



Strategi Pengambilan Keputusan Berdasarkan Analisis SWOT: Studi pada Usaha UMKM Gajah Nasional di Sampang

Susanti Ratna Sari*, Devin Nabillah Ramadanty Wibowo, Nabila Aulia Nafisca, Rusdi Hidayat N, Indah Respati Kusumasari

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak: UMKM Gajah Nasional berlokasi di kota Sampang, Madura, dan berkonsentrasi pada pembuatan perabotan rumah tangga tradisional. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Setelah itu, mereka akan membuat strategi pengambilan keputusan yang sesuai dengan dinamika pasar. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengumpulkan data melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Menurut analisis, kekuatan utama UMKM Gajah Nasional adalah loyalitas pelanggan dan keterampilan produksi konvensional, sementara kelemahannya adalah kurangnya inovasi produk dan teknologi produksi konvensional. Di antara peluang yang ditemukan adalah dukungan pemerintah dan tren konsumsi terhadap produk lokal, sedangkan ancaman termasuk fluktuasi harga bahan baku dan persaingan harga dari produsen luar. Untuk mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang, metode yang disarankan termasuk modernisasi teknologi, inovasi produk, dan pemasaran digital.

Kata kunci: UMKM, Analisis SWOT, Strategi Pengambilan Keputusan, Loyalitas Pelanggan, Teknologi Produksi

*Correspondence: Susanti Ratna Sari
Email:
23042010239@student.upnjatim.ac.id

Received: 21-12-2024
Accepted: 23-12-2024
Published: 31-12-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: *Gajah Nasional MSME, located in Sampang, Madura, is a micro-enterprise that focuses on the production of traditional home furnishings. This research aims to identify internal and external factors through SWOT analysis to formulate relevant decision-making strategies in the face of market dynamics. Using a descriptive qualitative approach, the research collected data through in-depth interviews, direct observation, and documentation. The analysis shows that the main strengths of Gajah Nasional MSMEs are customer loyalty and traditional production skills, while weaknesses include limited product innovation and conventional production technology. Opportunities identified include government support and consumption trends towards local products, while threats include price competition from outside producers and raw material price fluctuations. Proposed strategies include technology modernization, product innovation development, and digital marketing to overcome weaknesses and capitalize on opportunities. The research conclusion emphasizes the importance of strategic planning based on SWOT analysis to maintain the sustainability of the Gajah Nasional MSME business amidst challenges and competition.*

Keywords: MSMEs, SWOT Analysis, Decision-Making Strategies, Customer Loyalty, Production Technology

Pendahuluan

Perekonomian Indonesia bergantung pada sektor strategis yang dikenal sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain membantu menciptakan lapangan kerja, sektor ini mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan regional. Lebih dari 60,51% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia disumbangkan oleh UMKM, hal ini dilampirkan

oleh data dari Kementerian Koperasi dan UMKM. UMKM memainkan peran penting dalam menggerakkan ekonomi masyarakat di tingkat lokal, termasuk di daerah terpencil seperti Pulau Madura (Tambunan, 2019).

Produksi perabotan rumah tangga adalah salah satu sub-sektor UMKM yang memiliki potensi besar. Produk seperti dandang, panci, oven tungku, langsung, dandang bakso, dandang pangsit, dandang soto dan wajan sangat penting untuk rumah tangga dan industri kuliner. Gajah Nasional, sebuah perusahaan kecil dan menengah (UMKM) berlokasi di Pulau Madura, yang didirikan sejak 2 Februari 1997 adalah salah satu perusahaan yang telah lama terlibat dalam produksi perabotan rumah tangga di sektor ini. Usaha kecil menengah (UMKM) ini membuat perabotan dapur seperti dandang, panci, wajan, dan oven tungku. Produk Gajah Nasional ini ditujukan untuk masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah dan pelaku usaha kecil menengah (UKM). Pasar utamanya adalah Sampang, Pamekasan, Bangkalan, dan Sumenep.

UMKM Gajah Nasional pernah menjadi pemimpin pasar di Pulau Madura karena menjadi pionir dalam industrinya. Namun demikian, kondisi persaingan bisnis saat ini berubah secara signifikan. Ketika Jembatan Suramadu menjadi lebih mudah untuk mengakses Pulau Madura, muncul persaingan baru dari produsen lokal dan luar pulau. Persaingan ini semakin ketat, terutama dalam hal harga, karena banyak pesaing menjual barang dengan harga yang lebih murah. Untuk mempertahankan pangsa pasar dan keberlanjutan bisnis, UMKM Gajah Nasional menghadapi tantangan besar.

Selanjutnya, masalah yang dihadapi bukan hanya persaingan harga. Teknologi produksi tradisional dan inovasi desain adalah masalah lain bagi UMKM Gajah Nasional. Industri ini rentan terhadap perubahan harga bahan baku karena UMKM Gajah Nasional bergantung pada bahan baku seperti aluminium, kawat, dan keling, yang juga dikenal sebagai paku rivet. Selain itu, salah satu kelemahan strategi pemasaran yang konvensional, terutama di era digital saat ini, mempersempit jangkauan pasar.

Kemampuan untuk mengambil keputusan strategis dalam situasi seperti ini sangat penting untuk keberhasilan UMKM. Pengambilan keputusan yang didasarkan pada intuisi dan analisis yang sistematis sangat penting untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Namun, banyak pebisnis UMKM yang kurang memahami pentingnya analisis terstruktur dalam pengambilan keputusan. Akibatnya, tindakan seringkali tidak mampu mengatasi kelemahan internal atau merespons dengan efektif perubahan pasar.

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah pendekatan yang dapat membantu UMKM, termasuk UMKM Gajah Nasional, menghadapi tantangan ini. Analisis ini memberikan kerangka kerja yang terstruktur untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal perusahaan. Dengan menggunakan analisis ini, pelaku bisnis dapat melakukan beberapa analisis seperti:

1. Peningkatan Kualitas Produk: Meningkatkan standar kualitas produk, seperti penggunaan bahan baku berkualitas tinggi atau proses *finishing* yang lebih baik, untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar.
2. Mengatasi kelemahan internal: seperti meningkatkan efisiensi melalui modernisasi

teknologi produksi atau pelatihan sumber daya manusia.

3. Memanfaatkan peluang eksternal : seperti memperluas pasar dengan program dukungan pemerintah dan tren konsumen lokal untuk produk lokal.
4. Mengelola ancaman eksternal : seperti membuat strategi untuk mengurangi persaingan harga dari produk impor atau fluktuasi harga bahan baku.

Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UMKM) Gajah Nasional, analisis SWOT dapat menjadi panduan untuk membuat rencana strategis yang lebih relevan dan efektif. Sebagai contoh, menemukan peluang seperti kemampuan untuk masuk ke pasar digital dapat mendorong UMKM untuk menggunakan platform *e-commerce* untuk meningkatkan jangkauan iklan mereka. Sementara itu, masalah seperti desain produk yang tidak kreatif dapat diatasi dengan bekerja sama dengan desainer lokal untuk membuat produk yang lebih menarik.

Pendekatan ini memungkinkan UMKM untuk membuat keputusan yang lebih sistematis dan terarah dalam menghadapi dinamika pasar. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) dapat bertahan dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif dengan menggunakan analisis SWOT sebagai dasar pengambilan keputusan.

Akibatnya, penelitian ini meneliti bagaimana analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dapat membantu UMKM dalam produksi perabotan rumah tangga, khususnya UMKM Gajah Nasional, dalam membuat keputusan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM Gajah Nasional, dan kemudian membuat strategi untuk membantu mereka menjadi lebih kompetitif dan terus beroperasi di masa depan.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh UMKM Gajah Nasional dalam menjalankan usahanya; 2) menganalisis strategi yang tepat untuk mengatasi kelemahan internal dan mengelola ancaman eksternal yang berpotensi menghambat perkembangan UMKM Gajah Nasional; 3) mengeksplorasi cara memanfaatkan peluang eksternal dan memaksimalkan kekuatan internal untuk meningkatkan daya saing usaha UMKM Gajah Nasional; dan menyusun strategi berbasis analisis SWOT yang dapat diterapkan oleh UMKM Gajah Nasional dalam proses pengambilan keputusan strategis untuk keberlanjutan usahanya.

Tinjauan Pustaka

A. Usaha Mikro Kecil Menengah

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didefinisikan sebagai bisnis yang dapat meningkatkan peluang lapangan kerja, memberikan layanan keuangan kepada masyarakat, dan mendukung keadilan dan pembangunan. UMKM adalah pilar utama perekonomian negara dan tanda kuatnya integrasi masyarakat dengan ekonomi. UMKM berdampak pada pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Akibatnya,

usaha kecil dan menengah (UMKM) harus diberikan kesempatan untuk berkembang, dilindungi, dan mendapatkan peluang sambil tetap berkonsentrasi pada operasi utama bisnis mereka (Kurniasih et al., 2023).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa usaha perseorangan atau badan usaha berskala kecil (UMKM) adalah usaha perseorangan atau badan usaha yang memiliki batasan tertentu dalam hal tenaga kerja, penjualan atau omset, dan aset atau aktiva. Mereka menggunakan teknologi konvensional untuk mengelola bisnis. Besar modal, volume usaha, nilai aset, kekayaan bersih, dan jumlah pekerja adalah beberapa indikator atau kriteria yang umum digunakan untuk menentukan UMKM. Berikut adalah kriteria dari aset dan omset UMKM:

Tabel 1. Kriteria Aset dan Omset UMKM

No	Uraian	Kriteria	
		Aset*	Omset
1.	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2.	Usaha Kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	> 500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Ket: * tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

Sumber: UU UMKM

Sebagai salah satu UMKM di Pulau Madura yang berfokus pada produksi perabotan rumah tangga, UMKM Gajah Nasional mencerminkan karakteristik khas UMKM di daerah pedesaan. Dengan basis pasar lokal di kabupaten Sampang, Pamekasan, Bangkalan, dan Sumenep, UMKM ini membantu perekonomian lokal. Namun, UMKM Gajah Nasional menghadapi banyak masalah, seperti kebanyakan UMKM lainnya. Ini termasuk keterbatasan teknologi, akses pasar yang sempit, dan persaingan yang semakin ketat. Akibatnya, analisis SWOT sangat penting sebagai alat strategis untuk membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi serta membuat strategi yang efektif.

Menurut Ramadhan dan Sofiyah (2013), Andriani et al. (2021) dan Ramadhan et al. (2023) menyatakan bahwa dunia bisnis perlu beradaptasi agar dapat mengikuti kemajuan yang terjadi di berbagai sektor saat ini dan di masa depan. Pengusaha, terutama mereka yang bekerja di bidang manufaktur, pemasaran, dan penjualan, harus memiliki rencana yang matang untuk menghadapi kesulitan. Strategi pemasaran perusahaan harus disesuaikan untuk menargetkan pelanggan baru dan bersaing dengan perusahaan lain di pasar yang sama.

Sebagai sektor yang bertanggung jawab untuk menyediakan lapangan pekerjaan bagi 97% tenaga kerja di Indonesia, UMKM berkontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan nasional. Menurut siaran pers dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi pada Produksi Domestik Bruto (PDB) sebesar 60,51% pada 22 Juli 2024. Kontribusi ini masih sangat memungkinkan untuk ditingkatkan karena kontribusi UMKM terhadap porsi

ekspor Indonesia sebesar 15,7%. Berikut diagram batang mengenai jumlah dan pertumbuhan pada UMKM di Indonesia:



Gambar 1. Jumlah dan Pertumbuhan UMKM di Indonesia

Keunggulan yang memungkinkan UMKM untuk memberikan kontribusi besar kepada perekonomian termasuk sifatnya yang fleksibel dan adaptif, kemampuan untuk menyerap tenaga kerja dengan berbagai tingkat pendidikan, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan berbagai kondisi ekonomi (Hastuti et al., 2020). Bisnis kecil dan menengah (UMKM) harus menyusun rencana dan tindakan strategis agar mampu berkompetisi dalam persaingan ekonomi global karena daya kompetisi dan persaingan yang meningkat di seluruh ekonomi dunia.

B. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah metode perencanaan strategis dapat membantu perusahaan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman dari luar. Ini memberikan metode yang sistematis untuk mengevaluasi posisi perusahaan dan membuat keputusan tentang masa depannya (Phadermrod et al., 2019). Keunggulan yang dimiliki oleh sebuah bisnis dibandingkan dengan pesaingnya, seperti reputasi merek yang kuat, tenaga kerja yang terampil, atau penawaran produk yang unik disebut kekuatan (Indeed, 2021).

Strategi adalah alat yang sangat penting bagi perusahaan atau pelaku bisnis. Strategi bisnis harus diubah saat pola persaingan berubah ketat untuk memperoleh peluang dan menghindari pesaing (Wijandari & Sumilah, 2021). Analisis SWOT, atau Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (Alchamdi & Nurjaman, 2022), adalah analisis yang mencakup semua elemen. Ini merupakan strategi yang dapat digunakan untuk usaha kecil dan menengah (UMKM). Analisis SWOT dapat digunakan sebagai pembandingan dari berbagai sudut pandang.

Analisis SWOT dirancang untuk membantu perusahaan memahami posisinya saat ini dan menemukan area yang perlu ditingkatkan. Bisnis dapat berkonsentrasi pada memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mencapai tujuan. Perusahaan dapat memperbaiki kinerja mereka secara keseluruhan dengan mengenali kelemahan mereka dan

mengatasinya. Selain itu, menemukan peluang memungkinkan perusahaan menemukan cara baru untuk berkembang dan berkembang (Hasbullah et al., 2021).

C. Pengambilan Keputusan

Pendekatan sistematis terhadap sifat suatu masalah dikenal sebagai pengambilan keputusan. Tindakan yang paling tepat adalah mengumpulkan fakta dan data, menentukan alternatif yang ada, dan kemudian mengambil tindakan yang diperhitungkan (Awanda, 2021). Dasar pengambilan keputusan meliputi intuisi yang didasarkan pada emosi yang pada dasarnya bersifat subjektif sehingga rentan terhadap pengaruh, pengalaman yang memperhitungkan pro dan kontra dari keputusan yang diambil, dan fakta yang akurat dan sangat beralasan. Kewenangan yang dijalankan pemimpin terhadap bawahannya biasanya didasarkan pada logika dan pertimbangan semua faktor di kedua sisi proses pengambilan keputusan (Terry, Amelia, 2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan antara lain faktor internal organisasi seperti ketersediaan keuangan, keterampilan karyawan, integritas peralatan, struktur organisasi, dan ketersediaan informasi yang dibutuhkan manajemen. Faktor ketersediaan informasi berkaitan dengan masalah organisasi. Organisasi harus mengetahui sumber masalah dan konsekuensi jika masalah tersebut tidak diatasi segera. Faktor-faktor yang datang dari luar organisasi termasuk faktor-faktor seperti keadaan ekonomi, sosial, politik, hukum, budaya, dan lainnya; terakhir, faktor-faktor individu seperti tingkat kecerdasan, kemampuan, dan keterampilan pengambil keputusan (Sukatin et al., 2022).

Relevansi analisis SWOT pada UMKM Gajah Nasional

Kekuatan atau keunggulan pada keterampilan produksi tradisional yang telah berlangsung lama dimiliki oleh UMKM Gajah Nasional, yang merupakan identitas unik dari produknya. Gajah Nasional memiliki basis pelanggan yang setia berkat fokusnya pada pasar lokal dan pengalamannya sebagai pemimpin industri, terutama di Madura.

Kelemahan dari UMKM Gajah Nasional yakni keterbatasan dalam inovasi produk dan teknologi produksi yang masih konvensional merupakan salah satu kelemahan utama. Selain itu, strategi pemasaran yang masih konvensional membatasi jangkauan pasar, terutama di era digital. Peluangnya yang di dapat dengan program dukungan pemerintah seperti pembiayaan, pelatihan, dan pemasaran digital, UMKM memiliki peluang besar untuk menjadi lebih kompetitif. Selain itu, tren masyarakat terhadap produk lokal menawarkan peluang pertumbuhan pasar yang besar. Ancaman pada UMKM Gajah Nasional yaitu persaingan yang semakin ketat, terutama dari produsen luar pulau yang menawarkan harga lebih rendah, menjadi masalah besar. Selain itu, perubahan harga bahan baku seperti aluminium, paku rivet dan kawat dapat berdampak negatif pada kelangsungan bisnis. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) Gajah Nasional dapat menggunakan analisis SWOT untuk membuat strategi yang berpusat pada keunggulan internal dan beradaptasi dengan perubahan eksternal. Misalnya, UMKM ini dapat memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional dengan memanfaatkan peluang digitalisasi.

Metode

Dengan adanya penelitian ini guna mengevaluasi strategi pengambilan keputusan dengan menganalisis SWOT pada UMKM Gajah Nasional di Sampang. Pendekatan kualitatif deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat. Metode ini memungkinkan analisis mendalam terhadap faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha serta sebuah strategi dalam pengambilan keputusan yang relevan.

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM Gajah Nasional yang berlokasi di Kabupaten Sampang, Pulau Madura. Subjek penelitian termasuk pemilik atau pengelola UMKM, karyawan yang terlibat dalam proses produksi dan pemasaran, pelanggan lokal dan regional, serta pihak-pihak lain yang relevan, seperti pemasok bahan baku dan lembaga pemerintah yang mendukung UMKM. Data primer yang dikumpulkan dari penelitian ini terdiri dari wawancara mendalam, observasi langsung, dan percakapan dengan pelanggan serta dari sumber daya yang mereka berikan

Untuk mendapatkan informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman UMKM, wawancara mendalam dan observasi tentang kegiatan produksi, distribusi, dan pemasaran; dokumentasi dari catatan aktivitas bisnis dan laporan sederhana, dan studi literatur tentang teori dan penelitian sebelumnya yang relevan. Analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan. Analisis ini dimulai dengan menentukan faktor internal kekuatan dan kelemahan, seperti keterampilan konvensional, basis pelanggan yang setia, dan keterbatasan inovasi dan teknologi. Selain itu, faktor eksternal yakni peluang dan ancaman diidentifikasi. Program dukungan pemerintah dan tren konsumsi lokal merupakan peluang, sedangkan persaingan harga dan fluktuasi bahan baku merupakan ancaman. Hasil analisis ini disusun dalam bentuk matriks SWOT, yang membagi strategi ke dalam empat kategori: SO (*Strength-opportunity/Kekuatan-Peluang*), WO (*Weakness-Opportunity/Kekurangan-Peluang*), ST (*Strength-Threats/Kekuatan-Tantangan*), dan WT (*Weakness-Threats/Kekurangan-Tantangan*). Kemudian, strategi ini digunakan untuk membuat prosedur pengambilan keputusan yang tepat untuk memastikan keberlanjutan bisnis UMKM Gajah Nasional.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan agar dapat menganalisis faktor dari dalam dan luar UMKM yang dapat memengaruhi keberlanjutan UMKM Gajah Nasional di Sampang. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan percakapan dengan pelanggan. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian di analisis menggunakan kerangka analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi UMKM ini.

Hasil penelitian analisis SWOT UMKM Gajah Nasional menunjukkan bahwa UMKM tersebut memiliki sejumlah faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi keberlangsungan usahanya. Berikut adalah analisis SWOT pada UMKM Gajah Nasional:

1. Kekuatan (*Strengths*)

a. Pelanggan yang Loyal

UMKM Gajah Nasional telah membangun basis pelanggan yang sangat loyal di wilayah Madura, khususnya di Sampang, Pamekasan, Bangkalan, dan Sumenep. Pelanggan yang telah lama menggunakan produk ini cenderung kembali membeli karena mereka mempercayai kualitas dan keaslian produk yang ditawarkan. Loyalitas pelanggan ini menciptakan pendapatan yang stabil bagi UMKM, bahkan dalam menghadapi kompetisi yang semakin ketat. Kekuatan ini memberi UMKM fondasi yang kuat untuk memperluas pasar dan mengembangkan produk baru yang dapat menarik lebih banyak konsumen.

b. Keterampilan Produksi Konvensional

Keterampilan produksi konvensional yang telah diwariskan secara turun-temurun menjadi kekuatan utama UMKM Gajah Nasional. Teknik-teknik tradisional ini memungkinkan mereka untuk menghasilkan produk dengan keunikan dan kualitas yang khas, yang membedakan mereka dari produsen lain, terutama dari luar Madura. Keterampilan konvensional yang terjaga dengan baik memberi nilai lebih pada produk, karena konsumen menghargai keaslian, ketelitian, dan sentuhan tenaga kerja lokal yang terdapat dalam setiap barang. Hal ini juga menciptakan daya tarik khusus bagi pasar yang menghargai warisan budaya dan keunikan produk lokal.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

a. Keterbatasan Inovasi

Produk yang dihasilkan UMKM Gajah Nasional cenderung kurang mengikuti *trend* pasar yang ada, sehingga mengakibatkan produk mereka kurang menarik bagi konsumen yang menginginkan pilihan yang lebih modern dan beragam. Terutama di kalangan generasi muda yang lebih menyukai desain inovatif dan fungsional, kurangnya pembaruan pada produk dapat mengurangi daya tarik dan menghambat kemampuan UMKM untuk menarik segmen pasar yang lebih luas. Tanpa adanya upaya untuk berinovasi dalam desain dan fitur produk, UMKM ini berisiko kehilangan relevansi di pasar yang semakin dinamis.

b. Teknologi Produksi yang Masih Konvensional

UMKM Gajah Nasional masih mengandalkan teknologi produksi yang tradisional, yang berdampak pada keterbatasan dalam hal efisiensi dan kapasitas produksi. Metode produksi ini memerlukan waktu yang lebih lama dan tenaga kerja yang lebih banyak, sehingga menghambat kemampuan UMKM untuk meningkatkan volume produksi dengan biaya yang lebih rendah. Selain itu, keterbatasan teknologi ini juga membuat kualitas produk sulit distandarkan secara konsisten. Sementara produsen luar Madura yang menggunakan teknologi modern dapat memproduksi barang dengan lebih cepat, lebih murah, dan dengan kualitas yang lebih terjaga, UMKM ini berisiko kehilangan daya saing, terutama dalam hal harga dan kecepatan pemenuhan permintaan pasar.

3. Peluang (*Opportunities*)

a. Dukungan Pemerintah

Pemerintah perlu memberikan berbagai peluang bagi pengembangan UMKM, mulai dari akses terhadap teknologi modern dan pelatihan keterampilan untuk meningkatkan efisiensi dan inovasi, hingga program pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang membantu pemenuhan modal usaha. Penyederhanaan regulasi melalui UU Cipta Kerja dan Program PEN mempermudah proses perizinan, sementara fasilitasi pemasaran digital dan program seperti ASEAN Online Sale Day (AOSD) membuka akses pasar regional dan global. Selain itu, fokus pada penguatan produk berbasis kearifan lokal memberikan peluang bagi UMKM untuk membangun citra unik di pasar, didukung oleh kolaborasi dengan desainer dan institusi yang mendorong inovasi produk. Peluang ini membantu UMKM mengatasi keterbatasan internal dan tantangan eksternal seperti persaingan global, sekaligus meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

b. Menciptakan Tren Konsumsi Lokal

UMKM Gajah Nasional memiliki peluang untuk menciptakan tren konsumsi yang lebih mendalam terhadap produk-produk lokal, terutama di pasar yang semakin menghargai keunikan budaya dan kualitas produk asli. Dengan memanfaatkan keahlian tradisional dan nilai budaya yang terkandung dalam produk mereka, UMKM dapat menggali potensi untuk membangun identitas merek yang kuat sebagai pilihan utama bagi konsumen yang ingin mendukung produk lokal. Tren konsumsi lokal yang semakin berkembang, baik di dalam negeri maupun secara internasional, memberikan kesempatan bagi UMKM Gajah Nasional untuk memperkenalkan produk mereka sebagai simbol kebanggaan budaya Madura, sekaligus menarik konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan dan kualitas produksi lokal.

4. Ancaman (*Threats*)

a. Persaingan Harga dari Produsen Luar

Produsen luar Madura yang telah mengadopsi teknologi modern memiliki keunggulan dalam hal efisiensi biaya dan kemampuan untuk menawarkan produk serupa dengan harga yang lebih rendah. Hal ini menjadi ancaman besar bagi UMKM Gajah Nasional yang masih bergantung pada metode produksi tradisional. Jika tidak dapat menyesuaikan harga atau meningkatkan nilai tambah pada produk mereka, UMKM berisiko kehilangan pangsa pasar, terutama di segmen harga sensitif yang lebih memilih produk dengan harga lebih terjangkau namun tetap berkualitas.

b. Fluktuasi Harga Bahan Baku

Ketergantungan UMKM pada bahan baku tertentu, aluminium, kawat, dan keling atau paku rivet, membuat biaya produksi sangat rentan terhadap fluktuasi harga di pasar. Kenaikan harga bahan baku yang tidak terduga dapat meningkatkan biaya produksi secara signifikan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi harga jual produk. Jika UMKM tidak dapat menyesuaikan harga atau mencari alternatif bahan baku yang lebih stabil, ini dapat mengurangi margin keuntungan dan mempengaruhi daya saing produk di pasar.

<p style="text-align: center;">INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">EKSTERNAL</p>	<p style="text-align: center;"><i>Strenghts</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan yang loyal di wilayah Madura. • Keterampilan produksi konvensional dengan kualitas khas. 	<p style="text-align: center;"><i>Weaknesses (W)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Keterbatasan inovasi dalam desain dan fitur produk. • Teknologi produksi masih tradisional.
<p style="text-align: center;"><i>Opportunities (O)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dukungan pemerintah melalui pembiayaan dan pelatihan. • Tren konsumsi terhadap produk lokal yang semakin meningkat. 	<p style="text-align: center;"><i>Strength-Opportunity (SO)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan loyalitas pelanggan untuk mempromosikan produk lokal yang berbasis kearifan budaya. • Menggunakan keterampilan konvensional sebagai nilai jual dalam tren konsumsi produk lokal. 	<p style="text-align: center;"><i>Weakness-Opportunity (WO)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengadopsi teknologi modern melalui program pemerintah untuk meningkatkan efisiensi produksi. • Melakukan inovasi produk berdasarkan tren pasar dan preferensi konsumen muda.
<p style="text-align: center;"><i>Threats (T)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Persaingan harga dari produsen luar yang menggunakan teknologi modern. • Fluktuasi harga bahan baku. 	<p style="text-align: center;"><i>Strength-Threat (ST)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan strategi pemasaran yang menekankan keunikan tradisional untuk bersaing dengan produk harga rendah. • Membangun hubungan jangka panjang dengan pemasok bahan baku untuk mengurangi risiko fluktuasi harga. 	<p style="text-align: center;"><i>Weakness-Threats (WT)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pelatihan rutin untuk meningkatkan inovasi produk dan kualitas. • Menyesuaikan strategi harga dengan efisiensi operasional untuk tetap kompetitif di pasar.

Metode yang tepat untuk menangani kelemahan internal dan mengelola ancaman eksternal berdasarkan analisis analisis SWOT:

1. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*):

Strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan internal.

a. Memperbarui Teknologi Produksi melalui Dukungan Pemerintah

UMKM Gajah Nasional dapat memanfaatkan berbagai program pemerintah yang menyediakan bantuan untuk teknologi produksi. Dengan memperkenalkan teknologi inovatif UMKM dapat meningkatkan efisiensi, produksi, dan kualitas produk yang akan membantu mereka bersaing lebih baik dengan produsen lain yang menggunakan teknologi canggih.

b. Meningkatkan Inovasi Produk melalui Pelatihan

UMKM Gajah Nasional bisa memanfaatkan program pelatihan untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam desain produk. Pelatihan yang difasilitasi oleh lembaga atau pemerintah dapat membantu tenaga kerja mengembangkan produk dengan desain yang lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar, tanpa mengurangi nilai tradisional yang menjadi ciri khas produk mereka.

c. Memperluas Pasar melalui Pemasaran Digital

Dalam era digital, UMKM Gajah Nasional memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pasar mereka dengan memanfaatkan platform *e-commerce* dan media sosial. Dengan ini, mereka dapat menjangkau konsumen di luar Pulau Madura, meningkatkan kesadaran merek, dan mendapatkan lebih banyak pelanggan dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan pemasaran tradisional.

2. Strategi WT (*Weakness-Threats*):

Strategi ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal dan mengurangi dampak ancaman eksternal yang ada.

a. Efisiensi Operasional melalui Modernisasi Peralatan

Untuk menghadapi persaingan harga yang ketat, UMKM Gajah Nasional perlu meningkatkan efisiensi produksi dengan mengganti peralatan lama dengan peralatan yang lebih canggih dan efisien. Pemanfaatan teknologi modern dapat mengakselerasi proses produksi serta mengurangi biaya operasional, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan daya saing produk.

b. Kolaborasi dengan Desainer Lokal untuk Menarik Lebih Banyak Konsumen

Kolaborasi dengan desainer lokal dapat membantu UMKM menciptakan produk dengan desain yang lebih menarik dan sesuai dengan selera konsumen saat ini. Hal ini penting untuk menarik minat konsumen muda yang cenderung memilih produk dengan desain yang lebih inovatif dan modern.

c. Perbaiki Manajemen Rantai Pasok untuk Mengatasi Fluktuasi Harga Bahan Baku

Menghadapi fluktuasi harga bahan baku yang tidak stabil, UMKM Gajah Nasional perlu memperbaiki sistem manajemen rantai pasok mereka. Menjalin hubungan yang lebih kuat dengan pemasok atau mencari alternatif bahan baku yang lebih stabil akan membantu

mengurangi risiko kenaikan harga yang tidak terduga dan menjaga biaya produksi tetap terkendali.

Penerapan analisis SWOT dapat membantu UMKM Gajah Nasional merumuskan strategi pengambilan keputusan yang lebih efektif untuk menjaga keberlanjutan usaha mereka. Melalui analisis ini, UMKM dapat lebih jelas mengidentifikasi kekuatan internal mereka, seperti keahlian dalam produksi secara konvensional dan reputasi yang kuat di pasar lokal. Dengan memahami kekuatan tersebut, mereka dapat merencanakan langkah-langkah untuk memanfaatkan peluang eksternal, seperti program pemerintah yang mendukung modernisasi dan digitalisasi, untuk memperbarui peralatan dan meningkatkan kapasitas produksi. Di sisi lain, analisis SWOT juga memberikan wawasan mengenai kelemahan internal, seperti keterbatasan teknologi produksi dan kurangnya inovasi produk. Dengan pemahaman ini, UMKM dapat mengatasi kelemahan tersebut melalui pembaruan teknologi dan pelatihan desain untuk menciptakan produk yang lebih variatif dan mengikuti tren pasar. Selain itu, dalam menghadapi ancaman eksternal, seperti persaingan dengan produsen yang menggunakan teknologi modern atau fluktuasi harga bahan baku, UMKM Gajah Nasional dapat mengembangkan strategi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki manajemen rantai pasokan, dan memperkuat nilai jual produk melalui inovasi dan penekanan pada kualitas serta keaslian, agar tetap kompetitif di pasar.

Simpulan

UMKM Gajah Nasional memiliki keunggulan berupa loyalitas pelanggan yang tinggi dan keterampilan produksi tradisional yang telah diwariskan secara turun-temurun. Kekuatan ini memberikan nilai tambah yang signifikan, terutama bagi konsumen yang menghargai keunikan dan kualitas produk lokal. Namun, terdapat kelemahan yang perlu diatasi, seperti kurangnya inovasi produk serta penggunaan teknologi produksi yang masih konvensional, yang membatasi efisiensi dan kapasitas produksi.

Dari sisi peluang, UMKM ini dapat memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan, pembiayaan, dan fasilitasi pemasaran digital. Selain itu, tren konsumsi terhadap produk lokal memberikan potensi pasar yang besar. Di sisi lain, UMKM menghadapi ancaman berupa persaingan dari produsen luar dengan teknologi modern serta fluktuasi harga bahan baku, yang dapat memengaruhi daya saing dan profitabilitas.

Saran

1. Melakukan Inovasi Produk

UMKM perlu berfokus pada pengembangan produk dengan desain dan fungsi yang lebih menarik untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, khususnya generasi muda. Inovasi ini dapat dilakukan dengan tetap mempertahankan nilai tradisional yang menjadi ciri khas produk.

2. Modernisasi Teknologi Produksi

Penggunaan teknologi modern akan membantu meningkatkan efisiensi, kapasitas,

dan konsistensi kualitas produk. UMKM dapat memanfaatkan program pelatihan yang disediakan oleh pemerintah untuk mempercepat proses adaptasi teknologi.

3. Manajemen Bahan Baku

Mengelola risiko fluktuasi harga bahan baku dapat dilakukan dengan menjalin kerja sama jangka panjang dengan pemasok atau mencari alternatif bahan baku yang lebih stabil. Diversifikasi produk juga dapat membantu mengurangi ketergantungan pada bahan baku tertentu.

Daftar Pustaka

- A. M. Kusuma, V., A. Sahabuddin, Z., & S. J. K. Hutasoit, P. (2022). Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Dan Menengah (Umkm) Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat. *JURNAL CAFETARIA*, 3(1), 24-35.
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64-72.
- Andriyani, M. S. (2021). Strategi Menjaga Motivasi Pelaku UMKM Kuliner Dalam Beradaptasi Ditengah Pandemi Virus Covid-19, 45-54.
- Farhan, R., Hasbullah, Hidayatullah, R., Pangestu, Y., & Suci, R. G. (2024). Strategi Manajemen Menggunakan Analisis SWOT Pada Usaha UMKM(Studi Usaha Angkringan Sedulur) . *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*.
- Hidayat Rusdi, S. I. (2021). Strategi Bauran Pemasaran Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT pada UD. Erni Jaya Bangunan Kediri. *Jurnal Revolusi Indonesia Vol. 1 No. 10*, 1123-1132.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707-6714.
- Julio Pasaribu, Y. N. (2022). PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PENYUSUNAN STRATEGI BERSAING USAHA PADA UMKM SATE MADURA CAK HERI MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT. *Jurnal Ilmiah AccUsi VOLUME 5 No 1*, 2620 – 5815.
- Kistari, F. A., & Marlina, N. (2022). Analisis SWOT sebagai Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Sentra UKM Telur Asin Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14595–14605.
- Maylanie, J. T. (2022). Tahapan Pengambilan Keputusan (Kajian Teoritis dari James A. F. Stoner). *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Nathaniel, J. (2022). Strategi Pengambilan Keputusan UMKM Kuliner Menuju Masa Endemi Culinary MSME Decision Making Strategy Towards Endemic . *Prosiding National Seminar on Accounting UKMC*, Vol: 1 No 1, 202-208.

-
- Nugroho Rusdi Hidayat, A. S. (2020). STRATEGI PEMBERDAYAAN UMKM DI PEDESAAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI ERA INDUSTRI 4.0 MENUJU ERA SOCIETY 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia* Vol. 1 No. 01, 93-109.
- Reifa Galih Ramadhanti, T. Y. (2024). Analisis SWOT UMKM Rocket Chicken Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* Volume 1, Nomor 12, 88-92.
- Rio Alfrian, G., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid 19 Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6(2), 139-146.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(3), 170-186.
- Zuhrotun, N. (2020). A N ALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI KOMPETITIF Zuhrotun Nisak.