

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL
PADA UMKM BAWANG GORENG
IBU URIPAH KOTA BREBES



TUGAS AKHIR

OLEH :

AFINA PUTRI NATASYA

NIM 18030191

PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI

POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL PADA UMKM BAWANG
GORENG IBU URIPAH BREBES KOTA BREBES

Oleh mahasiswa :

Nama : Afina Putri Natasya

NIM : 18030191

Telah diperiksa dan dikoreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing
menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh ujian tugas akhir.

Tegal, 12 Juli 2021

Pembimbing I,



Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA
NIPY. 03.013.142

Pembimbing II,



Dewi Kartika, SE, M.Ak, CAAT
NIPY. 009.013.158

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul :

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL PADA UMKM BAWANG
GORENG IBU URIPAH BREBES KOTA BREBES

Oleh :

Nama : Afina Putri Natasya

NIM : 18030191

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program
Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal

Tegal, 12 Juli 2021

1. Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA

Pembimbing I

2. Ririh Sri H., SE, MM, CTT

Penguji I

3. Aryanto, SE, M.Ak, CAAT

Penguji II



Mengetahui
Ketua Program Studi



Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA

NIPY. 03.013.142

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN (TA)

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul “**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL PADA UMKM BAWANG GORENG IBU URIPAH KOTA BREBES**”, beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala resiko/ sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 12 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



AFINA PUTRI NATASYA

NIM 18030191

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, yang bertandatangan dibawah ini, saya :

Nama : AFINA PUTRI NATASYA

NIM : 18030191

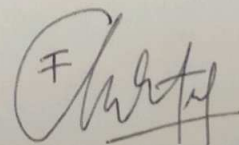
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Kecil Pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah Kota Brebes.

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama berhak menyimpan, mengalih-mediakan/ formatkan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/ mempublikasikannya ke internet atau media lain untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama mencantumkan saya sebagai penulis/ pencipta. Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Tegal, 12 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



AFINA PUTRI NATASYA

NIM 18030191

HALAMAN MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(QS. Al-Baqarah: 216)

“Menyia-nyiaikan waktu lebih buruk dari kematian. Karena kematian memisahkanmu dari dunia, sementara menyia-nyiaikan waktu memisahkanmu dari Allah.”

(Imam bin Al-Qayim)

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buatlah jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak.”

(Ralph Waldo Emerson)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala rasa syukur yang tidak terkira atas terselesainya karya ilmiah berupa Tugas Akhir ini yang akan saya persembahkan untuk yang paling utama dari yang utama, yang paling dicintai dari yang tercinta, serta yang paling disayangi dari yang tersayang, saya ucapkan banyak terima kasih kepada :

- ✚ Allah SWT sang Maha segalanya yang telah begitu banyak memberikan kesempatan dan karunia-Nya berupa nikmat yang tiada habisnya dalam membantu apapun yang saya butuhkan dalam segala doa, serta atas segala kehendak-Nya saya bisa mencapai titik ini.
- ✚ Ibu saya Siti Sofiyah dan kakak saya Aditya Putra Mahardhika yang begitu banyak memberikan kontribusi dalam segala hal untuk memenuhi kebutuhan pendidikan dan selalu memberikan support baik dalam bentuk materil maupun non materil, semangat, motivasi, kasih sayang yang tiada tara, doa yang tulus, serta pengorbanan yang begitu besar, sehingga saya bisa mencapai titik ini.
- ✚ Mendiang ayah saya tercinta, Teguh Handoyo yang sudah 10 tahun pergi meninggalkan saya dan keluarga, semoga beliau disana bisa melihat saya yang sudah berhasil menyelesaikan Tugas Akhir ini dan bangga pastinya. Saya selalu berdoa agar beliau ditempatkan ditempat yang paling baik dan bahagia. Aamiin.
- ✚ Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA dan Ibu Dewi Kartika, SE, M.Ak, CAAT yang telah banyak memberikan koreksi, arahan, dan bimbingan dengan tidak kenal lelah, sehingga karya ilmiah berupa Tugas Akhir ini bisa saya selesaikan tepat pada waktu yang telah ditentukan.
- ✚ Afina Putri Natasya sebagai diri saya sendiri yang sudah berusaha sekuat dan semampunya dengan bersungguh-sungguh dalam melawan rasa malas yang ada dalam diri untuk menumbuhkan semangat dalam mengejar impian, harapan, cita-cita dan cinta. *I'm proud of me!*
- ✚ Sahabat-sahabat saya Khusnul Fatihah, Allivia Prahitna, Grandisa Wikan yang selalu memberikan semangat dan bantuan kepada saya dalam

menyelesaikan tugas akhir ini, dan mampu menghibur dikala mengerjakan tugas agar tidak terlalu membebani diri.

✚ Dan semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah berkontribusi dalam terselesaikannya Tugas Akhir ini, saya hanya bisa mengucapkan banyak terima kasih yang tidak ada habisnya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah Kota Brebes”.

Tugas akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.

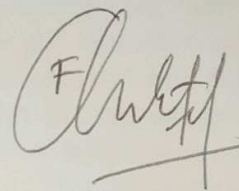
Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Nizar Suhendra, SE, M.P.P selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama yang telah memberikan kesempatan untuk belajar dan mengembangkan kepribadian kepada penulis.
2. Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA selaku Ketua Program DIII Akuntansi sekaligus dosen pembimbing 1.
3. Dewi Kartika, SE, M.Ak, CAAT selaku dosen pembimbing 2.
4. Ibu Uripah selaku pemilik dari UMKM bawang goreng yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di tempat usaha beliau.
5. Semua dosen DIII Akuntansi yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan masa studi di DIII Akuntansi ini.
6. Orang tua yang telah membiayai penulis selama masa studi DIII Akuntansi ini serta selalu memberikan doa yang terbaik untuk penulis.
7. Teman-teman kelas 6G yang selalu support satu sama lain.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan yang harus diperbaiki, serta tidak lupa penulis meminta kepada para pembaca agar dapat memberikan kritikan dan saran yang membangun untuk dijadikan evaluasi bagi penulis untuk membuat laporan ini menjadi lebih baik lagi. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala

kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini bisa bermanfaat sebagai bahan referensi atau rujukan bagi para pembaca.

Tegal, 12 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized initial 'F' followed by the name 'Afina Putri Natasya' in a cursive script.

AFINA PUTRI NATASYA

NIM 18030191

ABSTRAK

Afina Putri Natasya. 2020. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah Brebes*. Program Studi Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I: Yeni Priatna Sari, S.E., M.Si., Ak., CA. Pembimbing II: Dewi Kartika, S.E., M.Ak., CAAT.

UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah merupakan UMKM yang sudah berdiri cukup lama di Brebes. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kecil pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Teknik analisis data adalah kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil tahap keputusan strategi dari kekuatan dan peluang serta kelemahan dan peluang: melakukan pengembangan produk dengan cara memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan dan pengalaman dalam berusaha, produk yang berkualitas dan meningkatnya jumlah pemborong dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk secara lebih luas, mempertahankan peluang pasar yang cukup tinggi dengan cara menjual produk dengan harga yang murah. Melakukan perbaikan dengan cara merubah bentuk kemasan agar lebih menarik dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi, mempertahankan atau meningkatkan jumlah pemborong dengan cara melakukan kegiatan promosi. Berdasarkan hasil tahap keputusan strategi dari kekuatan dan ancaman serta kelemahan dan ancaman: pengalaman dalam berusaha dan produk yang berkualitas dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru, membuat label atau merek agar dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, UMKM, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Analisis SWOT

ABSTRACT

Natasya, Afina Putri. 2020. *Small Business Development Strategy for UMKM Fried Onion by Mrs. Uripah Brebes. Study Program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Yeni Priatna Sari, S.E., M.Si., Ak., CA; Co-Advisor: Dewi Kartika, S.E., M.Ak., CAAT.*

UMKM Fried Onion Mrs. Uripah are UMKM that has been around for a long time in Brebes. The purpose of this research was to determine the strategy of developing small businesses in UMKM Fried Onion by Mrs. Uripah. The used data collection were observation, interviews, and literature study. The data was analyzed qualitatively with SWOT analysis. Based on the results of the strategic decision stage of the strengths and opportunities as well as weaknesses and opportunities: developing products by utilizing easily obtained raw materials and experience in business, quality products and the increasing number of contractors can be utilized to market products more broadly, maintain market opportunities high enough by selling products at low prices. Make improvements by changing the shape of the packaging to make it more attractive and take advantage of high market opportunities, maintain or increase the number of contractors by carrying out promotional activities. Based on the results of the strategic decision stage of strengths and threats as well as weaknesses and threats: experience in business and quality products can overcome the threat of the emergence of new competitor, creating a label or brand in order to overcome the threat of the emergence of new competitors.

