

# **STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SEKTOR PENGRAJIN GITAR DI KECAMATAN BAKI, SUKOHARJO MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT**

**Silvia Rifky Harviana; Titik Ulfatun**

**Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

## **Abstrak**

Silvia Rifky Harviana. Titik Ulfatun. Program Studi Pendidikan Akuntansi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2023. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: untuk mendeskripsikan strategi pengembangan UMKM strategi pengembangan UMKM berdasarkan analisi SWOT yang dilakukan oleh pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo dilihat dari faktor eksternal dan internal. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil perhitungan IFAS didapatkan hasil kondisi internal UMKM sektor pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo. Kondisi internal memperoleh skor untuk faktor kekuatan sebesar 2,2 dan nilai kelemahan sebesar 1,02 yang menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar daripada kelemahan. Hasil perhitungan EFAS didapatkan hasil kondisi eksternal pada pengrajin gitar di sukoharjo didapat dari nilai peluang sebesar 2,2 dan nilai ancaman sebesar 1,24 yang menunjukkan bahwa peluang lebih besar daripada ancaman. Berarti strategi pengembangan UMKM sektor pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo berada diposisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Strategi yang sesuai adalah strategi S-O yaitu menggunakan strategi dan memanfaatkan peluang yang ada dengan mendayagunakan kekuatan yang dimiliki. Berarti UMKM sektor pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo berada diposisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Oleh karena itu perusahaan harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM sektor pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo dalam meningkatkan kualitas pembuatan gitar telah mampu dilakukan dengan baik.

**Kata Kunci** : Strategi Pengembangan, SWOT, UMKM

## **Abstract**

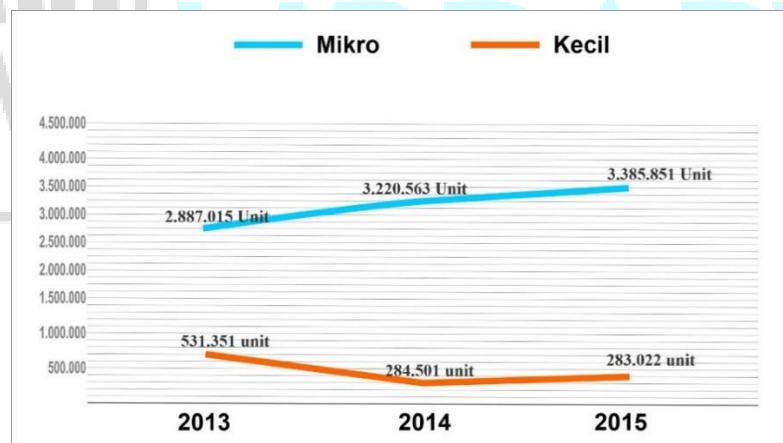
The aim of this research is to find out: to describe the MSME development strategy, MSME development strategy based on a SWOT analysis carried out by guitar craftsmen in Baki District, Sukoharjo, looking at external and internal factors. This research uses qualitative research methods. Based on the results of IFAS calculations, the internal conditions of the MSMEs in the guitar crafts sector in Baki District, Sukoharjo were obtained. The internal condition received a score for the strength factor of 2.2 and a weakness value of 1.02, which shows that the strengths are greater than the weaknesses. The results of the EFAS calculation showed that external conditions for guitar craftsmen in Sukoharjo were obtained from an opportunity value of 2.2 and a threat value of 1.24, which shows that the opportunities are greater than the threats. This means that the MSME development strategy for the guitar crafts sector in Baki District, Sukoharjo is in a very profitable position because it has strengths and opportunities that can be utilized optimally. The appropriate strategy is the S-O strategy, namely using strategy and taking

advantage of existing opportunities by utilizing the strengths they have. This means that the MSMEs in the guitar crafts sector in Baki District, Sukoharjo are in a very profitable position because they have strengths and opportunities that can be utilized optimally. Therefore companies must support aggressive growth policies. Based on the research results, it shows that the strategy for developing MSMEs in the guitar crafts sector in Baki District, Sukoharjo in improving the quality of guitar making has been able to be carried out well.

**Keywords:** Development Strategy, SWOT, UMKM

## 1. PENDAHULUAN

Sektor UMKM, yang mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah, merupakan ranah bisnis di Indonesia yang ditandai dengan keberadaan entitas komersial yang signifikan. Berdasarkan data yang disampaikan BPS, diketahui bahwa perkembangan industri mikro dan kecil di Indonesia dari tahun 2013 hingga 2015 mengalami lonjakan industri mikro, sementara industri kecil berkembang semakin menyusut setiap tahunnya. Jumlah usaha mikro di Indonesia melebihi jumlah usaha kecil di Indonesia. Jumlah usaha mikro pada tahun 2013 sebanyak 2.887.015, sedangkan jumlah usaha kecil hanya 531.351 unit. Pada tahun 2014, terdapat 3.220.563 usaha mikro, naik dari tahun 2013 yang hanya berjumlah 284.501 usaha kecil. Namun, jumlah perusahaan besar turun dari tahun sebelumnya menjadi 284.501 pada tahun 2014. Jumlah usaha mikro kembali meningkat pada tahun 2015, mencapai 3.385.851, sementara jumlah perusahaan kecil terus turun, hanya mencapai 283.022 unit (Idah , 2019)



**Gambar 1. Perkembangan UMKM di Indonesia 2013 -2015 (BPS,2015)**

Kontribusi yang cukup besar dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menggarisbawahi keharusan untuk memperkuat sektor ini. UMKM dapat meningkatkan peluang mereka untuk bertahan hidup dan daya saing terhadap perusahaan yang lebih besar dengan menerapkan praktik manajemen yang efisien. Kategori manajemen umum meliputi fungsi pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan.

Istilah "strategi" berasal dari kata Yunani "*strategos*", yang secara harfiah diterjemahkan menjadi "umum". Strategi adalah rencana tindakan yang digunakan pada saat perang dengan tujuan mengalahkan lawan. Ini adalah sesuatu yang dilakukan para jenderal sebelum dan sesudah pertempuran untuk meningkatkan semangat dan memanfaatkan peluang yang menguntungkan. Namun, pada periode sekarang, strategi telah berkembang ke titik di mana strategi menjadi bagian integral dari proses bisnis dan kebutuhan lain seperti keuangan (Subagia, 2020)

Menurut Hartono (2020), Analisis strategi mencakup kerangka "segitiga strategis", yang terdiri dari tiga elemen kunci: Pelanggan, Pesaing, dan Bisnis. Pertumbuhan suatu industri biasanya dikaitkan dengan kemampuannya untuk mempertahankan basis pelanggan yang konsisten, bersaing secara efektif dalam pasar yang ramai, dan menunjukkan praktik manajemen bisnis yang kuat. Penekanan utama banyak perusahaan dan badan usaha, termasuk usaha kecil dan menengah, adalah pada usaha produksi dan operasionalnya, khususnya di bidang pembuatan produk. Untuk mempertahankan daya saing, bisnis harus memprioritaskan pengembangan dan implementasi inisiatif strategis yang ditujukan untuk mempertahankan dan meningkatkan operasi mereka saat ini.

Untuk mengembangkan strategi bisnis, perlu dibuat kesimpulan mengenai tujuan prospektif organisasi dan taktik yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dari sudut pandang ini, konsep strategi tidak memerlukan penemuan unsur-unsur yang kongruen, melainkan mengidentifikasi unsur – unsur yang memiliki kemampuan beradaptasi. Menurut perspektif ini, proses perencanaan dianggap sebagai latihan strategis di mana aspirasi dirumuskan dan dikejar. Upaya berkelanjutan diperlukan untuk membangun sebuah kontinum yang menjembatani kondisi saat ini dan kondisi yang umumnya diantisipasi atau dicita – citakan. Proses mengembangkan dan meneliti implementasi dan evaluasi kemungkinan lintas fungsi untuk membantu organisasi dalam mencapai tujuannya, termasuk menampilkan, membiayai, aset lokal, produksi, dan keterampilan lainnya, umumnya dikenal sebagai administrasi kunci dan pekerjaan manajemen tingkat atas (Rachmad, 2022).

Strategi pengembangan UMKM Gitar Sukoharjo merupakan salah satu klaster UMKM yang ada di lingkungan Sukoharjo. Sentra produksi gitar yang terletak di Desa Mancasan, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo ini diharapkan dapat menjadi komponen fundamental ekonomi kreatif. Perusahaan manufaktur tersebut di atas memainkan peran penting dalam mengurangi tingkat pengangguran secara strategis dan menambah pendapatan daerah. Dampak lapangan kerja industri kerajinan gitar sangat signifikan karena memberikan kesempatan kerja

bagi tenaga kerja yang cukup besar. Tujuannya adalah untuk mengurangi tingkat pengangguran dan memanfaatkan sumber daya alam asli secara efisien.

UMKM Gitar Sukoharjo memiliki potensi yang besar untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar Solo. Namun hingga saat ini dapat dinilai bahwa perkembangan UMKM Gitar Sukoharjo sangatlah lambat. Masalah yang dihadapi antara lain terkait pengelolaan yang kurang optimal, mulai dari manajemen produksi, keuangan hingga pemasaran (Budiatmo, 2022).

