

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MELALUI ANALISIS SWOT (STUDI PADA USAHA UMKM GORENGAN DI LOKASI WISATA JUMA BAKAL DESA DOKAN)

Dian Anggreni Br Tarigan, Dicky Perwira Ompusungu
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Palangka Raya, Indonesia
Email: diananggrenitrg@gmail.com, dickyperwira@feb.upr.ac.id

Abstrak:

Wisata Juma Bakal yang terletak di Desa Dokan Kecamatan Merek Kabupaten Karo yang terkenal adanya rumah adat siwaluh jabu. Dengan adanya wisata Juma Bakal tersebut menarik banyak pengunjung yang datang sehingga ada pula kegiatan UMKM contohnya seperti usaha gorengan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan alat analisis SWOT terhadap faktor internal dan eksternal. Populasi penelitian ini meliputi usaha mikro kecil seperti usaha gorengan. Hasil dari analisis SWOT terhadap UMKM usaha gorengan di Juma Bakal menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan, sedangkan untuk faktor eksternalnya mendapatkan hasil bahwa peluang lebih kecil dibandingkan dengan ancamannya.

Kata kunci: UMKM, SWOT

Abstract:

Juma Bakal Tourism which is located in Dokan Village, Brand District, Karo Regency, which is famous for the Siwaluh Jabu traditional house. With the Juma Bakal tour it attracts many visitors who come so that there are also MSME activities, for example, such as the fried business. This research is a type of qualitative descriptive research using a SWOT analysis tool for internal and external factors. The population of this study includes small micro businesses such as fried foods. The results of the SWOT analysis of the fried business SMEs in Juma Bakal show that the strengths are greater than the weaknesses, while the external factors show that the opportunities are smaller than the threats.

Keywords: MSME, SWOT

PENDAHULUAN

Kegiatan UMKM telah menjadi alternatif penyerapan tenaga kerja maupun usaha produktif barang dan jasa, karena merupakan alat untuk merangsang pertumbuhan ekonomi dan berperan penting dalam membantu perekonomian Indonesia. UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki daya tahan yang tergolong tinggi dalam menopang perekonomian suatu Negara bahkan saat terjadi krisis global sekalipun. Kegiatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) adalah merupakan salah satu usaha yang dikelola oleh perorangan dan tidak dibentuk atau dijalankan oleh salah satu badan usaha sifatnya independent serta membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat. UMKM disebut sebagai solusi dari masalah-masalah tersebut hingga di harapkan Usaha Mikro Kecil Menengah akan dapat terus berkembang di Indonesia. UMKM dianggap dapat menjadi salah satu bidang yang membantu perekonomian Indonesia karena memiliki sifat yang nyata dalam menciptakan lapangan kerja baru, sumber daya dan serta jasa.

Wahyuniarso (2013) mengemukakan bahwa UMKM terbukti dapat bertahan terhadap krisis dan mampu survive. Peran UMKM dalam perekonomian paling tidak dapat dilihat dari Posisinya dan kedudukannya sebagai pelaku utama dalam berbagai kegiatan ekonomi dalam berbagai sector penyediaan lapangan kerja, memiliki peran penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi local daerah dan pemberdayaan sumber daya manusia melalui pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar dan sumber inovasi.

Dalam menjalankan usaha di era globalisasi terkait dengan tingginya persaingan antar pelaku usaha, maka pemilihan strategi yang tepat dalam menjalankan usaha adalah kunci dalam mencapai keberhasilan. Konsumen merupakan point utama dalam keberlangsungan hidup suatu usaha, untuk itu loyalitas dan tingkat kepuasan pelanggan merupakan hal utama yang harus di perhatikan, dengan tujuan agar suatu usaha dapat mempertahankan pelanggannya dengan demikian maka suatu usaha harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Agar suatu usaha dapat terus bertahan dan berkembang maka dibutuhkan upaya inovasi yang kompetitif dan menarik konsumen dari pasar yang dituju serta dapat tercapainya kepuasan serta loyalitas konsumen. Maka diperlukan adanya suatu analisa terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman atau analisis (SWOT) dalam suatu usaha UMKM sehingga dapat tercapai efektivitas dan efisiensi dalam suatu usaha.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian Deskriptif bertujuan untuk memberikan penggambaran hubungan antar fenomena, membuat prediksi serta implikasi suatu masalah yang akan di pecahkan (Gulo, 2015). Adapun dalam menentukan lokasi penelitian dilakukan secara purposive di lokasi wisata Juma Bakal Desa Dokan. Untuk alasan mengambil lokasi tersebut dikarenakan lokasi tersebut merupakan tempat wisata yang memiliki pedagang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha produk makanan jajanan gorengan di lokasi wisata Juma Bakal Desa Dokan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara secara online.

Data dianalisis dengan menggunakan SWOT dengan analisis terhadap faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT meruokan identifikasi dari berbagai faktor secara sisteatis untuk dapat memaksimalkan poin kekuatan (strength) dan poin peluang (oportunities) dengan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknes) serta ancaman (threats).

1) Tahapan dalam analisis faktor internal

- 1) Menentukan faktor-faktor yang menjadi dari bagian poin kekuatan dan kelemahan
- 2) Berikan penilaian di angka 1-4 dimasing-masing faktor untuk mengindikasikan letak pengaruh antar kekuatan atau kelemahan
- 3) Hubungkan masing-masing bobot faktor berserta peringkatnya untuk dapat menentukan nilai tertimbang.
- 4) Lalu jumlahkan nilai tertimbang dari setiap variabel untuk dapat menentukan total nilai tertimbang.

2) Tahapan dalam analisis faktor eksternal

- 1) Menentukan faktor-faktor yang akan menjadi bagian peluang dan ancaman
- 2) Berikan penilaian 1-4 dimasing-masing faktor , peluang dan ancaman
- 3) Hubungkan masing-masing bobot faktor untuk dapat menentukan nilai tertimbang
- 4) Lalu jumlahkan nilai tertimbang dari setiap variable untuk dapat menentukan total nilai tertimbang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis SWOT pada usaha mikro kecil menengah gorengan di lokasi wisata Juma Bakal Desa Dokan terdapat 6 faktor kekuatan, 4 faktor kelemahan, 3 faktor peluang, dan 4 faktor ancaman.

Tabel 1. Faktor-faktor dalam analisi SWOT Usaha UMKM gorengan di lokasi Juma Bakal Desa Dokan

Strength (kekuatan) 1. Harga pokok yang terjangkau 2. Harga bahan baku yang murah 3. Harga produksi rendah 4. Rasa produk yang melokal 5. Produk yang cocok dikonsumsi di berbagai suasana 6. Lokasi usaha terletak di lokasi wisata	Weaknesses (Kelemahan) 1. Bahan baku yang mudah rusak 2. Produk yang tidak terjual tidak dapat dijual kembali 3. Modal yang minim 4. Pengelolaan keuangan kurang baik
Opportunities (peluang) 1. Gorengan merupakan jajanan ringan yang banyak diminati masyarakat 2. Ketersediaan bahan baku 3. Kebijakan pemerintah yang berlaku mendukung UMKM 4. Kecendrungan bahan baku melimpah 5. Mudah akses ke lokasi wisata	Threats (ancaman) 1. Kenaikan harga bahan baku 2. Berkurangnya jumlah pembeli akibat dari pandemi yang terjadi 3. Kualitas mutu dari bahan yang tidak menentu 4. Cuaca yang tidak menentu

Sumber : Analisa Data Primer 2023

Tabel 2. Matriks SWOT Strategi UMKM usaha gorengan di lokasi wisata Juma Bakal Desa Dokan.

EFAS	IFAS	Strengths (S) Daftar faktor kekuatan internal	Weaknesses (W) Daftar faktor kelemahan internal
Opportunities (O) Daftar Peluang Eksternal		1) Mempertahankan harga produk gorengan yang murah 2) Produk yang dijual meutamakan kebersihan 3) Meningkatkan atau mempertahankan kualitas produk usaha	1) Menjual Produk usaha gorengan yang berkualitas dan memperhatikan kebersihan 2) Menambah varian produk usaha gorengan 3) Memperluas jangkauan penjualan produk usaha gorengan
Threats (T) Daftar Ancaman Eksternal		1) Dalam menyikapi kenaikan harga bahan baku di upayakan tidak mempengaruhi kualitas produk	1) Membeli bahan baku sesuai dengan kebutuhan sehingga dapat habis tepat waktu 2) Membeli bahan baku di pasar yang lebih murah

- namun dengan kualitas yang bagus
- 3) Penambahan tenaga kerja diperlukan apabila permintaan pasar juga meningkat.

Sumber : Analisis Data Primer 2023

Tabel 3 Analisi faktor internal UMKM usaha gorengan di lokasi wisata Juma Bakal Desa Dokan.

Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1) Harga pokok yang terjangkau	0,3	3	0,9
2) Harga bahan baku yang murah	0,3	3	0,9
3) Harga produksi rendah	0,2	3	0,6
4) Rasa produk yang melokal	0,1	2	0,2
5) Produk yang cocok di konsumsi diberbagai suasana	0,2	3	0,6
6) Lokasi usaha yang terletak di lokasi wisata	0,4	4	1,6
Total skor kekuatan			4,8
Rata-rata skor kekuatan			0,8
Kelemahan			
1) Bahan baku yang mudah rusak	0,3	3	0,9
2) Produk yang tidak terjual tidak dapat dijual kembali	0,3	3	0,9
3) Modal yang minim	0,3	3	0,9
4) Pengelolaan keuangan yang kurang baik	0,2	2	0,4
Total skor kelemahan			3,1
Rata-rata skor kelemahan			0,77

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa rata-rata dari skor kekuatan yang diperoleh yaitu 0,8 lebih besar dari skor kelemahan yaitu 0,77. Hal ini menunjukan bahwa kekuatan usaha UMKM gorengan di Wisata Juma Bakal Desa Dokan lebih besar dibandingkan kelemahannya. Selisih rata-rata skor keduanya sebesar 0,03 dan bernilai positif artinya kekuatan usaha UMKM mampu mengatasi kelemahan dengan berbagai macam faktor kekuatan yang dimiliki. Kekuatan utama pada usaha UMKM tersebut adalah di faktor lokasi usaha yang berada di tempat wisata dengan skor 1,5. Sedangkan kelemahan utamanya terletak di tiga faktor yaitu modal yang minim, produk yang tidak terjual tidak dapat dijual kembali dan bahan baku yang mudah rusak dengan skor masing-masing 0,6.

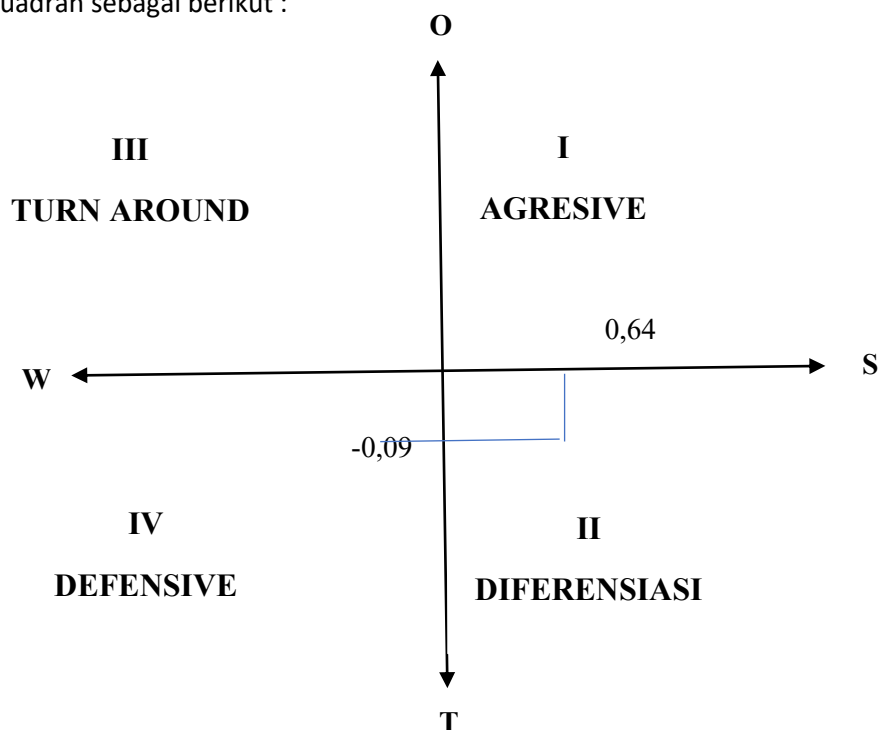
Tabel 4. Analisis faktor eksternal UMKM usaha gorengan di lokasi wisata Juma Bakal Desa Dokan

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1) Gorengan merupakan jajanan ringan yang banyak diminati masyarakat	0,2	2	0,4
2) Ketersediaan bahan baku	0,3	2	0,6
3) Kebijakan pemerintah yang berlaku mendukung UMKM	0,3	2	0,6
	0,3	3	0,9
4) Kecendrungan bahan baku melimpah	0,3	3	0,9
5) Mudah akses ke lokasi wisata			3,4
Total skor peluang			0,68

Rata-rata skor peluang			
Ancaman			
1) Kenaikan harga bahan baku	0,3	3	0,9
2) Kualitas mutu dari bahan yang tidak menentu	0,2	2	0,4
3) Cuaca yang tidak menentu	0,3	3	0,9
Total skor Ancaman			2,2
Rata-rata skor Ancaman			0,73

Berdasarkan tabel 4 bahwa rata-rata skor peluang sebesar 0,64 lebih rendah dibandingkan rata-rata skor ancaman yaitu 0,73. Berdasarkan skor rata-rata tersebut maka peluang usaha lebih kecil dibandingkan dengan ancaman. Selisih antara skor rata-rata peluang dan ancaman adalah -0,09 dan bernilai negatif dengan penjelasan bahwa tidak mampu untuk mengatasi ancaman yang berasal dari faktor yang di muat. Peluang utama dalam UMKM usaha gorengan adalah bahan baku yang melimpah dan mudah nya akses ke lokasi wisata dengan skor 0,8.

Berdasarkan analisis faktor internal (tabel 3) dan faktor eksternal (tabel 4) maka dapat digambarkan pada posisi kuadran sebagai berikut :



Gambar 1. Hasil dari analisis SWOT UMKM usaha gorengan di Juma Bakal Desa Dokan

Hasil dari analisis SWOT UMKM usaha gorengan di Juma Bakal Desa Dokan terindikasi terletak pada Kuadran II yaitu Strength-Threat, pada kuadran ini terdapat strategi yang dapat diambil yaitu Dalam menyikapi kenaikan harga bahan baku di upayakan tidak mempengaruhi kualitas produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan Analisis SWOT terhadap UMKM usaha gorengan Juma Bakal Desa Dokan untuk faktor internal nya mendapatkan hasil bahwa kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan , sedangkan untuk faktor eksternal nya mendapatkan hasil bahwa peluang lebih kecil dibandingkan dengan ancaman.

Strategi yang diperoleh yaitu terletak pada Kuadran II di point Strength-Threat yaitu: dalam menyikapi kenaikan harga bahan baku diharapkan tidak mempengaruhi kualitas produk.

BIBLIOGRAFI

-
- HS, R. (2016). Strategi Pengembangan Umkm Melalui Analisis Swot Di Tinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Pengembangan Usaha Warung Makan Mbak Daeng Pengayoman Makassar). Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur.
- Maharan, L. T. H. H. B. D. (2018). Analisis Perkembangan Penelitian UMKM di Indonesia. Jurnal UMKM Dewantara Vol. 1 No. 1 Juli 2018, 1(1), 10–24.
- Prastiti Nur Islami, Made Siti Sundari, F. R. D. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH) PADA ERA GLOBAL (Studi Kasus UD Pawon Kue di Kota Surabaya) Prastiti. Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.7 No.2 (2019) Documentation, 2(2), 1–12.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen pemasaran menggunakan analisis SWOT pada UMKM guna meningkatkan daya saing UMKM. Journal of Business and Economics Research, 1(1), 45–50. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/118>
-

Copyright holder:

Dian Anggreni Br Tarigan, Dicky Perwira Ompusungu (2023)

First publication right:

[*ADVANCES in Social Humanities Research*](#)

This article is licensed under:

