekonomi. Begitu pula yang terjadi di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember, faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi karakteristik dan kepribadian masyarakat yang menempati Desa Sukokerto. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi karakteristik dan kepribadian masyarakat Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember, antara lain :

1. Letak dan Kondisi Geografis Desa Sukokerto

Desa Sukokerto merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur. Desa Sukokerto memiliki beberapa kelembagaan diantaranya adalah 2 dusun, 09 Rukun Warga (RW) dan 27 Rukun Tetangga (RT).

Posisi Desa Sukokerto bersebelahan dengan desa-desa lainnya yang menjadi batas-batas wilayah desa. Batas-batas wilayah Desa Sukokerto diantaranya adalah :

- a. Sebelah Barat : Desa Sumber pakem Kecamatan Maesan
Desa Mojogemi Kecamatan Sukowono
- b. Sebelah Timur : Desa Sukowono Kecamatan Sukowono
Desa Baletbaru Kecamatan Sukowono
- c. Sebelah Utara : Desa sukosari Kecamatan Tamanan
- d. Sebelah Selatan : Desa Sumberweringin Kecamatan Sukowono.⁶¹

Sebagaimana yang dikatakan dengan Holis (Kaur Pemerintahan), mengatakan bahwa

“Kondisi lahan di Desa Sukokerto tidak hanya berupa tanah lembah saja, akan tetapi juga terdapat kondisi lahan berupa perbukitan. Namun dengan mulai adanya peningkatan kepadatan penduduk dan mulai majunya perekonomian di Desa Sukokerto semua lahan yang ada di Desa Sukokerto baik lahan yang lembah maupun perbukitan mulai ditempati masyarakat setempat maupun masyarakat pendatang dari luar Sukokerto”⁶²

2. Jumlah Penduduk dan Luas Wilayah

Desa Sukokerto merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember yang memiliki luas daerah secara keseluruhan mencapai 351.999 Ha. Sedangkan jumlah penduduk Desa Sukokerto pada tahun 2016 sebanyak 3310 jiwa dengan

⁶¹ Dokumen Profil Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

⁶² Holis, *Wawancara*, Sukokerto, 2 Agustus 2022.

rincian dari keseluruhan penduduk adalah laki-laki sebanyak 1787 jiwa dan perempuan sebanyak 1927 jiwa serta memiliki 1439 kepala keluarga.⁶³

Tabel 4.1
Luas Wilayah

No	Keterangan	Luas
1.	Tanah Kering	50.863 Ha
2.	Sawah	265.284 Ha
3.	Tegal dan Ladang	21.125 Ha
4.	Lain-Lain	14. 727 Ha ³

Sumber: Data Desa Sukokerto

3. Kondisi Sosial Perekonomian Desa Sukokerto

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Holis (Kaur Pemerintahan), mengatakan bahwa :

“Perekonomian di Desa Sukokerto dapat dikatakan mulai dalam jenjang berkembang menuju perekonomian yang maju, meskipun sampai saat ini masyarakat Desa Sukokerto masih banyak yang berprofesi sebagai petani dan buruh tani. Hal ini disebabkan karena kondisi wilayah Desa Sukokerto yang didominasi wilayah dataran lembah sehingga sangat cocok untuk kegiatan bercocok tanam”.⁶⁴

Berikut data pekerjaan masyarakat Desa Sukokerto berdasarkan data dari kantor Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember, antara lain:

- a. Petani : 728 Orang
- b. Buruh Tani : 396 Orang
- c. PNS : 17 Orang
- d. TNI/POLRI : 1 Orang
- e. Jumlah Pemilik Ternak
 - 1) Sapi : 351 Orang

⁶³ Dokumen Profil Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

⁶⁴ Holis, *Wawancara*, Sukokerto, 2 Agustus 2022.

- 2) Kambing : 11 Orang
- 3) Ayam : 6 Orang
- 4) Kuda : 1 Orang
- 5) Bebek : 8 Orang⁶⁵

4. Struktur Organisasi Pemerintah Desa Sukokerto

Seperti desa pada umumnya, struktur organisasi pemerintah Desa Sukokerto dipimpin oleh Kepala Desa yang dibantu oleh seorang Sekertaris Desa dan kepala bidang-bidang tertentu. Berikut struktur organisasi pemerintah Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember berdasarkan data dari kantor Desa Sukokerto, antara lain:

- a. Kepala Desa : Moh Zaini
- b. Sekertaris Desa : Feri
- c. Kaur Keuangan : Mistari
- d. Kaur Umum : Halil Haryanto
- e. Kaur Ek Bang : Faesol Amin
- f. Kaur Pemerintahan : Holis
- g. Kaur Pamong Tani : Agus Riyanto
- h. Kaur Keamanan : Samsul
- i. Dusun Krajan : Nawi
- j. Dusun Kojuk : Buhari
- k. BPD :
 - Ketua : Halil As;ari
 - Wakil Ketua : M. Shaleh Fauzan

⁶⁵ Dokumen Profil Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

- Sekertaris : Buhari
- Anggota : 1) Saiful BahrI, 2) Ahmad Muhyid, 3) Agus Haryani, 4) Rusdi Yanto, 5) Kusnadi : Abdul Jimad

5. Lembaga dan Sarana Desa Sukokerto

a. Lembaga Ekonomi :

- 1) BKD = 1 Unit
- 2) Koprasi = 1 Unit

b. Sarana Kesehatan

- 1) Polindes = 1 Unit
- 2) Posyaman = 6 Unit

c. Sarana Pendidikan :

- 1) Paud = 4
- 2) Tk = 1
- 3) SD = 2
- 4) SMP = -
- 5) SMA = -

B. Penyajian Data dan Pembahasan

Seperti yang telah disebutkan pada bab sebelumnya penelitian ini menggunakan teknik perolehan data dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi untuk memperoleh data yang dapat dianggap valid dan *reliable* sebagai sebuah hasil dari penelitian. Metode yang digunakan adalah untuk menjawab fokus permasalahan di UKM Kerajinan Batu bata di Desa Sukokerto.

1. Implementasi strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Strategi pengembangan usaha merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. Strategi pengembangan usaha kecil harus ada strategi yang tepat. Berdasarkan hasil wawancara, berikut strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata di Desa Sukokerto.

a. Peningkatan Akses kepada aset produktif

Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik usaha kecil menengah yaitu Pak Bahri. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Salah satu strategi pengembangan usaha ini, saya sangat memperhatikan kemudahan dalam memproduksi batu bata mbak. UKM ini proses produksinya menggunakan alat mesin luluh batu bata dan mesin cetak batu bata untuk mengifisiensi waktu serta mampu memperbaiki kualitas batu bata.”⁶⁶

Hal lain juga ditambahkan oleh karyawan usaha kecil menengah yaitu Pak Asis. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Kami merasa mudah sih mbak dalam memenuhi permintaan jumlah produksi yang diminta oleh konsumen. faktornya bisa juga dari alat mesin luluh batu bata karena fungsi dari mesin tersebut itu melunakkan atau mengencerkan tanah, sehingga tanah mampu dan siap untuk dicetak. Dengan alat itu kami bisa mengefisiensi waktu dalam memproduksi. jadi lebih mudah aja gitu mbak.”⁶⁷

⁶⁶ Pak Bahri, *wawancara*, Sukokerto, 18 Agustus 2022.

⁶⁷ Pak Asis, *wawancara*, Sukokerto, 18 Agustus 2022.

Karyawan lainnya Pak Hadi juga menambahkan. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Awal-awal kami manual kerjanya mbak. jadi bentuk batu batanya kurang bagus. namun pemilik usaha kecil menengah selalu melakukan evaluasi untuk perbaikan kedepannya. sehingga sekarang produksi batu bata sudah menggunakan alat mesin cetak batu bata. Jadi kami hanya memasukkan tanah liat yang sudah di encerkan menggunakan alat mesin luluh pada tabung pengaduk lalu kami akan mendorong tanah sehingga tanah menjadi padat lalu masuk ke balok pencetak kemudian bahan yang sudah tercetak tersebut akan dipotong dengan kawat pemotong lalu dipindahkan dan keringkan yang sudah di potong kemudian di bakar proses pembakaran memerlukan waktu 1-2 hari tergantung musim saat musim hujan proses pembakaran batu bata memerlukan waktu lebih lama dibandingkan dengan musim kemarau. Dengan alat tersebut membantu untuk mempermudah dalam produksi batu bata.”⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata di Desa Sukokerto yaitu adanya peningkatan akses kepada aset produktif yaitu usaha kecil menengah ini proses produksinya menggunakan alat mesin luluh batu bata dan mesin cetak batu bata, mesin luluh batu bata adalah mesin untuk melunakkan atau mengencerkan tanah, sehingga tanah mampu dan siap untuk dicetak sedangkan mesin cetak batu bata adalah mesin untuk mencetak batu bata. Dengan alat tersebut bisa mengifisiensi waktu serta mampu memperbaiki kualitas batu bata.