Menurut Naufalin (2020), diperlukan pendekatan strategis untuk mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang pesat sambil memitigasi tantangan yang mereka hadapi dan meningkatkan daya saing mereka. Rencana pengembangan UMKM disusun melalui analisis SWOT yang komprehensif dengan mempertimbangkan faktor internal kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal peluang dan ancaman. SWOT digunakan untuk mencari tahu apa kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta peluang dan tantangan apa yang dihadapi dari luar (Nasrulsyah, 2020).

Berdasarkan penjelasan pendahuluan diatas penulis merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu: Bagaimanakah strategi pengembangan UMKM berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan oleh pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo dilihat dari faktor eksternal dan internal ?

Adanya tujuan dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting karena dengan tujuan yang tepat menjadikan tolok ukur keberhasilan dalam penelitian. Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah: untuk mendeskripsikan strategi pengembangan UMKM strategi pengembangan UMKM berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan oleh pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo dilihat dari faktor eksternal dan internal.

## **2. METODE**

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan desain penelitian studi kasus, Adapun studi kasus dalam penelitian ini adalah UMKM Sektor Pengrajin Gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM kerajinan gitar di kecamatan Baki, Sukoharjo, dalam penelitian ini mengambil 4 orang pendiri atau pemilik UMKM tersebut. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data menggunakan Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis SWOT yang terdiri dari penilaian kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Tujuan melakukan analisis SWOT

adalah untuk mengoptimalkan pemanfaatan kekuatan dan peluang perusahaan, sambil mengurangi efek negatif dari kelemahan dan ancamannya. Proses mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, serta peluang dan ancaman eksternal, umumnya dikenal sebagai analisis SWOT. Proses pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM), khususnya industri kerajinan, terkait erat dengan perumusan misi, tujuan, strategi, dan pedoman. Penyelidikan ini menggunakan Analisis SWOT untuk mengidentifikasi strategi pengembangan teknis dengan memeriksa faktor eksternal seperti peluang dan ancaman, di samping faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan (Harisudin, 2019)

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan startegi perusahaan. Pendekatan analisis ini berdasarkan kekuatan (*strengths*), peluang (*Opportunity*), kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang mempengaruhi keempat faktornya.

#### **3.1 Analisis Faktor Internal**

##### **3.1.1 Kekuatan (*Strengths*)**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, kekuatan yang dimiliki UMKM sektor pengrajin gitar di kecamatan baki, sukoharjo adalah :

- a) Mengutamakan harga pokok produksi tetapi kualitas gitar yang bagus dan rapi / yang diutamakan

Pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo selalu mengutamakan kualitas yang bagus agar para konsumen tidak beralih ke pengrajin lain. Bapak BD selaku pengrajin gitar menyatakan bahwa, “kwalitas bagus, pekerjaan rapi, karena kalau tidak rapi pasti akan ada komplain”, Hal ini juga sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak AS yang menyatakan bahwa, “Harga sama tetapi kualitas ditingkatkan”, Mengutamakan kualitas produk gitar yang dibuat oleh para pengrajin tersebut dalam hal pembuatan gitar dari membauat kerangka sampai dengan dasaran pembuatan pola gitar tersebut.



**Gambar 2 Pembuatan pola gitar dan kerapian pembuatan pola gitar**

- b) Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen

Pengrajin gitar di Sukoharjo selalu berusaha memberikan kepuasan kepada setiap konsumen dari pelayanan yang diberikan konsumen seperti menjelaskan detail terkait model apa yang diinginkan, dengan harga murah atau mahal, walaupun tidak jadi membeli atau pesan tidak ada masalah karena sebagian dari pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumen. Bapak AS selaku pengrajin gitar menyatakan bahwa, “kami berusaha memberikan pelayanan setiap konsumen yang ingin membeli dan menjelaskan dengan detail kepada konsumen”, Sama halnya dengan pengrajin lain yang mengemukakan bahwa pelayanan yang loyal akan membuat nyaman bagi para konsumen.

- c) Selalu update di media sosial

Diera sekarang ini para pengrajin gitar juga harus memiliki pengetahuan teknologi yang bisa menyesuaikan perekonomian sekarang yang semua diakses di media sosial. Seperti Bapak AS dan Bapak BD mengemukakan bahwa, “kita harus bisa memahami dan tahu cara nya menggunakan sosmed untuk penjualan gitar karena sekarang sudah banyak yang berjualan disitu, agar kita kedepanya bisa lebih prospek lagi dalam memperoleh konsumen dan memiliki rencana yang maksimal” Tambahan yang dikemukakan oleh Bapak FS mengatakan, “jika sudah paham wajib kita untuk membesarkan merk gitar sendiri”

### 3.1.2 Kelemahan (*Weakness*)

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, kelemahan yang dialami oleh UMKM sektor pengrajin gitar di kecamatan baki, sukoharjo adalah :



- a) Variasi model gitar disesuaikan dengan permintaan konsumen

Gitar yang dibuat di pengrajin gitar Sukoharjo memiliki banyak model dan bisa juga untuk pembeli memilih model atau variasi sesuai dengan yang mereka inginkan. Seperti yang di sampaikan dari keseluruhan pengrajin gitar. Seperti gitar smile, kencrung, gitar akustik, gitar sayur , gitar jumbo dan masih banyak model lagi.

- b) Tidak ada peran dari pemerintah ikut andil baik dari segi modal, pelatihan untuk memperluas pemasaran

Peran pemerintah merupakan tindakan yang dilakukan lembaga atau instansi dalam rangka menjalankan kewajiban sebagai pelayan publik yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat. Peran pemerintah dalam membantu UMKM sangatlah berpengaruh sekali terhadap kelancaran dalam berusaha. Bapak AS dan Bapak BD mengemukakan bahwa : “tidak, dulu pernah ada paguyuban tetapi hanya orang-orang itu saja yg dipilih” Berbeda dengan penyampaian dari Bapak Fajar bahwa, “pernah, bantuan alat (modal) , fasilitas untuk membuat NIB”, Peran pemerintah yang belum merata menjadikan para pengrajin gitar di sukoharjo mengalami ketidak seimbangan dalam memproduksi gitar mereka. Hasil wawancara tersebut menjadikan sorotan dikarenakan ada beberapa yang sudah ada peran pemerintah tetapi ada yang belum mendapatkan peran pemerintah dari segi modal dll.

- c) Pemasaran ataupun penjualan menggunakan media sosial

Dari keseluruhan pengrajin gitar sudah menerapkan proses pemasaran mereka di media sosial ataupun toko online. Seperti yang dikemukakan oleh pengrajin gitar di sukoharjo, “memakai facebook, grup whatsapp, memakai shopee, Lazada, dan tokopedia”, Pemasaran melalui media sosial menjadi satu hal paling penting bagi kelangsungan sebuah usaha mereka selanjutnya.

- d) Faktor cuaca yang mempengaruhi hasil pembuatan gitar

Keadaan iklim yang tidak menentu yang bisa menyebabkan kendala bagi para pelaku usaha. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak BD menyatakan bahwa, “kalau cuaca penghujan karena proses pengerjaan membutuhkan cuaca panas, bahan kadang jelek”, Pengaruh iklim atau cuaca sangat berpengaruh sekali terhadap proses pengolahan kerajinan gitar. Jika terjadi cuaca yang cerah pastinya proses pengolahan tidak menjadi kendala, tetapi jika kondisi cuaca sering kali hujan akan mengakibatkan proses pengeringan di gitar akan menjadikan bahan bisa tidak bisa kuat dan kering. Sehingga cuaca yang baik sangat di harapkan bagi para pengrajin gitar.

e) Persaingan pasar bebas dan harga tidak sehat

Secara tidak langsung harga yang ditawarkan oleh konsumen bisa tidak sesuai dengan harga pasar yang sudah ditentukan. Ini lah yang menjadikan kelemahan bagi para pelaku usaha. Demi meningkatkan jumlah konsumen yang banyak mereka rela menurunkan harga demi produksi yang dihasilkannya menjadi rame pembeli. Sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak AS yang menyatakan bahwa, “persaingan pasar bebas dan harga tidak sehat”, sama halnya yang disampaikan oleh Bapak FS menyatakan bahwa, “harga jual, karena persaingan harga”, Persaingan pasar bebas serta penawaran harga yang tidak sesuai menjadikan kendala yang sangat berpengaruh sekali terhadap pelaku usaha atau pengrajin gitar tersebut. Karena memang banyak sama – sama pengrajin gitar yang memutuskan harga se enaknyanya sendiri tanpa mematuhi aturan harga yang sudah ditentukan. Sehingga menjadi kelemahan bagi para pengrajin gitar di sukoharjo.

### **3.2 Analisis Faktor Eksternal**

#### **3.2.1 Peluang (*Opportunity*)**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, kekuatan yang dimiliki UMKM sektor pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo adalah :

a) Hasil kerajinan gitar banyak disukai oleh konsumen

Hasil kerajinan gitar di sukoharjo banyak diminati dan disukai karena memang disamping bisa memilih sesuai dengan keinginan dari bahan bahan pembuatan gitar pun di buat dengan kualitas yang bagus dan terpercaya. Hasil wawancara dari pengrajin gitar menyampaikan bahwa, “ya banyak disukai, karena hasil pengerjaan gitar rapi, suara yang dihasilkan gitar juga bagus, kualitas dari bahan bahan disini menggunakan bahan yang asal – asalan dan memperhatikan di setiap pembuatan gitarnya”

b) Tanggapan masyarakat ataupun konsumen sangat baik dan mereka puas dengan hasil gitar yang dibuat

Tanggapan dari masyarakat sendiri sejauh ini sangat baik dan banyak juga yang senang dan puas atas hasil karya gitar kami. Mungkin ada beberapa complain ataupun sedikit problem pastinya kita akan langsung menggantinya dengan yang baru. Dari keseluruhan hasil wawancara dengan pengrajin memiliki jawaban yang sama dan terdapat tanggapan positif dalam hasil karya gitar kami.

c) Penggunaan media sosial memudahkan penjual untuk memperluas serta mengembangkan penjualan gitar

Pesatnya perkembangan teknologi khususnya digital marketing menjadi salah satu alasan bagi UMKM untuk tanggap akan perubahan. Melalui digital marketing memungkinkan



UMKM untuk menjangkau konsumen dalam cakupan yang lebih luas. Seperti yang disampaikan oleh para pengrajin rata – rata mereka menjual gitar dengan menggunakan sosial media semuanya, “dengan cara memasarkan ke media sosial, memunculkan variasi gitar custom selain gitar akustik”

### 3.2.2 Ancaman (*Threats*)

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, ancaman yang dialami oleh UMKM sektor pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo adalah :

a) Kualitas dan harga

Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak FS sebagai berikut, “untuk mengatasi produk yang sama dan yang beredar dipasaran, kita bermain kualitas tetapi harga sama atau umum saja”, Harga secara umum merupakan suatu strategi bagi marketing manager dalam rangka meningkatkan penjualan. Kebijakan / Strategi dalam menetapkan harga merupakan langkah yang sangat penting, seperti yang dikemukakan oleh pak AS sebagai berikut, “mencari bahan baku yg bagus dengan harga yg tetap sama”.

b) Persaingan di pasaran

Sistem persaudaraan berarti menjalin hubungan baik dengan pemasok, pesaing dan pelanggan. Pemasok yang menganggap kita saudara akan memasok barang tepat waktu, kualitas terjamin dan harga bersaing. Pesaing yang menganggap kita saudara akan melakukan persaingan secara sehat dan bersifat saling membantu. Pelanggan yang menganggap kita saudara akan bersifat loyal terhadap usaha kita. Seperti yang dikemukakan oleh para pengrajin gitar, “ya kita tetap bersaing dengan sehat, jangan sampai memunculkan sesuatu hal yang berbeda dengan penjual lainnya, kita tetap pada penjualan kita yang memang tetap memperhatikan kualitas dan memberikan promosi sale atau diskon mungkin seperti itu”

c) Kelangkaan bahan baku

Dalam mengatasi kelangkaan bahan baku dalam pembuatan kerajinan gitar para pengrajin mengkalinya dengan bahan baku triplek yang berkualitas. Seperti yang disampaikan oleh para pengrajin gitar di sukoharjo sebagai berikut, “terkadang jika akan terjadi suatu kelangkaan ada informasi maka bisa mengantisipasi dengan stock triplek”.

Dengan demikian, hasil dari analisis dapat membentuk perencanaan strategis berdasarkan hasil analisis terhadap faktor – faktor strategis perusahaan. Dari hasil analisis wawancara yang

dilakukan dengan UMKM sektor pengrajin gitar di kecamatan baki, sukoharjo maka dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman yang dihadapi pengrajin gitar di kecamatan baki, sukoharjo sebagai berikut :

Tabel 1 Matriks SWOT Pengrajin Gitar di Sukoharjo

<b>IFAS</b>	<b><i>STRENGTHS (S)</i></b>	<b><i>WEAKNESSES (W)</i></b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengutamakan harga sama tetapi kualitas gitar yang bagus dan rapi / yang diutamakan</li> <li>2. Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen</li> <li>3. Selalu update penjualan di media sosial</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variasi model gitar disesuaikan dengan kemauan konsumen</li> <li>2. Tidak ada peran dari pemerintah ikut andil baik dari segi modal, pelatihan untuk memperluas pemasaran</li> <li>3. Pemasaran ataupun penjualan menggunakan media social</li> <li>4. Faktor cuaca yang mempengaruhi hasil pembuatan gitar</li> <li>5. Persaingan pasar bebas dan harga tidak sehat</li> </ol>
<b>EFAS</b>	<b><i>Strategi SO</i></b>	<b><i>Strategi WO</i></b>
<b><i>OPPORTUNITY (O)</i></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil kerajinan gitar banyak disukai oleh konsumen</li> <li>2. Tanggapan masyarakat ataupun konsumen sangat baik dan mereka puas dengan hasil gitar yang dibuat</li> <li>3. Diera sekarang pastinya memperluas serta mengembangkan penjualan gitar ini dengan segala media sosial</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan variasi model gitar yang bagus dan sesuai kemauan konsumen (W1,O1)</li> <li>2. Menciptakan brand image (W3,O2)</li> <li>3. Membuat atau membeli alat pengering bahan baku gitar W4,O2)</li> <li>4. Fokus pada wilayah yang ingin dijadikan target pangsa pasar(W5,O3)</li> </ol>
<b><i>THREATS (T)</i></b>	<b><i>Strategi ST</i></b>	<b><i>Strategi WT</i></b>