Keywords : *Development Strategy, UMKM, IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT Analysis*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii

LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN (TA)	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Batasan Masalah	7
1.6. Kerangka Berpikir	7
1.7. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	11
2.2. Karakteristik UMKM	12
2.3. Strategi.....	12
2.3.1. Pengertian Strategi	12
2.3.2. Tipe Strategi	13
2.4. Strategi Pengembangan Usaha	14
2.4.1. Pengertian Pengembangan Usaha	14
2.4.2. Jenis Strategi Pengembangan	14

2.5.	Analisis SWOT.....	16
2.5.1.	Pengertian Analisis SWOT	16
2.5.2.	Tujuan Penerapan SWOT	16
2.5.3.	Faktor-faktor Analisis SWOT	17
2.6.	Penelitian Terdahulu.....	19
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1.	Lokasi Penelitian	24
3.2.	Waktu Penelitian	24
3.3.	Jenis Data	24
3.4.	Sumber Data	25
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	26
3.6.	Metode Analisis Data	27
3.6.1.	<i>Internal Factors Analysis Summary (IFAS)</i>	28
3.6.2.	<i>Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)</i>	29
3.6.3.	Matrik SWOT	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1.	Gambaran Umum	32
4.2.	Hasil Penelitian.....	32
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	37
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		48
5.1.	Kesimpulan.....	48
5.2.	Saran	49
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN.....		53
	Lampiran 1: Buku Bimbingan	53
	Lampiran 2 : Foto UMKM	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Karakteristik UMKM.....	12
Tabel 2. 2	Penelitian Terdahulu	19

Tabel 3. 1 Matrik SWOT	30
Tabel 4. 1 Matriks IFAS pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah	37
Tabel 4. 2 Matriks EFAS pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah	38
Tabel 4. 3 Penggabungan Matriks IFAS dan Matriks EFAS	38
Tabel 4. 4 Matrik SWOT Strategi Pengembangan UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Diagram SWOT	40
--------------------------------	----

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Kerangka Berpikir.....	8
-----------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Buku Bimbingan	53
Lampiran 2 : Foto UMKM	55

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian merupakan faktor penting dalam pembangunan suatu negara berkembang. Berkembangnya perekonomian diharapkan dapat menjadi penggerak dalam upaya memajukan suatu negara supaya tidak tertinggal dengan negara-negara lainnya. Indonesia sebagai negara berkembang adalah salah satu contoh negara yang mengalami fenomena seperti ini, dimana perkembangan ekonomi menjadi penggerak dalam menunjang kestabilan perekonomian.

Salah satu contoh perkembangan pertumbuhan di Indonesia yang berkontribusi andil untuk memajukan negara yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, UMKM adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara. UMKM bertujuan menumbuhkan dan

mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (UU 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, 2019)^[1].

Suatu usaha dapat berkembang jika manajer pada setiap tingkatan untuk lebih mampu membentuk dan mengembangkan kerjasama kelompok dalam setiap satuan tugas atau situasi dalam bekerjasama mencapai tujuan bersama. Dengan ini semua perlu adanya pengembangan tim. Pengembangan tim adalah salah satu strategi dan teknologi pengembangan organisasi pada dasarnya merupakan suatu proses pengembangan kerjasama sehingga mereka dapat saling belajar bagaimana mereka dapat mencapai tujuan pribadi mereka lebih efektif bersamaan dengan pencapaian tujuan organisasi mereka (Indrawijaya & Adam, 1989)^[8].

Pengembangan perusahaan ditentukan dengan kemampuan membangun strategi. Karena strategi memaksa perusahaan untuk memandang masa depan dan berusaha membentuk masa depannya secara proaktif. Strategi membantu memberikan kesadaran tentang arah yang dituju perusahaan, menjaga kesinambungan, serta memudahkan pendelegasian dan proses terjadinya kepemimpinan yang efektif (Suyanto, 2007)^[22].

Konsep strategi berkembang mulai dari alat untuk mencapai tujuan kemudian berkembang menjadi alat untuk menciptakan keunggulan bersaing dan selanjutnya menjadi tindakan dinamis untuk memberikan kekuatan motivasi kepada *stakeholder* agar perusahaan tersebut dapat

memberikan kontribusi secara optimal. Dengan demikian strategi bisnisnya dapat dilihat dari usaha yang telah dilakukan pada perusahaan tersebut apakah berhasil ataupun gagal dalam menjalankan sebuah organisasi (Freddy, 2016)^[14].

Menurut (Suyanto, 2007)^[22] setiap perusahaan harus menggunakan strategi untuk mengembangkan usahanya. Tidak hanya perusahaan besar saja yang mempunyai manajemen strategis, perusahaan kecilpun sebaiknya dikelola dengan menggunakan manajemen strategis. Manajemen strategis merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan. Dengan demikian manajemen strategis melibatkan pengambilan keputusan berjangka panjang dan rumit serta berorientasi ke masa depan.

Perusahaan yang menghasilkan berbagai jenis produk, akan bersaing di berbagai tingkatan bisnis atau pasar. Dalam bisnis diperlukan menyusun strategi bisnis dalam mengembangkannya sehingga sesuai dengan misi, sasaran serta kebijakan perusahaan. Strategi bisnis biasanya dikembangkan dengan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industri khusus atau segmen pasar tersebut.

Berdasarkan survey lapangan pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah, UMKM ini merupakan sebuah industri kecil yang bergerak pada bidang makanan. UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah ini sudah berdiri sejak tahun 1998. Pada saat awal berdirinya UMKM ini, proses produksinya masih sangat sederhana dan belum menggunakan mesin

penggilingan. Pemilik mulai menggunakan mesin penggilingan untuk proses produksi sekitar tahun 2000an, pemilik mengatakan bahwa tujuan beliau membangun UMKM ini yaitu karena pada waktu itu belum banyak UMKM-UMKM bawang goreng, jadi diharapkan bisa menjadi peluang usaha yang besar dan bisa menjadi pelopor UMKM bawang goreng pertama di kota Brebes. Karena UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah ini merupakan industri kecil, jadi beliau hanya memiliki 2 karyawan yang membantu proses produksi bawang goreng.

Melalui wawancara, diketahui beberapa masalah mendasar yang menyebabkan usaha ini mempunyai hambatan, diantaranya yaitu mahal nya harga bahan baku. Bawang merah menjadi bahan baku utama dalam pembuatan bawang goreng. Jika harga bahan baku mahal, otomatis pembelian bahan baku nya terbatas dan berimbas ke produksinya yang terbatas pula. Selain itu juga masalah permodalan menjadi hambatan yang paling sering terjadi pada pengusaha UMKM.

Dalam teori pengembangan usaha, inovasi terhadap produk merupakan suatu bagian yang penting dalam pengembangan usaha. Begitu juga dengan bawang goreng ini yang perlu inovasi agar lebih berkembang. Inovasi yang sebaiknya dilakukan oleh UMKM ini adalah dengan memproduksi bawang goreng dengan berbagai rasa, misalnya rasa pedas, teri, dan lain-lain. Selain itu juga bisa dilakukan inovasi pada kemasan dari produk tersebut agar lebih menarik dan meningkatkan minat konsumen untuk membelinya. Produk yang dijual oleh UMKM tersebut hanya

dikemas dengan plastik berukuran 10kg saja dan tidak memiliki label atau merek.