⁶⁸ Pak Hadi, *wawancara*, Sukokerto, 18 Agustus 2022.

b. Adanya peningkatan akses pasar

Salah satu strategi pengembangan di usaha kecil menengah kerajinan batu bata juga dijelaskan oleh pemilik usaha kecil menengah yaitu Pak Bahri. Berikut petikan hasil wawancaranya;

“Pada UKM ini saya sangat mengutamakan kepuasan konsumen. bagaimana caranya saya memberikan kemudahan kepada konsumen untuk bisa order di tempat saya. Salah satu yang menjadi upaya dalam peningkatan kualitas pelayanan yaitu kami menyediakan mobil khusus kendaraan yang mengantar batu bata kelokasi konsumen”⁶⁹

Hal lain juga ditambahkan oleh karyawan usaha kecil menengah Pak Ilham. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Kebetulan saya yang biasanya mengantarkan pesanan mbak. jadi strategi pengembangan yang pemilik UKM lakukan adalah dengan adanya peningkatan akses pasar. jadi UKM ini menyediakan sarana untuk memudahkan pesenan batu bata ini bisa sampai ke lokasi pembeli dengan selamat.”⁷⁰

Hal lain juga ditambahkan oleh karyawan yang lain yaitu Pak Ilul. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Disini kami diperintahkan untuk membuat pamflet, banner gitu mbak. lalu ditempel-tempel di berbagai daerah. itu salah satu upaya pengembangan UKM ini agar keberadaan UKM batu bata ini bisa terlihat. Selain itu adany apeningkatan akses pasar mbak. jadi kami ada kendaraan untuk mengantar pesanan konsumen”⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil menengah selanjutnya pada kerajinan batu bata di Desa Sukokerto yaitu adanya peningkatan akses pasar. Dimana lokasi usaha kecil

⁶⁹ Pak Bahri, *wawancara*, Sukokerto, 22 Agustus 2022.

⁷⁰ Pak Ilham, *wawancara*, Sukokerto, 23 Agustus 2022.

⁷¹ Pak Ilul, *wawancara*, Sukokerto, 22 Agustus 2022.

menengah kerajinan batu bata ini menyediakan mobil untuk sarana antar batu bata kepada konsumen. Dan membuat pamflet serta menempelkan diberbagai lokasi sebagai bentuk promosi agar keberadaan batu bata ini diketahui

c. **Peningkatan SDM**

Strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata selanjutnya yaitu Peningkatan SDM. Peningkatan SDM ini dijelaskan adanya pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam memproduksi batu bata. Berikut petikan hasil wawancara dengan pemilik usaha kecil menengah yaitu Pak Bahri:

“Bagaimana kualitas produk juga ditentukan bagaimana kualitas dari kinerja para karyawan. jadi untuk mengembangkan usaha ini, saya memberikan pelatihan atau pembinaan kepada para karyawan agar kinerjanya bisa maksimal dan produk batu bata yang dihasilkan bisa sesuai dengan yang diharapkan.”⁷²

Hal ini juga ditambahkan oleh karyawan lainnya yaitu Pak

Asis. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Karyawan yang baru-baru atau kurang kompeten dalam bekerja biasanya diikutkan pelatihan mbak sama pemilik UKM. Hal ini ditujukan agar karyawan bisa lebih terampil dan kompeten dalam bekerja”⁷³

Hal lain juga ditambahkan oleh karyawan lainnya yaitu Pak

Ilham. Berikut petikan hasil wawancaranya:

⁷² Pak Bahri, *wawancara*, Sukokerto, 22 Agustus 2022.

⁷³ Pak Asis, *wawancara*, Sukokerto, 22 Agustus 2022.

“Menurut saya mau sebegus apapun bahan baku yang digunakan kalau sumber daya manusia yang ada dalam UKM tersebut rendah maka hasilnya tidak akan maksimal. Untungnya pimpinan kami sangat peka akan hal itu, sehingga selalu ada evaluasi kinerja, ketika ada yang kurang dalam bekerja baik dalam segi pengetahuan atau keterampilan maka diberikan pelatihan atau pembinaan.”⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil menengah selanjutnya yaitu adanya kewirausahaan. Dalam hal ini terkait pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Pelatihan yang dilakukan setiap sebulan sekali mengadakan training antar karyawan yang dipandu oleh pemilik langsung. Hal ini dijelaskan bentuk pengembangan kualitas kinerja karyawan dalam membuat batu bata.

d. Memperluas jaringan

Strategi selanjutnya dalam pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata adalah adanya kelembagaan ekonomi. Kelembagaan ekonomi maksudnya usaha kecil menengah ini memperbanyak relasi agar pemasaran batu bata ini meluas ke berbagai daerah. Berikut petikan hasil wawancara kepada Pemilik usaha kecil menengah kerajinan batu bata yaitu Pak Bahri:

“Dalam dunia bisnis penting sekali kita memperhatikan strategi pemasaran ya mbak. ketika usaha kita tidak dipasarkan maka kita akan kalah saing sama market yang lain. Cuma ada hal lain yang

⁷⁴ Pak Ilham, *Wawancara*, Sukokerto, 24 Agustus 2022.

saya lebih tekankan. yaitu kita harus menjaga hubungan baik dengan relasi manapun. semakin kita memperluas relasi bisnis itu akan mempermudah berkembangnya bisnis kita”⁷⁵

Hal tersebut juga ditambahkan oleh karyawan yaitu Hayyi.

berikut petikan hasil wawancaranya:

“Pemilik UKM kami sangat komunikatif mbak. jadi tidak heran relasi kerja beliau sangat banyak. Hal ini juga berdampak pada perkembangan bisnis UKM kerajinan batu bata ini mbak. karena ketika ada saudara atau teman dari relasi beliau yang membutuhkan batu bata pasti direkomendasikan untuk order disini”⁷⁶

Hal lain ditambahkan oleh karyawan usaha kecil menengah

lainnya yaitu Pak Asis. berikut petikan hasil wawancaranya:

“Strategi pengembangan yang lain ini sih mbak, memperbanyak relasi agar pemasaran batu bata ini bisa diketahui diberbagai daerah. itu sudah diterapkan di UKM ini. dan berjalan dengan baik”⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat

disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil menengah yaitu adanya kelembagaan ekonomi. Dalam hal ini usaha kecil menengah kerajinan batu bata ini memperbanyak relasi agar pemasaran batu bata ini meluas ke berbagai daerah.

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi pengembangan usaha kecil menengah Kerajinan batu bata di Desa Sukokerto yaitu 1) peningkatan akses pada aset produktif, 2) peningkatan akses pasar, 3) Peningkatan SDM, 4) Memeperluas jaringan

⁷⁵ Pak Bahri, *wawancara*, Sukokerto, 22 Agustus 2022.

⁷⁶ Hayyi, *wawancara*, Sukokerto, 24 Agustus 2022.

⁷⁷ Pak Asis, *wawancara*, Sukokerto, 24 Agustus 2022,

2. Kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pada UKM kerajinan batu bata Desa Sukokerto Kabupaten Jember

Dalam menentukan analisis SWOT pada strategi pengembangan pada usaha kecil menengah kerajinan batu bata di Desa sukokerto kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Dijelaskan bahwa analisis SWOT pada usaha kecil menengah kerajinan batu bata meliputi dua aspek. yaitu aspek internal dan aspek eksternal. Hal ini diungkapkan berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha kecil menengah kerajinan batu bata yaitu Pak Bahri. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Untuk menentukan strategi pengembangan pada UKM ini tentunya banyak pertimbangan ya mbak. jadi jika ditinjau dari analisis SWOT yang anda jelaskan, di UKM kerajinan batu bata ini ada dua aspek. jadi ada aspek secara internal dan ada aspek eksternal”⁷⁸

Hal lain juga ditambahkan oleh karyawan dari UKM kerajinan batu bata ini yaitu Pak Sus. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Strategi pengembangan tidak akan jauh dari faktor internal dan eksternal UKM itu sendiri mbak. jadi ya strategi pengembangan yang sudah diterapkan di UKM kerajinan batu bata ini meliputi aspek internal dan eksternal”⁷⁹

Aspek internal di dapatkan dari SDA, permodalan dan teknologi. Aspek internal disini dibedakan menjadi kekuatan dan

⁷⁸ Pak Bahri, *wawancara*, Sukokerto, 26 Agustus 2022.