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas dan harga</li> <li>2. Persaingan di pasaran</li> <li>3. Loyalitas pelanggan</li> <li>4. kelangkaan bahan baku</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tetap memberikan harga terjangkau dan memberikan kualitas yang bagus (S1,T1)</li> <li>2. Selalu meningkatkan kualitas produksi dan memaksimalkan kekurangan dalam beproduksi (S2,T3)</li> <li>3. Meningkatkan daya saing agar setara dengan pengrajin lain dalam rintisan perjalanan online (S3,T2)</li> <li>4. Memaksimalkan bahan baku dengan strategi manajemen persediaan bahan baku (S1,T4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat menjalin Kerjasama dengan pesaing(W5,T2)</li> <li>2. Memunculkan inovasi inovasi baru(W1,T3)</li> <li>3. Menjaga selalu kualitas produk dan harga yang bersahabat atau terjangkau(W1,T1)</li> </ol>
---	---	---

Penentuan nilai faktor dalam pembuatan matriks SWOT terdiri dari, *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *External Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS). adapun dibawah ini matriks IFAS DAN EFAS antara lain:

### 3.3 Matriks Faktor Strategi Internal

Tabel 2 Matriks Faktor Strategi internal

Faktor Faktor Strategi Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (axb)
<b>Kekuatan (S)</b>			
Mengutamakan harga pokok produksi sama tetapi kualitas gitar yang bagus dan rapi / yang diutamakan	0,20	4,00	0,8
Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen	0,20	4,00	0,8
Selalu update di media sosial	0,15	4,00	0,6
<b>TOTAL KEKUATAN</b>	<b>0,55</b>		<b>2,2</b>
<b>Kelemahan (W)</b>			
Variasi model gitar	0,13	3,00	0,39
Tidak ada peran dari pemerintah ikut andil baik dari segi modal, pelatihan untuk memperluas pemasaran	0,06	2,00	0,12

Pemasaran ataupun penjualan menggunakan media sosial	0,13	3,00	0,39
Persaingan pasar bebas dan harga tidak sehat	0,06	2,00	0,12
TOTAL KELEMAHAN	0,38		1,02
TOTAL	1		3,22

### 3.4 Matriks Faktor Strategi Eksternal

Tabel 3 Matriks Faktor strategi eksternal

Faktor Faktor Strategi Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (axb)
<b>Peluang (O)</b>			
1. Hasil kerajinan gitar banyak disukai oleh konsumen	0,20	4,00	0,8
2. Tanggapan masyarakat ataupun konsumen sangat baik dan mereka puas dengan hasil gitar yang dibuat	0,20	4,00	0,8
3. Diera sekarang pastinya memperluas serta mengembangkan penjualan gitar ini dengan segala media sosial	0,15	4,00	0,6
TOTAL PELUANG	0,55		2,2
<b>Ancaman (T)</b>			
1. Kualitas dan harga	0,10	2,00	0,2
2. Persaingan di pasaran	0,12	4,00	0,48
3. Loyalitas Pelanggan	0,12	3,00	0,36
4. Kelangkaan bahan baku	0,10	2,00	0,2
TOTAL ANCAMAN	0,44		1,24
TOTAL	1		3,44

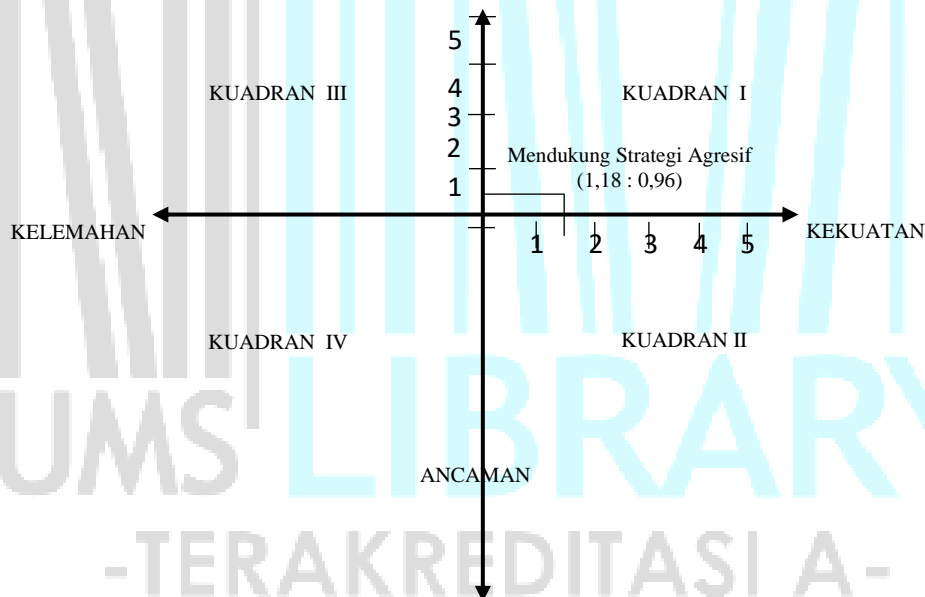
### 3.5 Analisis Strategi

Nilai total dari faktor internal pada Pengrajin gitar di Sukoharjo sebesar 3,22 didapat dari nilai kekuatan sebesar 2,2 dan nilai kelemahan sebesar 1,02 sedangkan untuk nilai total eksternal pada Pengrajin gitar di sukoharjo sebesar 3,44 didapat dari nilai peluang sebesar 2,2 dan nilai ancaman sebesar 1,24. Setelah dilakukan perhitungan maka diketahui hasil dari faktor internal

dan faktor eksternal. Tahap menentukan titik koordinat untuk mengetahui posisi strategi pengembangan Pengrajin gitar di Sukoharjo dilihat dari hasil faktor internal dan faktor eksternal.

- a) Sumbu horizontal (X) sebagai faktor (internal kekuatan dan kelemahan) didapatkan hasil koordinat  $X = 2,2 - 1,02 = 1,18$
- b) Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor (internal peluang dan ancaman) didapatkan hasil koordinat  $Y = 2,2 - 1,24 = 0,96$

Hasil perhitungan dari koordinat diagram SWOT bernilai positif kedua sumbu tersebut dengan nilai  $X = 1,18$  dan  $Y = 0,96$ . Hasil kedua nilai tersebut sama – sama positif hal ini menandakan posisi perusahaan Pengrajin Gitar Sukoharjo berada pada posisi kuadran I. Diagram SWOT pada usaha Pengrajin Gitar Sukoharjo dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



**Gambar 3 Kuadran SWOT**

Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT dapat diperoleh sumbu X dan Y. Garis lurus pada diagram diatas menunjukkan titik koordinat pada posisi Kuadran I. Kuadran I ialah situasi yang menguntungkan dimana Pengrajin Gitar Sukoharjo memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sehingga cocok menggunakan strategi SO atau *Strength Opportunities* untuk mengembangkan usaha tersebut dan didukung oleh strategi pertumbuhan agresif atau *Growth Oriented Strategy*.

Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threats*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal (Wamaer et al., 2022). Kata SWOT merupakan pendekatan dari *Strengths, Weakness, Opportunity, and Threats*, yang dapat

diterjemahkan menjadi : Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Terjemahan tersebut sering disingkat menjadi “KEKEPAN”. Dalam metode atau pendekatan ini kita harus memikirkan tentang kekuatan apa saja yang kita miliki, kelemahan apa saja yang melekat pada diri atau perusahaan kita kemudian kita juga harus melihat kesempatan atau *opportunity* yang terbuka bagi kita dan akhirnya kita harus mampu untuk mengetahui ancaman, gangguan, hambatan serta tantangan (AGHT) yang menghadang di depan kita (Hasanah et al., 2021). Menurut Fentiana (2020), SWOT adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal. Menurut Susanthi (2017), menganalisa lingkungan internal dan eksternal merupakan hal penting dalam proses perencanaan strategi. Faktor – faktor lingkungan internal di dalam perusahaan biasanya dapat digolongkan sebagai *Strength* (S) atau *Weakness* (W), dan lingkungan eksternal perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai *Opportunities* (O) atau *Threats* (T). Analisis lingkungan strategi ini disebut sebagai analisis SWOT. Analisis SWOT adalah simpel tetapi merupakan alat bantu yang sangat kuat untuk memperbesar kapabilitas serta mengetahui ketidakefisienan sumber daya perusahaan, kesempatan dari pasar dan ancaman eksternal untuk masa depan agar lebih baik lagi (Purwantoro, 2019). Pengertian analisis SWOT adalah metode analisis yang paling mendasar yang berguna untuk mengetahui topik dan permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil akhir dari analisis ini adalah arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan atau meningkatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman (Anggreani, 2021).

