



ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SENTRA INDUSTRI OLAHAN KEDELAI DI DESA SELAT KECAMATAN PEMAYUNG KABUPATEN BATANGHARI

Siti rapi'ah

srapiah998@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Maulana Yusuf

maulanayusuf@uinjambi.ac.id

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Yuliana Safitri

yulianasafitri@uinjambi.ac.id

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Abstract *This research discusses SWOT analysis of micro, small and medium enterprises (MSMEs) soybean processing industry centers in Selat Village, District. Pemayung Kab. Batang Hari. The formulation of the problem in this research is to find out what the strengths, weaknesses, opportunities and threats are in the soybean processing industry center business. This research aims to find out what the strengths, weaknesses, opportunities and threats are in the soybean processing industrial center business. To obtain data, the author used descriptive qualitative research, namely research with the aim of checking certain symptoms that occur in the field. There are two sources of data used in this research, namely primary and secondary data. Primary data sources are the results of interviews conducted by authors and business owners and secondary data are documentation, books and also the internet. The research results show that the soybean processing industry center has implemented a SWOT analysis to determine strengths, opportunities and minimize weaknesses and threats.*

Keywords: *Internal and External, MSMEs, SWOT Analysis*

Abstrak Penelitian Ini membahas tentang analisis SWOT pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sentra industri olahan kedelai di Desa Selat Kec. Pemayung Kab. batanghari. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha sentra industri olahan kedelai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha sentra industri olahan kedelai. Untuk memperoleh data, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian dengan tujuan untuk melakukan pengecekan terhadap gejala tertentu yang terjadi di lapangan. Sumber data yang dilakukan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan sekunder. Sumber data primer berupa hasil wawancara yang dilakukan penulis dan pemilik usaha dan data sekunder berupa dokumentasi, buku, dan juga internet. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha sentra industri olahan kedelai sudah mengimplementasikan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, peluang dan meminimalisir kelemahan dan ancaman.

Kata Kunci: *Internal dan Eksternal, UMKM, Analisis SWOT*

Latar belakang

Dilihat dalam konteks yang lebih luas, UMKM adalah sektor yang sangat strategis bagi bangsa Indonesia. Hal ini karena UMKM memiliki kelebihan. Salah satunya, yaitu

jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Adapun berbagai bidang usaha UMKM adalah diantaranya seperti usaha percetakan, usaha rumah makan, usaha pembuatan makanan dan minuman ringan, kerajinan tangan, jasa seperti tukang cukur, usaha jahit-menjahit dan sebagainya.

Dilihat berdasarkan peran dan kontribusi UMKM yang sangat besar, dan dengan terus meningkatnya jumlah penduduk ternyata dapat menarik minat banyak pihak untuk terjun dalam UMKM tersebut, sehingganya peluang berkembangnya suatu UMKM semakin terbuka lebar. Hal ini tentu membuat persaingan dunia usaha akan semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat tersebut, akan berdampak pada kinerja UMKM. Oleh sebab itu, para pelaku usaha harus merumuskan berbagai macam strategi agar dapat bersaing guna mempertahankan usahanya.

*ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SENTRA
INDUSTRI OLAHAN KEDELAI DI DESA SELAT KECAMATAN PEMAYUNG
KABUPATEN BATANGHARI*

jujur dan terpercaya bersama para nabi, orang-orang yang jujur, dan syuhada.(HR Termizi)

Berdasarkan data survey, di Desa Selat Kec. Pemayung Kab batanghari terdapat 3 UMKM.

Tabel 1.1

Data UMKM di Desa Selat Kec. Pemayung Kab. Batanghari

A. Analisis SWOT (*Strengths, weaknesses, Opportunities, threats*)

Pada dasarnya analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari empat kata yaitu *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Thereats*. Analisis Swot merupakan salah satu cara untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman spekulasi bisnis, menurut Ferddy Rangkuti, SWOT merupakan identitas dari berbagai faktor yang secara sistematis digunakan dalam perumusan strategi pelayanan. Analisis dilakukan secara logis, yang memunkinkan untuk memaksimalkan peluang dan pada saat yang sama meminimalkan kesenjangan dan ancaman. Analisis SWOT memandingkan faktor eksternal dan internal.

d) Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan yang dirancang atau dimaksudkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang dapat digunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

2) Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan juga merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Dalam unsur kelemahan ini perlu dicari unsur-unsur yang berkaitan.

dengan kelemahan karakteristik perusahaan yang dapat menghambat perkembangan perusahaan.