⁷⁹ Pak Sus, *wawancara*, Sukokerto, 26 Agustus 2022.

kelemahan yang terdapat pada usaha kecil menengah kerajinan batu bata.

a. Kekuatan

Adapun terkait aspek internal dari pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata di Desa Sukokerto ini disampaikan oleh Pak Bahri selaku pemilik usaha kecil menengah. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Untuk kekuatan yang ada di UKM kerajinan batu bata ini bisa dikatakan ada pada modal. Dimana modal awal pendirian usaha ini termasuk ringan. tidak membutuhkan banyak biaya untuk menjalankan usaha ini. sehingga perlu adanya strategi pengembangan usaha ini agar eksistensi dari UKM ini bisa dilirik oleh masyarakat sekitar maupun di daerah-daerah lainnya.⁸⁰

Hal lain juga ditambahkan oleh salah satu karyawan usaha kecil menengah kerajinan batu bata yaitu Pak Ilham. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Kekuatan yang ada di UKM ini yaitu alat untuk memproduksi batu bata itu sangat mudah untuk diaplikasikan. sehingga karyawan yang bekerja mampu mengifisiensi waktu dalam memenuhi permintaan pesanan konsumen.⁸¹

Selain juga ditambahkan oleh salah satu warga sekitar usaha kecil menengah kerajinan batu bata yaitu Adim. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Untuk UKM kerajinan batu bata ini sudah banyak relasinya mbak. laku dimana-mana. setiap harinya selalu banyak yang terjual. memang tidak perlu diragkan sih. batu bata di UKM tersebut berkualitas. selain itu harganya terjangkau mbak.⁸²

⁸⁰ Pak Bahri, *wawancara*, Sukokerto, 24 Agustus 2022.

⁸¹ Pak Ilham, *wawancara*, Sukokerto, 24 Agustus 2022.

⁸² Adim, *wawancara*, Sukokerto, 26 Agustus 2022.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kekuatan dari UKM kerajinan batu bata di Desa Sukokerto yaitu 1) Modal awal pendirian usaha ini termasuk ringan. 2) Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi 3) peralatan produksi yang digunakan mudah dan mampu mengifisiensi waktu produksi serta 4) harga terjangkau.

b. Kelemahan

Adapun terkait kelemahan yang ada di usaha kecil menengah kerajinan batu bata ini ada pada kualitas SDM dan pemasaran. Kelemahan yang ada di usaha kecil menengah kerajinan ini yang menjadi alasan adanya strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata di Desa Sukokerto.

Hal ini disampaikan oleh pemilik usaha kecil menengah yaitu Pak Bahri. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Pelaksanaan strategi pengembangan pada UKM ini tidak semerta-merta dibuat. karemba berdasarkan analisa UKM ini sebelumnya adanya sumber daya manusia yang kurang terlatih. Karena yang bekerja disini mayoritas masyarakat Sukokerto sendiri jadi keterampilan ataupun pengalaman dalam kerajinan batu bata masih harus diberikan pelatihan agar hasil dari produksi batu bata bisa berkualitas dan mampu memuaskan konsumen.”⁸³

Hal lain juga ditambahkan oleh karyawan usaha kecil menengah ini yaitu Pak Asis. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Saya sebagai karyawan paling lama disini, harus sering-sering memberikan arahan tentang pembuatan batu bata. langkah-langkah yang seharusnya di lakukan harus saya sampaikan kepada karyawan lainnya.

⁸³ Pak Bahri, *wawancara*, Sukokerto, 24 Agustus 2022.

agar kualitas batu bata ini bisa terus menciptakan citra positif di mata masyarakat”⁸⁴

Karyawan lainnya yaitu Pak Ilham juga menambahkan terkait kelemahan usaha kecil menengah kerajinan batu bata ini. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Tiap tangan pasti beda hasil kan mbak. jadi demi menjaga kualitas dari kerajinan batu bata ini, biasanya pimpinan memberikan pelatihan untuk meningkatkan kinerja karyawan disini.”⁸⁵

Selain rendahnya kualitas SDM, sistem pemasaran pada usaha kecil menengah ini juga menjadi kelemahan pada usaha kecil menengah kerajinan batu bata ini. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Untuk kelemahan lainnya, mungkin ini sih mbak yang menjadi alasan adanya strategi pengembangan yaitu sistem pemasaran kami. kami belum mempunyai pasar utama dari produk UKM kami. sehingga kami belum mendapatkan estimasi biaya pemasaran yang dibutuhkan. Sehingga hal ini pernah menyebabkan UKM kami tidak memiliki daerah pemasaran yang tetap dan tidak dapat menjadi pemasok utama dari UKM pengecer batu bata secara kontinyu.”⁸⁶

Hal lain juga ditambahkan oleh salah satu karyawan usaha kecil menengah yaitu Pak Ilul. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Kelemahan lainnya bisa dibilang akses informasi mbak. karena kan kami yang bekerja ini sedikit yang anak muda. jadi pengaplikasian sosmed, atau informasi yang harus dipromosikan itu masih kurang. sehingga informasi akan kebutuhan batu bata di daerah pemasaran yang kurang akurat juga menjadi salah satu penyebab kelemahan penentuan daerah pemasaran.”⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kelemahan yang ada pada usaha kecil menengah kerajinan batu

⁸⁴ Pak Asis, *wawancara*, Sukokerto, 24 Agustus 2022.

⁸⁵ Pak Ilham, *wawancara*, Sukokerto, 24 Agustus 2022.

⁸⁶ Pak Ilham, *wawancara*, Sukokerto, 24 Agustus 2022.

⁸⁷ Pak Ilul, *wawancara*, Sukokerto, 24 Agustus 2022.

bata meliputi 1) rendahnya kualitas SDM, 2) sistem pemasaran yang belum terfokus, 3) akses informasi akan kebutuhan batu bata di daerah pemasaran yang kurang akurat.

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara diatas, untuk memudahkan kesimpulan dari penyajian data ini, maka aspek internal yang menjelaskan terkait kekuatan dan kelemahan pada UKM kerajinan batu bata bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Aspek Internal UKM Kerajinan Batu Bata Desa Sukokerto

	Kekuatan	Kelemahan
1.	Modal awal pendirian usaha termasuk ringan	Rendahnya kualitas SDm
2.	Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi	Sistem pemasaran yang belum terfokus
3.	Peralatan produksi mudah	akses informasi akan kebutuhan batu bata di daerah pemasaran yang kurang akurat
4.	Harga terjangkau	

sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 4.2 maka dapat diketahui bahwa faktor internal yang ada dalam usaha kecil menengah kerajinan Batu Bata Desa Sukokerto dapat diidentifikasi pada suatu tabel IFAS (*Internal strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength and Weakness* perusahaan. Berikut tahapnya:

- a. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan usaha kecil menengah dalam kolom 1
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis usaha kecil menengah. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha kecil menengah yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampa dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya jika kelemahan UKM besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan UKM dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Tabel 4.3
IFAS (Internal Factors Analysis Summary) UKM Kerajinan Batu Bata Desa
Sukokerto

Faktor Internal	Bobot	Rating	Total	Keterangan
Kekuatan: Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi	0,20	4	0,80	Pengelolaan yang baik menjadikan produksi batu bata mampu memenuhi permintaan customer
Modal awal pendirian usaha termasuk ringan	0,20	3	0,60	Modal untuk mendirikan usaha ini ringan, karena pemilik usaha memiliki lahan sendiri.
Peralatan produksi mudah	0,15	3	0,45	Alat untuk memproduksi batu bata mudah dilakukan sehingga mampu mengefisiensi waktu
Harga terjangkau	0,30	3	0,90	Harga terjangkau menjadi daya tarik konsumen untuk berlangganan di ukm kerajinan batu bata.
Kelemahan: Sistem pemasaran belum terfokus	0,08	2	0,16	Diberikan pelatihan agar hasil produksi batu bata bisa

				berkualitas
Akses informasi akan kebutuhan batu batadi daerah pemasaran yang kurang akurat	0,02	2	0,04	Karyawan ukm ini sedikit yang anak muda jadi pengaplikasian sosmed atau informasi yang harus dipromosikan itu masih kurang.
Rendahnya kualitas SDM	0,05	1	0,05	Karyawan ukm mayoritas masyarakat Sukokerto sehingga keterampilan atau pengalaman dalam membuat batu bata masih harus diberikan pelatihan agar hasil produksi batu bata bisa berkualitas.
Total	1,00		3,00	

Dari hasil analisis pada tabel 4.3 tentang IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,00. Karena total skor diatas 3,00 berarti ini mengindikasikan posisi internal yang kuat.

c. Peluang

Adapun terkait aspek eksternal usaha kecil menengah kerajinan batu bata ini dibedakan menjadi peluang dan ancaman. Berikut penjelasannya dijelaskan oleh Pemilik UKM yaitu Pak Bahri.

“Untuk peluangnya sendiri, karena UKM batu bata ini kan bukan usaha yang rumit ya mbak. tapi ya juga ketelatenan, keuletan, kemampuan dalam membuat batu bata juga kami perhatikan. namun peluangnya itu sendiri tingkat ketersediaan dari tenaga kerja di wilayah sekitar banyak dan mudah didapatkan. Bisa kita lihat bahwa karyawan yang ada di UKM ini mayoritas masyarakat sekitar Desa Sukokerto itu sendiri.”