## **4. PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS didapatkan hasil kondisi internal UMKM sektor pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo. Kondisi internal memperoleh skor untuk faktor kekuatan sebesar 2,2 dan nilai kelemahan sebesar 1,02 yang menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar daripada kelemahan. Sedangkan hasil perhitungan EFAS didapatkan hasil kondisi eksternal pada Pengrajin gitar di Sukoharjo didapat dari nilai peluang sebesar 2,2 dan nilai ancaman sebesar 1,24 yang menunjukkan bahwa peluang lebih besar daripada ancaman. Berarti strategi pengembangan UMKM sektor pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo berada diposisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan maksimal.



Sehingga strategi yang sesuai adalah strategi S-O yaitu menggunakan strategi dan memanfaatkan peluang yang ada dengan mendayagunakan kekuatan yang dimiliki. Berarti UMKM sektor pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo berada diposisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Sehingga perusahaan harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

#### 4.2 Saran

Bagi UMKM Sektor Pengrajin Gitar di Sukoharjo, UMKM sektor pengrajin gitar di kecamatan baki, sukoharjo hendaknya tetap mempertahankan keunggulan produksinya kemudian memaksimalkan posisi sector pengrajin gitar saat ini yaitu berada pada kuadran I. Artinya sector pembuatan gitar berada pada posisi sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang sehingga harus dimanfaatkan secara maksimal.

Bagi Peneliti Selanjutnya, Bagi Penelitian lainnya disarankan untuk mengkombinasikan metode lain dalam menganalisis pemasaran selain menggunakan metode analisis SWOT. Kemudian penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan objek penelitian yang berbeda agar dapat mengembangkan metode analisis SWOT pada jenis perusahaan yang berbeda.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adibah, F., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bangil, Y. (2018). Peningkatan Daya Saing Umkm Kabupaten Pasuruan Untuk Menopang Perekonomian Nasional Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2). [https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha\\_Kecil\\_dan\\_Menengah](https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menengah)
- Anggreani, T. F. (2021a). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia)*. 2(5). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5>
- Badan Pusat Statistik. 2015. <http://bps.go.id>. Diakses pada tanggal 5 Mei 2015 pada pukul 17.00 WIB.
- Budiatmo, A., & Purbawati, D. (2022). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Pengembangan Usaha Menuju Keunggulan Bersaing Di Era Revolusi Industri 4.0 pada UMKM Pengrajin Gitar Di Kabupaten Sukoharjo. *JSMB*, 9(2), 1–134. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.17173>
- Harisudin, M. (2019). *Metode Penentuan Faktor-Faktor Keberhasilan Penting Dalam Analisis SWOT*. <https://doi.org/https://doi.org/10.32585/ags.v3i2.546>
- Hasanah, N., Sobry, M., & Anggraini, E. (2021). Analisis Pelaksanaan Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Dalam Perspektif strengt, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT): Studi di SD Negeri 42 Ampenan. *Jurnal PGMI*, 13(1), 15–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.20414/elmidad.v13i1.3368>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2019). *Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM*. <http://jurnal.lppm.unsoed.ac.id/ojs/index.php/Prosiding/article/view/1212/0>
- Nasrulyah, C., Asyura, F., Hasan, K., & Sofia, M. (2020). *Analisis SWOT Dalam Mengatasi Kelemahan Dan Kekurangan Rumah Sakit Siloam*. <https://doi.org/https://doi.org/10.32672/makma.v3i3.4477>

- Naufalin, L. R. (2020). Tantangan pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(1), 95-102.
- Purwanti, S., Jaja, . S., & . N. (2022). Penerapan Marketplace Dan Media Sosial Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 1(2), 74–81. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v1i2.21>
- Rahmah, I., Kaukab, M. E., & Yuwono, W. (2020). *Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM* (Issue 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33747/capital.v3i2.39>
- Subagia, D., Aulya Prabandari Santoso, I., Maryanti, M., & Mutiara Ramadhani, R. (2020). Strategi Pengambilan Keputusan Strategis Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Di Indonesia: Sebuah Literatur Review Strategic Decision-Making Strategies In Facing The Covid-19 Pandemic In Indonesia: A Literature Review. *Jurnal Manajemen Bencana (JMB)*, 6(2), 65–74. <https://doi.org/10.33172/jmb.v6i2.624>
- Sunarsasi, S., & Hartono, N. R. (2020). Strategi pemasaran usaha kecil menengah di Kabupaten Blitar. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 9(1), 22-31.