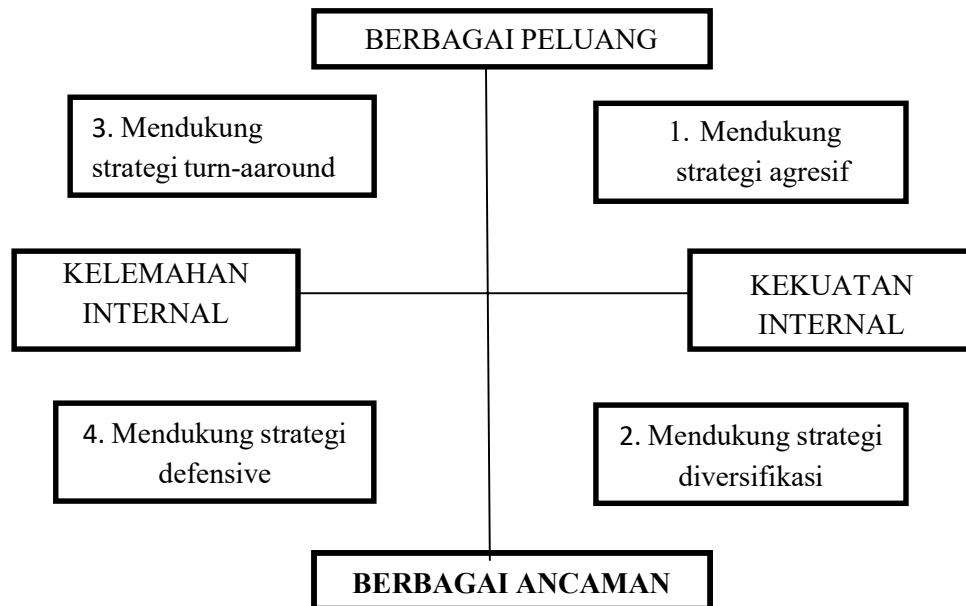
Pangsa pasar adalah persentase pasar yang menunjukkan seberapa besar perusahaan menguasai pasar sasaran.

c) Mendominasi Pasar

Perusahaan dominan dianggap berhasil jika memiliki kemampuan menguasai pasar ketika mencapai pasar sasaran.

4) Ancaman (*threat*)

Faktor resiko merupakan bagian dari faktor eksternal perusahaan. Faktor resiko adalah bagian faktor yang berkaitan dengan ancaman dari



strategi suatu perusahaan. Dengan bantuan matriks SWOT, kita dapat memperoleh gambaran yang jelas tentang peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan, disesuaikan dengan kekuatannya. Matriks ini dapat menciptakan empat kemungkinan alternative strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk menemukan visi dan misinya. Strategi dibuat dengan menggunakan informasi SWOT dalam matriks SWOT. Ada empat strategi yang dapat dipetakan yaitu strategi SO, WO, WT, dan ST. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Matriks SWOT

Faktor-Faktor Internal (IFAS) Faktor-F

yaitu menggunakan segala kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebanyak-banyaknya

2). Strategi ST (Ancaman-Kekuatan)

Strategi ST merupakan perpaduan antara faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini dirancang untuk mengatasi ancaman dengan menggunakan kekuatan perusahaan.

3). Strategi WO (*Weaknesses-Opportunity*)

Strategi WO merupakan gabungan dari faktor internal (Kelemahan) dan eksternal (Peluang) perusahaan

1. Usaha Mikro

Kriteria Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang- Undang.

2. Usaha Kecil

Pengertian kecil dalam suatu usaha selalu relatif hubungannya dengan usaha menengah dan usaha besar. Definisi usaha kecil untuk setiap negara tidak sama tergantung kepada tingkat pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan suatu Negara. Pada umumnya tujuan pembinaan, kriteria usaha kecil didasarkan atas jumlah pegawai atau pekerja, jumlah investasi atau aset yang dipunyai, banyaknya volume usaha dalam satu tahun dan masalah

C. Jenis dan sumber data

Menurut Iofland data terpenting dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Selengkapnya data tambahan dibutuhkan dua sumber data yaitu sumber data primer dan data sekunder.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dan fakta penelitian.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

*ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SENTRA
INDUSTRI OLAHAN KEDELAI DI DESA SELAT KECAMATAN PEMAYUNG
KABUPATEN BATANGHARI*

2.	Kurangnya sumberdaya manusia
3.	Tempat produksi yang tidak strategis

Identifikasi dari faktor internal diperlukan untuk menentukan strategi yang tepat bagi perusahaan agar dapat memaksimalkan faktor kekuatan (kelebihan) dan meminimalisir faktor kelemahan(kekurangan) yang dimiliki oleh perusahaan.

Tabel 4.3

Faktor Eksternal pada

- a). *Strengths* (kekuatan) yaitu bahan baku yang digunakan berkualitas, proses pembuatan relatif mudah, menggunakan alat produksi modern, harga terjangkau, dan memberikan pelayanan yang terbaik.
- b). *Weaknesses* (kelemahan) yaitu keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia, volume produksi masih kurang, dan tempat produksi yang tidak strategis.
- c). *Opportunities* (peluang) yaitu usaha sejenis masih kurang, mengadakan promosi dan diskon dan menerapkan sistem PO dan COD.
- d). *Threats* (ancaman) yaitu tingkat persaingan dengan usaha lain dan faktor cuaca.

DAFTAR REFERENSI</

Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2005).

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*
(Bandung: Alfabeta, 2016).

Suhasmi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

Agustin Titin Ningsih dan Bella Arish dan Yuliana Safitri, *Statistik Deskriptif Dengan Program R* (sonpedia publishing