Hal lain juga ditambahkan oleh karyawan usaha kecil menengah kerajinan batu bata yaitu Hayyi. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Peluang di UKM ini menurut saya ya tersedianya bahan baku yang mudah. kemudian produk batu bata ini merupakan salah satu bahan utama pembuat rumah. Jadi UKM kerajinan batu bata ini memiliki peluang bisnis yang besar.”⁸⁸

Hal lain juga ditambahkan oleh salah satu karyawan lainnya yaitu Pak Hadi. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Batu bata ini kan menjadi bahan pokok dalam bangunan ya mbak. jadi menurut saya peluangnya mungkin bisa dilihat dari tingkat permintaan produk yang tinggi.”⁸⁹

Pemilik UKM yaitu Pak Bahri juga menambahkan kembali.

Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Peluang bisnis ini sangat besar mbak. selain lokasi UKM ini strategis, bahan baku mudah didapatkan. tingkat produksinya selalu tinggi serta batu bata ini merupakan bahan pokok dalam pembangunan.”⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan bahwa peluang dari UKM kerajinan batu bata ini adalah 1) tersedianya tenaga kerja di wilayah sekitar banyak, 2) ketersediaan bahan baku mudah, 3) tingkat permintaan produk tinggi, 4) produk merupakan salah satu bahan utama pembuat rumah.

⁸⁸ Hayyi, *wawancara*, Sukokerto, 26 Agustus 2022.

⁸⁹ Pak Hadi, *wawancara*, Sukokerto, 26 Agustus 2022.

⁹⁰ Pak Bahri, *wawancara*, Sukokerto, 26 Agustus 2022.

d. Ancaman

Adapun terkait ancaman dari usaha kecil menengah ini dijelaskan sebagai berikut. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik UKM yaitu Pak Bahri. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Ancaman dari UKM kerajinan batu bata yaa tidak dapat dipungkiri adanya pesaing dari industri pabrikan itu mbak. tapi kami mengusahakan agar UKM ini bisa mengikuti daya saing. contohnya dengan melalui peningkatan akses pasar, adanya pelatihan dan lain sebagainya itu salah satu bentuk upaya kami untuk mempertahankan eksistensi UKM batu bata ini”⁹¹

Hal lain ditambahkan oleh salah satu karyawan yaitu Pak Iklil.

Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Kalau untuk UKM kerajinan batu bata ini, ancamannya mungkin munculnya usaha baru yang hampir sama dengan batu bata seperti halnya batako. karena kan batako hampir sama dengan batu bata akan tetapi pengelolanya yang beda dan harga batako lebih murah dari pada batu bata . jadi kami harus terus mengusakan konsumen kami tetap loyal pada UKM disini”⁹²

Salah satu karyawan lainnya yaitu Pak Asis juga ikut menambahkan. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“Ancaman pada UKM ini yaa bersaing dengan pengusaha UKM batu bata lainnya mbak. kalau kita tidak bisa bersaing, atau tidak memperhatikan kualitas produk, tidak meningkatkan pelayanan, khawatirnya konsumen kurang puas bisa-bisa beralih ketempat lain”⁹³

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa ancaman usaha kecil menengah kerajinan batu bata ini yaitu 1) adanya usaha baru yang hampir mirip dengan batu bata 2)adanya pesaing atau munculnya pengusaha baru.

⁹¹ Pak Bahri, *wawancara*, Sukokerto 26 Agustus 2022.

⁹² Pak Iklil, *wawancara*, Sukokerto, 24 Agustus 2022.

⁹³ Pak Asis, *wawancara*, Sukokerto, 26 Agustus 2022.

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara diatas, untuk memudahkan kesimpulan dari penyajian data ini, maka aspek eksternal yang menjelaskan terkait peluang dan ancaman pada UKM kerajinan batu bata bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Aspek Eksternal UKM Kerajinan Batu Bata Desa Sukokerto

No	Peluang	Ancaman
1.	Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak	Adanya pesaing atau munculnya pengusaha baru
2.	Ketersediaan bahan baku yang mudah	Adanya usaha baru yang hampir mirip dengan batu bata
3.	Tingkat permintaan produk tinggi	
4.	Produk merupakan salah satu bahan utama pembuat rumah	

Sumber: Data diolah

Tabel 4.5
EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) UKM Kerajinan Batu Bata Desa Sukokerto

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Total	Keterangan
Peluang: Tingkat permintaan produk tinggi	0,15	4	0,60	Peningkatan permintaan akan produk batu bata tinggi menjadikan ukm ini memiliki peluang untuk berkembang
Ketersediaan bahan baku mudah	0,40	3	1,2	Ukm ini memiliki peluang karena

				bahan yang digunakan mudah untuk didapatkan sehingga memudahkan dalam memenuhi permintaan produksi
Produk merupakan salah satu bahan utama pembuat rumah	0,12	3	0,36	Hal ini menjadi peluang untuk UKM meningkatkan jumlah produksi sesuai permintaan pasar
Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak	0,25	2	0,50	Jumlah tenaga kerja yang banyak menyebabkan pemilik ukm batu bata ini memiliki daya tawar yang lebih kuat
Ancaman: Adanya usaha baru yang hampir mirip dengan batu bata	0,05	2	0,10	Adanya produk baru dari industri lain yang relatif mempunyai harga lebih murah yaitu batako hal ini menjadi ancaman bagi industri kecil seperti ukm.
Adanya pesaing atau Munculnya pengusaha baru.	0,03	1	0,03	Hal ini menjadi ancaman karena

				pengusaha baru akan menjual produk sejenis sehingga mengakibatkan persaingan harga yang tidak terkendali
Total	1,00		2,79	

Dari hasil analisis pada tabel 4.5 tentang EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 2,79. Karena total skor 2,79 berarti ini mengindikasikan bahwa UKM merespon peluang yang ada dan berusaha menghindari ancaman-ancaman yang ada.

Berdasarkan tabel 4.3 tentang IFAS dan tabel 4.5 tentang EFAS lebih besar nilai IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) yaitu sebesar 3,00 dibandingkan dengan nilai EFAS (*Ekternal Factor Analysis Summary*) yaitu sebesar 2,79. Dapat kita simpulkan bahwa faktor internal UKM kerajinan batu bata di Desa Sukokerto lebih dominan daripada faktor eksternal. Sehingga dapat dipastikan usaha kerajinan batu bata di Desa Sukokerto dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan kekuatan harga yang terjangkau dan bahan baku yang berkualitas dan sarana dan prasarana yang memadai untuk merealisasikan peluang yang ada.

Untuk lebih memudahkan menganalisis SWOT maka digunakan matriks berupa tabel yang digunakan perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan,kelemahan, peluang dan ancaman serta kombinasi dimana kekuatan bertemu dengan kesempatan adalah keadaan yang paling positif, dan kombinasi

kelemahan dan ancaman adalah keadaan yang paling negatif dan harus dihindari, yang dapat dimasukkan ke dalam matriks sebagai berikut.⁹⁴

Tabel 4.6
Matriks SWOT UMKM Kerajinan Batu Bata Desa Sukokerto

IFAS	<p>STRENGTHS (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modal awal pendiri usaha termasuk ringan • Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang di produksi • Peralatan produksi mudah 	<p>WEAKNESSES (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rendahnya kualitas SDM • Sistem pemasaran yang belum terfokus • Akses informasi akan kebutuhan batu bata di daerah pemasaran yang kurang akurat 	
EFAS	<p>OPPORTUNIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak • Ketersediaan bahan baku yang mudah • Tingkat permintaan produk yang tinggi • Produk merupakan salah satu bahan utama pembuatan bangunan 	<p>STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kegiatan promosi usaha batu bata • Meningkatkan kualitas usaha batu bata • Meningkatkan pengetahuan tentang industri kecil • Meningkatkan daya tarik konsumen 	<p>STRATEGI WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kegiatan promosi usaha batu bata • Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi • Meningkatkan peran pengelola usaha batu bata
<p>TREATHS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adanya usaha 	<p>STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan 	<p>STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan 	

⁹⁴ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005),14.

<p>baru yang hampir mirip dengan batu bata</p> <ul style="list-style-type: none"> • Munculnya pesaing atau pengusaha baru 	<p>daya tarik konsumen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas produk • Meningkatkan kegiatan promosi usaha batu bata 	<p>kegiatan promosi usaha batu bata</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi modern • Meningkatkan dan menjaga keamanan saat memproduksi batu bata • Meningkatkan peran pengelola usaha batu bata
--	--	---

Berdasarkan tabel 4.6 dari hasil analisis SWOT pada matriks tersebut, diperoleh beberapa strategi yang dapat dilaksanakan yaitu:

1) Strategi S-O (Kekuatan- Peluang)

Strategi yang berasal dari faktor kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Usaha Kerajinan Batu bata Desa Sukokerto merupakan strategi yang diciptakan dengan menggunakan kekuatan yang bersumber dari lingkungan internal untuk memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal dalam usaha pengembangan usaha batu bata di Desa Sukokerto.

Strategi S-T (Kekuatan- Ancaman)

Strategi yang berasal dari faktor kekuatan dan ancaman yang merupakan strategi yang diciptakan dengan menggunakan kekuatan yang bersumber dari lingkungan internal untuk mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal dalam pengembangan usaha batu bata di Desa Sukokerto. Strategi S-O dalam usaha batu bata sebagai berikut:

a. Meningkatkan kegiatan promosi usaha batu bata

- b. Meningkatkan kualitas usaha batu bata
- c. Meningkatkan pengetahuan tentang industri kecil
- d. Meningkatkan daya tarik konsumen

2) Strategi W-O (Kelemahan- Peluang)

Strategi yang berasal dari faktor kelemahan dan peluang yang merupakan strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal untuk mengambil peluang yang berasal dari lingkungan eksternal dalam pengembangan usaha Batu bata di Desa Sukokerto. Strategi W-O dalam usaha batu bata sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kegiatan promosi usaha batu bata
- b. Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi
- c. Meningkatkan peran pengelola usaha batu bata

3) Strategi S-T (Kekuatan- Ancaman)

Strategi yang memanfaatkan keunggulan yang dimiliki usaha produk batu bata untuk mempertahankan posisi dari ancaman-ancaman yang ada. Strategi S-T dalam usaha produk batu bata sebagai berikut:

- a. Meningkatkan daya tarik konsumen
- b. Meningkatkan kualitas produk
- c. Meningkatkan kegiatan promosi usaha batu bata

4) Strategi W-T (Kelemahan- Ancaman)

Strategi yang berasal dari faktor kelemahan dan ancaman yang merupakan strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal dan digunakan untuk menghindari

ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal dalam pengembangan usaha batu bata di Desa Sukokerto. Strategi W-T dalam usaha batu bata sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kegiatan promosi usaha batu bata
- b. Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi modern
- c. Meningkatkan dan menjaga keamanan saat memproduksi batu bata
- d. Meningkatkan peran pengelola usaha batu bata

C. Pembahasan

1. Implementasi strategi pengembangan UKM kerajinan batu bata di Desa Sukokerto Kabupaten Jember

UKM Kerajinan batu bata di Desa Sukokerto turut mengikuti persaingan pasar. Upaya yang dilakukan UKM ini dengan mengimplementasikan beberapa strategi pengembangan agar UKM ini bisa terus berkembang dan eksistensi UKM bisa meluas ke berbagai daerah. Upaya yang dilakukannya ini selaras dengan teori Amirullah yang menjelaskan bahwa strategi adalah rencana manajer yang berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan untuk mencapai sasaran perusahaan.⁹⁵

Selain itu, diperkuat oleh teori yang disampaikan Freddy Rangkuti yaitu strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang. Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler

⁹⁵ Amirullah, *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015),4.

menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti maka disimpulkan bahwa implementasi strategi pengembangan UKM kerajinan batu bata di Desa Sukokerto sebagai berikut:

a. Peningkatan Akses kepada aset produktif

adanya peningkatan akses kepada aset produktif yaitu UKM ini proses produksinya menggunakan alat untuk mengifisiensi waktu serta mampu memperbaiki kualitas batu bata.

b. Adanya peningkatan akses pasar

Dimana lokasi usaha kecil menengah kerajinan batu bata ini menyediakan mobil untuk sarana antar batu bata kepada konsumen. Dan membuat pamflet serta menempelkan diberbagai lokasi sebagai bentuk promosi agar keberadaan usaha kecil menengah kerajinan batu bata ini diketahui

c. Peningkatan SDM

Adanya Peningkatan SDM. Dalam hal ini terkait pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Pelatihan yang dilakukan setiap sebulan sekali

⁹⁶ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2015),3-4.

mengadakan training antar karyawan yang dipandu oleh pemilik langsung. Hal ini dijelaskan bentuk pengembangan kualitas kinerja karyawan dalam membuat batu bata.

d. Memperluas Jaringan

Dalam hal ini UKM kerajinan batu bata ini memperbanyak relasi agar pemasaran batu bata ini meluas ke berbagai daerah

Berdasarkan temuan masalah diatas selaras dengan hasil penelitian Ghalib Agfa Ognaya dijelaskan bahwa strategi pengembangan usaha kecil harus ada strategi yang tepat, yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

- a) Peningkatan akses kepada asset produktif, terutama modal, disamping juga teknologi, manajemen, dan segi-segi lainnya yang penting.
- b) Peningkatan akses pada pasar, yang meliputi suatu spektrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha sampai pada informasi pasar, bantuan produksi dan prasarana ekonomi yang dasar dan akan sangat membantu adalah prasarana perhubungan
- c) Peningkatan SDM, dalam hal ini pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting.
- d) Memperluas Jaringan dalam arti luas adalah pasar. Maka memperkuat pasar adalah penting, tetapi hal itu harus disertai

dengan pengendalian agar bekerjanya pasar tidak melenceng dan mengakibatkan melebarnya kesenjangan.⁹⁷

Hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian Bagja Waluyu yang menjelaskan bahwa untuk mengatasi rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan masyarakat sangat berdampak pada rendahnya kualitas tenaga kerja yang dimiliki. Upaya-upaya pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan sumber daya manusia guna pengembangan usaha adalah dengan melalui pelatihan yang berdasarkan kompetensi yang dibutuhkan, memberdayakan sanggar-sanggar kegiatan belajar yang ada dengan berbagai keterampilan ekonomi produktif, meningkatkan hubungan antara lembaga pendidikan dan industri sehingga relevansi pendidikan dapat ditingkatkan, memperkuat landasan kultural pendidikan sebagai terapi budaya, dan mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah yang tangguh, serta membangkitkan karsa di tengah-tengah masyarakat.⁹⁸

Adanya strategi pengembangan yang terintegrasi diharapkan usaha yang dijalankan menjadi kegiatan ekonomi yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi, tidak hanya memiliki keunggulan kompetitif. Menurut Tambunan, karakteristik usaha yang memiliki keunggulan kompetitif adalah sebagai berikut:

⁹⁷ Ghalib Agfa, "Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah", (Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, Semarang, 2013), 19.

⁹⁸ Bagja Waluyu, "Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Berbasis Masyarakat Untuk Mengatasi Masalah Pengangguran", (Skripsi Jurusan Pendidikan Geografi FPIPS-UPI 2017.)

- a) Memiliki kualitas SDM yang baik,
- b) Pemanfaatan teknologi yang optimal,
- c) Mampu melakukan efisiensi dan meningkatkan produktivitas,
- d) Mampu meningkatkan kualitas produk,
- e) Memiliki akses promosi yang luas,
- f) Memiliki sistem manajemen kualitas yang terstruktur,
- g) Sumber daya modal yang memadai,
- h) Memiliki jaringan bisnis yang luas, dan
- i) Memiliki jiwa kewirausahaan.⁹⁹

2. Kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pada UMKM kerajinan batu bata Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan, kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Analisis pasar internal merupakan suatu proses untuk menilai faktor-faktor unggulan strategis perusahaan/ organisasi untuk

⁹⁹ Abdul Wahid Mongkito, "Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi : EKS MTQ KOTA KENDARI)" *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari , Robust-Research Business and Economics Studies* Volume 1 (No.2 2021), 94-120. (Juni 2021).

menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif¹⁰⁰

Hal ini juga sesuai dengan teori Sofyan Assauri yang menjelaskan bahwa tujuan dari strategi, yaitu:

- a. Untuk menjalankan dan mengevaluasi strategi yang telah dipilih secara efektif dan efisien.
- b. Untuk mengevaluasi kinerja, meninjau, mengkaji ulang, melakukan penyesuaian, dan mengoreksi jika terdapat kesalahan atau penyimpangan dalam pelaksanaannya.
- c. Untuk meninjau kembali dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman atau sering kali dikenal dengan *Strength, Weaknes, Opportunities, Threats* (SWOT).
- d. Untuk berinovasi atas produk agar sesuai dengan selera dari konsumen.
- e. Untuk memperbarui strategi yang dirumuskan untuk menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan eksternal.¹⁰¹

Berdasarkan pembahasan di bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa jika ditinjau berdasarkan analisis SWOT pada UKM kerajinan batu bata di Desa Sukokerto sebagai berikut;

¹⁰⁰ Ghalib Agfa, "Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah", (Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, Semarang, 2013),19.

¹⁰¹ Assauri Sofjan, *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta: Charisma Putra Utama, 2016), 4-6.

1. Aspek Internal

- a. Kekuatan UKM kerajinan batu bata di Desa Sukokerto
 - a) Modal awal pendirian usaha ini termasuk ringan.
 - b) Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi
 - c) Peralatan produksi yang digunakan mudah dan mampu mengifisiensi waktu produksi
 - d) Harga terjangkau
- b. Kelemahan UKM kerajinan batu bata Desa Sukokerto
 - a) Rendahnya kualitas SDM,
 - b) Sistem pemasaran yang belum terfokus
 - c) Akses informasi akan kebutuhan batu bata di daerah pemasaran yang kurang akurat.