Bagi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), metode analisis SWOT merupakan alat yang tepat untuk menemukan strategi yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuan perusahaan. Analisis SWOT juga sangat berguna untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan untuk mengembangkan UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah. UMKM ini sudah berdiri cukup lama, namun pemilik mengaku kebingungan bagaimana caranya agar usahanya dapat berkembang lebih baik lagi dan lebih dikenal oleh masyarakat luas karena tidak adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh UMKM tersebut. Melihat permasalahan dan hambatan yang dihadapi UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah, maka diperlukan strategi-strategi untuk mengembangkan usaha ini.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL PADA UMKM BAWANG GORENG IBU URIPAH”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian tersebut sebagai berikut : Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Kecil Pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kecil pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta dapat mengembangkan wawasan dalam berpikir terutama didalam ilmu ekonomi, khususnya dalam bidang Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) untuk mengembangkan suatu usaha.

2. Bagi Politeknik Harapan Bersama

Penelitian ini diharapkan dapat membawa nama baik Politeknik Harapan Bersama selaku tempat dimana penulis mengenyam pendidikan, sehingga mampu untuk melakukan penelitian yang memberikan manfaat berupa pengetahuan umum, berkualitas, dan diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan Strategi Pengembangan Usaha Kecil pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah.

3. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sebuah strategi baru yang bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas usahanya.

1.5. Batasan Masalah

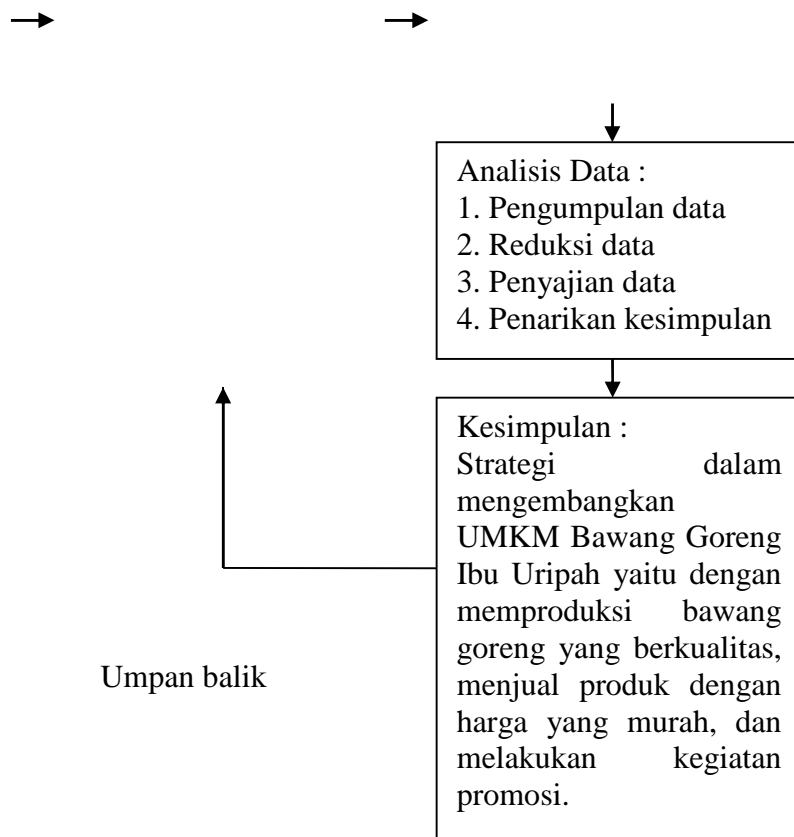
Berdasarkan identifikasi masalah dalam penelitian tersebut, penulis hanya membatasi penelitiannya sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian dilakukan di UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah yang beralamatkan di Jl. Ahmad Yani (depan Rumah Sakit Dedy Jaya) Brebes.
2. Penelitian dilakukan dengan menganalisis Strategi Pengembangan Usaha Kecil pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah dengan cara menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi yang baik agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas usahanya.

1.6. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini akan memberikan dan menunjukkan suatu konsep mengenai Strategi Pengembangan Usaha Kecil Pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah.

<p>Permasalahan : UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah tidak melakukan kegiatan promosi, selain itu juga dari segi kemasan kurang menarik karena hanya menggunakan</p>	<p>Strategi Pemecahan Masalah : Menganalisis Strategi Pengembangan Usaha Kecil pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah dengan menggunakan analisis SWOT untuk</p>	<p>Rumusan Masalah : Bagaimana strategi pengembangan yang dilakukan oleh UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah?</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Bagan 1. 1 Kerangka Berpikir

1.7. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, intisari/ abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, kerangka berpikir, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang pengertian UMKM, strategi pengembangan usaha, dan analisis SWOT.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tinjauan umum UMKM, seperti sejarah singkat UMKM, struktur organisasi, tugas dan wewenang, laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

3. Bagian Akhir

LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Tempat Penelitian, Kartu Konsultasi, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, Menengah adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Amalia, 2020)^[2].

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan, yakni sebagai berikut (Amalia, 2020)^[2]:

- a. Usaha Mikro, adalah usaha produktif milik perseorangan atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam undang-undang.
- b. Usaha Kecil, adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha serta tidak terkait dengan anak perusahaan dari usaha menengah maupun usaha besar meskipun masuk dalam kriteria usaha kecil.
- c. Usaha Menengah, adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang tidak terkait dengan hubungan kantor cabang atau anak perusahaan dengan usaha kecil maupun usaha besar meskipun masuk dalam kriteria usaha menengah.

2.2. Karakteristik UMKM

Tabel 2. 1 Karakteristik UMKM

NO	URAIAN	KRITERIA	
		ASET	OMZET
1.	USAHA MIKRO	Max 50 jt	Max 300 jt
2.	USAHA KECIL	> 50 jt – 500 jt	> 300 jt – 2,5 M
3.	USAHA MENENGAH	> 500 jt – 10 M	> 2,5 M – 50 M

Sumber : UU No. 20 Tahun 2008

2.3. Strategi

2.3.1. Pengertian Strategi

Menurut (Sudjana, 2000)^[19] istilah strategi berasal dari kata kerja dalam bahasa Yunani. Sebagai kata benda, *strategos* merupakan gabungan kata “*stratus*” (militer) dengan “*ago*” (memimpin). Sebagai kata kerja, *stratego* berarti merencanakan (*to plan*). Strategi merupakan seni memadukan atau menginteraksikan antara faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan.

Strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 1989)^[3]. Strategi adalah pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut.

Strategi menekankan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan. Strategi ritel meliputi penentuan target pasar, sifat barang dan jasa yang ditawarkan dan bagaimana

ritel memperoleh keuntungan jangka panjang dari para pesaingnya (Sari dan Yusniar, 2014)^[16].

2.3.2. Tipe Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 tipe strategi, yaitu strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis (Freddy, 2001)^[11].

1. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

2. Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan.

3. Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi organisasi.

2.4. Strategi Pengembangan Usaha

2.4.1. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan (Riadi, 2020)^[15].

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreatifitas. Pada umumnya pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya harus mampu melihat suatu peluang dimana orang lain tidak mampu melihatnya, menangkap peluang dan memulai usaha, dan menjalankan bisnis dengan berhasil (Riadi, 2020)^[15].

2.4.2. Jenis Strategi Pengembangan

Adapun jenis-jenis dari strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk usahanya, yaitu:

1. Strategi produk

Strategi produk merupakan upaya peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk yang ada saat ini (Hariandja, 2002)^[7]. Strategi produk tidak hanya berkaitan dengan produk yang dipasarkan, akan

tetapi berhubungan pula dengan hal-hal atau atribut lain yang melekat pada produk tersebut, misalnya bungkus merek, label, dan sebagainya (Sudarmo, 2014)^[18].

2. Strategi promosi

Menurut (Hamali, 2017)^[6] promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan memperhatikan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.

3. Strategi penjualan

Penjualan merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produknya untuk dipasarkan.

4. Strategi distribusi

Menurut (Fuad, 2006)^[5] distribusi adalah kegiatan penyaluran hasil produksi berupa barang atau jasa dari produsen ke konsumen guna memenuhi kebutuhan. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan produsen untuk menyalurkan produknya sampai konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ketangan konsumen.

2.5. Analisis SWOT

2.5.1. Pengertian Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Dimana SWOT ini dijadikan sebagai salah satu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *profit* dan *non profit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif (Fahmi, 2013)^[4].

Sedangkan analisis SWOT adalah penilaian/*assessment* terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman (Tripomo dan Udan, 2005)^[23].

2.5.2. Tujuan Penerapan SWOT

Tujuan dari penerapan SWOT pada suatu perusahaan adalah untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi dimasa-masa yang akan datang (Fahmi, 2013)^[4].

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan

perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, memanfaatkan peluang sekaligus mengatasi ancaman.

2.5.3. Faktor-faktor Analisis SWOT

Faktor-faktor analisis SWOT menurut (Sondang, 1995)^[17] adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan (*strengths*) adalah faktor-faktor yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau sebuah lembaga, termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber daya, ketrampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*opportunities*) adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis atau sebuah organisasi.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*threats*) adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis, jika tidak diatasi ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik masa sekarang ataupun masa depan.

2.6. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan suatu penelitian, perlu adanya jurnal dari penelitian terdahulu dan penelitian yang diambil dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau referensi dan acuan dalam membuat penelitian ini. Tujuan dari adanya referensi penelitian terdahulu ini yaitu untuk menghindari adanya duplikasi dan penelitian yang sama dengan yang dibuat oleh peneliti sebelumnya, diantaranya sebagai berikut :

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Alfiah Mudrikah, Sucihatiningsih DWP (2018)	Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Olahan Carica UKM Gemilang Di Kabupaten Wonosobo	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan adalah lokasi industri yang strategis dan yang menjadi kelemahan adalah belum memiliki fasilitas penelitian dan pengembangan sendiri. Faktor eksternal yang menjadi peluang adalah jumlah wisatawan yang meningkat dan yang menjadi ancaman adalah bahan baku utama merupakan buah musiman. Alternatif strategi yang dapat ditawarkan dalam upaya pengembangan usaha adalah strategi SO dengan meningkatkan kapasitas produksi, dan mengoptimalkan

			saluran distribusi, strategi WO dengan meningkatkan upaya pemasaran produk dengan promosi, dan melakukan kerjasama dengan lembaga penelitian dan pengembangan Wonosobo, strategi ST dengan meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan industri carica yang lain, dan menaikkan harga jual produk carica dan loyalitas konsumen, strategi WT dengan meningkatkan persediaan stock bahan baku dan bahan pendukung dan melakukan kontrak kerjasama, dan melakukan perbaikan system manajemen keuangan.
2	Nurzaman, Syamsu Hadi, Ade Rustiana (2018)	Strategi Pengembangan Industri Kecil (Studi Kasus Pengelolaan Keripik Sermier Super Pak Mudji)	Kualitatif Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1)Keripik Sermier Super Pak Mudji didirikan pada tahun 1998 hingga saat ini, usaha keripik sermier ini masih tetap dijalankan oleh Pak Mudji dan dibantu oleh anak-anaknya. Strategi pemasaran sederhana yaitu dengan sistem dari mulut ke mulut, dan strategi ini cukup efektif. (2)Selama proses

				produksi keripik sermier super Pak Mudji alat-alat yang produksi yang digunakan masih menggunakan alat-alat tradisional, masih belum menggunakan tenaga listrik. (3)Upaya yang sudah dilakukan oleh pemerintah dalam membantu masyarakat dalam melakukan pengembangan industri guna untuk menaikkan omset pada pengusaha yaitu memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM.
3	Abdul Hakim Pamungkas Putra (2020)	Strategi Pengembangan Usaha Industri UMKM Jenang Mubarokfood Cipta Delicia Di Kota Kudus	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima aspek strategi yang penelititeliti pada perusahaan jenang Mubarokfood Cipta Delicia strategi pengembanganpermodalan menggunakan strategi SO, strategi pengembangan produksimenggunakan strategi ST, strategi pengembangan SDM menggunakan strategi WO,strategi pengembangan teknologi menggunakan strategi SO, strategi pengembanganpemasaran menggunakan strategi ST.

4	Iqbal Fauzi (2018)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan AJjibarang Kabupaten Banyumas)	Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat di sampaikan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengusaha Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Banyumas yaitu Meningkatkan Pasaryang Lebih Luas, Menjaga Kualitas Produk, Memberikan Pelatihan Kepada pekerja, Meningkatkan Kualitas Layanan Pelanggan. Menetapkan Harga. Sedangkan hasil analisis SWOT yang penulis teliti dari berbagai kendala maka penulis meminimalisir dari masalah yang ada yaitu dengan menggunakan Strategi SO, Strategi ST, Strategi WO, Strategi WT. Dari strategi itu maka penulis berharap akan bisa membantu dalam mengembangkan usahanya Pada pengusaha Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Banyumas.
---	-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5	Risda Pratiwi (2018)	Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. Uul Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)	Kualitatif	Hasil penelitian ditunjukkan dari diaram cartesius bahwa perusahaan berada pada kuadran I, yaitu progresif, yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi pengembangan usaha yang digunakan adalah dengan memproduksi rengginang pulut yang berkualitas, menjual produk dengan harga yang murah, meningkatkan promosi penjualan dan memilih lokasi yang pas.
---	-------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : Penelitian Terdahulu, 2021

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah yang beralamatkan di Jl. Ahmad Yani (depan Rumah Sakit Dedy Jaya) Brebes.

3.2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, terhitung dari bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2021.

3.3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Kualitatif

Menurut (Sugiyono, 2008)^[20] data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif didapat melalui proses wawancara, observasi atau pengamatan. Data kualitatif pada penelitian ini berupa alamat UMKM dan sejarah berdirinya UMKM.

2. Data Kuantitatif

Menurut (Sugiyono, 2008)^[20] data kuantitatif adalah data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

3.4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan dan yang memerlukannya (Petri, 2020)^[10]. Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari responden penelitian, seperti data hasil wawancara dan observasi yang langsung kepada pemilik UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung yang mampu memberikan tambahan serta penguatan terhadap data penelitian (Petri, 2020)^[10]. Sumber data sekunder dalam penelitian ini seperti jurnal, karya ilmiah, dan internet tentang Strategi Pengembangan Usaha Kecil pada UMKM.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Metode observasi merupakan metode pengamatan yang didukung dengan pengumpulan dan pencatatan data secara sistematis terhadap objek yang akan diteliti (Petri, 2020)^[10]. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi partisipasi dengan menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan dimana peneliti terlibat dalam keseharian informan.

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini yang dilakukan peneliti dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan metode wawancara semiterstruktur, yaitu peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu dengan pelaksanaan lebih bebas. Dalam artian tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapat pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas (Petri, 2020)^[10]. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pemilik UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah.

3. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan mencari, mengumpulkan, membaca, dan mempelajari serta memahami *literature* referensi yang bersumber dari buku, jurnal, makalah, dan sumber lainnya yang relevan dengan permasalahan yang dikaji.

3.6. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Pengumpulan data

Menurut (Sugiyono, 2008)^[20] pengumpulan data adalah suatu langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data.

2. Reduksi data

Menurut (Nasution, 2003)^[9] bahwa reduksi adalah merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema polanya, sehingga data lebih mudah untuk dikendalikan.

3. Penyajian data

Menurut (Sugiyono, 2008)^[20] setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data maka akan memudahkan untuk

memahami apa yang akan terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

4. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada atau berupa gambaran objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga menjadi jelas. Kesimpulan ini masih sebagai hipotesis dan dapat menjadi teori jika didukung oleh data-data yang lain (Sugiyono, 2008)^[20].

3.6.1. *Internal Factors Analysis Summary (IFAS)*

Internal Factors Analysis Summary (IFAS) dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan dipergunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi. Untuk mengevaluasi faktor tersebut digunakan matriks IFAS. Penentuan faktor strategi internal dilakukan sebelum membuat matriks IFAS.

Menurut (Freddy, 2004:23)^[12] berdasarkan kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman tersebut dilakukan pembobotan dan rating. Kekuatan dan kelemahan diberi bobot kepentingan mulai dari 0 s/d 1 sebagai berikut :

- a. Angka 0,00 – 0,25 menyatakan sangat lemah
- b. Angka 0,26 – 0,50 menyatakan cukup kuat
- c. Angka 0,51 – 0,75 menyatakan kuat

- d. Angka 0,76 – 1,00 menyatakan sangat kuat

Masing-masing faktor diberi nilai (*rating*) mulai dari 1 s/d 4, sebagai berikut :

- a. Angka 4 menyatakan sangat memperkuat
- b. Angka 3 menyatakan memperkuat
- c. Angka 2 menyatakan cukup memperkuat
- d. Angka 1 menyatakan sangat memperlemah

3.6.2. Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)

Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS) dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Hasil analisis eksternal dilanjutkan dengan mengevaluasi guna mengetahui apakah strategi yang dipakai selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman yang ada.

Menurut (Freddy, 2004:23)^[12] peluang dan ancaman diberi bobot kepentingan nilai dari 0 s/d 1 :

- a. Angka 0,00 – 0,25 menyatakan sangat lemah
- b. Angka 0,26 – 0,50 menyatakan cukup kuat
- c. Angka 0,51 – 0,75 menyatakan kuat
- d. Angka 0,76 – 1,00 menyatakan sangat kuat

Masing-masing faktor diberi nilai (*rating*) mulai dari 1 s/d 4, sebagai berikut :

- a. Angka 4 menyatakan sangat memperkuat
- b. Angka 3 menyatakan memperkuat
- c. Angka 2 menyatakan cukup memperkuat
- d. Angka 1 menyatakan sangat memperlemah

3.6.3. Matrik SWOT

Menurut (Freddy, 2006)^[13] matrik SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategis perusahaan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berikut ini adalah tabel matrik SWOT.

Tabel 3. 1 Matrik SWOT

EFAS	IFAS	<i>STRENGTH (S)</i>	<i>WEAKNESS (W)</i>
		Daftar semua kekuatan yang dimiliki	Daftar semua kelemahan yang dimiliki
<i>OPPORTUNITIES (O)</i>		Strategi SO	Strategi WO
Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi		Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
<i>THREATS (T)</i>		Strategi ST	Strategi WT
Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi		Gunakan semua kekuatan untuk mengatasi ancaman	Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

Sumber : Kajian Pustaka.com

Keterangan :

a. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk merebut peluang. Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk meraih peluang-peluang yang ada diluar perusahaan.

b. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang internal.

c. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum

UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah merupakan UMKM bawang goreng pertama di kota Brebes. UMKM bawang goreng ini didirikan oleh Ibu Uripah pada tahun 1998. Pada saat itu, belum ada UMKM bawang goreng di kota Brebes. Pada awal berdirinya UMKM ini, proses produksinya masih sangat sederhana dan belum menggunakan mesin penggilingan. Pemilik mulai menggunakan mesin penggilingan untuk proses produksi sekitar tahun 2000an. Pemilik mengatakan bahwa tujuan beliau membangun UMKM ini yaitu karena pada waktu itu belum banyak UMKM-UMKM bawang goreng, jadi diharapkan bisa menjadi peluang usaha yang besar dan bisa menjadi pelopor UMKM bawang goreng pertama di kota Brebes.

4.2. Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian dan wawancara yang peneliti lakukan dengan Ibu Uripah selaku pemilik usaha bawang goreng, peneliti mengetahui apa saja faktor internal dan eksternal pada UMKM bawang goreng tersebut :

1. Faktor Internal Kekuatan
 - a. Harga yang murah.

Hal ini menjadi salah satu kekuatan dari UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah karena kebanyakan pelanggan dari UMKM tersebut merupakan pemborong yang akan menjual kembali bawang goreng kepada pedagang eceran.

b. Pengalaman dalam berusaha.

Pengalaman dalam berusaha merupakan lamanya waktu yang telah dijalani didalam suatu pekerjaan, biasanya hal ini dihitung dengan satuan tahun. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, pemilik UMKM sangat berpengalaman karena usaha yang dijalani sudah berjalan selama 23 tahun. Pengalaman ini sangat berpengaruh terhadap usaha yang dijalani. Dari pengalaman ini para pengusaha tersebut mampu memilih yang terbaik untuk usahanya, misalnya dalam pemilihan bahan baku yang berkualitas.

c. Produk yang berkualitas.

Produk yang dihasilkan dari UMKM tersebut yaitu produk yang berkualitas. Hal ini dapat dilihat dari bahan baku yang digunakan yaitu menggunakan bawang merah asli Brebes dengan kualitas yang terbaik.

2. Faktor Internal Kelemahan

a. Tidak adanya promosi.

Promosi merupakan hal yang penting dalam menjalankan sebuah usaha, tujuannya yaitu memperkenalkan produk atau

jasa agar dapat menarik konsumen untuk membelinya. UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah dalam menjalankan usahanya tidak melakukan kegiatan promosi. Promosi tidak pernah dilakukan melalui media masa surat kabar dan media elektronik, maupun menggunakan jaringan sosial media yang ada. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan produsen dalam teknik dan penguasaan teknologi informasi yang dapat dijadikan media promosi.

b. Pengemasan yang kurang menarik.

UMKM tersebut melakukan pengemasan bawang goreng dengan menggunakan plastik yang hanya memiliki satu ukuran saja yaitu 10 kg. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan plastik kemudian diikat dengan tali rafia, hal ini sangat tidak menarik minat calon konsumen karena tidak terdapat design/gambar, warna, label, dan keterangan mengenai produk tersebut.

c. Belum memiliki label atau merek.

Selain tidak memiliki kemasan yang menarik, UMKM tersebut juga tidak memiliki label/merk untuk produk yang dihasilkannya. Dengan begitu calon konsumen tidak bisa membedakan produk bawang goreng yang berasal dari pengusaha A, B, C, dan D. Label/merk dagang merupakan hal yang sangat penting dalam persaingan bisnis. Dengan adanya

label/merk dagang, calon konsumen akan dapat membedakan produk yang memiliki kualitas baik, kurang baik, ataupun tidak baik, yang dimana hal ini akan berdampak kepada pembelian berikutnya. Jika calon konsumen sudah mengetahui produk yang memiliki kualitas baik, otomatis konsumen tersebut akan membeli produk itu kembali.

3. Faktor Eksternal Peluang

a. Bahan baku yang mudah didapatkan.

Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan bawang goreng yaitu bawang merah yang banyak ditemukan di Kota Brebes karena Brebes dikenal sebagai Kota Bawang.

b. Meningkatnya jumlah pemborong.

Hal ini dapat dijadikan peluang bagi UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah untuk meningkatkan usahanya. Awal berdirinya usaha tersebut pemborong hanya dari masyarakat sekitar Brebes saja, namun beberapa tahun ke belakang pemborong mulai bertambah dari luar daerah.

c. Peluang pasar yang cukup tinggi.

Mengingat sudah banyak pemborong yang mengambil bawang goreng di UMKM tersebut untuk dipasarkan bawang goreng sampai keluar kota, otomatis pasar yang tersedia pun semakin meningkat. UMKM ini biasanya memasarkan produknya ke Kota Tegal, Kabupaten Tegal, dan Kota Pemasang. Adanya

peningkatan permintaan produk ini, seharusnya produsen mampu memasarkan/menjual produknya ke wilayah/daerah lainnya.

4. Faktor Eksternal Ancaman

a. Munculnya pesaing baru.

Mudahnya proses produksi bawang goreng mengakibatkan munculnya pesaing baru. Selain itu UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah tidak mampu mengembangkan usahanya dan hanya mampu memproduksi dengan jumlah sedikit, hal ini juga disebabkan oleh modal dan lahan yang tidak memadai.

b. Mahalnya harga bahan baku.

Hal ini tidak bisa dihindari karena harga bawang merah yang bisa berubah-ubah sesuai dengan kondisi cuaca. Apabila masuk musim hujan biasanya bawang yang bisa dipanen terbatas dan mengakibatkan harganya relatif tinggi.

c. Tidak adanya bantuan pemerintah. Pemerintah seharusnya memiliki peran untuk usaha-usaha kecil menengah. Agar usaha-usaha yang berskala kecil dan menengah bisa lebih berkembang. Namun dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pemilik UMKM, beliau mengatakan bahwa tidak pernah mendapatkan bantuan dari pemerintah dari awal usaha sampai sekarang.

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah, selanjutnya adalah tahap pengumpulan data. Model yang digunakan adalah Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).

Hasil identifikasi dan faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan dipindahkan ke tabel matriks IFAS untuk diberikan skoring (rating x bobot) pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 1 Matriks IFAS pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1. Harga yang murah	0,30	4	1,20
2. Pengalaman dalam berusaha	0,10	3	0,30
3. Produk yang berkualitas	0,20	4	0,80
Jumlah Kekuatan	0,60	11	2,30
Kelemahan			
1. Tidak adanya promosi	0,10	1	0,10
2. Pengemasan yang kurang menarik	0,16	3	0,48
3. Belum memiliki label atau merek	0,14	3	0,42
Jumlah Kelemahan	0,40	7	1,00
Total Kekuatan - Kelemahan	1,00	18	3,30

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa diantara faktor-faktor strategi internal, faktor kekuatan yang paling besar adalah faktor harga yang murah dengan skor 1,20. Sedangkan faktor kelemahan yang paling besar adalah pengemasan yang kurang menarik dengan skor 0,48.

Selanjutnya, hasil identifikasi faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman, rating dan pembobotan dipindahkan ke tabel matriks EFAS untuk diberi skoring (rating x bobot) seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 2 Matriks EFAS pada UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Bahan baku yang mudah didapatkan	0,15	3	0,45
2. Meningkatnya jumlah pemborong	0,20	4	0,80
3. Peluang pasar yang cukup tinggi	0,15	4	0,60
Jumlah Peluang	0,50	11	1,85
Ancaman			
1. Munculnya pesaing baru	0,17	2	0,34
2. Mahalnya harga bahan baku	0,20	2	0,40
3. Tidak adanya bantuan pemerintah	0,13	1	0,13
Jumlah Ancaman	0,50	5	0,87
Total Peluang - Ancaman	1,00	16	2,72

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa diantara faktor-faktor strategi eksternal, faktor peluang yang paling besar adalah faktor peluang meningkatnya jumlah pemborong dengan skor 0,80. Sedangkan ancaman yang paling besar adalah mahalannya harga bahan baku dengan skor 0,40.

Selanjutnya dilakukan penggabungan antara faktor internal dan eksternal yaitu sebagai berikut :

Tabel 4. 3 Penggabungan Matriks IFAS dan Matriks EFAS

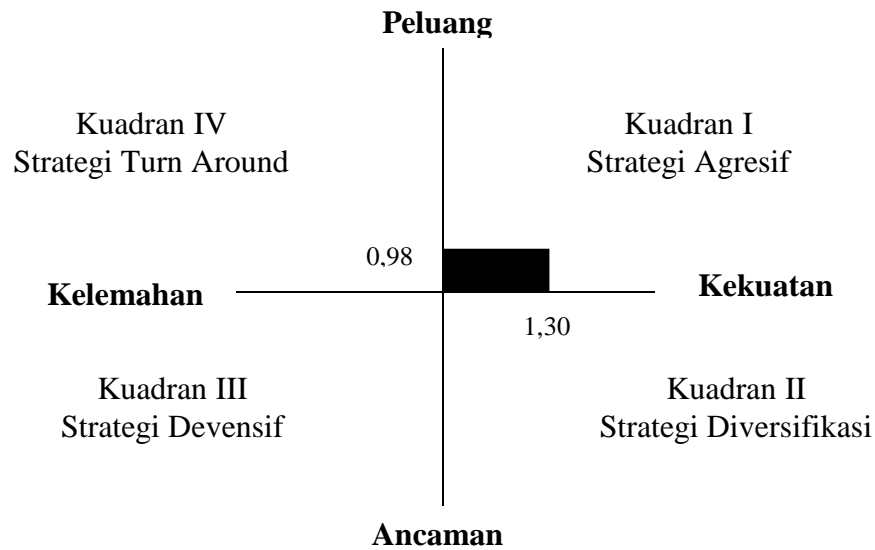
Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1. Harga yang murah	0,30	4	1,20
2. Pengalaman dalam berusaha	0,10	3	0,30
3. Produk yang berkualitas	0,20	4	0,80

Jumlah Kekuatan	0,60	11	2,30
Kelemahan			
1. Tidak adanya promosi	0,10	1	0,10
2. Pengemasan yang kurang menarik	0,16	3	0,48
3. Belum memiliki label atau merek	0,14	3	0,42
Jumlah Kelemahan	0,40	7	1,00
Selisih Skor Kekuatan - Kelemahan			1,30
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Bahan baku yang mudah didapatkan	0,15	3	0,45
2. Meningkatnya jumlah pemborong	0,20	4	0,80
3. Peluang pasar yang cukup tinggi	0,15	4	0,60
Jumlah Peluang	0,50	11	1,85
Ancaman	Bobot	Rating	Skor
1. Munculnya pesaing baru	0,17	2	0,34
2. Mahalnya harga bahan baku	0,20	2	0,40
3. Tidak adanya bantuan pemerintah	0,13	1	0,13
Jumlah Ancaman	0,50	5	0,87
Selisih Skor Peluang - Ancaman			0,98

Sumber : Data diolah, 2021

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa selisih faktor internal (kekuatan - kelemahan) adalah sebesar 1,30, sedangkan selisih faktor eksternal (peluang - ancaman) sebesar 0,98, yang artinya pengaruh kekuatan lebih besar dibandingkan pengaruh kelemahan terhadap UMKM bawang goreng tersebut.

Maka dapat diperoleh gambar diagram SWOT dengan mengurangkan total kekuatan dengan total kelemahan (selisih) yang hasilnya menjadi titik koordinat sumbu X. Selanjutnya mengurangkan total peluang dan total ancaman (selisih) yang hasilnya menjadi titik koordinat sumbu Y. Posisi koordinatnya dapat dilihat pada *Koordinat Cartesius* berikut ini :



Gambar 4. 1 Diagram SWOT

Sumber : Data diolah, 2021

Dari gambar tersebut menunjukkan nilai $X > 0$ yaitu 1,30 dan nilai $Y > 0$ yaitu 0,98. Hal ini menunjukkan bahwa posisi strategi pengembangan usaha bawang goreng berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa usaha bawang goreng memiliki kekuatan dan peluang. Strategi yang diberikan adalah agresif, dimana ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan.

Penjelasan hasil diatas dari tahap pengumpulan data, maka akan diperoleh data yang lebih spesifik dengan membuat tahap analisis dimana memanfaatkan semua informasi kedalam model perumusan strategi. Model tersebut adalah matriks SWOT, sehingga akan muncul beberapa kategori yakni strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 4 Matrik SWOT Strategi Pengembangan UMKM Bawang

Goreng Ibu Uripah

Faktor Internal	Kekuatan (S) 1. Harga yang murah 2. Pengalaman dalam berusaha 3. Produk yang berkualitas	Kelemahan (W) 1. Tidak adanya promosi 2. Pengemasan yang kurang menarik 3. Belum memiliki label atau merek
Faktor Eksternal		
Peluang (O) 1. Bahan baku yang mudah didapatkan 2. Meningkatnya jumlah pemborong 3. Peluang pasar yang cukup tinggi	Strategi S-O 1. (S2 - O1) : melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan dan pengalaman dalam berusaha. 2. (S3 - O2) : produk yang berkualitas dan meningkatnya jumlah pemborong dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk secara lebih luas. 3. (S1 - O3) : mempertahankan peluang pasar yang cukup tinggi dengan cara menjual produk dengan harga yang murah.	Strategi W-O 1. (W2,W3 - O3) : melakukan perbaikan dengan cara merubah bentuk kemasan dan diberi label atau merek agar lebih menarik dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi. 2. (W1 - O2) : mempertahankan atau meningkatkan jumlah pemborong dengan cara melakukan kegiatan promosi.
Ancaman (T) 1. Munculnya pesaing baru 2. Mahalnya harga bahan baku 3. Tidak adanya bantuan pemerintah	Strategi S-T 1. (S2,S3 - T1) : pengalaman dalam berusaha dan produk yang berkualitas dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru.	Strategi W-T 1. (W3 - T1) : membuat label atau merek agar dapat mengatasi ancaman pesaing baru.

Sumber : Data diolah, 2021

Tahap terakhir yaitu tahap pengambilan keputusan yang bertujuan untuk menyusun strategi yang telah digambarkan oleh matriks SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan acuan untuk dapat meningkatkan strategi pengembangan usaha bawang goreng di tempat penelitian. Adapun strategi-strategi yang dimaksudkan adalah :

1. Strategi S-O (*Strength-Opportunities*)

Strategi S-O adalah strategi yang memanfaatkan apa yang dimiliki oleh perusahaan untuk dapat meraih peluang yang ada guna memaksimalkan keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam analisis strategi S-O yaitu harga yang murah, pengalaman dalam berusaha, dan produk yang berkualitas. Sementara peluang yang dapat dimanfaatkan adalah bahan baku yang mudah didapatkan, meningkatnya jumlah pemborong, dan peluang pasar yang cukup tinggi. Berikut adalah strategi S-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah :

- a. Melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan dan pengalaman dalam berusaha.

Pengembangan produk yang dimaksudkan dapat dilakukan dengan cara melakukan inovasi-inovasi seperti pada pengemasan, menambah varian pada produk, dan segala aspek yang dapat menambahkan keuntungan. Hal ini juga

bisa dilakukan dengan cara menambah jumlah produksi karena bahan baku yang mudah didapatkan.

- b. Produk yang berkualitas dan meningkatnya jumlah pemborong dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk secara lebih luas.

Karena produk yang dihasilkan berkualitas maka jumlah pemborong akan semakin meningkat, ini merupakan hal yang baik untuk melakukan strategi pemasaran. Pemasaran yang biasanya hanya dilakukan kepada langganan yang berada di Kota Tegal, Kabupaten Tegal, dan Kota Pemalang. Pemasaran juga bisa dilakukan ke daerah/wilayah tersebut namun kepada pihak yang tidak biasa membeli/bukan langganan.

- c. Mempertahankan peluang pasar yang cukup tinggi dengan cara menjual produk dengan harga yang murah.

Harga merupakan hal yang sangat dipertimbangkan calon konsumen untuk membeli suatu produk/barang. Jika harga yang ditawarkan terjangkau maka calon konsumen tersebut akan menjadi konsumen dan selanjutnya dapat menjadi pelanggan. Harga yang terjangkau ini haruslah dipertahankan oleh UMKM tersebut agar dapat mempertahankan dan meningkatkan peluang pasar.

2. Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi W-O adalah strategi menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah bahan baku yang mudah didapatkan, meningkatnya jumlah pemborong, dan peluang pasar yang cukup tinggi. Kelemahan yang perlu diatasi adalah tidak adanya promosi, pengemasan yang kurang menarik, dan belum memiliki label atau merek. Berikut adalah strategi W-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah :

- a. Melakukan perbaikan dengan cara merubah bentuk kemasan dan diberi label atau merek agar lebih menarik dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi.

Kemasan merupakan hal yang perlu diperhatikan selain kualitas, kemasan yang menarik akan menarik minat konsumen untuk membelinya. Selain itu kemasan juga akan menentukan layak atau tidaknya suatu produk masuk ke supermarket ataupun tempat-tempat sejenisnya. Maka dari itu perlunya dilakukan perbaikan untuk UMKM tersebut dalam bentuk kemasan agar terlihat lebih menarik dan agar dapat memasuki pasar yang setara dengan supermarket. Disini juga perlu adanya penambahan ukuran kemasan agar lebih bervariasi dan agar konsumen dapat membeli bawang goreng tersebut sesuai kebutuhannya.

- b. Mempertahankan atau meningkatkan jumlah pemborong dengan cara melakukan kegiatan promosi.

Dalam menjalankan sebuah usaha kegiatan promosi perlu dilakukan agar calon konsumen dapat mengenali produk yang kita tawarkan/sajikan, hal ini juga perlu dilakukan oleh UMKM tersebut. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan menggunakan media sosial, brosur ataupun spanduk. Brosur ataupun spanduk tersebut dapat disertakan alamat pengusaha agar calon konsumen dapat membelinya secara langsung.

3. Strategi S-T (*Strength-Threats*)

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan yang digunakan dalam perumusan S-T adalah harga yang murah, pengalaman dalam berusaha, dan produk yang berkualitas. Serta ancaman yang harus dihadapi yaitu munculnya pesaing baru, mahalnya harga bahan baku, dan tidak adanya bantuan pemerintah. Berikut adalah strategi yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah :

- a. Pengalaman dalam berusaha dan produk yang berkualitas dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru.

Dalam menjalankan sebuah usaha kemungkinan datangnya pesaing baru pasti ada. Namun hal ini bisa dihindari dengan mempertahankan atau meningkatkan kualitas dari produk yang kita buat. Produk yang berkualitas dapat dihasilkan dengan adanya pengalaman dalam bidang tersebut. Jadi jika kita sudah berpengalaman, maka kemungkinan produk yang kita jual berkualitas dan hal ini dapat mengatasi munculnya pesaing baru.

4. Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Strategi W-T merupakan strategi yang meminimalisasikan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi. Kelemahan yang harus diatasi adalah tidak adanya promosi, pengemasan yang kurang menarik, dan belum memiliki label atau merek. Ancaman yang harus dihindari adalah munculnya pesaing baru, mahalnya harga bahan baku, dan tidak adanya bantuan pemerintah. Berikut adalah strategi W-T yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah :

- a. Membuat label atau merek agar dapat mengatasi ancaman pesaing baru.

Label atau merek dibuat ketika kita menjalankan sebuah usaha, agar konsumen dapat membedakan suatu produk dari pengusaha yang satu dengan pengusaha lainnya. Ketika kita

sudah memiliki kualitas dan label/merek maka konsumen akan terus membeli produk kita. Dengan begitu, munculnya pesaing baru tidak akan menjadi ancaman bagi usaha kita.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi dalam mengembangkan UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah yaitu dengan memproduksi bawang goreng yang berkualitas, menjual produk dengan harga yang murah, dan melakukan kegiatan promosi.
2. Berdasarkan analisis SWOT dari faktor internal dan faktor eksternal diperoleh hasil : strategi S-O terdiri dari melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan dan pengalaman dalam berusaha, produk yang berkualitas dan meningkatnya jumlah pemborong dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk secara lebih luas, mempertahankan peluang pasar yang cukup tinggi dengan cara menjual produk dengan harga yang murah. Strategi W-O terdiri dari melakukan perbaikan dengan cara merubah bentuk kemasan dan diberi label atau merek agar lebih menarik dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi, dan mempertahankan atau meningkatkan jumlah pemborong dengan cara melakukan kegiatan promosi. Strategi S-T terdiri dari pengalaman dalam berusaha dan produk yang berkualitas dapat

mengatasi ancaman munculnya pesaing baru. Strategi W-T terdiri dari membuat label atau merek agar dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dilihat bahwa pengembangan sangat berpengaruh dalam suatu usaha. Oleh karena itu saran yang dapat diberikan untuk perkembangan UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah adalah sebagai berikut :

1. UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah harus berupaya meningkatkan kegiatan promosi sehingga dapat menaikkan minat masyarakat untuk membeli, meningkatkan permintaan terhadap bawang goreng dan meningkatkan penjualannya.
2. UMKM Bawang Goreng Ibu Uripah agar tetap memproduksi bawang goreng yang berkualitas dan menciptakan kemasan yang lebih menarik serta membuat label atau merek produk sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

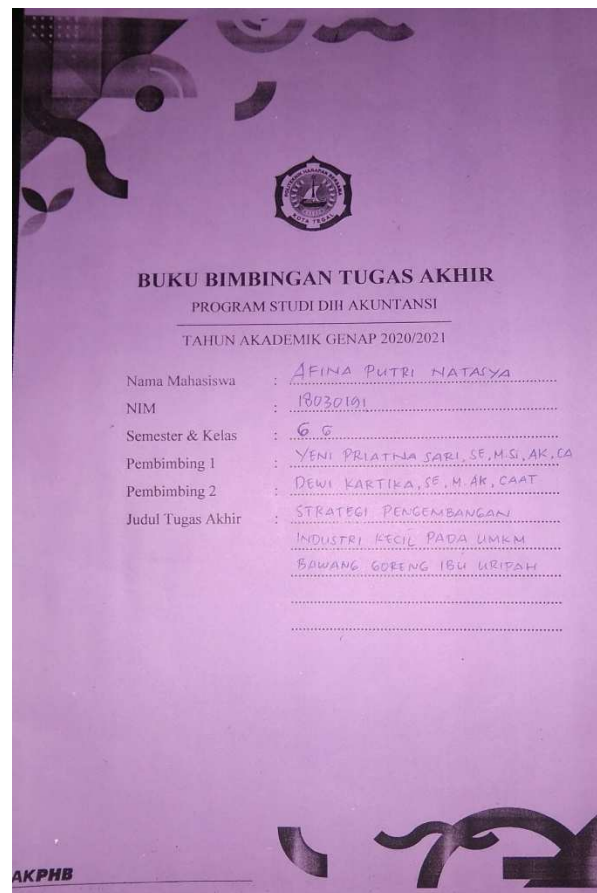
- [1] *UU 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. (2019, Juli 22).
Dipetik Maret 30, 2021, dari Jogloabang:
<https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-20-2008-usaha-mikro-kecil-menengah>
- [2] Amalia, D. (2020, Februari 01). *Pengertian, Jenis dan Perkembangan UMKM di Indonesia*. Dipetik 12 09, 2020, dari jurnal.id:
<https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-jenis-dan-perkembangan-umkm-di-indonesia/>
- [3] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (1989). Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (hal. 964). Jakarta: Balai Pustaka.
- [4] Fahmi, I. (2013). Dalam *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi* (hal. 252). Bandung: ALFABETA.
- [5] Fuad, M. (2006). Dalam *Pengantar Bisnis* (hal. 129). Jakarta: Gramedia Pustaka.
- [6] Hamali, A. Y. (2017). Dalam *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* (hal. 207).
- [7] Hariandja, M. T. (2002). Dalam *Manajemen Sumber Daya Manusia* (hal. 19).
- [8] Indrawijaya, & Adam. (1989). Dalam *Perubahan dan Pengembangan Organisasi* (hal. 106-107). Bandung: Sinar Baru.
- [9] Nasution. (2003). Dalam *Metode Penelitian Naturalistik* (hal. 129). Bandung: Tarsito.

- [10] Petri, M. M. (2020). Dalam *Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19* (hal. 105). 2020.
- [11] Rangkuti, F. (2001). Dalam *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (hal. 6-7). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [12] Rangkuti, F. (2004). Dalam *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis : Reorientasi Konsep, Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21* (hal. 23). Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [13] Rangkuti, F. (2006). Dalam *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (hal. 31). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [14] Rangkuti, F. (2016). Dalam *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis* (hal. 12). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [15] Riadi, M. (2020, Maret 22). *kajianpustaka.com*. Dipetik Maret 30, 2021, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/03/pengembangan-usaha-pengertian-jenis-strategi-dan-tahapan.html?m=1>
- [16] Sari, D. P., & Yusniar, M. (2014). Dalam *Prinsip-prinsip Bisnis* (hal. 59). Bogor: CV Rizeva Utama.
- [17] Siagian, S. P. (1995). Dalam *Manajemen Stratejik* (hal. 172-173). Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- [18] Sudarmo, G. (2014). Dalam *Manajemen Pemasaran* (hal. 213). Yogyakarta: BPFE.
- [19] Sudjana. (2000). Dalam *Strategi Pembelajaran* (hal. 5). Bandung: Falah Production.

- [20] Sugiyono. (2008). Dalam *Memahami Penelitian Kualitatif* (hal. 341). Bandung: Alfabeta.
- [21] Susanto, A. (2014). Dalam *Manajemen Strategik Komprehensif* (hal. 11). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [22] Suyanto, M. (2007). Dalam *Strategic Management Global Most Admired Companies* (hal. 10). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [23] Tripomo, T., & Udan. (2005). Dalam *Manajemen Strategi* (hal. 118). Bandung: Rekayasa Sains.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Buku Bimbingan



BUKU BIMBINGAN TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIH AKUNTANSI
TAHUN AKADEMIK GENAP 2020/2021

Nama Mahasiswa : AFINA PUTRI NATALYA
NIM : 18030101
Semester & Kelas : G G
Pembimbing 1 : YENI PRIATNA SARI, SE, M.SI, AK, CA
Pembimbing 2 : DEWI KARTIKA, SE, M. AK, CAAT
Judul Tugas Akhir : STRATEGI PENGEMBANGAN
INDUSTRI KECIL PADA UMKM
BAWANG GOEING IBU URIPAH

AKPHB

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
1.	Minggu, 7 Maret 2021	Pengajuan judul	
2.	Sabtu, 13 Maret 2021	ACC Judul lanjut proposal	
3.	Kamis, 27 Mei 2021	Bimbingan proposal	
4.	Jumat, 28 Mei 2021	ACC Proposal lanjut TA	
5.	Kamis, 25 Juni 2021		
5.	Kamis, 24 Juni 2021	Bimbingan TA	
6.	Kamis, 1 Juli 2021	ACC TA	

Catatan : 1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing II
1.	Kamis 23 Feb 2021	Pengisian Judul	<i>[Signature]</i>
2.	Jumat 7 Mei 2021	Perbaiki Latar belakang, Lengkapi, Penulisan, Siapa kembali atau tidak & buku pedoman	<i>[Signature]</i>
3.	Senin 24 Mei 2021	Tambahkan dasar pengambilan analisis swot & perbaiki penulisan	<i>[Signature]</i>
4.	Selasa 25 Mei 2021	Acc proposal & Lajutan tugas Akhir	<i>[Signature]</i>
5.	Selasa, 29 Juni 2021	Tambahkan gambaran umum, keterangan pada tabel, Perbaiki kesimpulan dan saran.	
6.	Selasa Selasa, 6 Juli 2021	ACC Tugas Akhir	

Catatan : 1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

Lampiran 2 : Foto UMKM

