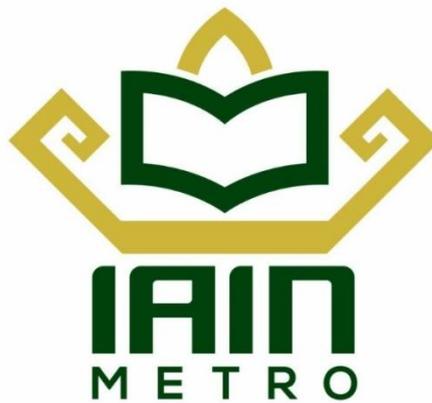


**SKRIPSI**  
**ANALISIS SWOT PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH**  
*(Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)*

Oleh :  
**TRI BUDIMAN**  
**NPM : 1062864**



**Program Studi : Ekonomi Syariah**  
**Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**  
**(IAIN) METRO LAMPUNG**  
**1438 H / 2017**

**ANALISIS SWOT PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH**  
*(Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)*

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat**  
**Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

**Oleh :**

**TRI BUDIMAN**

**NPM : 1062864**

**Pembimbing I : Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag.**

**Pembimbing II : Drs. Dri Santoso, MH**

**Program Studi : Ekonomi Syariah**

**Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**(IAIN) METRO LAMPUNG**

**1438 H / 2017**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS SWOT PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)**

Nama : **Tri Budiman**

NPM : 1062864

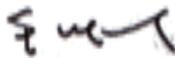
Jurusan : **Ekonomi Syariah (ESy)**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

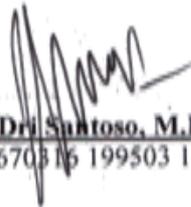
Telah disetujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I

Metro, 06 Juni 2017  
Pembimbing II



**Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag**  
NIP. 19600918 198703 2 003



**Drs. Dri Santoso, M.H**  
NIP. 19670315 199503 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : B- 622/In.28/FEBI/PP.009/07./2017

Skripsi dengan Judul: ANALISIS SWOT PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung), disusun oleh TRI BUDIMAN, NPM.1062864, Jurusan: Ekonomi Syariah (ESy) telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis / 15 Juni 2017.

**TIM MUNAQOSYAH:**

Ketua/Moderator	: Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag	(.....)
Penguji I	: Nizaruddin, S.Ag.,MH.	(.....)
Penguji II	: Drs. Dri Santoso, MH	(.....)
Sekretaris	: Wawan Trans Pujianto, M.Kom.I	(.....)



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum**  
NIP. 19720923 200003 2 002

# **ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)**

## **ABSTRAK**

**Oleh:  
TRI BUDIMAN**

Kondisi perekonomian yang semakin sulit menjadi salah satu pemicu munculnya ide masyarakat untuk berwirausaha secara mandiri yang lebih kita kenal dengan istilah Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Seperti usaha percetakan, usaha rumah makan, kerajinan tangan dan sebagainya. UMKM sebagai salah satu sektor yang sangat strategis bagi bangsa Indonesia, maka dalam kegiatan usahanya UMKM, termasuk usaha percetakan Paradise Sekampung harus membuat strategi-strategi bisnis agar usaha yang dijalankan tetap bertahan (*survive*) dalam persaingan bisnis.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), bersifat deskriptif kualitatif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada yang berfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana mestinya. Dengan teknik pengumpulan data, wawancara, dan dokumentasi. Teknik wawancara yang digunakan yaitu wawancara tak berstruktur. Wawancara dilakukan kepada seorang pimpinan dan 3 karyawan usaha percetakan Paradise Sekampung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, usaha percetakan Paradise Sekampung dalam menjalankan usahanya sudah mengimplementasikan analisis SWOT, namun belum optimal. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan bobot nilai melalui Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation-IFE matrix*) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation-EFE Matrix*) yang menunjukkan posisi *Strengths* dan *Opportunities* memiliki bobot nilai yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan bobot nilai *Threats* dan *Weaknesses*.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Budiman

NPM : 1062864

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2017  
Yang Menyatakan,



**Tri Budiman**  
NPM. 1062864

## MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا  
لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ<sup>1</sup>

*Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (QS. Al-Jumu'ah:10)*

---

<sup>1</sup> Qs.Al-Jumu'ah (62): 10

## **PERSEMBAHAN**

Dipersembahkan kepada:

1. Kedua Orangtua saya, Ibunda Sri Martini dan Ayahanda Jarwono yang senantiasa mendoakan dan membimbing peneliti dengan kasih sayang yang luar biasa.
2. Istri saya tercinta, Anif Afida yang selalu setia mendampingi.
3. Kakak dan Adik saya yang telah memberikan semangat.
4. Almamater kebanggaanku IAIN Metro.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)”.

Sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar SE. Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag selaku Rektor IAIN Metro dan sekaligus sebagai pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan yang sangat berharga.
2. Ibu Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Rina Elmaza, M.Sy Selaku wakil dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Drs. Dri Santoso, MH selaku wakil dekan III dan sekaligus sebagai pembimbing II.
6. Bapak dan Ibu dosen/karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas guna menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak kekurangan, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Untuk itu kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan guna penyempurnaan penulisan ini. Akhirnya penulis berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah.

Metro, Juli 2017

Penulis,



**Tri Budiman**  
NPM. 1062864

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK .....	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat Penelitian.....	7
D. Penelitian Relevan .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Analisis SWOT .....	10
1. Pengertian Analisis SWOT.....	10
2. Fungsi, Manfaat, dan Tujuan Analisis SWOT .....	13
3. Faktor-Faktor Analisis SWOT.....	16
4. Hal-Hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Analisis SWOT ....	17
5. Model Analisis SWOT .....	20
a. Matriks SWOT .....	20

B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	23
1. Definisi UMKM .....	23
a. Usaha Mikro .....	23
b. Usaha Kecil.....	23
c. Usaha Menengah .....	24
2. Perkembangan UMKM di Indonesia.....	26
3. Peran UMKM Bagi Perekonomian.....	27
4. Kendala-Kendala Yang dihadapi UMKM.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	30
B. Sumber Data .....	30
C. Teknik Pengumpulan Data .....	32
D. Teknik Analisis Data .....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Deskripsi lokasi Penelitian .....	36
B. Perkembangan Usaha Percetakan Paradise .....	39
C. Strategi Pengembangan Usaha Percetakan Paradise.....	42
D. Implementasi Analisis SWOT Pada percetakan Paradise Sekampung .....	50
E. Analisis Data Penelitian .....	59
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Matrik SWOT	20
2. Perkembangan UMKM di Indonesia	25
3. Matrix Internal Factor Evaluation (IFE Matrix) Percetakan Paradise Sekampung	50
4. Matrix Eksternal Factor Evaluation (EFE Matrix) Percetakan Paradise Sekampung	51
5. Matrik SWOT Pada Usaha Percetakan Paradise Sekampung	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Struktur Percetakan Paradise Sekampung	36

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bekerja dalam Islam merupakan sebuah kewajiban sebagaimana yang diperintahkan Allah SWT dalam Al Qur'an surat Al Jumu'ah ayat 10 yang berbunyi:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ  
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

*“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”<sup>3</sup>*

Ayat di atas menjelaskan, bahwa manusia harus berusaha mencari karunia Allah dengan cara bekerja. Namun, dengan kondisi perekonomian saat ini yang semakin sulit, tentunya memberi dampak besar terhadap banyak bidang kehidupan masyarakat pada umumnya dan perkembangan industri pada khususnya. Apalagi dengan semakin padatnya jumlah penduduk yang ada, memaksa manusia harus bersaing lebih keras dalam bekerja guna memenuhi kebutuhannya. Dengan kondisi tersebut di atas, akan menjadi salah satu peluang timbulnya usaha-usaha mandiri yang lebih kita kenal dengan istilah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

---

<sup>3</sup> Qs. Al-Jumu'ah (62): 10.

UMKM merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan dimana untuk Usaha Mikro (UMi) memiliki kekayaan bersih diluar tanah dan bangunan paling banyak Rp. 50 juta<sup>4</sup> dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300 juta sedangkan Usaha Kecil (UK) memiliki kekayaan bersih diluar tanah dan bangunan antara Rp. 50 juta sampai Rp. 500 juta dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300 juta sampai dengan paling banyak Rp. 2,5 milyar<sup>5</sup>. Serta Usaha Menengah (UM) memiliki kekayaan bersih diluar tanah dan bangunan antara Rp. 500 juta sampai dengan paling banyak Rp. 10 milyar dengan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2,5 miliar sampai dengan paling banyak Rp. 50 miliar.<sup>6</sup>

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.<sup>7</sup> 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.

Krisis ekonomi yang berkepanjangan, membuat kondisi perekonomian masyarakat melemah, yang ditandai dengan banyaknya usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, namun dalam hal ini ternyata UMKM dapat bertahan dan berkembang. UMKM

---

<sup>4</sup> UU Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM Pasal 6 ayat 1

<sup>5</sup> *Ibid.* Pasal 6 ayat 2

<sup>6</sup> *Ibid.* Pasal 6 ayat 3

<sup>7</sup> Burhanuddin Abdullah, *Menanti Kemakmuran Negeri Kumpulan Esai Tentang Pembangunan Sosial Ekonomi Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 188

dengan modal yang relatif kecil, tenaga kerja yang tidak terlalu banyak dan bentuknya yang ramping merupakan beberapa faktor penyebabnya. Tenaga kerja yang diperlukan oleh industri kecil tidak menuntut pendidikan formal yang tinggi. Sebagian besar tenaga kerja yang diperlukan didasarkan atas pengalaman (*learning by doing*) yang terkait dengan faktor historis (*path dependence*).<sup>8</sup>

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 adalah metode perencanaan setrategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*) internal organisasi, serta peluang (*opportunities*) dan ancaman atau tantangan (*thereats*) eksternal suatu organisasi atau proyek atau suatu spekulasi bisnis.<sup>9</sup>

Analisis SWOT dilakukan dengan tujuan untuk mengenali tingkat kesiapan setiap fungsi dari keseluruhan setiap usaha yang diperlukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Berhubung tingkat kesiapan fungsi ditentukan oleh tingkat kesiapan masing-masing faktor yang terlibat dari

---

<sup>8</sup> Dyah Ratih Sulistyastuti, "Dinamika Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Analisis Konsentrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2000", *Jurnal Ekonom I Pembangunan*, Volume 9, h. 143-146

<sup>9</sup> M. Fathur Rohman, *Teknik Analisis Manajemen SWOD Untuk Menyusun KKP DIKLATPIM dan RENSTRA*, (Malang, AFJ Mobicons, 2012), h. 13

setiap fungsi, maka analisis SWOT dilakukan terhadap keseluruhan faktor dalam setiap fungsi, baik faktor internal maupun eksternal. Agar dalam melakukan analisis bisnis pelaku bisnis dapat mengidentifikasi masalah dan faktor-faktor yang mempengaruhi serta menemukan solusinya.

Berdasarkan data survey, percetakan Paradise merupakan salah satu sektor bisnis UMKM yang bergerak pada bidang jasa. Percetakan Paradise didirikan oleh Pak Mahfud pada 1 November 1997 di Jln. Soekarno Hatta No. 56 Blok Barat Pasar Sekampung Kec. Sekampung. Percetakan Paradise mempunyai visi memberikan pelayanan terbaik dan produk berkualitas kepada pelanggan.

Percetakan Paradise pada awalnya hanya melayani pencetakan sablon manual biasa. Namun, saat ini berkembang menjadi percetakan *design* dan *printing modern*. Dilihat berdasarkan omset per bulan Percetakan Paradise masuk ke dalam kategori usaha menengah karena besaran omset rata-rata per bulan mencapai 50 juta. Saat ini Percetakan Paradise memiliki karyawan 8 orang yang terbagi menjadi beberapa unit kerja, yaitu bagian keuangan, teknis dan produksi.

Pada perjalanannya percetakan Paradise tentunya menghadapi berbagai hambatan dan tantangan dalam pelaksanaan usahanya, diantaranya yaitu tempat produksi, kurangnya peralatan produksi dan modal serta sumber daya manusia. Jika dilihat dari segi eksternal, yaitu dari segi persaingan usaha, ada beberapa percetakan yang menjadi kompetitor bagi percetakan Paradise. Salah satu kompetitor yang bisa dikatakan percetakan besar yaitu

percetakan Karya Witama, selain itu hanya percetakan-percetakan kecil yang justru malah menjadi mitra kejasama dari Percetakan Paradise.

Percetakan Paradise mempunyai beberapa keunggulan dan peluang, salah satunya yaitu produk yang dihasilkan cukup bagus dan lokasi yang strategis. Menurut Pak Mahfud dalam mengembangkan usahanya perlu adanya kiat-kiat yang harus dilakukan untuk menunjang usahanya, yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik dan professional kepada pelanggan, seperti jika ada barang yang rusak akan diganti, bekerjasama dengan agen-agen kecil dan memberikan perlakuan yang baik kepada konsumen. Hal ini merupakan salah satu strategi percetakan Paradise sebagai usaha yang bergerak pada sektor jasa dalam membangun kepercayaan konsumen.<sup>10</sup>

Kemudian, untuk mempertahankan dan mengembangkan Percetakan Paradise sampai seperti saat ini, tentunya Pak Mahfud membutuhkan strategi usaha yang tepat. Dibutuhkan alat analisis untuk membantu Pak Mahfud membuat strategi usaha yang tepat dalam menghadapi persaingan usaha salah satunya adalah dengan menggunakan Analisis SWOT.

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Pak Mahfud pada tanggal 2 Januari 2016

<sup>11</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), h. 5

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treath*), merupakan sebuah analisis yang menilai lingkungan internal perusahaan *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan), serta lingkungan eksternal *Opportunity* (peluang) dan *Treath* (ancaman). Hasil penilaian tersebut akan didapatkan informasi seputar perusahaan, dan dengan informasi tersebut perusahaan akan dapat membuat strategi yang tepat guna, untuk memenangkan persaingan.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana implementasi analisis SWOT pada UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang diterapkan oleh Percetakan Paradise Kec. Sekampung dengan judul "*Analisis SWOT pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi kasus pada percetakan Paradise Sekampung)*". Dalam hal ini percetakan Paradise diharapkan mampu membaca lingkungan internal dan juga lingkungan eksternalnya untuk dapat bersaing dengan para kompetitor agar usaha bisnis yang dijalankan tetap eksis di dunia usaha.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis membuat pertanyaan penelitian sebagai berikut : "Bagaimana implementasi analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada UMKM di Percetakan Paradise?"

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada Percetakan Paradise?

### 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

#### a. Secara Teoritis

Sebagai wahana untuk menerapkan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan bagi peneliti dalam memahami ilmu pengetahuan khususnya pengetahuan di bidang manajemen strategi khususnya SWOT dan juga sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, serta dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa datang, khususnya penelitian mengenai analisis SWOT di lokasi yang berbeda.

#### b. Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi para pengusaha UMKM guna mengetahui apakah usaha bisnis yang dijalankan sudah menggunakan analisis SWOT.

## **D. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Adapun penelitian terdahulu ini adalah digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian

ini. Dan diantara beberapa karya ilmiah yang mendekati dengan persoalan yang akan dikaji adalah sebagai berikut:

1. Skripsi **Ratna Wahyuning** tahun 2008 di Universitas Islam Negeri Malang dengan judul *“Analisis SWOT pada Usaha Waralaba (Studi Kasus Bakso Kota Cak Man Malang)”*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Bakso Kota Cak Man Malang mempunyai banyak peluang dan keunggulan yang bisa dimaksimalkan oleh pemilik. Dengan analisa SWOT, peluang tersebut dapat dimanfaatkan dengan maksimal untuk membantu perusahaan dalam memilih strategi yang tepat. Terbukti dengan dapat bertahannya Bakso Kota Cak Man Malang dalam krisis ekonomi dengan menggunakan sistem waralaba.
2. Skripsi **Cipta Kurnia Aji** tahun 2008 di Universitas Islam Negeri Jakarta dengan judul *“Pendekatan Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Haji Arafah (Studi Kasus pada Bank Muamalat Indonesia)”*. Dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis SWOT, tabungan haji arafah menghasilkan strategi S-O yaitu meningkatkan pengembangan produk, meningkatkan pelayanan terhadap nasabah, membuat kiat-kiat pemasaran produk dan promosi yang lebih gencar. Dengan strategi W-O yakni dengan menjaga citra bank, menambah jaringan pemasaran, mengoptimalkan bagian humas. Strategi S-T yaitu dengan melakukan kegiatan social di masyarakat. Strategi W-T seperti mencari kiat-kiat baru dalam mensosialisasikan produk, mengoptimalkan SDM pemasaran. Dengan strategi-strategi tersebut, produk tabungan haji Arafah dapat lebih maksimal dalam pencapaian yang diinginkan perusahaan.

Berdasarkan kedua penelitian tersebut di atas, penelitian yang dilakukan oleh peneliti sama-sama mengkaji tentang Analisis SWOT. Hanya saja penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu apabila penelitian yang dilakukan oleh Ratna Wahyuning bergerak dalam bidang usaha makanan, sehingga komponen dalam strategi faktor internal dan eksternalnyapun juga berbeda. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan dengan Cipta Kurnia Aji yang meneliti tentang jasa dunia perbankan yaitu tentang Tabungan Haji Arafah maka adapun strategi faktor internal dan eksternalny juga berbed, begitu juga dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yang meneliti tentang Analisis SWOT pada UMKM khususnya pada usaha percetakan.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas dapat peneliti pahami, bahwa penelitian yang akan peneliti teliti berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu terkait dengan pemenuhan kebutuhan atas barang dan jasa yang ditawarkan serta bagaimana upaya para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, sehingga mampu bersaing dalam dunia usaha.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*)

##### 1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).<sup>12</sup>

Analisis SWOT apabila dilihat berdasarkan filosofinya analisis SWOT merupakan suatu penyempurnaan pemikiran dari berbagai kerangka kerja dan rencana strategi yang pernah diterapkan baik di medan pertempuran maupun bisnis. Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Sun Tzu, bahwa apabila kita mengenal kekuatan dan kelemahan lawan sudah biasa dipaastikan bahwa kita akan dapat memenangkan pertempuran.<sup>13</sup>

Pembuatan keputusan perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Dalam hal ini, analisis SWOT dipakai jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan

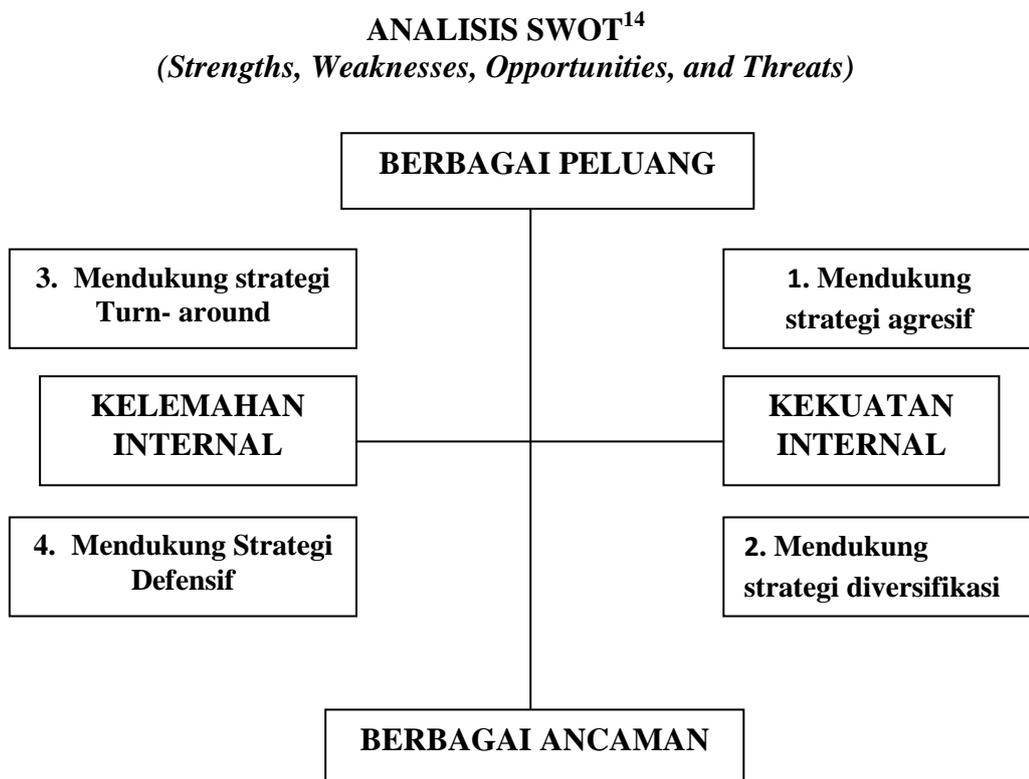
---

<sup>12</sup> Swardono, *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), h. 5

<sup>13</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 264

pemaksimalan peranan faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan ancaman yang timbul dan harus dihadapi dengan tepat.

### Diagram Analisis SWOT



Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), h. 19.

<sup>15</sup> *Ibid.*

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus ditetapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).<sup>16</sup>

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.<sup>17</sup>

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.<sup>18</sup>

Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat melihat evaluasi keseluruhan terhadap kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Treath*). Tujuan fundamental analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi trend, kekuatan dan kondisi yang memiliki dampak potensial pada formulasi dan implementasi strategi pemasaran perusahaan. Ini merupakan langkah paling penting atas dasar dua alasan. Pertama, setiap perubahan dalam lingkungan eksternal bisa menimbulkan dampak serius pada pasar-pasar sebuah perusahaan. Dengan mengantisipasi dan melakukan tindakan, perusahaan akan mampu mengambil manfaat dari perubahan-perubahan ini. Kedua, langkah ini memberikan peluang untuk menyusun aspek-aspek terpenting untuk dievaluasi.

---

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> *Ibid.*

## **2. Fungsi, Manfaat, dan Tujuan Analisis SWOT**

### **a. Fungsi Analisis SWOT**

Secara umum analisis SWOT sudah dikenal oleh sebagian besar tim teknis penyusun rencana perusahaan. Sebagian dari pekerjaan perencanaan strategi terfokus kepada apakah perusahaan mempunyai sumber daya dan kapabilitas yang memadai untuk menjalankan misi dan mewujudkan visinya. Pengenalan akan kekuatan yang dimiliki akan membantu perusahaan untuk menaruh perhatian dan melihat peluang-peluang baru, sedangkan penilaian yang jujur terhadap kelemahan-kelemahan yang ada akan memberikan bobot realisme pada rencana-rencana yang akan dibuat perusahaan. Jadi fungsi Analisis SWOT adalah menganalisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan.

### **b. Manfaat Analisis SWOT**

Analisis SWOT bermanfaat apabila telah secara jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan beroperasi dan arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen perusahaan dalam menjalankan misinya dan mewujudkan misinya dari hasil analisis akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai serta dijadikan dasar

dalam menetapkan sasaran-sasaran perusahaan selama 3-5 tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para stakeholder atau analisis SWOT berguna untuk menganalisa faktor-faktor di dalam perusahaan yang memberikan andil terhadap kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.

### **c. Tujuan Analisis SWOT**

Tujuan utama Analisis SWOT adalah mengidentifikasi strategi perusahaan secara keseluruhan. Hampir setiap perusahaan maupun pengamat bisnis dalam pendekatannya banyak menggunakan analisis SWOT. Kecenderungan ini tampaknya akan terus semakin meningkat, yang mana satu dengan yang lain saling berhubungan dan saling tergantung. Penggunaan Analisis SWOT ini sebenarnya telah muncul sejak lama mulai dari bentuknya yang paling sederhana, yaitu dalam rangka menyusun strategi untuk mengalahkan musuh dalam pertempuran.

Konsep dasar pendekatan SWOT ini tampaknya sederhana sekali sebagaimana dikemukakan oleh *Sun Tzu* bahwa apabila kita telah mengenali kekuatan dan kelemahan lawan, sudah dapat dipastikan kita dapat memenangkan pertempuran. Dalam perkembangannya saat ini analisis SWOT tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran, melainkan banyak dipakai dalam penyusunan perencanaan bisnis (*Strategic Business*

*Planning*) yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan berikut semua perubahannya dalam menghadapi pesaing.<sup>19</sup>

Pentingnya analisis SWOT dalam menjalankan suatu usaha juga dijelaskan dalam QS. Al-Hasyr:18, yakni sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ  
وَاصْبِرُوا لِلَّهِ إِنَّ اللَّهَ خَيْرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”(QS.Al-Hasyr:18)<sup>20</sup>

Ayat tersebut di atas menjelaskan, bahwa suatu usaha perlu melakukan adaptasi dalam perencanaan. Setiap kegiatan perencanaan harus memperhatikan situasi dan kondisi yang terkait dengan masa lalu, masa kini, dan masa depan atau yang akan datang. Hal ini bisa dipahami karena prinsip keterkaitan satu sama lain dari ketiga masa atau waktu itu.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), h. 10.

<sup>20</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h. 547

<sup>21</sup> Hadhiri, Choiruddin SP, *Klasifikasi Kandungan Al-Qur'an Jilid 1*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), h. 157

Berdasarkan tafsir ayat tersebut di atas, apabila dikaitkan dengan analisis SWOT maka dapat dipahami bahwa suatu usaha bisnis yang dilakukan harus selalu difikirkan (direncanakan) agar tidak rugi dan sebaliknya bisa bermanfaat.

### 3. Faktor-Faktor Analisis SWOT

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu melihat faktor-faktor analisis SWOT. Yaitu, faktor eksternal dan internal suatu perusahaan. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing faktor tersebut:

#### a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan P). Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (*industry environment*) dan lingkungan bisnis makro (*macro environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.<sup>22</sup>

#### b. Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S and W). Dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).<sup>23</sup>

Faktor eksternal dan internal dalam perspektif SWOT memiliki penilaian terhadap kondisi suatu perusahaan, adapun penilaian tersebut

---

<sup>22</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 270.

<sup>23</sup> *Ibid.*

diukur berdasarkan beberapa keadaan. Keadaan tersebut akan peneliti gambarkan, yakni sebagai berikut:

<b>a. Faktor Eksternal</b>	
<i>Opportunities</i> > <i>Threats</i>	⇒ Kondisi Perusahaan Yang Baik
<i>Opportunities</i> < <i>Threats</i>	⇒ Kondisi Perusahaan Yang Tidak Baik
<b>b. Faktor Internal</b>	
<i>Strengths</i> > <i>Weaknesses</i>	⇒ Kondisi Perusahaan Yang Baik
<i>Strengths</i> < <i>Weaknesses</i>	⇒ Kondisi Perusahaan Yang Tidak Baik

Berdasarkan pada gambar di atas maka ada 2 (dua) kesimpulan yang bisa diambil dan layak diterapkan oleh suatu perusahaan, yaitu:

1. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *opportunities* (peluang) lebih besar dibandingkan *threats* (ancaman), dan begitu pula sebaliknya.
2. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *strengths* (kekuatan) lebih besar dibandingkan *weaknesses* (kelemahan) dan begitu pula sebaliknya.<sup>24</sup>

#### 4. Hal-hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Analisis SWOT.

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam tubuh perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan dan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

---

<sup>24</sup> *Ibid*,h. 271

a. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan yang juga dapat diandalkan serta berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuatnya lebih kuat dari para pesaingnya.

Menurut Pearce Robinson, kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.<sup>25</sup>

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Pearce. Robinson, *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), hlm., 231

<sup>26</sup> *Ibid.*

c. Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang.

Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan.<sup>27</sup>

d. Ancaman (*Treats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.<sup>28</sup>

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa

---

<sup>27</sup> *Ibid.* hal. 230

<sup>28</sup> *Ibid.*

analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu analisis strategis dan acuan logis dalam pembahasan sistematis tentang situasi perusahaan dan alternatif-alternatif pokok yang mungkin dipertimbangkan perusahaan.

## **5. Model Analisis SWOT**

Dalam rangka menciptakan suatu analisis SWOT yang baik dan tepat maka perlu kiranya dibuat suatu model analisis SWOT yang *representative*. Penafsiran *representative* disini adalah bagaimana suatu kasus yang akan dikaji dilihat berdasarkan ruang lingkup dari aktivitas kegiatannya, atau dengan kata lain kita melakukan penyesuaian analisis berdasarkan kondisi yang ada. Yaitu dengan menggunakan pendekatan matrik SWOT:

### **a. Matriks SWOT**

Matriks SWOT merupakan suatu teknik analisis yang dikembangkan untuk membantu para perencana strategi dalam proses pembuatan strategi. Teknik ini menggambarkan SWOT menjadi suatu matriks dan kemudian

diidentifikasi semua aspek dalam SWOT.<sup>29</sup> Berikut adalah tabel format dalam menganalisis dan menentukan keputusan strategis dengan pendekatan matrik SWOT:

<b>IFAS</b>	<b>STRENGTHS (S)</b> Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	<b>WEAKNESSES (W)</b> Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<b>EFAS</b>	<b>STRATEGI SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>OPPORTUNITIES (O)</b> Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	<b>STRATEGI ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
<b>THREATS (T)</b> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal		

Penjelasan Tabel :

Matrik SWOT ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti:

- a. Strategi SO (*Strengths and Opportunities*)

---

<sup>29</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Tehnik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), hal. 32

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST (*Strengths and Threats*)

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*)

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

d. Strategi WT (*Weaknesses and Threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.<sup>30</sup>

Penyusunan suatu formula SWOT dengan menggunakan faktor eksternal dan internal yang *representative* adalah dengan menempatkan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. Bobot Nilai

- 1.00 = Sangat Penting
- 0.75 = Penting
- 0.50 = Standar
- 0.25 = Tidak Penting
- 0.10 = Sangat Tidak Penting

---

<sup>30</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 274.

b. Rating Nilai

- 5= Sangat Penting
- 4= Penting
- 3= Netral
- 2= Tidak Baik
- 1= Sangat Tidak Baik

c. Skor Nilai

Untuk menentukan skor nilai akan dihitung dengan mempergunakan formula sebagai berikut:  $(SN=BN.RN)$ .

Keterangan:

SN= Skor Nilai

BN= Bobot Nilai

RN= Rating Nilai

## **B. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah**

### **1. Definisi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)**

Berdasarkan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM yang ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah:<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

a. 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.<sup>32</sup>

b. 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.<sup>33</sup>

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 dalam pemilikan yaitu bukan cabang atau dipunyai oleh usaha menengah atau besar.<sup>34</sup>

Indonesia telah mempunyai definisi usaha kecil yang dihubungkan dengan maksud pemberdayaan usaha kecil. artinya usaha kecil yang dapat mendapatkan bantuan dari pemerintah harus memenuhi kriteria sebagai berikut: (pasal 5 bab III):

- 1) Memenuhi kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- 2) Atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak rp. 1 miliar;
- 3) Milik warganegara indonesia, berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar;

---

<sup>32</sup> Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM Pasal 1 ayat 1.

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> Sueharto Prawirokusumo, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Yogyakarta:BPFE, 2010), h. 46.

- 4) Berbentuk usaha perseorangan, koperasi dan badan usaha berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum.<sup>35</sup>
- c. Usaha Menengah

Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.<sup>36</sup>

Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut UU No. 20 tahun 2008 ini digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha seperti yang diuraikan sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro
  - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (limapuluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Usaha Kecil
  - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah
  - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah).
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, h. 48

<sup>36</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM Pasal 1.

<sup>37</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM Pasal 6.

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintah seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk mendefinisikan kriteria skala usaha. Misalnya, menurut BPS, Usaha Mikro Indonesia (UMI) adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang; Usaha Kecil (UK) antara 5 hingga 19 pekerja; Usaha Menengah (UM) dari 20 hingga 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori Usaha Besar (UB).

## **2. Perkembangan UMKM di Indonesia**

Menurut perkembangan negara maju, usaha kecil dan menengah merupakan kegiatan terbesar jumlahnya dari pelaku ekonomi, merupakan mesin pembangunan, memberi penyelesaian perihal penyerapan tenaga kerja, oleh karena itu banyak upaya yang dilakukan untuk memberdayakan usaha kecil.

Sejak tahun 1993 Indonesia mempunyai departemen yang membina usaha kecil. Oleh departemen ini dilakukan upaya-upaya untuk memberdayakan usaha kecil, seperti dibentuknya UU No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil yang memberikan landasan hukum yang kuat untuk tumbuh kembangnya usaha kecil.

Berdasarkan data statistik perkembangan UMKM pada periode 1997-2012 usaha UMKM di setiap tahunnya selalu mengalami perkembangan, hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut<sup>38</sup>:

No	Tahun	Jumlah UMKM (Unit)	Persen (%)
1	1997	39765110	-7,42
2	1998	37911723	2,98
3	1999	39784036	4,94
4	2001	39964080	0,45
5	2002	41944494	4,96
6	2003	43460242	3,61
7	2004	44777387	3,03
8	2005	47017062	5,00
9	2006	49021803	4,26
10	2007	50145800	2,29
11	2008	51409612	2,52
12	2009	52764603	2,64
13	2010	53823722	2,01
14	2011	55206444	2,57
15	2012	56534593	2,41

Berdasarkan data perkembangan UMKM periode 1997-2012 tersebut di atas, diketahui bahwa setiap tahun pertumbuhan jumlah UMKM terus meningkat. Hal tersebut bisa dilihat dari jumlah pertumbuhan UMKM per unit atau jumlah pertumbuhan UMKM dalam persentase (%) pada tabel tersebut di atas.

### 3. Peran UMKM Bagi Perekonomian

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian dan pengentasan rakyat dari kemiskinan. Peran utama UMKM dalam perekonomian nasional adalah menciptakan lapangan kerja,

<sup>38</sup> Badan Pusat Statistik, "Tabel Perkembangan UMKM pada Periode 1997-2012" <https://www.bps.go.id>. Diunduh pada 01 Juni 2016.

menggerakkan roda perekonomian, meningkatkan pertumbuhan output dan menyediakan kebutuhan masyarakat.<sup>39</sup>

Peran UMKM sebagai fokus penyerapan tenaga kerja terbesar terlihat pada tahun 1997 UMKM berkontribusi lebih dari 39,7 juta unit usaha atau mencakup 99,8 persen dari total unit usaha pada tahun awal krisis tersebut.<sup>40</sup>

Tahun 1998, Bappenas berupaya melihat peran UMKM dalam pembangunan. Peran tersebut adalah, pertama, penyerapan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Dan kedua mengurangi tingkat kemiskinan.<sup>41</sup>

Tidak hanya itu, UMKM telah terbukti memberikan sumbangan yang signifikan terhadap perkembangan perekonomian suatu negara. Fenomena ini tidak hanya terjadi pada negara berkembang saja, namun juga negara maju. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan kajian eksistensi dan peran UMKM di berbagai negara, seperti:

Untuk Jerman misalnya, pada tahun 2005 terdapat 3,4 juta UMKM yang merupakan 90 persen dari kegiatan ekonomi Jerman dengan kontribusi 70 persen dari total angkatan kerja. Sedangkan di Jepang, 4,6 Juta UMKM dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 75 persen dari total angkatan kerja dan menyumbangkan 60 persen GDP.<sup>42</sup>

---

<sup>39</sup> *Ibid*, h. 169

<sup>40</sup> Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Masyarakat Kecil*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 168

<sup>41</sup> Rachma Fitriati, *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif: Sebuah Riset Tindakan Berbasis Soft System Methodology*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2005), H. 6

<sup>42</sup> *Ibid*.

#### 4. Kendala-Kendala Yang Dihadapi UMKM

Sebagai usaha yang ruang lingkup usahanya dan anggotanya adalah (umumnya) rakyat kecil dengan modal terbatas dan kemampuan manajerial yang juga terbatas, UMKM sangat rentan dengan permasalahan perekonomian.

Menurut Kuncoro, sebagaimana dikutip dari bukunya Christea Frisdiantara, dalam bukunya yang berjudul *Ekonomi Pembangunan: Sebuah Kajian Teoretis Dan Empiris* mengungkapkan bahwa ada beberapa kendala yang dialami oleh UMKM dalam menjalankan usahanya. Kendala tersebut berupa tingkat kemampuan, keterampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran dan keuangan.<sup>43</sup>

UMKM di Indonesia memiliki jumlah yang sangat banyak dan memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian di Indonesia namun masih terdapat beberapa tantangan dan masalah yang dihadapi sektor UMKM. Menurut Kuncoro, diantara masalah dan tantangan yang dihadapi UMKM di Indonesia di antaranya adalah sebagai berikut:

- b. Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar peluang pasar;
- c. Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur untuk sumber-sumber permodalan;
- d. Kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia;
- e. Keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar usaha kecil (sistem informasi pemasaran);
- f. Iklim usaha yang kurang kondusif karena iklim usaha yang mematikan;
- g. Pembinaan yang dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.<sup>44</sup>

Tantangan yang dihadapi UMKM diantaranya meliputi dua aspek yaitu:

- a. Bagi yang memiliki omset kurang dari Rp. 300 juta per tahun umumnya tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjaga kelangsungan hidup usahanya.
- b. Bagi usaha yang memiliki omset diatas Rp. 300 juta sampai Rp. 2,5 miliar setahun tantangan yang dihadapi jauh lebih kompleks. Diantaranya adalah:
  - 1).Masalah belum adanya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik karena belum dipisahkan kepemilikan dan pengelolaan perusahaan.

---

<sup>43</sup> Cristea Frisdiantara, Imam Mukhlis, *Ekonomi Pembangunan Sebuah Kajian Teoretis dan Empiris*, (Malang, Katalog Dalam Terbitan (KDT), 2016), h. 151.

<sup>44</sup> *Ibid.*, h. 152.

- 2).Masalah bagaimana memperoleh pinjaman dan membuat studi elayakan untuk memperoleh pinjaman baik dari bank maupun modal ventura karena biasanya UMKM mengeluh berbelit-belitnya prosedur memperoleh kredit, agunan tidak memenuhi syarat, dan tingkat bunga dinilai cukup tinggi.
- 3).Masalah menyusun perencanaan bisnis karena persaingan dalam merebut pasar semakin ketat.
- 4).Masalah akses terhadap teknologi terutama bila pasar dikuasai oleh perusahaan atau grub bisnis tertentu dan selera konsumen cepat berubah.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> *Ibid.*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancan (lapangan) kerja penelitian.<sup>46</sup>

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini terfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskriptif, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan.<sup>47</sup>

Penelitian lapangan ini dilakukan dengan meneliti objek secara langsung lokasi yang akan diteliti agar mendapat hasil yang maksimal. Dalam hal ini lokasi penelitian adalah di Percetakan Paradise Sekampung.

#### **B. Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan beberapa sumber data, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder.

##### 1. Sumber Data Primer

---

h. 34 <sup>46</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005),

<sup>47</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2010), h. 6

Sumber Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh dari sumber pertama melalui prosedur dan tehnik pengambilan data yang dapat berupa interviu, observasi maupun penggunaan instrumen pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuannya.<sup>48</sup> Untuk menjawab pertanyaan penelitian, dalam penelitian ini peneliti memperoleh sumber data primer dari seorang Pimpinan Percetakan Paradise dan 3 karyawan percetakan Paradise.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari sumber tidak langsung biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.<sup>49</sup> Atau sumber data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain.<sup>50</sup> Data sekunder umumnya diperoleh dari dokumen-dokumen seperti literatur dan arsip-arsip yang ada di percetakan Paradise Sekampung yang mempunyai keterkaitan dengan judul peneliti serta gambaran umum dari objek yang diteliti.

Sumber data sekunder yang peneliti gunakan berasal dari buku-buku yang membahas tentang Analisis SWOT, salah satu buku yang digunakan, yaitu buku karangan Irham Fahmi yang berjudul Manajemen Risiko, Buku Karangan Freddy Rangkuti yang berjudul *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.*, serta beberapa dokumen-dokumen lain, seperti sejarahh berdirinya Percetakan Paradise, visi-misi dan lain-lain terkait dengan objek penelitian.

---

<sup>48</sup>*Ibid.*, h. 36

<sup>49</sup>*Ibid.*

<sup>50</sup>Usman Rianse dan Abdi, *Metodelogi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, Cet. Ke-3, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 219.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah informasi yang didapat melalui pengukuran-pengukuran tertentu untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta. Sedangkan fakta itu sendiri adalah kenyataan yang telah diuji kebenarannya secara empiric, sehingga peneliti dapat mengetahui hasil dari pengamatan yang telah dilakukannya dan lebih dapat memahami situasi dan kondisi yang akan diamati, kemudian dapat memudahkan peneliti dalam memaparkan hasil dari pengumpulan data. Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewancari dan jawaban diberikan oleh yang diwawancara.<sup>51</sup> Wawancara dilihat dari bentuk pertanyaan dapat dibagi dalam 3 bentuk yaitu:

- a. Wawancara berstruktur (pertanyaan-pertanyaan mengarahkan pada jawaban dalam pola yang dikemukakan);
- b. Wawancara tak berstruktur (pertanyaan-pertanyaan yang dapat dijawab secara bebas oleh responden tanpa terikat pada pola-pola tertentu);
- c. Campuran (campuran antara wawancara berstruktur dan tak berstruktur).<sup>52</sup>

Penelitian ini menggunakan wawancara tak berstruktur, yaitu wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman

---

<sup>51</sup> *Ibid.*, h. 105.

<sup>52</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), h. 122

wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya.<sup>53</sup>

Pedoman wawancara hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tak terstruktur digunakan dalam penelitian pendahuluan atau untuk penelitian yang lebih mendalam tentang subyek yang diteliti. Wawancara ini dilakukan kepada pemilik Percetakan Paradise dan beberapa karyawan yang bekerja di Percetakan Paradise.

## 2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah penjaringan data-data dari prasasti-prasasti, naskah-naskah kearsipan (baik dalam bentuk barang cetakan maupun rekaman, data gambar, foto dan lain sebagainya).<sup>54</sup>

Dalam rangka mendapat data yang lengkap dan akurat, maka diperlukan bahan-bahan penunjang dari literatur yang membahas tentang Analisis SWOT, yaitu dengan melalui penelusuran dokumen yang ada dipergustakaan dan data yang ada di Percetakan Paradise sekampung. Selain itu peneliti menggunakan buku-buku dan catatan-catatan dengan sebutan riset pustaka.

## **D. Teknik Analisa Data**

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola,

---

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, h. 387

<sup>54</sup> *Ibid.*, h. 138

memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, kemudian membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>55</sup> Kemudian peneliti menggunakan teori yang ada dengan kenyataan yang terjadi di lapangan guna mengambil sesuatu kesimpulan dari penelitian ini terhadap pelaksanaan teori dan praktik di lapangan. Setelah peneliti memperoleh data yang diperlukan, maka peneliti mengolah data dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis kualitatif, sehingga menjadi suatu hasil pembahasan berupa penjelasan mengenai Analisis SWOT dan kondisi yang ada di Percetakan Paradise Sekampung, dengan menggunakan cara berfikir induktif. Metode berfikir induktif adalah metode menerangkan dari data ke arah teori.<sup>56</sup>

Berdasarkan keterangan tersebut di atas, maka berfikir secara induktif dalam penelitian ini nantinya akan membahas secara khusus tentang Analisis SWOT pada usaha percetakan Paradise yang kemudian digeneralisasikan dengan teori.

---

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 428

<sup>56</sup> *Ibid.*, h. 82

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat

Percetakan Paradise merupakan sebuah UMKM milik Pak Mahfud, berdiri pada 1 November 1997 di Jln. Soekarno Hatta No. 56 Blok Barat Pasar Sekampung Kec. Sekampung. Pada saat itu, beliau melihat adanya peluang bisnis disini, yaitu membuka usaha percetakan. Karena di daerah tersebut, belum ada usaha percetakan di lingkungan sekitar pasar.<sup>57</sup>

Awal mula pendiriannya, Pak Mahfud memulai usaha percetakannya di kios ukuran 3 X 2,5 dengan bermodalkan pengalaman belajar di kursus sablon Wikness Metro selama tiga hari. Karena beliau merasa sudah bisa, maka kemudian beliau segera membeli peralatan samblon dengan bermodalkan uang sebesar Rp. 400.000. Dalam menjalankan usahanya Pak Mahfud dibantu oleh istri dan beberapa saudaranya. Pada awal mula pendirian usaha, jumlah karyawan di percetakan Paradise sebanyak 6 orang karyawan dan pada tahun 2000 jumlah karyawan bertambah menjadi 10 orang karyawan hingga saat ini tahun 2017. Pada awalnya Percetakan Paradise hanya bergerak dibidang pencetakan sablon manual biasa. Namun, mulai tahun 2003 percetakan Paradise berkembang menjadi percetakan design dan printing modern.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Mahfud, Pimpinan Usaha Percetakan Paradise Sekampung, *Wawancara*, Sabtu 25 Juli 2016.

<sup>58</sup> *Ibid.*

## 2. Visi dan Misi Usaha Percetakan Paradise Sekampung

Usaha Percetakan Paradise dalam menjalankan operasionalnya terancang dalam satu tujuan. Maka usaha percetakan paradise memiliki visi dan misi. Adapun visi dan misi usaha percetakan paradise yakni sebagai berikut:

### a. Visi

Terwujudnya jasa percetakan dengan layanan terbaik dengan produk yang berkualitas.

### b. Misi

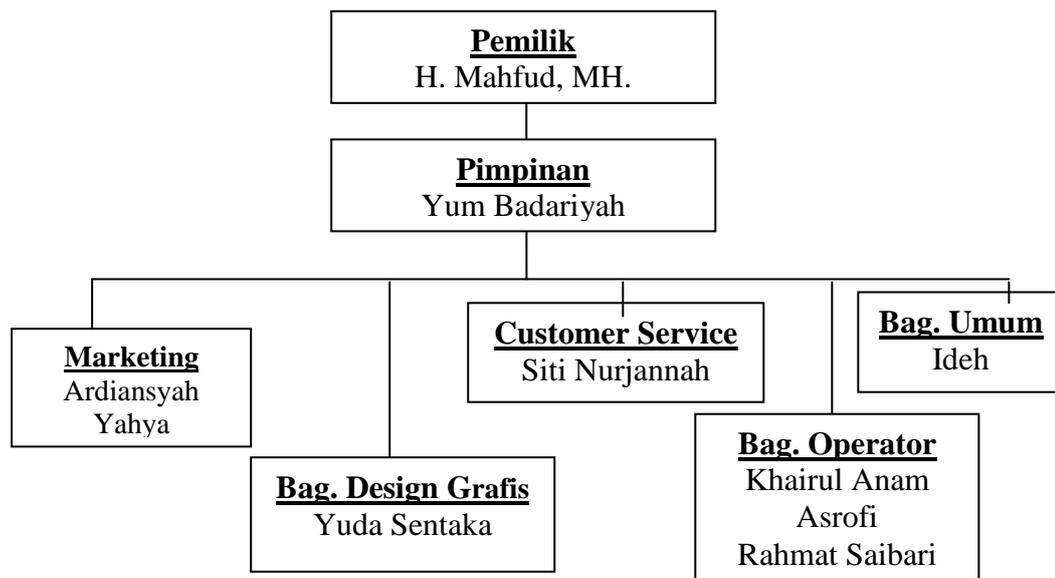
1) Memberikan pelayanan terbaik dan profesional kepada para konsumen dan karyawan.

2) Menciptakan produk yang berkualitas dan berdaya saing.<sup>59</sup>

## 3. Struktur Organisasi Percetakan Paradise

Gambar 1

### STRUKTUR PERCETAKAN PARADISE<sup>60</sup>



<sup>59</sup> *Ibid.*

<sup>60</sup> *Ibid.*

Berikut adalah tugas masing-masing bagian (*Job Description*) usaha percetakan Paradise Sekampung:

a. Pemilik

Percetakan Paradise merupakan sektor UMKM dengan bentuk usaha perseorangan, disini tugas pemilik (H. Mahfud, MH) yaitu sebagai pengawas atau penasehat.<sup>61</sup>

b. Pimpinan

- 1) Memimpin pelaksanaan kerja karyawan Percetakan Paradise;
- 2) Bertanggung jawab atas pelaksanaan harian dan periodik di Percetakan Paradise.<sup>62</sup>

c. Marketting

Sebagai aparat manajemen yang ditugaskan untuk membantu pimpinan dalam menangani tugas-tugas khususnya yang menyangkut bidang *marketing*.

- 1) Mencari konsumen dan;
- 2) Mengantar pesanan.<sup>63</sup>

d. Costumer Service

- 1) Memberi informasi dalam hal operasional usaha Percetakan Paradise;
- 2) Melayani konsumen dalam melakukan pesanan/order;
- 3) Menerima pembayaran, dan mengelola kas fisik yang ada serta bertanggung jawab atas keamanan dan kebenaran jumlah uang yang dikelola.<sup>64</sup>

---

<sup>61</sup> *Ibid.*

<sup>62</sup> *Ibid.*

<sup>63</sup> *Ibid.*

e. Bagian Umum

Karyawan yang bertugas untuk membantu penyediaan sarana kebutuhan karyawan atau perusahaan agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik.<sup>65</sup>

f. Bag. Design Grafis

Tugas bag. Design grafis adalah merancang, menyusun bahan (huruf, gambar dan unsur grafis lain) menjadi informasi visual pada media (cetak) yang dimengerti publik sesuai dengan permintaan konsumen.<sup>66</sup>

e. Bag. Operator

Tugas bag. Operator atau teknisi yaitu mengoperasikan jalannya mesin cetak (khususnya pada mesin cetak offset).<sup>67</sup>

## **B. Perkembangan Usaha Percetakan Paradise**

Percetakan Paradise Sekampung pada dasarnya memiliki program kerja seperti rencana pembukaan cabang, meningkatkan kualitas kerja karyawan dan lain sebagainya, namun program kerja tersebut tidak dibuat secara tertulis oleh percetakan Paradise Sekampung melainkan hanya dalam bentuk lisan, sehingga dalam realisasinya program kerja tersebut tidak ada target dalam realisasikannya.<sup>68</sup>

Usaha percetakan Paradise Sekampung sejak berdiri pada November 1997 hingga saat ini tahun 2017 itu artinya usaha percetakan paradise sudah sudah berjalan cukup lama, yaitu kurang-lebih sekitar 19 tahun. Pada awalnya

---

<sup>64</sup> *Ibid.*

<sup>65</sup> *Ibid.*

<sup>66</sup> *Ibid.*

<sup>67</sup> *Ibid.*

<sup>68</sup> *Ibid.*

usaha percetakan Paradise hanya melayani jasa cetak sablon manual biasa, namun, sejak tahun 2003 usaha percetakan Paradise berkembang menjadi percetakan design dan printing modern. Awal mula berdirinya usaha percetakan Paradise ini, usaha percetakan hanya dijalankan oleh pak Mahfud, istri, dan adik-adiknya. Selama tiga bulan setelah pendirian, usaha percetakan Paradise hanya mendapat tiga orderan. Namun, lambat laun usaha percetakan Paradise semakin berkembang.<sup>69</sup>

Saat ini omset atau pendapatan usaha percetakan Paradise rata-rata dalam satu bulan mencapai Rp. 30.000.000 – Rp. 45.000.000,-. Tinggi atau rendahnya tingkat omset atau pendapatan usaha percetakan Paradise bisa dibidang musiman. Artinya, dalam menjalankan usahanya jumlah orderan pada percetakan Paradise dipengaruhi oleh moment-moment tertentu. Seperti misalnya moment jelang ujian, musim hajatan, dan tahun ajaran baru.

Berikut akan peneliti ilustrasikan dalam bentuk tabel data omset atau pendapatan per bulan usaha percetakan Paradise tahun 2016, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Data Omset Usaha Percetakan Paradise Tahun 2016<sup>70</sup>**

No	BULAN (2016)	OMSET (Rp)
1	JANUARI	68.000.000
2	FEBRUARI	30.000.000
3	MARET	37.000.000
4	APRIL	35.000.000
5	MEI	41.000.000
6	JUNI	26.000.000
7	JULI	27.000.000

---

<sup>69</sup> *Ibid.*

<sup>70</sup> *Ibid.*

8	AGUSTUS	63.000.000
9	SEPTEMBER	42.000.000
10	OKTOBER	41.000.000
11	NOVEMBER	41.000.000
12	DESEMBER	52.000.000

Berdasarkan data tersebut di atas, dapat dijelaskan bahwa pendapatan usaha percetakan Paradise cenderung fluktuatif, karena tinggi atau rendahnya omset dipengaruhi oleh banyaknya orderan. Berdasarkan gambar tabel tersebut di atas, dapat peneliti jelaskan sebagai berikut:

Omset usaha percetakan Paradise Sekampung pada bulan Januari bisa dikatakan cukup sebesar, yaitu Rp. 68.000.000,- pendapatan pada bulan ini cukup tinggi karena pada bulan januari banyak orderan pembuatan bener, undangan, dan kalender. Pada bulan Februari, Maret, dan April omset usaha percetakan Paradise relatif stabil yaitu, Rp.30.000.000, Rp.37.000.000, dan Rp.35.000.000,-. sedangkan pada bulan Mei omset cenderung meningkat jika dibandingkan bulan sebelumnya, yaitu Rp, 41.000.000,-, hal ini disebabkan pada bulan Mei orderan cukup banyak, seperti cetak undangan pernikahan, foto, dan film. Namun, menjelang puasa bulan Juni omset usaha percetakan Paradise turun, yaitu Rp.26.000.000,- karena order cetak undangan, Foto, dan pembuatan film menurun. Kemudian, omset pada bula berikutnya, yaitu pada bulan juli sampai dengan desember mengalami peningkatan. Pada bulan juli besaran omset percetakan paradise mencapai Rp. 27.000.000,- dan pada bulan agustus omset percetakan Paradise kembali mengalami kenaikan yaitu sebesar Rp.63.000.000,- namun pada bulan berikutnya yaitu september, mengalami penurunan, namun besaran omset masih mencapai Rp.42.000.000 dan pada bulan pada bulan oktober, november besaran omset mencapai Rp.21.000.000,

dan pada bulan desember omset usaha percetakan paradise kembali mengalami kenaikan, yaitu mencapai Rp. 52.000.000.<sup>71</sup>

### **C. Strategi Pengembangan Usaha Percetakan Paradise**

Percetakan Paradise dalam usahanya dikatakan cukup berkembang, hal tersebut ditandai dengan kemampuannya dalam mempertahankan bisnis usahanya hingga saat ini yang bisa dikatakan sudah lama, yakni kurang lebih sekitar 18 tahun.

Bertahannya usaha percetakan Paradise hingga saat ini tentunya dipengaruhi oleh bagaimana strategi dari usaha percetakan Paradise dalam mempertahankan usaha percetakannya agar mampu bersaing di tengah perkembangan Ekonomi dan Budaya. Adapun strategi yang digunakan oleh percetakan Paradise dalam mempertahankan usahanya dapat diilustrasikan berdasarkan kondisi usaha percetakan Paradise, baik dari aspek kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunities*) serta ancaman (*threats*) yang di hadapi oleh usaha percetakan Paradise, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Kekuatan (*strengths*)**

Kekuatan yang dimiliki disini adalah kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki oleh pelaku usaha percetakan Paradise dalam menjalankan usahanya dan kekuatan-kekuatan yang dimiliki tersebut mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha percetakan paradise ditengah persaingan dan kemajuan dunia bisnis, adapun kekuatan-kekuatan tersebut yaitu sebagai berikut:

---

<sup>71</sup> *Ibid.*

a. Lokasi Yang Strategis

Lokasi yang strategis adalah salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan, tidak terkecuali dengan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan. Usaha percetakan Paradise didirikan di pasar Sekampung. Hal ini tentu sangat mendukung perkembangan usaha percetakan Paradise, kita ketahui bahwa pasar merupakan simpulnya masa (tempat bertemunya orang) sehingga hal ini keberadaan percetakan Paradise lebih mudah diketahui orang.<sup>72</sup>

b. Harga Yang Bersaing

Konsumen pada umumnya lebih menyukai tempat dimana mereka bisa mencetak undangan, bener, atau yang lainnya dengan harga yang lebih murah dan tentunya dengan kualitas produk yang bagus.<sup>73</sup>

c. Sumber Daya Manusia Yang Ramah

Karyawan merupakan modal utama dalam suatu bisnis. Karena, seorang karyawan akan berkomunikasi dan berinteraksi langsung dengan para pelanggan atau konsumen, sehingga dalam hal ini banyaknya jumlah orderan pada usaha percetakan juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan karyawan dalam meyakinkan konsumen terkait produk yang dihasilkan oleh percetakan Paradise Sekampung. Hal ini merupakan salah satu strategi yang digunakan percetakan Paradise untuk menarik konsumen<sup>74</sup>

---

<sup>72</sup> *Ibid.*

<sup>73</sup> *Ibid.*

<sup>74</sup> Ardiansyah, Marketing Usaha Percetakan Paradise Sekampung, *Wawancara*, Senin, 01 Mei 2017.

d. Kualitas Produk Yang Dihasilkan

Hasil cetakan yang berkualitas tentunya juga menjadi kekuatan dalam strategi usaha percetakan Paradise, hal ini didukung oleh kelengkapan peralatan cetak dan sumber daya manusia yang berkualitas dan sudah profesional dalam bidangnya.<sup>75</sup>

e. Fleksibelitas Layanan

Percetakan Paradise dalam hal ini mengupayakan pelayanan kepada para pelanggan atau konsumen yaitu dengan bertanggung jawab jika terjadi kesalahan terhadap barang yang dipesan. Dalam hal ini, jikapun kesalahan tersebut disebabkan dari pihak pemesan, percetakan paradise tetap berupaya memberikan solusi atas kesalahan tersebut.<sup>76</sup>

**2. Kelemahan (*weaknesses*)**

Kelemahan merupakan penghalang yang dihadapi oleh para pengusaha dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya yang mempengaruhi pencapaian laba yang diinginkan oleh usaha percetakan Paradise. Adapun kelemahan-kelemahan tersebut antara lain:

a. Modal Yang Besar Dalam Pendirian Usaha

Modal yang besar dalam hal ini menjadi salah satu kelemahan bagi pengusaha UMKM, mengingat modal yang digunakan adalah milik sendiri dan jika ingin menggunakan jasa perkreditan seperti Bank atau non Bank persyaratannya cukup sulit dan prosesnya lama.<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup> Mahfud, Pimpinan Usaha Percetakan Paradise Sekampung, *Wawancara*, Sabtu 25 Juli 2016.

<sup>76</sup> *Ibid.*

<sup>77</sup> *Ibid.*

b. Manajemen Bekerja Kurang Optimal

Usaha percetakan Paradise sudah dilakukan pembukuan atau pencatatan, namun dalam kegiatan pencatatan tersebut belum dilakukan secara teratur, karena belum adanya mesin kasir sehingga pencatatan transaksi belum bisa dilakukan secara rapi.<sup>78</sup>

c. Kondisi Jalan Sekampung Yang Rusak

Mengingat konsumen atau pelanggan percetakan Paradise juga ada di luar wilayah Sekampung, seperti Metro dan Bandar Lampung. Tidak hanya itu, karena tidak semua tahapan proses percetakan bisa dilakukan seluruhnya oleh percetakan Paradise, misalnya seting film. Karena dalam tahapan ini terkadang percetakan Paradise tidak bisa mendesain sesuai dengan permintaan konsumen. Sehingga, dalam hal ini percetakan Paradise harus datang ke Metro untuk menyeting film tersebut ke penyedia jasa lain dan setelah film sudah jadi maka proses pencetakan dilakukan di percetakan Paradise. Hal ini bisa dikatakan menjadi salah satu kendala bagi usaha percetakan Paradise terkait dengan efisiensi waktu.<sup>79</sup>

d. Perawatan Alat Produksi

Terkait dengan perawatan alat produksi, sampai saat ini percetakan Paradise belum mempunyai karyawan teknisi khusus untuk sekedar memantau atau memperbaiki alat produksi percetakan, sehingga jika

---

<sup>78</sup>Siti Nurjanah, Costumer Service Usaha Percetakan Paradise Sekampung, *Wawancara*, Senin, 01 Mei 2017.

<sup>79</sup> Mahfud, Pimpinan Usaha Percetakan Paradise Sekampung, *Wawancara*, Sabtu 25 Juli 2016.

terjadi kerusakan, maka harus memperbaikinya pada penyedia jasa yang bisa memperbaiki alat cetak tersebut.<sup>80</sup>

e. Transportasi

Transportasi juga menjadi salah satu kendala-atau hambatan dalam operasional percetakan Paradise. Hal ini terjadi, karena tidak semua tahapan dalam proses percetakan pengerjaannya bisa dilakukan seluruhnya oleh percetakan Paradise, misalnya seting film. Pada tahapan ini terkadang percetakan Paradise tidak bisa mendesain sesuai dengan permintaan konsumen, sehingganya dalam hal ini percetakan Paradise harus datang ke penyedia jasa di kota Metro untuk menyeting film tersebut ke penyedia jasa lain yang bisa menyeting film sesuai dengan pesanan konsumen dan setelah film sudah jadi maka proses pencetakan baru dilakukan di percetakan Paradise Sekampung.<sup>81</sup>

### 3. Kesempatan (*Opportunities*)

Kondisi ini yaitu suatu keadaan yang mendukung atau memberikan kesempatan kepada usaha percetakan Paradise untuk tumbuh dan berkembang. Adapun Kesempatan ini yaitu sebagai berikut:

a. Luasnya Pangsa Pasar

Perkembangan perekonomian, sosial dan budaya pada masyarakat. Hal ini membuka kesempatan bagi UMKM, termasuk usaha

---

<sup>80</sup>Khairul Anam, Bagian Operator Usaha Percetakan Paradise Sekampung, *Wawancara*, Senin 01 Mei 2017.

<sup>81</sup>Mahfud, Pimpinan Usaha Percetakan Paradise Sekampung, *Wawancara*, Sabtu 25 Juli 2016.

bisnis percetakan untuk tetap eksis memberikan layanan dalam sektor jasa.<sup>82</sup>

b. Kompetitor (pesaing)

Usaha percetakan paradise Sekampung menjadi satu-satunya usaha percetakan paling besar di daerah sekampung, adapaun usaha sejenis yang dianggap sebagai pesaing yaitu pesaing baru, namun sampai saat ini percetakan Paradise justru menawarkan kepada usaha sejenis yang ada di sekitar Percetakan Paradise justru dijadikan sebagai rekan kerja, dalam hal ini percetakan Paradise bekerjasama dengan percetakan-percetakan kecil atau agent yang ada di sekitar wilayah Sekampung.<sup>83</sup>

c. Memperluas Tempat Usaha

Banyaknya pengguna jasa percetakan membuat usaha percetakan untuk memperluas tempat usaha ke daerah lain yang mungkin dianggap mempunyai potensi untuk mengembangkan atau memperluas usaha percetakan tersebut.<sup>84</sup>

d. Produk Yang Selalu Berkembang

Semakin berkembangnya kebutuhan masyarakat terhadap desaian yang semakin bervariasi, hal ini memberikan peluang bagi usaha percetakan untuk memberilakn jasa percetakan atas inovasi-inovasi yang muncul.<sup>85</sup>

e. Pola Prilaku dan Kebutuhan Masyarakat Yang semakin Berkembang

---

<sup>82</sup> *Ibid.*

<sup>83</sup> *Ibid.*

<sup>84</sup> *Ibid.*

<sup>85</sup> *Ibid.*

Saat ini banya instansi atau lembaga yang melakukan promosi dalam bentuk bener yang diletakkan di tempat-tempat strategis, serta budaya cetak undangan dan surat menyuratpun masih banyak dilakukan oleh masyarakat.

#### **4. Ancaman (*Threats*)**

Selain kendala dan hambatan sebagaimana disebutkan di atas, seiring dengan semakin berkembangnya perekonomian, teknologi, sosial dan budaya pada masyarakat. Usaha percetakan Paradise juga mengidentifikasi beberapa perkembangan tersebut sebagai sebuah ancaman bagi keberlangsungan usaha percetakan Paradise. Adapaun beberapa hal yang dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan usaha percetakan Paradise.

##### **a. Perkembangan Teknologi**

Perkembangan teknologi dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan usaha percetakan Paradise. Karena, dengan adanya teknologi yang semakin modern seperti HP dengan fasilitas internet, dan dilengkapi dengan viture yang sangat canggih, seperti E-mail, BBM, Whatsapp, Facebook, Chaton, Messenger dan lain-lain. Sehingga komunikasi dengan orang lain semakin mudah. Hal ini dikhawatirkan kegiatan undangan atau surat menyurat itu tidak akan ada lagi, karena sudah digantikan dengan teknologi yang sudah canggih tersebut. karena orderan di percetakan Paradise masih didominasi pada jasa cetak undangan. Meskipun pada kenyataanya saat ini, hal tersebut belum mempunyai pengaruh terhadap keberlangsungan usaha percetakan

Paradise. Namun, hal ini menjadi salah satu hal yang di indikasikan akan menjadi ancaman bagi keberlangsungan usaha percetakan Paradise.<sup>86</sup>

b. Munculnya Pesaing Baru

Pesaing baru menjadi salah satu ancaman bagi keberlangsungan usaha percetakan Paradise, apabila jika pesaing tersebut lebih bisa memberikan layanan yang baik seperti kualitas produk dan harga yang terjangkau, tentu hal ini nantinya akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha percetakan Paradise.<sup>87</sup>

c. Mahalnya Bahan Baku

Kondisi Ekonomi saat ini mengakibatkan harga bahan untuk percetakan mengalami peningkatan harga. Tentu kondisi ini nantinya juga akan memberikan ancaman bagi usaha percetakan Paradise. Seperti semakin besarnya biaya operasional yang harus dikeluarkan.<sup>88</sup>

d. Adanya MEA (Masyarakat Ekonomi Asean);

MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) adalah bentuk integrasi ekonomi ASEAN dalam artian adanya sistem perdagangan bebas antara Negara-negara ASEAN. Dengan adanya MEA, hal ini juga dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan usaha percetakan Paradise. Karena, dengan adanya MEA dikhawatirkan nantinya akan ada usaha printing-printing dari mancanegara yang masuk ke Indonesia dan usaha percetakan akan buka di mana-mana. Hal ini tentu nantinya akan memberikan pengaruh pada keberlangsungan usaha percetakan

---

<sup>86</sup> *Ibid.*

<sup>87</sup> *Ibid.*

<sup>88</sup> *Ibid.*

Paradise. Yaitu, dengan semakin kompetitifnya persaingan usaha dalam memberikan jasa percetakan.<sup>89</sup>

e. Kondisi Jalan

Kondisi jalan Sekampung yang rusak tentu juga akan menjadi ancaman bagi usaha percetakan Paradise, terutama bagi para konsumen di luar daerah Sekampung.<sup>90</sup>

#### **D. Implementasi Analisis SWOT Pada Percetakan Paradise Sekampung**

Berdasarkan strategi yang digunakan percetakan Paradise tersebut di atas, untuk mengetahui implementasi analisis SWOT pada usaha percetakan Paradise Sekampung peneliti akan membuat Matriks Evaluasi Faktor Internal ( *Internal Factor Evaluation* - IFE matrix) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal ( *External Factor Evaluation*–EFE Matrix ) dalam bentuk tabel. Namun sebelum peneliti membuat format tabel untuk menyusun suatu formula SWOT yang *representatif* terlebih dahulu dengan menempatkan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun dan menentukan faktor-faktor strategis eksternal dan internal suatu perusahaan.

Menyusun dan menghitung nilai bobot, rating, dan skor untuk tabel eksternal dan internal dibuat dengan teknik skala sebagai berikut:

d. Bobot Nilai

- 1.00 = Sangat Penting
- 0.75 = Penting

---

<sup>89</sup> *Ibid.*

<sup>90</sup> *Ibid.*

- 0.50= Standar
- 0.25= Tidak Penting
- 0.10= Sangat Tidak Penting

e. Rating Nilai

- 5= Sangat Penting
- 4= Penting
- 3= Netral
- 2= Tidak Baik
- 1= Sangat Tidak Baik

f. Skor Nilai

Untuk menentukan skor nilai akan dihitung dengan mempergunakan formula sebagai berikut:  $(SN=BN.RN)$ .

Keterangan:

SN= Skor Nilai

BN= Bobot Nilai

RN= Rating Nilai

**Tabel. 1**

***Matrix Internal Factor Evaluation ( IFE Matrix)***  
**Percetakan Paradise Sekampung**

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL UTAMA	BOBOT	RATING	SKOR
<b>KEKUATAN</b>			
a. Lokasi Yang Strategis	0.85	5	4.25
b. Harga Yang Bersaing	0.80	5	4.0

c. SDM Yang Ramah	0.75	4	3.0
d. Kualitas Produk	0.85	5	4.25
e. Fleksibelitas Layanan	0.50	3	1.5
<b>KELEMAHAN</b>			
a. Modal yang besar dalam pendirian usaha.	0.80	2	1.6
b. Manajemen kerja Kurang optimal.	0.50	1	0.50
c. Kondisi Jalan Sekampung yang rusak.	0.50	1	0.50
d. Perawatan alat Produksi.	0.85	2	1.7
e. Transportasi	0.60	2	1.2
<b>TOTAL</b>	<b>7.0</b>		<b>22.5</b>

Total skor adalah 22,5 mengindikasikan bahwa usaha percetakan Paradise Sekampung di atas rata-rata dalam keseluruhan kekuatan internalnya.

**Tabel. 2**

***Matrix External Factor Evaluation (EFE- Matrix )***  
**Percetakan Paradise Sekampung**

FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL UTAMA	BOBOT	RATING	SKOR
<b>KESEMPATAN</b>			
a. Luasnya Pangsa Pasar.	0.85	5	4.25
b. Kompetitor.	0.75	3	2.25
c. Memperluas tempat Usaha.	0.80	4	3.2

d. Produk Yang Selalu Berkembang.	0.80	4	3.2
e. Pola Prilaku dan Kebutuhan Masyarakat Semakin Berkembang.	0.85	5	4.25
<b>ANCAMAN</b>			
a. Perkembangan Teknologi.	0.75	2	1.5
b. Munculnya pesaing Baru.	0.80	2	1.6
c. Mahalnya Bahan Baku.	0.60	1	0.60
d. Adanya MEA.	0.80	2	1.6
e. Kondisi Jalan.	0.50	1	0.50
<b>TOTAL</b>	<b>7.5</b>		<b>22.95</b>

Total rata-rata tertimbang adalah 22.95 mengindikasikan bahwa usaha percetakan Paradise Sekampung di atas rata-rata dalam upayanya untuk menjalankan strategi yang memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari ancaman.

Kedua matriks tersebut di atas, merupakan kondisi relatif yang dihadapi oleh pengusaha percetakan Paradise di lokasi penelitian. kondisi-kondisi inilah yang mereka hadapi dalam menjalankan usahanya. Berikut adalah tabel yang akan peneliti gunakan untuk menganalisis dan menentukan keputusan strategis dengan menggunakan pendekatan matrik SWOT.

**Tabel 3**

**Matriks SWOT Pada Usaha Percetakan Paradise Sekampung**

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;"><b>STRENGTHS (S)</b></p> <p>a. Lokasi Yang Strategis  b. Harga Yang Bersaing  c. SDM Yang Ramah  d. Kualitas Produk  e. Fleksibilitas Layanan</p>	<p style="text-align: center;"><b>WEAKNESSES (W)</b></p> <p>a. Modal yang besar dalam pendirian usaha.  b. manajemen kerja kurang optimal.  c. kondisi jalan sekampung yang rusak.  d. perawatan alat produksi.  e. transportasi.</p>
<p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITIES(O)</b></p> <p>a. Luasnya Pangsa pasar  b. Kompetitor.  c. Memperluas Tempat Usaha.  d. Produk yang selalu berkembang.  e. Pola prilaku dan kebutuhan masyarakat semakin berkembang.</p>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI SO</b></p> <p>a. Menambah jumlah variasi produk yang ditawarkan.  b. memperluas pangsa pasar.  c. membuat harga yang terjangkau.  d. Memberikan diskon khusus pada jumlah pembelian tertentu terutama bagi langgan tetap.</p>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI WO</b></p> <p>a. Meningkatkan efisiensi biaya.  b. mengajukan kredit kepada bank untuk menambah modal usaha Bekerjasama dengan teknisi alat produksi.  c. Perlu menciptakan focus bisnis dengan kepemilikan inovasi produk yang semakin inovatif.</p>
<p style="text-align: center;"><b>THREATS (T)</b></p> <p>a. Perkembangn Teknologi.  b. Munculya Pesaing Baru.  c. Mahalnya Bahan Baku.</p>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI ST</b></p> <p>a. Mengembangkan daya saing.  b. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.</p>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI WT</b></p> <p>a. Seleksi jasa pengangkutan yang digunakan.  b. Perhatian kenyamanan.  c. Seleksi kualitas karyawan guna meningkatkan</p>

d. Adanya MEA.		persaingan.
e. Kondisi Jalan		d. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

Matriks SWOT pada gambar 3 tersebut di atas, dihasilkan empat alternatif strategis yang dapat diambil oleh pemilik atau pengelola usaha percetakan Paradise dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, yaitu sebagai berikut:

### 1. Strategi *Streght-Opportunities*

Kondisi ini biasanya menjadi kondisi yang diharapkan oleh sebuah perusahaan, karena kelebihan atau kekuatan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dipakai untuk memanfaatkan segala kesempatan yang ada, sehingga sebuah perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing yang baik jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan sejenis. Adapun beberapa kekuatan usaha percetakan Pardise Sekampung dalam memanfaatkan kesempatan yang ada:

#### a. Meningkatkan Inovasi dan Kretifitas Desain

Meningkatkan inovasi dan kreatif desain dalam hal ini dilakukan oleh usaha percetakan Paradise Sekampung agar nantinya usaha yang dijalankan berkemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga para pelanggan tidak beralih ke jasa percetakan lain.

#### b. Memperluas Pangsa Pasar

Dilihat berdasarkan lokasi operasional usaha Percetakan Paradise Sekampung, memang terdapat beberapa pesaing usaha meskipun lingkup usaha masih berada dibawah usaha percetakan

Paradise. Dengan demikian pendirian usaha baru menjadi penting, namun harus dengan perencanaan yang matang agar tercipta usaha yang berbeda dari yang lain.

c. Harga Yang Terjangkau

Penerapan strategi harga merupakan salah satu strategi yang diterapkan oleh pemilik atau pengelola, dalam menerapkan strategi bersaingnya untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Terciptanya harga yang bersaing pada usaha percetakan, dimana percetakan paradise menerapkan harga yang lebih murah, biasanya menarik konsumen untuk datang, sehingga akhirnya memiliki pelanggan lebih banyak. Selain itu, percetakan Paradise Sekampung juga memberikan potongan harga kepada pelanggan yang membeli atau memesan barang untuk partai besar, hal ini juga menjadi salah satu strategi bisnis yang dilakukan oleh usaha Percetakan Paradise Sekampung dalam mempertahankan kepercayaan konsumen.

**2. Strategi *Weaknesses-Oportunities***

Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan yang ada.

a. Meningkatkan Efisiensi Biaya

Pemilik modal menggunakan modal yang berasal dari dana sendiri dan jumlahnya sangat terbatas. Untuk itu, dalam hal ini pemilik usaha harus melakukan efisiensi biaya, agar para pelaku usaha akan tetap memenuhi kebutuhan dalam operasional usahanya.

b. Mengajukan Kredit ke Bank Untuk Penambahan Modal Usaha

Peluang untuk mendapatkan keuntungan besar dalam menjalankan usaha percetakan memang besar, namun usaha ini tentu membutuhkan modal yang cukup besar juga. Dalam hal ini, usaha percetakan Paradise Sekampung juga melakukan penambahan modal ke beberapa penyedia dana non-Bank yang ada di wilayah sekampung untuk membantu menambah permodalan usahanya.

**3. Strategi *Strengths–Threat***

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada. Adapun beberapa kekuatan tersebut, yakni sebagai berikut:

a. Mengembangkan Daya Saing

Daya saing sangatlah penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Perusahaan memiliki daya saing bila pelanggannya memperoleh kesan bahwa produk atau jasanya lebih baik daripada produk atau jasa pesaing. Percetakan Paradise Sekampung menciptakan kesan tersebut dengan menyediakan jasa yang beranekaragam sesuai dengan desain serta ukuran yang beranekaragam, sehingga para pelanggan memiliki kepuasan atas cetakan yang diinginkan.

b. Meningkatkan Pelayanan Kepada Pelanggan

Pelayanan pada percetakan paradise sudah baik, akan tetapi hal ini tidak menjamin pelanggan tidak berpindah kepada pesaing, oleh sebab itu dalam hal ini percetakan Paradise Sekampung terus

meningkatkan pelayanan agar pelanggan merasa puas. Salah satu hal yang dilakukan, yaitu menjaga loyalitas pelanggan, dan menjaga kenyamanan pelanggan saat berada di lokasi percetakan Paradise Sekampung.

#### **4. Strategi *Weaknesses-Threats***

Strategi ini berusaha meminimalisir kelemahan yang ada, serta menghindari ancaman. dalam kondisi ini perusahaan dituntut untuk segera berbenah diri, karena hanya dengan cara itulah sebuah perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

##### **a. Seleksi Jasa Pengangkutan Yang Digunakan**

Penggunaan jasa pengangkutan yang salah dapat memberikan kerugian pada suatu usaha ini, seperti dapat mengakibatkan kekosongan barang atau rusaknya barang yang dipesan karena tidak profesionalnya cara kerja dan jasa pengangkutan yang ada. Seleksi mana yang mampu mengirimkan barang-barang yang diproses dengan waktu yang lebih singkat, namun faktor biaya tetap diperhatikan dan dikomunikasikan dengan supplier untuk mendapatkan harga pengangkutan yang terbaik.

##### **b. Perhatikan Kenyamanan**

Kenyamanan Lingkungan perlu diperhatikan, hal ini perlu agar pelanggan mendapat kepuasan ketika berbelanja.

##### **c. Seleksi Kualitas Karyawan Guna Peningkatan Persaingan**

Untuk mendapatkan tenaga kerja yang terbaik maka perlu dilakukan proses seleksi tenaga kerja, karena tenaga kerja yang terampil

memang bagus, tetapi mencari tenaga kerja yang terampil ditambah dengan kelebihan lainnya seperti penampilan dan keramahan adalah jauh lebih baik.

d. Menjalinkan Hubungan Baik Dengan Pelanggan

Aset terpenting dari sebuah perusahaan baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil adalah pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan akan memberikan pelayanan terbaik bagi semua pelanggannya. Percetakan Paradise ditengah persaingan dunia usaha yang semakin ketatharus mampu memberikan pelayanan yang bai bagi para pelanggannya, agar pelanggannya tetap loyal. Agar percetakan paradise tidak kehilangan pelanggan, maka percetakan paradise hrus menjalin hubungan baik dengan pelanggan, yaitu dengan cara mengenal nama para pelanggan dan menyapa mereka pada saat mereka berkunjung dan berusaha membuat pengunjung merasa nyaman.

**E. Analisis Data Penelitian**

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan dengan menggunakan metode Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation - IFE matrix*) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation–EFE Matrix*) tersebut di atas dapat peneliti analisis bahwa, implementasi analisis SWOT pada usaha percetakan Paradise Sekampung pada faktor eksternal perusahaan yaitu posisi *Opportunities* yang lebih besar jika dibandingkan dengan posisi *Threats* dan faktor *internal* pada posisi *Strengths* memiliki nilai skor lebih besar jika

dibandingkan dengan posisi *Weaknesses*, dalam faktor internal bobot nilai *Strengths* pada percetakan Paradise Sekampung sebesar (3.75) dan bobot nilai *Weaknesses* pada percetakan Paradise Sekampung sebesar (3.25), sedangkan pada faktor eksternal perusahaan usaha percetakan Paradise Sekampung memiliki bobot nilai *Opportunities* sebesar (4.05) sedangkan pada posisi *Threats* memiliki bobot nilai sebesar (3.45).

Berdasarkan bobot nilai tersebut di atas, sebagaimana telah dijelaskan bab landasan teori bahwa analisis SWOT berdasarkan faktor *internal* dan *eksternal* menyatakan bahwa sebuah perusahaan yang baik adalah jika *Opportunities* (peluang) lebih besar dibandingkan *threats* (ancaman) dan apabila *Strengths* (kekuatan) lebih besar dibandingkan *Weaknesses* (kelemahan) begitupula sebaliknya. Jadi, berdasarkan bobot nilai analisis SWOT tersebut di atas usaha percetakan Paradise Sekampung termasuk sebuah perusahaan yang baik, karena faktor internal perusahaannya posisi *Strengths* (kekuatan) memiliki bobot nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan *Weaknesses* (kelemahan) dan pada faktor *eksternal* bobot nilai *Opportunities* (peluang) juga lebih besar jika dibandingkan dengan bobot nilai *Threats* (ancaman), sehingga dalam hal ini usaha percetakan Paradise Sekampung sudah mengimplementasikan analisis SWOT, namun belum seluruhnya, sehingga dalam hal ini usaha Percetakan Paradise Sekampung harus mengoptimalkan kembali implementasi analisis SWOT agar usaha percetakan Paradise bisa lebih komprehensif dalam mengetahui keadaan bisnis yang dijalankan.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada temuan penelitian tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan, bahwa UMKM Percetakan Paradise Sekampung sudah mengimplementasikan analisis SWOT dengan menggunakan strategi-strategi bisnis baik dari faktor *internal* maupun *eksternal*, namun dalam implementasinya belum optimal. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan bobot nilai melalui Matriks Evaluasi Faktor Internal ( *Internal Factor Evaluation-IFE matrix*) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal ( *External Factor Evaluation-EFE Matrix*).

Faktor *internal* mencakup *Strengths* dan *Weaknesses* dimana pada faktor *internal* ini posisi *Strengths* memiliki bobot nilai lebih besar jika dibandingkan dengan bobot nilai *Weaknesses*. Yaitu, Faktor *internal* pada posisi *Strengths* memiliki bobot nilai sebesar, yaitu (3.75) dan *Weaknesses* sebesar (3.25), sedangkan faktor eksternalnya mencakup *Opportunities* dan *Threats* dengan bobot nilai *Opportunities* sebesar (4.05) dan pada posisi *Threats* memiliki bobot nilai sebesar (3.45), sehingga posisi usaha percetakan Paradise Sekampung bisa dikatakan cukup baik, karena posisi *Strengths* dan *Opportunities* memiliki bobot nilai yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan Berdasarkan bobot nilai *Threats* dan *Weaknesses*.

## **B. Saran**

1. UMKM percetakan Paradise hendaknya lebih mengoptimalkan implementasi analisis SWOT.
2. UMKM percetakan Paradise hendaknya tetap mempertahankan keunggulan produk yang dihasilkan dengan meningkatkan ketrampilan desain.
3. UMKM percetakan Paradise hendaknya terus mengikuti perkembangan pasar, sehingga dapat terus bertahan dalam persaingan.
4. UMKM percetakan Paradise hendaknya juga memanfaatkan perkembangan sosial media untuk menunjang pemasaran produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fathoni. *Metode Penelitian dan Tehnik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Arief Rahmana. “ Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah”, *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009*, ISSN: 2907-5022. <http://journal.uii.ac.id/index.php/snati/article/view/file/1033/989>.
- Badan Pusat Statistik, “Tabel Perkembangan UMKM pada Periode 1997-2012” <https://www.bps.go.id>. Diunduh pada 01 Juni 2016.
- BAGIAN DATA-BIRO PERENCANAAN KEMENKOP, “statistik usaha mikro, kecil dan menengah (UKM): analisis konsentrasi regional UKM di Indonesia 1999-2001. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 9/ Nomor 2 Desember 2004, <http://journal.uii.ac.id/index.php/JEP/article/view/617/543>.
- Cristea Frisdiantara, Imam Mukhlis, *Ekonomi Pembangunan Sebuah Kajian Teoretis dan Empiris*, Malang, Katalog Dalam Terbitan (KDT), 2016.
- David, Fred R. *Managemen Strategis*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Freddy Rangkuti. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Hadhiri, Choiruddin SP, *Klasifikasi Kandungan Al-Qur'an Jilid 1*, Jakarta: Gema Insani Press, 2005.
- Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Masyarakat Kecil*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Irham Fahmi, *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Joko Subagio, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004
- Moh. Nasir, *metode penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983
- Nana Sudjana, *Penyusunan Karya Ilmiah cet. ke 4*, Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2001

- P. Joko subagyo, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Pearce Robinson, *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi, Dan Pengendalian Jilid 1*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1997.
- Pusat Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M), *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*, Metro: Stain Jurai Siwo Metro
- Qs. Al jumu'ah (62):10
- Rachma Fitriati, *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif: Sebuah Riset Tindakan Berbasis Soft System Methodology*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2005.
- Sueharto Prawirokusumo, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Yogyakarta:BPFE, 2010.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Psikologi UGM, 1985.
- Swardono, *Manajemen Strategic Konsep Dan Kasus*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002.
- UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).

## RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Banjarsari pada tanggal 05 Agustus 1989, anak ke- tiga dari pasangan Bapak Jarwono dan Ibu Sri Martini.



Pendidikan sekolah dasar peneliti ditempuh di SD N.

1 Metro Utara, selesai pada tahun 2001. Kemudian melanjutkan di SMP N. 6 Metro, selesai pada tahun 2004. Sedangkan pendidikan menengah atas di SMK N. 1 Metro Jurusan Akuntansi dan selesai pada tahun 2007. Kemudian melanjutkan pendidikan di IAIN Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Semester I TA. 2010.