2. Aspek Eksternal

- a. Peluang
 - a) Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah banyak

hal ini menjadi salah satu peluang untuk usaha kecil menengah batu bata. Jumlah tenaga kerja yang banyak menyebabkan pemilik usaha kecil menengah ini memiliki daya tawar yang lebih kuat dan memiliki kemampuan untuk mempekerjakan karyawan dengan jumlah yang lebih besar untuk menyeimbangkan peningkatan atau besarnya volume permintaan produksi batu bata.

b) Ketersediaan bahan baku mudah

usaha kecil menengah ini memiliki peluang karena bahan yang digunakan mudah untuk didapatkan sehingga memudahkan dalam memenuhi permintaan produksi.

c) Peningkatan permintaan akan produk batu bata tinggi

Peningkatan permintaan akan produk batu bata tinggi menjadikan usaha kecil menengah ini memiliki peluang untuk terus berkembang. Dimana dalam hal ini usaha kecil menengah terus meningkatkan kualitas produk maupun kualitas dari kinerja pembuatan batu bata.

d) Produk batu bata adalah komponen utama dalam pembuatan rumah. Hal ini menjadi peluang untuk usaha kecil menengah untuk meningkatkan jumlah produksi sesuai permintaan pasar

b. Ancaman

a) Adanya usaha baru yang sama dengan batu bata

Adanya usaha baru yang sama dengan batu bata menjadi ancaman bagi usaha kecil menengah ini karena adanya produk baru dari industri pabrikan yang relatif mempunyai harga lebih murah yaitu batako. sehingga menjadikan batako bahan bangunan pengganti batu bata. Hal ini tentunya menjadi ancaman bagi industri kecil seperti UKM ini.

b) Munculnya banyak pengusaha baru

Hal ini menjadi ancaman karena pengusaha baru akan menjual produk sejenis sehingga mengakibatkan persaingan harga yang tidak terkendali.

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa masa yang akan datang.¹⁰²

SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui suatu keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif. menurut Freddy Rangkuti analisis SWOT adalah identifikasi sebagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.¹⁰³

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi organisasi atau perusahaan yang menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi/perusahaan sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan organisasi/perusahaan. Matriks SWOT menggunakan beberapa strategi antara lain :

¹⁰² Irham Fahmi, *Manajemen Risiko*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 264-265.

¹⁰³ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: Gramedia Pustaka,2015), 19.

- a. Strategi SO, adalah strategi berdasarkan jalan pikiran perusahaan dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST, adalah strategi ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO, adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT, strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.¹⁰⁴

Hampir 80% *star-up company* (perusahaan mula) di Indonesia gagal pada tahun pertama. Pendapat serupa juga dinyatakan oleh Wirasaswita bahwa tingkat mortalitas/kegagalan usaha kecil di Indonesia mencapai 78%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kegagalan bagi usaha baru dimulai dengan adanya suatu peluang yang sangat besar, tapi belum diimbangi oleh sumber daya (financial) serta tim manajemen yang cukup, sehingga timbul keseimbangan yang memperbesar faktor ketidakpastian dan risiko.¹⁰⁵

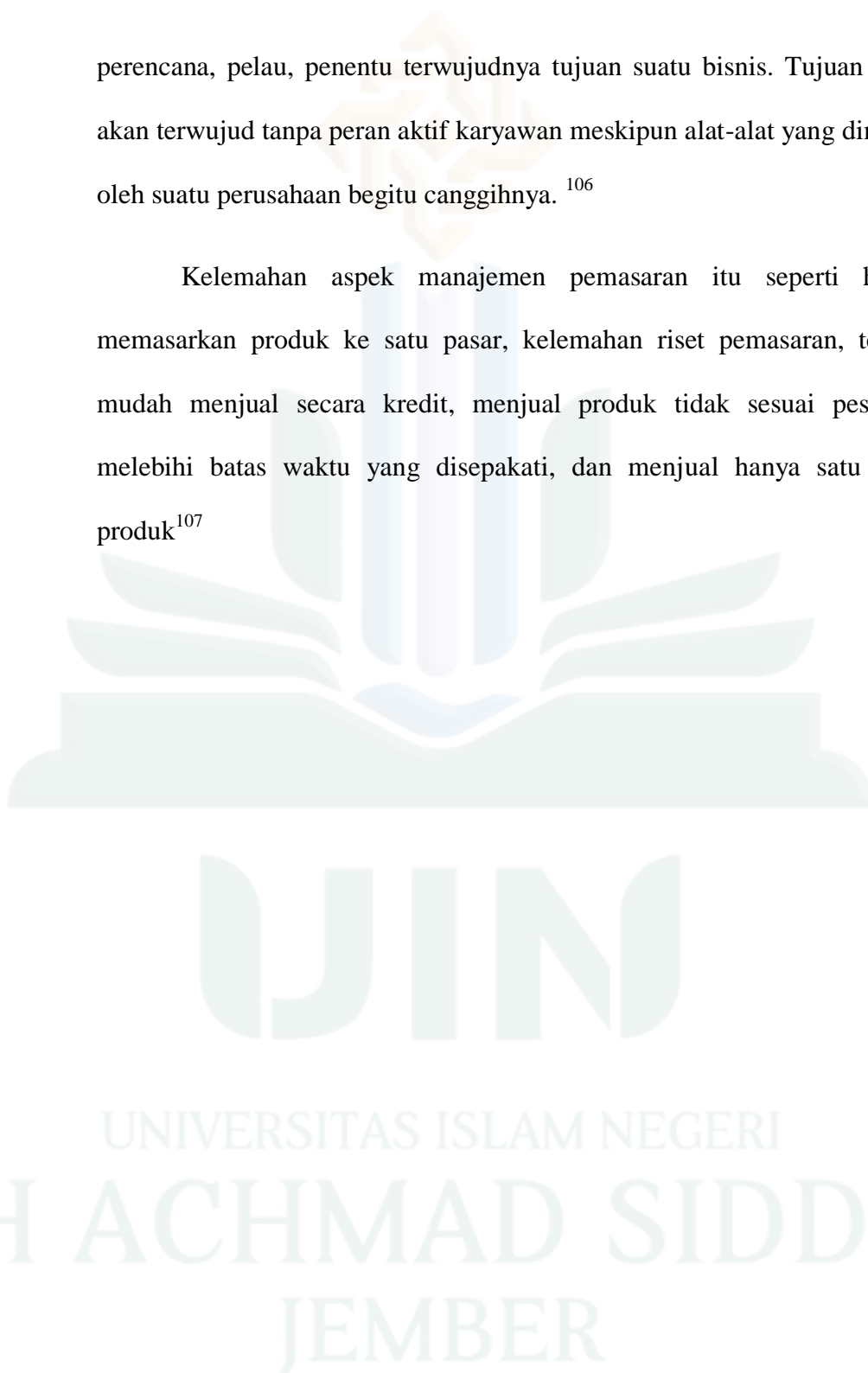
Berdasarkan pembahasan diatas, menggambarkan pentingnya peran sumber daya manusi dalam suatu bisnis. SDM selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan usaha, karena SDM menjadi

¹⁰⁴ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), 84.

¹⁰⁵ Tri Siwi Agustina, *Kewirausahaan (Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UKM di Indonesia)*, (Jakarta: Mitra Wacana Media,2015), 9.

perencana, pelau, penentu terwujudnya tujuan suatu bisnis. Tujuan tidak akan terwujud tanpa peran aktif karyawan meskipun alat-alat yang dimiliki oleh suatu perusahaan begitu canggihnya.¹⁰⁶

Kelemahan aspek manajemen pemasaran itu seperti hanya memasarkan produk ke satu pasar, kelemahan riset pemasaran, terlalu mudah menjual secara kredit, menjual produk tidak sesuai pesanan, melebihi batas waktu yang disepakati, dan menjual hanya satu jenis produk¹⁰⁷



¹⁰⁶ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber daya Manusia*, (jakarta: PT Bumi Aksara, 2020),9.

¹⁰⁷ Suparyanto. *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*. (Bandung: Alfabet. 2016),21.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi yang diterapkan dalam pengembangan usaha batu bata di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember adalah Peningkatan Akses kepada aset produktif adanya peningkatan akses kepada aset produktif yaitu UKM ini proses produksinya menggunakan alat untuk mengifisiensi waktu serta mampu memperbaiki kualitas batu bata. Adanya peningkatan akses pasar Dimana lokasi UKM kerajinan batu bata ini menyediakan mobil untuk sarana antar batu bata kepada konsumen. Dan membuat pamflet serta menempelkan diberbagai lokasi sebagai bentuk promosi agar keberadaan UKM kerajinan batu bata ini diketahui Peningkatan SDM Adanya Peningkatan SDM. Dalam hal ini terkait pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Pelatihan yang dilakukan setiap sebulan sekali mengadakan training antar karyawan yang dipandu oleh pemilik langsung. Hal ini dijelaskan bentuk pengembangan kualitas kinerja karyawan dalam membuat batu bata. Memperluas Jaringan Dalam hal ini UKM kerajinan batu bata ini memperbanyak relasi agar pemasaran batu bata ini meluas ke berbagai daerah.

Sedangkan untuk analisis SWOT pada usaha batu bata di desa Sukokerto yang masih berada di bawah pesaing pesaingnya seperti di tempat lainnya hal ini dapat dilihat dari strategi strategi yang digunakan oleh pengusaha batu bata terhadap situasi atau faktor eksternal dan internal pengusaha batu bata dimana diambil dari hasil pembobotan total nilai yang ada.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha Batu bata di Desa Sukokerto.

Agar sektor industri dapat memberikan peluang ekonomi yang besar, maka pengembangan industri harus didasarkan sumber daya yang dimiliki serta perlu menentukan dan menetapkan strategi pengembangan industri. Oleh karena itu dalam pengembangan usaha kecil menengah kerajinan batu bata di Desa Sukokerto, hal yang harus dibenahi oleh pemerintah daerah adalah meningkatkan kegiatan promosi usaha batu bata, meningkatkan kualitas batu-bata, meningkatkan pengetahuan tentang industri kecil agar tidak ketinggalan zaman, meningkatkan daya tarik konsumen meningkatkan pengetahuan tentang teknologi

2. Peneliti selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya yaitu dapat mengembangkan penelitian mengenai strategi pengembangan yang lebih inovatif menggunakan metode-metode baru dan pendekatan-pendekatan yang lebih variatif untuk dapat merumuskan strategi khususnya bagi usaha batu bata. Serta memperbanyak jumlah responden dan membimbing pengusaha dalam melakukan penilaian EFAS dan IFAS agar hasilnya lebih menggambarkan keadaan

DAFTAR PUSTAKA

- Agnirizkita. 2020. Pengaruh tingkat literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada pelaku UMKM Kecamatan Cinere, Depok. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Vol 2, Issue 1, hal 58.
- Agusetyaningrum, Verniaputri. 2016. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi Pada Ukm Berbasis Kuliner Kota Malang). *Universitas Brawijaya: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 38 No.2.
- Alyas. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros)", Makasar: Universitas Negeri Makassar. *Sosiohumaniora*, Volume 19 No. 2.
- Ardiyansyah. 2016. Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM (Studi Kasus Usaha Ternak Kelinci di Kecamatan Bumiaji Kota Batu). Skripsi Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Malang.
- Arifin, Muhammad. 2017. Strategi Manajemen Perubahan Dalam Meningkatkan Disiplin Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Edutech* Vol. 3 No.119.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Assauri, Sofjan. 2016. *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Charisma Putra Utama.
- Badriawan, Ade Alfi. 2019. Analisis SWOT Terhadap Pengembangan Usaha Griya Rajut Seruni di Desa Pejagan Kecamatan Jambesari Darus Sholah Kabupaten Bondowoso. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Jember.
- Budiarto, Kustoro. 2009. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Fahmi, Irham. 2013. *Manajemen Risiko*, Bandung: Alfabeta.
- Hadi, Devi Chairiza. 2018. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Yogyakarta (Studi Kasus Hadi Sukirno Leather Work and Handycraft). Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Sunan Kalijaga.

- Hadiyanti. 2017. Analisis Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi UIN Raden Intan Lampung.
- Hafsah. 2015. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal Ekonomi*, Vol.2, No. 25.
- Hamid, Edy, Suandi. 2011. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 12, Nomor 1.
- Hidayanti, Ulfa. 2018. Penerapan Analisis SWOT Sebagai Penerapan Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Raden Intan Lampung.
- Idayu, Riyanthi. 2021. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, Vol 7 No 1.
- Inayati, Titik. 2019. Perumusan Strategi Dengan Analisis Swot Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UMKM Produk Sepatu Di Mojoke Rto, Jawa Timur). Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
- Jazuli, Syauqi. 2017. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Pembiayaan pada BMT EL-Syifa Ciganjur, Jagakarsa, Jakarta Selatan. Skripsi Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kustiarini, Anita. 2018. Strategi Pengembangan UKM Batu Arca di Desa Watesumpak dalam Menghadapi Globalisasi. Skripsi Universitas Negeri Surabaya.
- Malayu, H. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta :PT Bumi Aksara
- Moleong, 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Nasional, Pendidikan. 1999. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

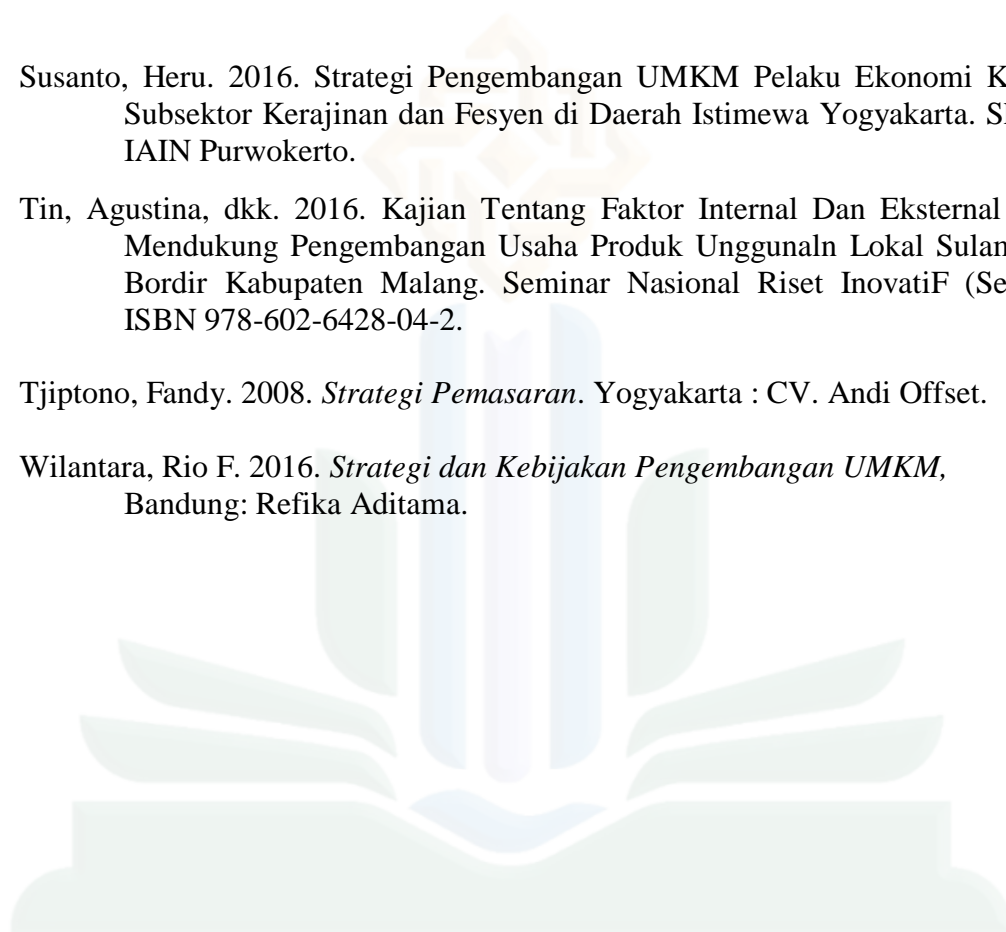
- Nugroho, Aryo Andityo. 2016. Analisis faktor pendorong pengusaha mikro dalam menggunakan Cloud: Computing, Studi Kasus Di Yogyakarta. *Lampung: Jurnal SNA XIX*, Vol 3.I
- Penyusun, Tim. 2018. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Pariyem. 2019. Variabel Determinant Pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Skripsi Universitas Negeri Semarang.
- Pratiwi, Risda. 2018. Strategi pengembangsn usaha Rengginan Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hini Kabupaten Langkat). Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Rangkuti, Freddy. 2019. *Teknik Membedah Kasus Bisnis, Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Regalfa, Mohamad. 2016. Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) melalui marketing Online oleh Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten banyuwangi. Skripsi UIN Sunan K alijaga Yogyakarta.
- Sabirin. 2016. Era Pasar Bebas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). <https://www.kompasiana.com/sabirinsaiga/era-pasar-bebas-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-indonesia-siap-atau-tidak-571f8ae5c322bd7408cd1b24> di akses pada 24 April.
- Setiawan. 2004. Fleksibilitas Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah", *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol.1, No. 2.
- Sitorus, Syaifullah. 2019. Analisis Strategi Pengembangan pada UMKM Tabo Kopi Sipirok. Skripsi IAIN Padangsidimpuan.
- Solikin, Nur. 2018. *Pedoman Karya Ilmiah*. Jember: Iain JemberPress.
- Sugiyono,2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryatama, Erwin. 2014. *Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis*, Surabaya Kata Pena.

