

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA  
PADA UMKM ROTAN JAYA DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE SWOT**

**OLEH:**

**NURDIN FAISAL TAMPUBOLON**

**218150079**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/4/26

Access From (repositori.uma.ac.id)10/4/26

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN  
USAHA PADA UMKM ROTAN JAYA  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Teknik

Program Studi Teknik Industri

Universitas Medan Area

**OLEH :**

**NURDIN FAISAL TAMPUBOLON**

**NPM : 218150079**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Analisis strategi pengembangan usaha pada UMKM

Rotan Jaya dengan menggunakan metode SWOT

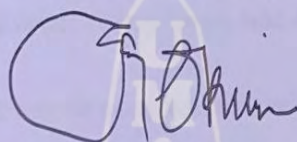
Nama : Nurdin Faisal Tampubolon

NPM : 218150079

Fakultas/Prodi : Teknik/Teknik Industri

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing



**SUTRISNO, ST.MT**

**NIDN : 0102027302**

Mengetahui

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Program Studi



**Dr. Eng. Supriatno, ST., MT**  
**NIDN : 0102027402**



**Nukhe Andri Silviana, STMT**  
**NIDN : 0127038802**

Tanggal lulus : 10 September 2025

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurdin Faisal Tampubolon

NPM : 218150079

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian- bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumber secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan kimia.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 12 September 2025



Nurdin Faisal Tampubolon  
218150079

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurdin Faisal Tampubolon

NPM : 218150079

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian- bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumber secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan kimia.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 12. September 2025



Nurdin Faisal Tampubolon  
218150079

## RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Desa Pardamean Nauli, kecamatan Hatonduhan, Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 07 Januari 2004 dari Bapak Breston Tampubolon dan Ibu Risma Sirait Merupakan anak ke empat dari empat bersaudara.

Penulis pertama kali menempuh pendidikan di Sekolah Dasar Jawa Tengah pada tahun 2009 dan selesai pada tahun 2015, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Tanah Jawa dan selesai pada tahun 2018, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Swasta Bina Guna Tanah Jawa dan selesai pada tahun 2021, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan mendaftar sebagai mahasiswa baru pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Berkat Tuhan yang Maha Esa dan dukungan penuh dari kedua orang tua penulis dapat menyelesaikan Skripsi di Universitas Medan Area dengan judul **”Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Rotan Jaya dengan Menggunakan metode SWOT”**.

## ABSTRAK

Nurdin Faisal Tampubolon. 218150079. Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Rotan Jaya Dengan Menggunakan Metode SWOT.

UMKM Rotan Jaya merupakan usaha kerajinan rotan di Medan Sunggal yang menghadapi kendala berupa keterbatasan akses pasar, persaingan produk impor, proses produksi manual, dan pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) melalui analisis SWOT, sekaligus merumuskan strategi pengembangan usaha yang relevan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, serta studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan UMKM Rotan Jaya terletak pada kualitas produk, pelayanan prima, harga bersaing, dan kepercayaan konsumen, sedangkan kelemahannya meliputi keterbatasan tenaga kerja, ketergantungan pada proses manual, serta minimnya pemanfaatan teknologi dan strategi *branding*. Peluang yang tersedia antara lain pemanfaatan media digital, ketersediaan bahan baku berkualitas, tren produk ramah lingkungan, dan potensi diversifikasi produk. Adapun ancaman yang dihadapi mencakup persaingan ketat, rendahnya kesadaran konsumen terhadap produk hijau, promosi agresif pesaing, serta pesatnya kemajuan teknologi. Hasil perhitungan matriks menunjukkan UMKM Rotan Jaya berada pada Kuadran I (strategi progresif), sehingga strategi yang direkomendasikan adalah strategi S-O, yaitu memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang melalui promosi digital, diversifikasi produk, dan penguatan daya saing berbasis kualitas layanan.

**Kata Kunci:** Strategi pemasaran, SWOT, UMKM, Pasar digital

## ABSTRACT

Nurdin Faisal Tampubolon. 218150079. Analysis of business development strategies at Rotan Jaya MSMEs using the SWOT method.

Rotan Jaya MSME is a rattan craft business in Medan Sunggal that faces obstacles such as limited market access, competition from imported products, a manual production process, and suboptimal use of digital technology. This study aims to evaluate internal conditions (strengths and weaknesses) and external conditions (opportunities and threats) through a SWOT analysis, while formulating relevant business development strategies. The research method uses a qualitative approach with data collection techniques such as observation, interviews, and literature studies. The results show that the strengths of Rotan Jaya MSME lie in product quality, excellent service, competitive prices, and consumer trust, while its weaknesses include limited labor, reliance on manual processes, and minimal use of technology and branding strategies. Available opportunities include the use of digital media, the availability of quality raw materials, trends in environmentally friendly products, and the potential for product diversification. Threats faced include intense competition, low consumer awareness of environmentally friendly products, aggressive competitor promotions, and rapid technological advances. The results of the matrix calculation show that Rotan Jaya MSME is in Quadrant I (progressive strategy), so the recommended strategy is the S-O strategy, namely utilizing strengths to seize opportunities through digital promotion, product diversification, and strengthening competitiveness based on service quality.

**Keywords:** Marketing Strategy, SWOT, MSMEs, Digital Market

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat serta hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Rotan Jaya Dengan Menggunakan Metode SWOT”. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Penulis berterima kasih kepada seluruh pihak yang menawarkan dukungan, bimbingan dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini. Dengan rasa hormat, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Nukhe Andri Silviana, S.T, M.T, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area atas dukungan dan kebijakan yang membantu proses akademik.
2. Bapak Sutrisno ST, MT, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pengetahuan, dan bimbingan dalam menyusun Skripsi ini.
3. Orang tua, keluarga tercinta atas doa tanpa henti, bantuan moral dan materi.
4. Rekan-rekan mahasiswa dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas motivasi dan dukungan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai tingkat kesempurnaan yang diharapkan. Dengan demikian, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk meningkatkan kualitas penelitian ini. Sebagai penutup, diharapkan bahwa skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi para pembaca dan menjadi langkah awal yang signifikan dalam penelitian yang akan dilaksanakan.

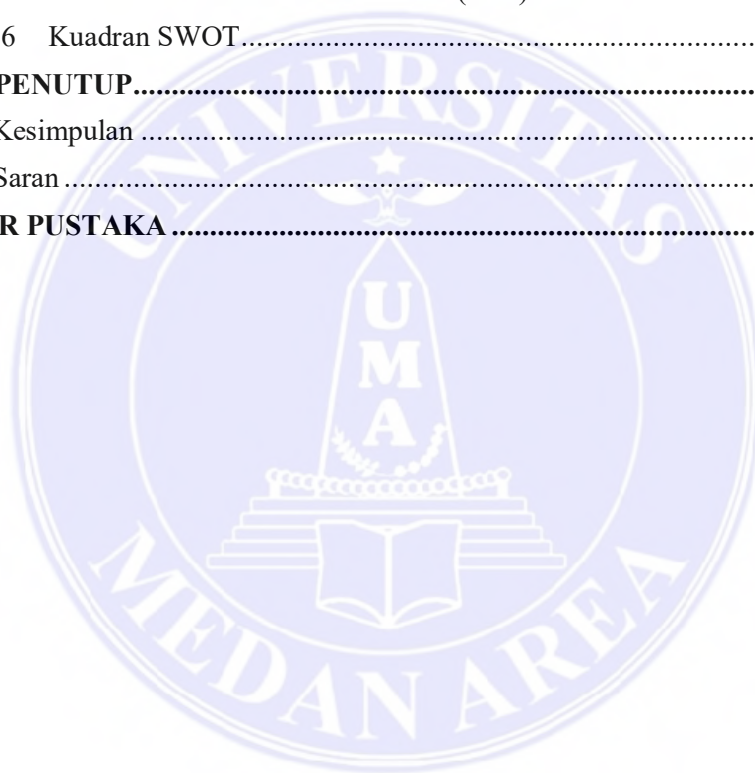
Medan, April 2025

Nurdin Faisal Tampubolon

## DAFTAR ISI

<b>ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM ROTAN JAYA DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT .....</b>	<b>i</b>
SKRIPSI .....	i
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Pengertian Strategi Pengembangan Usaha .....	8
2.2 Industri Kerajinan Rotan.....	9
2.3 Pengertian SWOT.....	9
2.4 Komponen Analisis SWOT.....	10
1) Kekuatan ( <i>Strengths</i> ).....	10
2) Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> ) .....	11
3) Peluang ( <i>Opportunities</i> ).....	11
4) Ancaman ( <i>Threats</i> ).....	11
2.5 Strategi Pemasaran.....	12
2.6 Fungsi Analisis SWOT .....	12
2.7 Penelitian Terdahulu .....	13
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	17
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	17
3.3 Jenis Penelitian .....	18
3.4 Variabel Penelitian.....	18
3.5 Kerangka Berpikir .....	19

3.6	Defenisi Variable Operasional .....	19
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.8	Metode Pengolahan Data .....	23
3.9	Diagram Alir Penelitian .....	25
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>26</b>
4.1	Analisis Data .....	26
4.1.1	Analisis Faktor Faktor Strategi Bersaing.....	26
4.1.2	Analisis SWOT .....	36
4.1.3	Matriks SWOT .....	42
4.1.4	Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE).....	45
4.1.5	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) .....	47
4.1.6	Kuadran SWOT.....	50
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>52</b>
5.1	Kesimpulan .....	52
5.2	Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>54</b>



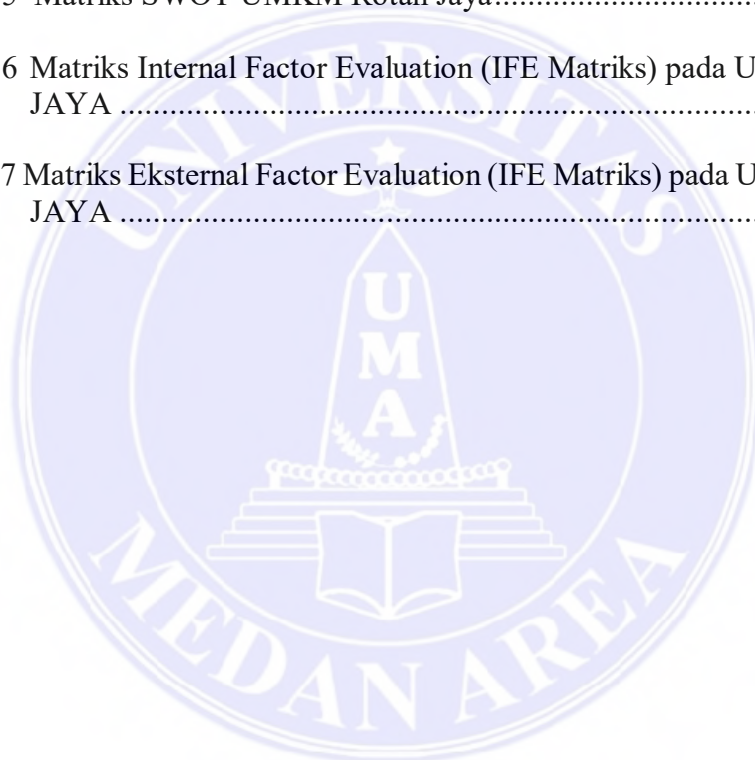
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kuadran SWOT .....	10
Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir .....	19
Gambar 3. 2 Diagram Alir Penelitian .....	25



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4.1 Hasil wawancara dengan pemilik/pengelola UMKM Rotan Jaya .....	26
Tabel 4.2 Hasil Wawancara dengan Karyawan UMKM Rotan Jaya .....	30
Tabel 4.3 Hasil Wawancara dengan Konsumen UMKM Rotan Jaya.....	33
Tabel 4.4 Identifikasi faktor internal dan Eksternal pada UMKM Rotan Jaya .....	42
Tabel 4.5 Matriks SWOT UMKM Rotan Jaya.....	42
Tabel 4.6 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE Matriks) pada UMKM ROTAN JAYA .....	46
Tabel 4.7 Matriks Eksternal Factor Evaluation (IFE Matriks) pada UMKM ROTAN JAYA .....	49



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung perekonomian nasional. Di Indonesia, UMKM menjadi tulang punggung dalam penyediaan lapangan kerja serta pemerataan pendapatan bagi masyarakat. Salah satunya adalah UMKM Rotan Jaya. UMKM Rotan Jaya merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang industri kerajinan berbahan dasar rotan. Produk-produk yang dihasilkan mencakup berbagai furnitur seperti kursi, meja, lemari, hingga perabot rumah tangga lainnya yang memadukan nilai estetika dengan fungsionalitas. Walaupun menghasilkan produk berkualitas, UMKM ini masih menghadapi sejumlah hambatan. Keterbatasan akses pasar dan ketatnya persaingan dengan produk impor menjadi tantangan utama yang harus dihadapi dalam menjalankan usaha sehari-hari.

UMKM Rotan Jaya merupakan pelaku usaha mikro di bidang kerajinan rotan yang masih menjalankan proses bisnis secara konvensional dan menghadapi berbagai tantangan mendasar dalam operasional maupun strategi pengembangan usaha. Seluruh proses produksi mulai dari pemilahan bahan baku hingga *finishing* masih dilakukan secara manual tanpa dukungan teknologi modern, sehingga mengakibatkan keterbatasan kapasitas produksi dan rendahnya efisiensi waktu serta tenaga kerja. Ketiadaan sistem digital dalam pengelolaan *operasional* juga menyebabkan lemahnya kontrol terhadap data produksi dan stok barang, sehingga menyulitkan proses evaluasi dan pengambilan keputusan berbasis data. Lebih jauh, UMKM ini belum memiliki perencanaan strategis yang terstruktur dalam

mengembangkan usahanya, baik dari sisi inovasi produk, peningkatan kapasitas produksi, maupun perluasan pasar. Produk yang dihasilkan belum mengikuti tren desain yang berkembang dan tidak memiliki ciri khas yang membedakannya dari produk kompetitor, sehingga sulit bersaing dengan produk impor atau barang dari perusahaan besar yang memiliki kualitas lebih unggul dan harga yang lebih kompetitif. Kondisi ini semakin diperburuk oleh kinerja penjualan yang fluktuatif dan cenderung stagnan. Dibawah ini merupakan tabel hasil penjualan perusahaan 5 bulan terakhir.

Tabel 1.1 Data hasil penjualan perusahaan Agustus-Desember 2024

No	Jenis Rotan	Agustus	September	Oktober	November	Deseember
1	Kursi	19	10	8	10	18
2	Meja	17	9	7	8	15
3	Lemari	10	9	8	7	11
4	Tudung saji	17	12	10	11	19

Sumber: UMKM Rotan Jaya 2024

Pola ini menunjukkan bahwa penjualan sangat bergantung pada momen tertentu, sementara pada bulan-bulan lainnya, sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk memperbaiki daya saing dan kinerja usaha secara berkelanjutan.

Dari sisi pemasaran, UMKM Rotan Jaya masih mengandalkan metode promosi tradisional seperti pemasaran dari mulut ke mulut dan partisipasi dalam pameran lokal, yang berdampak pada keterbatasan jangkauan pasar. Penggunaan media digital, seperti media sosial dan platform *e-commerce*, belum dimanfaatkan secara optimal, padahal saluran ini sangat penting untuk memperluas cakupan konsumen dan meningkatkan *visibilitas* produk secara lebih luas. Selain itu, keterbatasan sumber daya, baik dari segi modal, tenaga kerja terampil, pemahaman teknologi, maupun akses terhadap informasi pasar semakin memperparah kesenjangan antara potensi dan kinerja usaha. Dalam kondisi pasar yang semakin

terbuka dan *kompetitif*, UMKM Rotan Jaya dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat, baik dari produk lokal berskala besar maupun dari produk impor yang lebih inovatif dan efisien. Tanpa adanya strategi pengembangan yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan pasar, UMKM ini berisiko mengalami stagnasi bahkan penurunan daya saing. Oleh karena itu, diperlukan upaya analisis yang *komprehensif* terhadap faktor *internal* dan *eksternal* usaha untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat guna mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

UMKM Rotan Jaya memiliki sejumlah kekuatan yang menjadi modal penting dalam persaingan, seperti kualitas produk rotan yang baik, harga yang relatif terjangkau, pelayanan yang ramah, adanya garansi produk, serta lokasi usaha yang strategis. Kualitas produk dapat dilihat dari penggunaan bahan baku rotan pilihan yang kuat, rapi dalam proses anyaman, serta memiliki daya tahan yang cukup lama. Harga produk relatif lebih rendah dibandingkan produk sejenis di toko mebel modern, dengan selisih sekitar 20–30 persen, sehingga lebih sesuai dengan daya beli masyarakat menengah ke bawah. Pelayanan yang diberikan juga cukup baik, ditunjukkan dengan komunikasi yang ramah serta adanya garansi perbaikan jika terjadi kerusakan ringan. Lokasi usaha yang berada di kawasan Medan Sunggal menjadi nilai tambah, karena mudah diakses oleh konsumen serta dekat dengan pemasok bahan baku, sehingga lebih *efisien* dalam *distribusi*.

Di sisi lain, terdapat kelemahan yang masih menjadi hambatan bagi UMKM Rotan Jaya. Keterbatasan tenaga kerja terampil membuat proses produksi berjalan lambat, dengan jumlah pekerja yang sedikit dan keterampilan yang belum merata, sehingga penyelesaian pesanan sering terlambat. Proses produksi yang masih

manual, mulai dari pemotongan hingga *finishing*, juga menyebabkan *efisiensi* rendah dan biaya produksi lebih tinggi. Selain itu, keterbatasan pemahaman dalam pemanfaatan teknologi digital menghambat pemasaran, karena promosi masih mengandalkan penjualan langsung dan mulut ke mulut tanpa dukungan media sosial atau *marketplace*. Produk juga belum memiliki identitas branding yang kuat, misalnya berupa logo atau label khusus, sehingga meskipun kualitasnya baik, produk sulit dikenal lebih luas di luar daerah sekitar.

Sementara itu, terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan, seperti ketersediaan bahan baku rotan yang berkualitas dan stabil, pemanfaatan media sosial serta *e-commerce* untuk memperluas pasar, serta sifat rotan yang *fleksibel* sehingga dapat dibentuk menjadi berbagai produk apapun, baik *furnitur*, peralatan rumah tangga, maupun *aksesori*. Peluang pengembangan produk baru dan *diversifikasi* ini sebenarnya dapat menjadi nilai tambah yang besar, namun kenyataannya belum dimanfaatkan secara maksimal oleh UMKM Rotan Jaya.

Selain itu, UMKM Rotan Jaya juga menghadapi berbagai ancaman dari lingkungan eksternal. Persaingan dengan produk *impor* dan rotan *sintetis* semakin ketat, terutama karena harga yang ditawarkan lebih murah dan promosi yang lebih gencar. Rendahnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya produk ramah lingkungan juga menjadi tantangan dalam memperluas pasar. Tidak hanya itu, kemajuan teknologi pada industri besar menjadikan produk pesaing lebih cepat diproduksi dan memiliki kualitas yang konsisten.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki UMKM Rotan Jaya berdasarkan analisis SWOT?
2. Strategi apa yang paling prioritas untuk diterapkan berdasarkan hasil *matriks*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis Bagaimana kondisi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki UMKM Rotan Jaya berdasarkan analisis SWOT.
2. Menganalisis Strategi SWOT yang paling prioritas untuk diterapkan berdasarkan hasil *matriks*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa  
Menambah pengalaman penelitian lapangan serta penerapan ilmu analisis SWOT dan strategi pemasaran pada UMKM.
2. Bagi Institusi  
Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu Teknik Industri dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.
3. Bagi UMKM Rotan Jaya  
Menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar

### 1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil penjualan produk

selama 5 bulan terakhir.

2. Analisis SWOT yang dilakukan hanya mencakup aspek *internal* dan *eksternal* yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha, meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi UMKM Rotan Jaya.
3. Fokus pengembangan strategi hanya pada aspek pemasaran, produksi, dan teknologi, tidak membahas aspek keuangan secara mendalam.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada penulisan skripsi ini disusun dengan terstruktur yaitu sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Di bab ini mencakup latar belakang permasalahan yang mendasari penelitian serta *fenomena* atau isu yang berperan sebagai latar belakang, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat dari penelitian, dan proses sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Di bab ini disajikan teori-teori yang relevan dengan penelitian, termasuk konsep-konsep yang mendasari penelitian, teori-teori yang terkait dengan topik penelitian, serta penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung atau menginformasikan penelitian ini.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Di bab ini dijelaskan desain dan pendekatan penelitian yang digunakan, metode pengumpulan data, teknik analisis data, serta penjelasan terkait lokasi dan waktu penelitian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Dalam bab ini, dijelaskan kondisi aktual UMKM Rotan Jaya berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Hasil analisis SWOT digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi pengembangan usaha. Selain itu, dalam bab ini juga dilakukan pembahasan terhadap hasil temuan dan relevansinya dengan teori yang telah dikaji pada bab sebelumnya.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan untuk pengembangan UMKM Rotan Jaya di masa mendatang. Kesimpulan disusun berdasarkan tujuan penelitian dan hasil analisis, sedangkan saran ditujukan sebagai masukan praktis maupun akademis untuk pelaku usaha, peneliti selanjutnya, dan pihak terkait lainnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Bagian ini mencantumkan seluruh sumber referensi yang digunakan dalam penyusunan skripsi, baik berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, maupun dokumen lain yang relevan. Penulisan daftar pustaka mengikuti format penulisan ilmiah yang telah ditentukan oleh institusi.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pengertian Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha adalah rencana atau tindakan yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan bisnis dalam jangka panjang. Strategi ini melibatkan upaya meningkatkan keunggulan kompetitif melalui optimalisasi sumber daya dan kemampuan yang dimiliki oleh pelaku usaha. Strategi pengembangan yang baik disusun berdasarkan pemahaman terhadap kondisi internal dan eksternal usaha, serta diarahkan untuk mengatasi kelemahan, memanfaatkan kekuatan, mengantisipasi ancaman, dan menangkap peluang yang ada di pasar (Putri et al., 2024). Pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha untuk menentukan arah kebijakan yang tepat dalam merespons dinamika pasar dan lingkungan bisnis yang terus berubah.

Bagi UMKM, strategi pengembangan usaha sangat penting untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta meningkatkan efisiensi operasional. Strategi yang tepat akan membantu UMKM bertahan menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat serta menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis. Melalui strategi pengembangan yang terarah, UMKM dapat memperkuat posisinya di pasar, merespons kebutuhan konsumen secara lebih adaptif, serta menciptakan nilai tambah pada produk yang dihasilkan. Selain itu, strategi ini juga berperan dalam mendorong inovasi, memperbaiki proses produksi, dan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki sehingga usaha dapat tumbuh secara berkelanjutan dalam jangka panjang.

## 2.2 Industri Kerajinan Rotan

Industri kerajinan rotan merupakan salah satu sektor penting dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia karena mampu menciptakan nilai tambah dari bahan baku alam menjadi produk bernilai jual tinggi. Indonesia dikenal sebagai produsen rotan terbesar di dunia, yang kemudian diolah menjadi berbagai produk seperti *furnitur*, keranjang, dan anyaman *dekoratif*. Produk kerajinan ini tidak hanya memiliki fungsi praktis, tetapi juga mengandung nilai *estetika* dan kearifan lokal yang menjadi daya tarik tersendiri di pasar domestik maupun internasional (Alamsyah, 2020).

Namun demikian, industri kerajinan rotan juga menghadapi tantangan signifikan, antara lain *fluktuasi* harga bahan baku, keterbatasan akses pasar global, serta persaingan yang ketat dengan produk substitusi, seperti *furnitur* berbahan plastik dan logam. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam pengembangan desain produk, peningkatan kualitas, serta strategi pemasaran yang lebih efektif guna mempertahankan keberlangsungan usahanya.

## 2.3 Pengertian SWOT

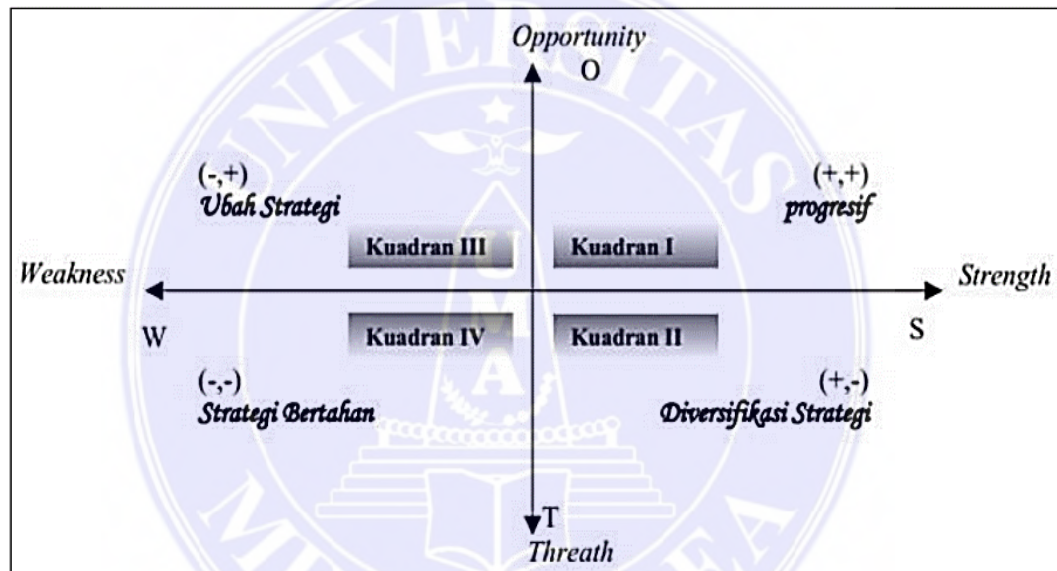
SWOT adalah alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh suatu organisasi atau bisnis dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Analisis ini membantu organisasi dalam memahami kondisi *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi kinerja usaha secara *komprehensif* dan *strategis* (Putri et al., 2024).

Penerapan analisis SWOT memungkinkan pelaku UMKM untuk mengevaluasi posisi bisnis mereka secara menyeluruh, sehingga mampu

merumuskan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan pasar serta mengoptimalkan keunggulan kompetitif yang dimiliki. Selain itu, SWOT juga membantu UMKM dalam mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan dan menentukan arah pengembangan usaha yang lebih efektif dan berkelanjutan (Khoirunisa et al., 2023).

## 2.4 Komponen Analisis SWOT

Adapun gambar analisis SWOT dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2. 1 Kuadran SWOT

### 1) Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah keunggulan atau kelebihan yang dimiliki oleh UMKM, seperti kualitas produk yang baik, harga bersaing, lokasi strategis, atau keterampilan pengrajin yang mumpuni. Faktor-faktor ini menjadi modal utama dalam mempertahankan *eksistensi* dan meraih keunggulan di pasar. Keunggulan tersebut dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing, membangun citra positif di mata konsumen, serta menciptakan nilai tambah yang sulit ditiru oleh pesaing (Hidayat & Astuti, 2021).

2) Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki oleh UMKM yang dapat menghambat pengembangan usaha. Beberapa kelemahan yang umum ditemui antara lain manajemen yang kurang profesional, keterbatasan modal, rendahnya pemanfaatan teknologi, serta akses pasar yang terbatas. Kelemahan ini dapat mengurangi efisiensi operasional dan membuat UMKM sulit bersaing dengan produk-produk lain yang lebih unggul di pasar (Saputra & Lestari, 2022).

3) Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk memperluas usahanya. Misalnya, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk lokal, *trend* dekorasi berbahan alami seperti rotan, dukungan dari pemerintah terhadap sektor UMKM, serta perkembangan teknologi digital yang membuka akses pemasaran lebih luas. Dengan memanfaatkan peluang yang ada, UMKM dapat meningkatkan pertumbuhan usahanya secara signifikan (Sari & Pratama, 2023).

4) Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi mengganggu *stabilitas* dan keberlangsungan usaha. Ancaman bagi UMKM bisa berupa persaingan dengan produk impor, *fluktuasi* harga bahan baku, perubahan tren pasar, hingga keterbatasan sumber daya manusia yang terampil. Jika tidak diantisipasi dengan baik, ancaman ini dapat melemahkan posisi UMKM dalam pasar dan menghambat proses pengembangan bisnis (Rahmawati & Nugroho, 2021).

## 2.5 Strategi Pemasaran

Menurut Nasir & Chalimi (2024), strategi pemasaran merupakan serangkaian pendekatan yang dirancang untuk membangun, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen secara efektif, dengan tujuan utama untuk memperkuat posisi usaha di pasar dan meningkatkan keunggulan bersaing. Bagi pelaku UMKM, khususnya di sektor kerajinan seperti rotan, strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan untuk mengenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas serta membangun citra usaha yang kuat. Pemanfaatan media digital seperti media sosial, *marketplace*, dan *website* dinilai efektif dalam memperluas jangkauan promosi, terlebih untuk produk rotan yang memiliki nilai estetika dan nilai lokal yang tinggi.

Strategi pemasaran sendiri mencakup empat elemen utama yang dikenal sebagai bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Bagi UMKM Rotan Jaya, pengembangan strategi yang menyelaraskan keempat aspek ini akan membantu dalam memperkuat posisi pasar. Misalnya, dengan menyesuaikan desain produk rotan sesuai tren konsumen, menetapkan harga yang kompetitif, memperluas jalur distribusi melalui *platform* daring, serta meningkatkan promosi visual produk melalui media digital. Dengan strategi yang terintegrasi dan adaptif, UMKM rotan memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing di tengah pasar furnitur yang semakin kompetitif.

## 2.6 Fungsi Analisis SWOT

Analisis SWOT berfungsi sebagai alat perencanaan strategis yang membantu organisasi maupun pelaku usaha dalam mengidentifikasi kondisi internal dan

eksternal yang berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Melalui analisis ini, kekuatan dapat dioptimalkan, kelemahan diminimalkan, peluang dimanfaatkan, dan ancaman diantisipasi. Proses evaluasi ini membuat SWOT menjadi kerangka kerja yang sistematis untuk pengambilan keputusan strategis yang realistis dan relevan dengan kondisi riil usaha (Sasoko & Mahrudi, 2023). Dengan demikian, SWOT tidak hanya sekadar teknik analisis, tetapi juga media untuk memetakan faktor-faktor strategis yang menjadi dasar pengembangan usaha.

Selain itu, fungsi SWOT juga mencakup evaluasi terhadap efektivitas strategi yang sudah dijalankan, sehingga organisasi dapat menyesuaikan kebijakan agar tetap adaptif terhadap dinamika pasar. SWOT memberikan gambaran menyeluruh tentang posisi kompetitif usaha, yang penting bagi UMKM untuk menentukan prioritas strategi dan merumuskan langkah-langkah pengembangan jangka panjang. Dengan pemanfaatan yang tepat, SWOT mampu meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta mendukung keberlanjutan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat (Jannah et al., 2024).

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan strategi pemasaran menggunakan metode SWOT. Penelitian terdahulu merupakan acuan penting dalam memberikan gambaran mengenai pendekatan dan strategi yang telah digunakan oleh peneliti sebelumnya. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut dapat dijadikan dasar untuk memperkuat landasan teori serta melihat relevansinya dengan kondisi UMKM Rotan Jaya. Imtinan & Samboro (2024) menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang disusun berdasarkan hasil analisis SWOT mampu meningkatkan daya saing UMKM. Peningkatan tersebut semakin optimal apabila

strategi tersebut diiringi dengan pemanfaatan teknologi digital serta penerapan diferensiasi produk. Analisis SWOT dalam konteks ini tidak hanya berperan sebagai alat identifikasi faktor internal dan eksternal, tetapi juga menjadi dasar dalam merancang strategi yang lebih sistematis untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa keberhasilan strategi pemasaran sangat bergantung pada kesesuaian antara kondisi internal usaha dengan dinamika lingkungan eksternal (Sari & Hidayat, 2022).

Liani & Jumaidi (2024) menunjukkan bahwa hasil analisis SWOT dapat dimanfaatkan untuk merumuskan strategi pemasaran yang berdampak pada peningkatan penjualan sekaligus memperluas jangkauan pasar. Strategi ini terbukti membantu UMKM dalam menciptakan nilai tambah dan memperkuat posisinya di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan pemanfaatan analisis SWOT, UMKM juga mampu mengantisipasi berbagai ancaman eksternal serta mengoptimalkan peluang yang ada. Hal ini sejalan dengan temuan (Salsabil, January, dan Johan, et al., 2024) yang menegaskan bahwa strategi diversifikasi berbasis analisis SWOT mampu meningkatkan ketahanan dan keberlanjutan UMKM, khususnya dalam menghadapi kondisi pasar yang tidak menentu.

Dapat dipahami bahwa penerapan analisis SWOT sangat relevan dan aplikatif dalam merumuskan strategi pengembangan usaha. Pendekatan ini tidak hanya membantu UMKM dalam menentukan langkah strategis, tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kondisi UMKM Rotan Jaya menggunakan pendekatan SWOT, serta merumuskan strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi riil di lapangan guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti Dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Imtinan, A. S. & Samboro, J. (2024)	Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pengembangan Bisnis pada UMKM Handmade Nafila di Kota Malang	Pendekatan kualitatif, wawancara, observasi, dokumentasi, analisis SWOT, Matriks IFE & EFE	UMKM Handmade Nafila memiliki kekuatan pada kualitas produk dan loyalitas pelanggan. Skor IFE (3,02) dan EFE (3,30) menunjukkan strategi agresif dibutuhkan, terutama pada promosi digital dan perluasan pasar.
2	Khoirunisa, K. R., Hambali, I., Mahfuzh, M. A., dkk. (2023)	UMKM dengan Analisis SWOT sebagai Solusi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi COVID-19	Kualitatif deskriptif, wawancara terhadap 65 pelaku UMKM	Penelitian menunjukkan kendala utama UMKM adalah keterbatasan modal, pencatatan keuangan, dan literasi digital. Diperlukan strategi pendampingan, edukasi, dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.
3	(Mirna, Rorensia & Kurniawan (2024)	Analisis SWOT dalam Perencanaan Strategi Pemasaran UMKM Juragan Pisang 99 di Pangkalpinang	Kualitatif, wawancara langsung dan observasi aktivitas produksi dan pemasaran	UMKM memiliki kekuatan pada inovasi produk dan harga bersaing, namun lemah dalam promosi digital. Peluang besar

No	Nama Peneliti Dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4	Sari, D. P., & Hidayat, T. (2022)	Kesesuaian strategi pemasaran UMKM terhadap lingkungan eksternal: Pendekatan SWOT	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif, wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi	terdapat pada penggunaan media sosial dan <i>e-commerce</i> . Strategi yang direkomendasikan adalah promosi digital dan penguatan <i>branding</i> lokal.  Penelitian menunjukkan pentingnya strategi pemasaran yang selaras dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman) untuk meningkatkan daya saing UMKM.
5	Rosmalia, E. (2024)	Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Ekuitas Merek pada UMKM	Kualitatif dengan studi kasus, wawancara, dan observasi	Pemasaran digital memiliki peran penting dalam meningkatkan <i>brand equity</i> UMKM. Strategi yang efektif meliputi penggunaan media sosial dan <i>e-commerce</i> secara konsisten, serta interaksi aktif dengan konsumen untuk membangun citra merek yang kuat.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Rotan Jaya, yang berlokasi di Jl. Amal, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara.

#### Lampiran 1. Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	TA. 2024/2025					
		Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sep
1	Mengajukan judul						
2	Melaksanakan seminar proposal						
3	Pengambilan data						
4	Pengajuan SK seminar hasil						
5	Melaksanakan seminar hasil						
6	Perbaikan skripsi sesuai hasil seminar hasil						
7	Pengajuan SK sidang skripsi						
8	Melaksanakan sidang skripsi						

#### 3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber pertama tanpa melalui perantara. Pengumpulan data ini dapat dilakukan melalui wawancara, observasi, survei, maupun eksperimen, sehingga informasi yang dihasilkan bersifat asli dan relevan untuk menjawab tujuan penelitian (Universitas Cakrawala, 2023). Data ini mencakup proses produksi, kendala yang dihadapi, serta strategi pemasaran yang diterapkan.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, buku, serta dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian ini, seperti teori SWOT, strategi pemasaran UMKM, serta data pendukung lainnya (Sugiyono, 2020).

### 3.3 Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini adalah penelitian lapangan (*field research*) untuk mengumpulkan data. Konsep utama dalam penelitian ini adalah dengan terjun langsung ke lapangan untuk mengadakan pengamatan terhadap suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Penelitian ini merupakan penelitian dengan analisis kualitatif, dengan mengkaji dan menganalisis fenomena nyata yang terjadi di lapangan baik internal maupun eksternal pada objek yang diteliti dengan lebih intens dan dilakukan berdasarkan indikator yang telah ditetapkan.

### 3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala bentuk elemen yang disepakati oleh peneliti untuk diselidiki dengan tujuan memperoleh informasi mengenai hal tersebut, yang selanjutnya akan digunakan untuk mengambil kesimpulan. Variabel merupakan objek yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) (Setyawan, 2021).

#### 3.4.1 Variabel Bebas

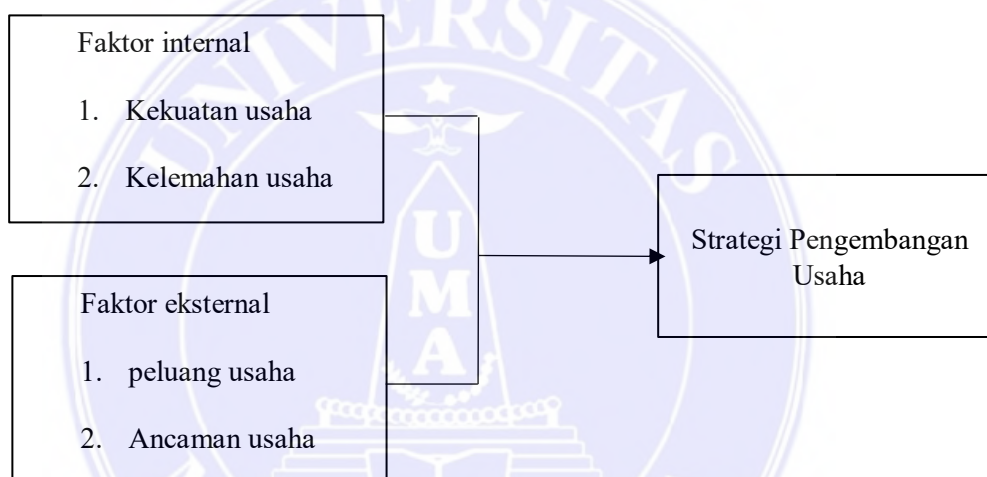
Variabel bebas dalam Sugiyono (2020:69) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini

adalah faktor *internal* (kekuatan dan kelemahan perusahaan) dan faktor *eksternal* (peluang dan ancaman bagi perusahaan).

### 3.4.2 Variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2020:69). Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah “Strategi Pengembangan usaha”.

### 3.5 Kerangka Berpikir



Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir

### 3.6 Defenisi Variable Operasional

Definisi variabel operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana sebuah variabel diukur atau diamati dalam penelitian. Ini menjelaskan secara rinci apa yang dimaksud dengan variabel tersebut dan bagaimana cara mengumpulkan datanya. Berikut ini adalah definisi variabel operasional yang digunakan pada penelitian ini:

#### 1. Kekuatan Usaha

Kekuatan usaha merupakan keunggulan internal yang dimiliki oleh UMKM, seperti kualitas produk, harga bersaing, lokasi strategis, pelayanan yang

memuaskan, maupun reputasi yang baik di mata konsumen. Faktor-faktor ini menjadi modal penting bagi UMKM Rotan Jaya untuk mempertahankan *eksistensi* dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar. Kekuatan tersebut dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar, memperkuat citra merek, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing (Hidayat & Astuti, 2021). Pada UMKM Rotan Jaya, kekuatan usaha terlihat dari kualitas rotan yang rapi dan tahan lama, harga yang relatif terjangkau, pelayanan ramah, serta adanya garansi produk yang meningkatkan kepercayaan konsumen.

## 2. Kelemahan usaha

Kelemahan usaha adalah keterbatasan internal yang dapat menghambat UMKM dalam mencapai tujuan bisnisnya. Kelemahan ini dapat berupa keterbatasan modal, kurangnya tenaga kerja terampil, rendahnya pemanfaatan teknologi, hingga lemahnya strategi branding. Jika tidak segera diatasi, kelemahan dapat menurunkan efisiensi operasional dan membuat UMKM kesulitan bersaing dengan produk lain yang lebih inovatif (Saputra & Lestari, 2022).

UMKM Rotan Jaya menghadapi kelemahan berupa keterbatasan tenaga kerja, proses produksi manual yang sering menghambat penyelesaian pesanan, serta kurangnya pemanfaatan teknologi *digital* untuk pemasaran dan promosi produk.

## 3. Peluang usaha

Peluang usaha adalah kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan, atau memperkuat posisi kompetitif. Peluang biasanya muncul dari tren pasar, perkembangan teknologi, kebijakan pemerintah, maupun perubahan perilaku konsumen. Bagi UMKM Rotan Jaya, peluang usaha terlihat dari meningkatnya tren penggunaan produk ramah

lingkungan, kemudahan akses bahan baku rotan berkualitas, serta pemanfaatan media digital dan *e-commerce* yang dapat memperluas jangkauan pemasaran (Sari & Pratama, 2023). Pemanfaatan peluang ini dapat mendorong UMKM Rotan Jaya untuk mengembangkan produk yang lebih *variatif*, memperkuat branding digital, dan menjangkau konsumen baru di tingkat *lokal* maupun *nasional*.

#### 4. Ancaman usaha

Ancaman usaha merupakan faktor eksternal yang berpotensi menghambat atau merugikan keberlangsungan UMKM. Ancaman bisa berasal dari persaingan ketat dengan produk substitusi (seperti plastik atau rotan sintetis), gencarnya promosi pesaing, fluktuasi harga bahan baku, hingga rendahnya kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Pada UMKM Rotan Jaya, ancaman utama berasal dari produk impor berharga murah dengan promosi digital yang lebih masif, serta perkembangan teknologi industri besar yang membuat produk mereka lebih cepat dan konsisten (Rahmawati & Nugroho, 2021). Jika tidak diantisipasi, ancaman ini dapat menurunkan pangsa pasar dan mengurangi loyalitas konsumen terhadap produk lokal berbasis rotan.

#### 5. Strategi pengembangan usaha

Strategi pengembangan usaha adalah rencana atau tindakan yang disusun secara sistematis oleh UMKM untuk memperkuat daya saing, memperluas pasar, dan meningkatkan keberlanjutan bisnis. Strategi ini mencakup upaya memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, menangkap peluang, dan mengantisipasi ancaman yang dihadapi oleh usaha. Pada UMKM Rotan Jaya, strategi pengembangan usaha meliputi promosi digital melalui media sosial,

diversifikasi produk berbasis rotan, peningkatan kualitas layanan, serta penguatan branding agar mampu bersaing di tengah gempuran produk impor dan substitusi (Imtinan & Samboro, 2024).

Strategi pengembangan usaha yang tepat akan membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki proses produksi, serta menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen yang semakin dinamis. Dengan pendekatan berbasis analisis SWOT, UMKM dapat merancang strategi progresif seperti memanfaatkan media digital, memperluas jaringan distribusi, serta mengembangkan produk inovatif berbasis kearifan lokal. Hal ini sejalan dengan kebutuhan UMKM Rotan Jaya untuk mempertahankan eksistensi sekaligus menciptakan peluang pertumbuhan jangka panjang (Liani & Jumaidi, 2024).

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik-teknik ini bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam terkait kondisi usaha, tantangan, dan strategi pengembangan yang diterapkan oleh UMKM Rotan Jaya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Wawancara Lisan

Wawancara lisan dilakukan dengan para informan yang terdiri dari 1 (satu) orang informan kunci dan 2 (dua) orang atau boleh lebih dari 2 (dua) orang sebagai informan pendukung. Wawancara lisan dibuktikan dengan wawancara yang kemudian disalin dalam bentuk teks tertulis.

Wawancara yang dilakukan bersifat open-ended interview (Kristina, 2024). Dalam melakukan wawancara peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan (Kristina, 2024).

## 2. Observasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang akurat tentang keadaan dilapangan dengan melakukan pengamatan langsung. Observasi adalah suatu proses pengamatan dan pencatatn secara sistematis, logis,objektif dan rasional mengenai berbagai fenomena, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam proses observasi, peneliti harus mampu bersikap netral, teliti, serta konsisten dalam mencatat data yang ditemukan di lapangan (Firdaus dkk., 2022).

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informan dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung sebuah penelitian. Pada penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk mengetahui kegiatan UMKM Rotan Jaya. Selain data-data laporan tertulis, untuk kepentingan penelitian ini juga digali berbagai data dalam bentuk foto, serta informasi dan referensi dari berbagai sumber pustaka, media dan internet. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi dari berbagai sumber tertulis maupun visual seperti arsip, laporan, foto, atau catatan administratif (Kristina, 2024).

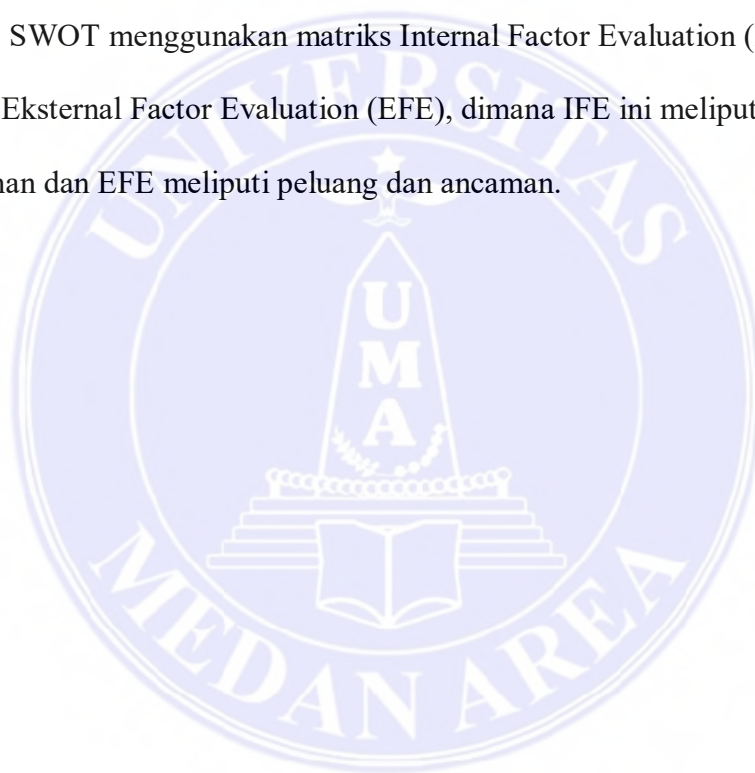
### 3.8 Metode Pengolahan Data

Penyajian data merupakan tahapan untuk memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan selanjutnya oleh peneliti, untuk dianalisis dan diambil tindakan yang dianggap perlu. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan alat

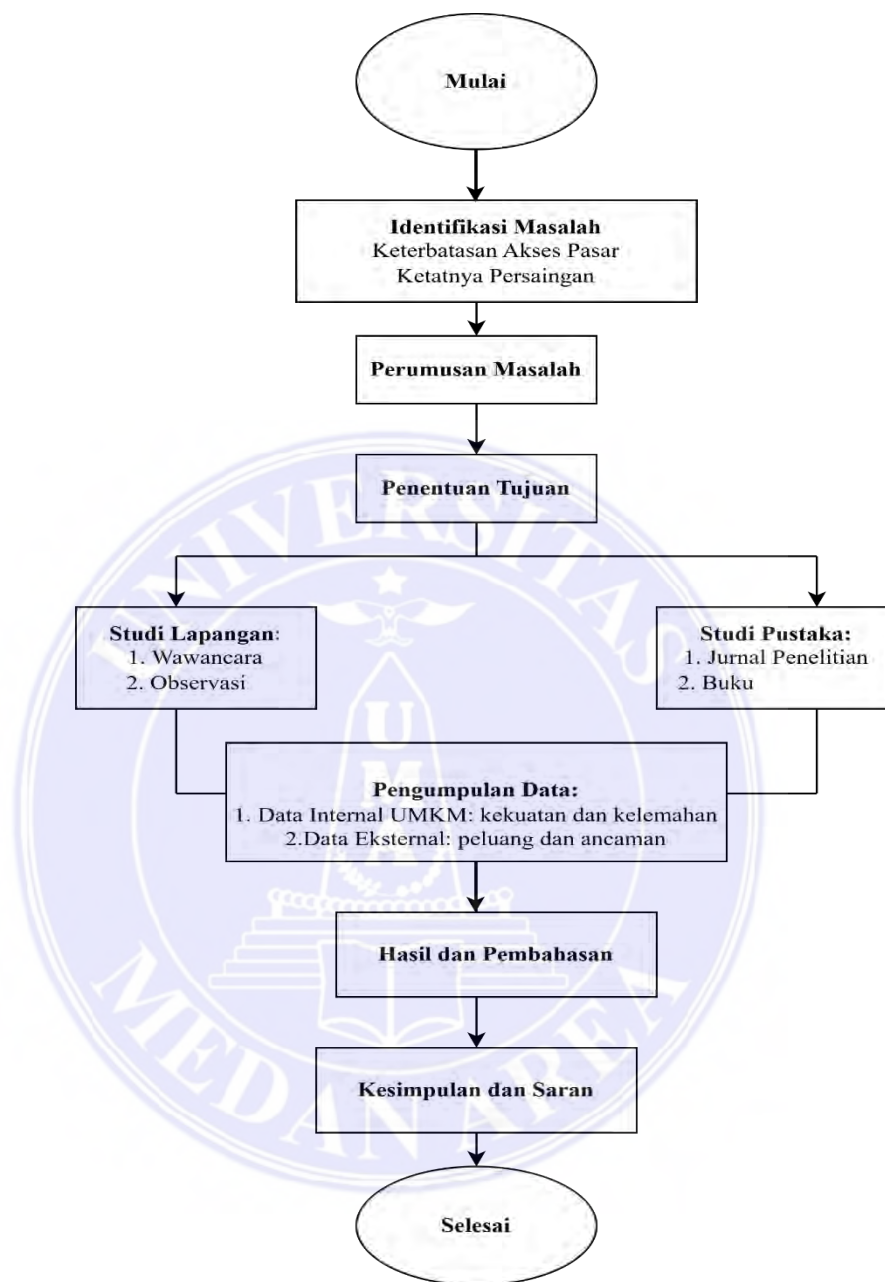
kumpul data yaitu pedoman observasi, wawancara serta dokumentasi. Dengan tahap sebagai berikut

- a. Mengelompokan data yang telah didapat untuk di proses
- b. Melakukan analisis SWOT
- c. Memasukkan ke dalam matriks SWOT
- d. Menganalisis strategi-strategi dari matriks SWOT
- e. Merekomendasikan strategi yang telah dibuat kepada pihak pengelola

Analisis SWOT menggunakan matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE), dimana IFE ini meliputi kekuatan dan kelemahan dan EFE meliputi peluang dan ancaman.



### 3.9 Diagram Alir Penelitian



Gambar 3. 2Diagram Alir Penelitian

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

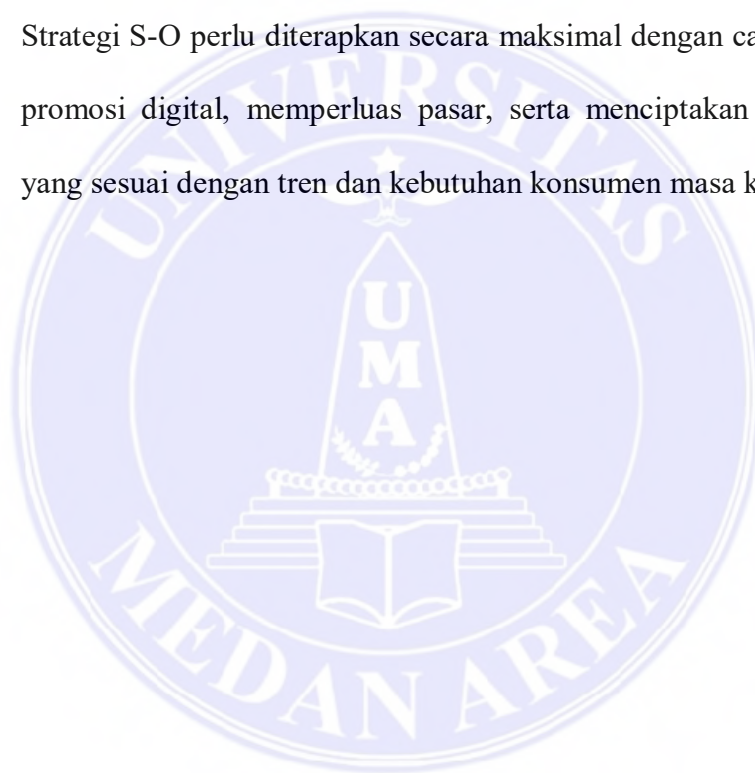
Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis SWOT, UMKM Rotan Jaya terbukti memiliki sejumlah kekuatan seperti kualitas produk yang baik, pelayanan yang memuaskan, serta kepercayaan dari pelanggan. Namun di sisi lain, usaha ini juga masih menghadapi beberapa kendala, seperti kurangnya teknis tenaga kerja, proses produksi yang masih manual, dan belum maksimalnya pemanfaatan teknologi. Sementara itu, peluang dari luar seperti tren gaya hidup alami dan kemajuan teknologi digital bisa dimanfaatkan, meskipun tantangan seperti persaingan dengan produk impor dan perkembangan teknologi dari pesaing tetap perlu diwaspadai.
2. Berdasarkan hasil perhitungan matriks SWOT, UMKM Rotan Jaya berada di Kuadran I atau posisi strategi progresif. Artinya, usaha ini sedang berada dalam kondisi yang cukup kuat dan punya banyak peluang untuk berkembang. Oleh karena itu, strategi yang paling cocok diterapkan adalah strategi S-O, yaitu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap dan mengoptimalkan peluang yang ada misalnya dengan memperkuat promosi digital, memperluas jangkauan pasar, dan membuat variasi produk yang lebih menarik sesuai kebutuhan konsumen masa kini.

## 5.2 Saran

Dengan melihat kesimpulan yang ada, maka saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. UMKM Rotan Jaya disarankan untuk meningkatkan kualitas internal melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan tenaga kerja yang sudah ada, serta mulai memanfaatkan teknologi sederhana guna mendukung efisiensi produksi dan pemasaran.
2. Strategi S-O perlu diterapkan secara maksimal dengan cara memperkuat promosi digital, memperluas pasar, serta menciptakan variasi produk yang sesuai dengan tren dan kebutuhan konsumen masa kini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R., & Astuti, M. (2021). Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(2), 115–123.
- Imtinan, A. S., & Samboro, J. (2024). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pengembangan Bisnis pada UMKM Handmade Nafila di Kota Malang. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 18(2), 56–65.
- Khoirunisa, K. R., Hambali, I., Mahfuzh, M. A., Prihatin, R., Mubarak, M. F., Saputro, T. S. B. H., & Mirza, A. D. (2023). Strategi Pengembangan UMKM dengan Analisis SWOT sebagai Solusi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi COVID-19. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 23(1), 45–58.
- Ningsih, E. S., & Hartati, S. (2022). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian UMKM: Studi pada Pengembangan Usaha Kreatif Lokal. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 8(1), 77–86.
- Nugroho, A., & Sari, P. K. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Adopsi Teknologi Digital. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 22(2), 178–195.
- Putri, A. R., Handayani, S., & Maulana, Y. (2024). Peran Analisis SWOT dalam Perencanaan Strategis Pengembangan Usaha Mikro. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Putri, I. G. A. P. T., Dewi, D. P. N., Putri, I. G. A. P. D., & Artana, I. M. (2024). Manajemen Strategis dan Pengembangan UMKM Kabupaten Jembrana melalui Analisis SWOT. *Warmadewa Economic Development Journal*, 7(2), 79–87.

- Puspitasari, D., Nugroho, T. A., & Wijayanti, R. (2022). Analisis SWOT sebagai Dasar Penyusunan Strategi Pengembangan UMKM di Tengah Persaingan Global. *Jurnal Strategi Pembangunan Ekonomi*, 8(3), 89–101.
- Riduwan. (2020). *Dasar-Dasar Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, D. A., & Pratama, M. Y. (2023). Pemanfaatan Peluang Pasar Digital oleh UMKM Lokal. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 15(2), 102–110.
- Saputra, W., & Lestari, R. (2022). Analisis Kelemahan UMKM dan Strategi Perbaikannya di Era Digital. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 25–34.
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Fauzan, M., & Susilo, A. (2023). *Keterbatasan akses pasar dan peran pemasaran dalam meningkatkan kewirausahaan di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 3(2), 93–100.
- Nasir, A., & Chalimi, A. N. F. (2024). Strategi pemasaran digital dalam meningkatkan ekuitas merek pada UMKM. *Al-Muttaqin: Jurnal Studi, Sosial, dan Ekonomi*, 5(2), 202–208.
- Karimah, S. L., & Munandar, A. (2022). *Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Lokawisata Lereng Anteng Bandung*. *Jurnal ReTiMs*, 4(2), 54–61.
- Nugroho, A., & Sari, P. K. (2023). *Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Adopsi Teknologi Digital*. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 22(2), 178–195.
- Alamsyah. (2020). Eksistensi Industri Kerajinan Rotan di Teluk Wetan, Jepara

- (1972–2019). *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 4(3), 351–364. Universitas Diponegoro.
- Sari, D. P., & Hidayat, T. (2022). *Kesesuaian strategi pemasaran UMKM terhadap lingkungan eksternal: Pendekatan SWOT*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 9(2), 112–124
- Liani, R., & Jumaidi, L. T. (2024). *Determination of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Development Strategy Based on SWOT Analysis in Strategy Management*. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 12(5), 90–106.
- Salsabil, I., Januarty, W., & Johan, A. (2024). *Diversification Strategy to Maintain SME Business Sustainability in DIY Province*. *Jurnal Focus Manajemen UPMI*, 14–23
- Setyawan, I. D. A. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian [Modul]*. Klaten: CV Tahta Media Group.
- Universitas Cakrawala. (2023, Desember 14). *Perbedaan data primer dan data sekunder dalam dunia penelitian*. Cakrawala.
- Jannah, M., Rachman, F., & Sari, D. (2024). *SWOT Analysis in Business Development Strategy*. *International Journal of Economic, Social, Political and Governance (IJESPG)*, 2(3), 45–53.
- Sasoko, M., & Mahrudi, M. (2023). *Analisis SWOT dalam Perencanaan Strategis Organisasi*. *Jurnal Perspektif Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 101–115.
- Kusumawardhani, D. (2021). *Mengenal Analisis SWOT untuk Strategi Bisnis Lebih Baik*. HR Note.asia. Diakses tanggal 6 Maret 2024.
- Hidayat, R., & Astuti, M. (2021). *Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan*

- UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(2), 115–123.
- Saputra, R., & Lestari, W. (2022). Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal dalam Pengembangan Strategi UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 55–67.
- Sari, N., & Pratama, A. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Analisis SWOT dalam Menghadapi Persaingan Pasar Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 45–57.
- Rahmawati, D., & Nugroho, S. (2021). Tantangan UMKM dalam Menghadapi Persaingan Global: Perspektif Analisis SWOT. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 9(3), 210–219.
- Imtinan, A. S., & Samboro, J. (2024). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pengembangan Bisnis pada UMKM Handmade Nafila di Kota Malang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 26(1), 55–67.
- Kristina, A. (2024). *Teknik wawancara dalam penelitian kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firdaus, F., Syahrial, S., & Mulyani, H. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. ResearchGate.
- Liani, P., & Jumaidi, R. (2024). Perumusan Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Analisis SWOT untuk Peningkatan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(2), 88–101.

## LAMPIRAN

### Penjualan



## Bahan baku rotan