Susanto, Heru. 2016. Strategi Pengembangan UMKM Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan dan Fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Skripsi IAIN Purwokerto.

Tin, Agustina, dkk. 2016. Kajian Tentang Faktor Internal Dan Eksternal yang Mendukung Pengembangan Usaha Produk Unggulan Lokal Sulam dan Bordir Kabupaten Malang. Seminar Nasional Riset Inovatif (Senari). ISBN 978-602-6428-04-2.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Wilantara, Rio F. 2016. *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*, Bandung: Refika Aditama.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MA'SULLATUL AKHLAQ
NIM : E20182259
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program studi : Ekonomi Syariah
Perguruan tinggi : Universitas Islam Negeri (UIN) Kyai Achmad Siddiq
(KHAS) Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini dengan judul "*Implementasi Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Batu-Bata Di Desa Sukokerto Berdasarkan Analisis SWOT*" secara keseluruhan adalah hasil kajian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Jember, 12 Desember 2022

Saya yang menyatakan



Ma'sullatul Akhlaq
E20182259

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Analisis SWOT pada Pengembangan Usaha Kecil Kerajinan Batu-bata Di Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember	1. Pengembang an Usaha 2. UMKM 3. Aalisis SWOT	1. Strategi 2. Pengembangan 3. UMKM 4. Analisis SWOT	a. Pengertian Strategi b. Jenis-jenis Strategi c. Fungsi Strategi d. Tujuan Strategi a. Pengertian Pengembangan Usaha b. Janis-jenis Pengembangan Usaha c. Tahapan Pengembangan Usaha d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Usaha e. Indikator Pengembangan Usaha a. Pengertian UMKM b. Strategi Pengembangan UMKM a. Pengertian SWOT b. Strategi analisis SWOT c. Tujuan penerapan SWOT	Informan: - Pemilik Usaha - Karyawan - Warga Sekitar Dokumen: - foto - rekaman - video	1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif 2. Jenis Penelitan: Penelitian Lapangan 3. Lokasi Penelitian: Desa Sukokerto Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember 4. Teknik Pengumpulan Data: a. observasi b. wawancara c. dokumentasi 5. Analisis Data: a. Reduksi b. Penyajian Data c. Menarik Kesimpulan 6. Keabsahan Data: Triangulasi sumber	1. Mengapa Implementasi Strategi Pengembangan UKM Kerajinan Batu-bata di Desa Sukokerto 2. Bagaimana Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Tantangan Berdasarkan Analisis SWOT pada UKM Kerajinan Batu bata di Desa Sukokerto.

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Bapak Bahri selaku pemilik Usaha Batu-bata



Alat Mesin Luluh batu bata



Proses melunakkan atau mengencerkan tanah menggunakan mesin luluh batu bata



Proses pencetakan dan pemotongan batu bata menggunakan mesin cetak batu bata



proses pengeringan batu bata



Batu bata yang sudah kering dan siap di bakar



Proses pembakaran batu bata



BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

Nama : MA'SULLATUL AKHLAQ
 Nim : E20182259
 Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 24 Mei 2000
 Alamat : Dusun Kojuk RT.001 RW.009
 Desa Sukokerto Kecamatan
 Sukowono Kabupaten Jember
 JenisKelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Kewarganegaraan : WNI
 No. Hp : 081239498428
 Email : maksullatul1234@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SDN Mojogemi : 2006 – 2012
 MTsN 6 Jember : 2012 – 2015
 MA Raudlatus Syabab : 2015 – 2018
 UIN KHAS Jember : 2018 – 2022

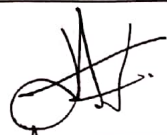

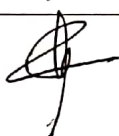
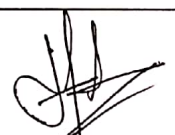

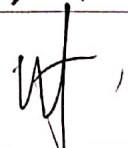
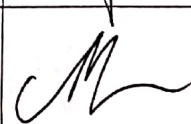
JURNAL KEGIATAN PENELITIAN




Nama : Ma'sullatul Akhlaq

Nim : E20182259

Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam

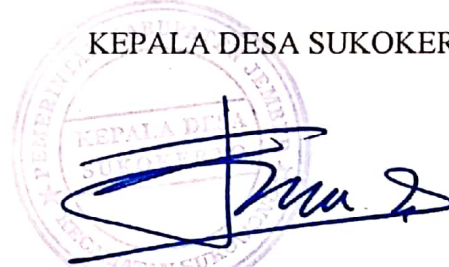
Judul : Implementasi Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Batu-bata Di Desa Sukokerto Berdasarkan Analisis SWOT.

No	Tanggal	Kegiatan	Informan	Paraf
1	9 Februari 2022	Observasi awal tempat penelitian	Pak Bahri	
2	2 Agustus 2022	Wawancara profil desa Sukokerto	Holis	
3	18 Agustus 2022	Wawancara bapak Asis karyawan	Bapak Asis	
4	18 Agustus 2022	Wawancara bapak Hadi Karyawan	Bapak Hadi	
5	22 Agustus 2022	Wawancara bapak Ilul karyawan	Bapak Ilul	
6	23 Agustus 2022	Wawancara bapak Ilham Karyawan	Bapak Ilham	
7	24 Agustus 2022	Wawancara Hayyi Karyawan	Hayyi	

8	24 Agustus 2022	Wawancara bapak Iklil Karyawan	Bapak Iklil	
9	26 Agustus 2022	Wawancara bapak Sus Karyawan	Bapak Sus	
10	26 Agustus 2022	Wawancara Adim Warga Sekitar	Adim	

Jember, 12 Desember 2022

KEPALA DESA SUKOKERTO



Mohammad Zaini



PEDOMAN PENELITIAN

A. Pedoman Observasi

1. Untuk mengetahui Implementasi Strategi Pengembangan UKM Kerajinan Batu-bata di Desa Sukokerto
2. Untuk mengetahui Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan Berdasarkan Analisis SWOT Pada UKM Kerajinan Batu-bata Desa Sukokerto

B. Pedoman Wawancara

wawancara kepada pemilik usaha batu bata

1. Sudah berapa lama usaha batu bata ini berlangsung ?
2. Dari mana pengusaha batu bata mendapatkan bahan baku ?
3. Apakah pengusaha batu bata mempunyai modal dalam usaha ini ?
4. Berapa jumlah karyawan pengusaha batu bata ?
5. Bagaimana proses pembuatan batu bata ?
6. Apakah usaha batu bata sudah menggunakan alat produksi teknologi tepat guna untuk meningkatkan produktivitas batu bata ?
7. Apa saja target yang ingin di capai dalam hal pengembangan produk ini dimasa yang akan datang ?
8. Upaya apa saja yang telah bapak lakukan untuk mencapai target tersebut ?
9. Apakah promosi yang dilakukan menggunakan jaringan internet/ teknologi informasi ?

10. Apa strategi yang dilakukan usaha batu bata untuk tetap bertahan selama bertahun tahun ?
11. Apa saja faktor kekuatan yang ada pada perusahaan untuk tetap bertahan menjadi pelanggan usaha batu bata ?
12. Apa saja faktor kelemahan yang dimiliki usaha batu bata ?
13. Apa saja faktor yang dijadikan peluang oleh usaha batu bata ?
14. Apa saja faktor ancaman yang ada pada usaha batu bata ?
15. Hambatan apa saja yang dihadapi usaha batu bata ?
16. Bagaimana solusi dalam mengatasi hambatan tersebut ?

Wawancara kepada pihak karyawan/ pengrajin batu bata

1. Sudah berapa lama bapak menjadi pengrajin batu bata ?
2. Bagaimana awal mulanya bapak menjadi pengrajin batu bata ?
3. Apakah sebelumnya bapak pernah menekuni usaha lain selain usaha batu bata ?
4. Bagaimana proses pembuatan batu bata ?
5. Apakah usaha batu bata sudah menggunakan alat produksi teknologi tepat guna untuk meningkatkan produktivitas batu bata ?
6. Apa saja target yang ingin di capai dalam hal pengembangan produk ini dimasa yang akan datang ?
7. Upaya apa saja yang telah bapak lakukan untuk mencapai target tersebut ?

8. Apakah promosi yang dilakukan menggunakan jaringan internet/ teknologi informasi ?
9. Apa strategi yang dilakukan usaha batu bata untuk tetap bertahan selama bertahun tahun ?
10. Apa saja faktor kekuatan yang ada pada perusahaan untuk tetap bertahan menjadi pelanggan usaha batu bata ?
11. Apa saja faktor kelemahan yang dimiliki usaha batu bata ?
12. Apa saja faktor yang dijadikan peluang oleh usaha batu bata ?
13. Apa saja faktor ancaman yang ada pada usaha batu bata ?
14. Hambatan apa saja yang dihadapi usaha batu bata ?
15. Bagaimana solusi dalam mengatasi hambatan tersebut ?

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER