

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR MENGEMBANGKAN
USAHA MIKRO BERBASIS EKONOMI KREATIF PADA
PENGRAJIN ECOPRINT DI WERUNGOTOK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

ALMA WAHYU PRASTIWI
NPM: 19.1.2.02.0105

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023

Skripsi oleh:

ALMA WAHYU PRASTIWI
NPM : 19.1.02.02.0105

Judul:

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR MENGEMBANGKAN
USAHA MIKRO BERBASIS EKONOMI KREATIF PADA
PENGRAJIN ECOPRINT DI WERUNGOTOK**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Pada Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 05 Juli 2023

Dosen Pembimbing I



Dr. Ema Nurzainul Hakimah, M.M
NIDN: 0727127801

Dosen Pembimbing II



Sigit Ratnanto, M.M
NIDN: 0706067004

Skripsi oleh:

ALMA WAHYU PRASTIWI
NPM: 19.1.02.02.0105

Judul:




**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR MENGEMBANGKAN
USAHA MIKRO BERBASIS EKONOMI KREATIF PADA
PENGRAJIN ECOPRINT DI WERUNGOTOK**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal: 18 Juli 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Ema Nurzainul Hakimah, M.M
2. Penguji I : Bambang Agus Sumantri, M.M
3. Penguji II : Sigit Ratnanto, M.M

Mengetahui,
Dekan FEB,



Dr. Subagyo, M.M
NIDN: 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Alma Wahyu Prastiwi
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Nganjuk, 02 April 2001
NPM : 19.1.02.02.0105
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa di dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah ditertibkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 05 Juli 2023
Yang Menyatakan

ALMA WAHYU PRASTIWI
NPM 19.1.02.02.0105

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Be Yourself

Tetap Semangat dan Berjuang!

“Ingat Janji Allah SWT bahwa “Setelah Kesulitan Ada Kemudahan”
(Q.S Al-Insyirah Ayat 5-6) Allah SWT tidak pernah ingkar janji pada janjinya.

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk almarhum Ayah dan Kakakku di surga, Ibu dan kedua Kakakku yang tak henti-hentinya memberikan doa cinta dan dukungan lahir dan batin. Terima kasih atas pengorbanan dan kerja kerasmu mendidikku.

Abstrak

Alma Wahyu Prastiwi: Analisis SWOT Sebagai Dasar Mengembangkan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Ecoprint Di Werungotok, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Usaha Berbasis Ekonomi Kreatif, Analisis SWOT

Strategi pengembangan usaha adalah sebagian dari masalah yang sering dijumpai usaha mikro dalam mengembangkan usaha. Menurut Vanessa, strategi merupakan hal penting untuk kelangsungan hidup suatu bisnis untuk mencapai tujuan atau sasarannya secara efektif, bisnis harus dapat menghadapi setiap masalah atau hambatan yang muncul di dalam bisnis atau di luar perusahaan.

Tujuan utama penelitian ini untuk menganalisis strategi apa yang sudah digunakan usaha ini serta memberikan strategi alternatif yang sesuai posisi dan situasi usaha saat ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan sumber data yang digunakan berupa data primer yang berasal dari data yang diberikan oleh informan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan model analisis SWOT. Model ini dipergunakan sebagai penentu posisi usaha dan alternatif strategi pengembangan usaha di Omah Craft Kautsar. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi strategi produk, promosi dan distribusi.

Hasil penelitian yang didapatkan bahwa strategi produk berdasarkan diagram SWOT berada pada kuadran I yang berarti memiliki kekuatan dan peluang besar. Alternatif strategi produk sesuai matrik SWOT yaitu strategi SO. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa strategi promosi berdasarkan diagram SWOT berada pada kuadran II yang memiliki ancaman cukup besar dari luar dan kekuatan dari dalam untuk mengatasi ancaman yang sedang dihadapi. Alternatif strategi produk sesuai matrik SWOT yaitu strategi ST. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa strategi distribusi berdasarkan diagram SWOT berada pada kuadran I yang disini berarti bahwa usaha ini memiliki kekuatan dan peluang besar. Alternatif strategi produk sesuai matrik SWOT yaitu strategi SO.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Analisis SWOT Sebagai Dasar Mengembangkan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Ecoprint Di Werungotok” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd, selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Dr. Ema Nurzainul Hakimah, M.M, selaku Dosen Pembimbing I Universitas Nusantara PGRI Kediri.
5. Bapak Sigit Ratnanto, M.M, selaku Dosen Pembimbing II Universitas Nusantara PGRI Kediri.
6. Kedua orang tua, Almarhum Ayah, Ibu tersayang yang telah membesarkanku, mendidik dan tidak pernah lelah dalam memberikan dukungan dan materi, dan yang mengajarku arti sebuah kesabaran, kejujuran dalam hidup. Karya ini saya persembahkan untuk kalian. Terimakasih kepada Ayah (Alm.) dan Ibu dan kelak cita-cita saya ini akan menjadi persembahan yang paling mulia untuk kalian dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada Ayah dan Ibu.
7. Kedua kakak kandungku, Teguh Arifianto dan Bagus Singgih Sutrisno yang selalu memberikan dukungan doa dan perhatian. Terimakasih sudah menggantikan posisi Almarhum Ayah untuk terus menyayangi dan menjaga adikmu ini.
8. Almarhum Abangku Achrommadhani yang telah membuatku jadi orang yang lebih kuat dan mandiri.
9. Haris Prastyono memberi saya motivasi dan semangat untuk terus menulis skripsi ini.
10. Sahabat-sahabatku Widi Prihatini, Inggrit Novitasari, Gabriella Rizky Sugi Davakhos, Moch. Hafid Muzaqi, Siti Aisyah, Retno Damayanti, Risma Dwi Antika, Arya Pandu Wicaksono, Muhammad Galang Bayu Saputra yang telah memberikan dukungan serta semangat sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
11. Ibu Umi Hanik Nikmatul Nikmah selaku pemilik usaha Omah Craft Kautsar yang telah memberikan ijin, bantuan dan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini.
12. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dalam pembuatan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 05 Juli 2023

ALMA WAHYU PRASTIWI
NPM. 19.1.02.02.0105

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kajian Teori	10
1. Strategi Pengembangan Usaha	10
2. Ekonomi Kreatif	17
3. Analisis SWOT.....	19
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berpikir	34
BAB III METODE PENELITIAN	36

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
1.	Pendekatan Penelitian.....	36
2.	Jenis Penelitian	36
B.	Kehadiran Peneliti	37
C.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
1.	Tempat Penelitian.....	38
2.	Waktu Penelitian	38
D.	Tahapan Penelitian.....	38
1.	Tahap Pengumpulan Data.....	38
2.	Tahap Analisis Data	41
3.	Pembahasan	61
E.	Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan	61
1.	Sumber Data	61
2.	Teknik Pemilihan Informan.....	62
F.	Prosedur Pengumpulan Data	63
1.	Observasi	63
2.	Wawancara	64
3.	Dokumentasi.....	65
G.	Teknik Analisis Data	65
1.	Reduksi Data	66
2.	Penyajian Data.....	66
3.	Penarikan Kesimpulan.....	67
H.	Uji Keabsahan Data	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		69
A.	Deskripsi Situs Penelitian dan Gambaran Informan	69
1.	Deskripsi Situs Penelitian.....	69
2.	Gambaran Informan	76
B.	Deskripsi Data Hasil Penelitian	78
1.	Analisis Strategi Pengembangan Produk Usaha	78
2.	Analisis Strategi Pengembangan Promosi Usaha.....	94
3.	Analisis Strategi Pengembangan Distribusi Usaha	106

C. Interpretasi dan Pembahasan	119
1. Produk	119
2. Promosi	121
3. Distribusi.....	122
D. Validasi Data.....	123
BAB V PENUTUP.....	125
A. KESIMPULAN.....	125
1. Produk	125
2. Promosi.....	126
3. Distribusi	127
B. IMPLIKASI.....	128
1. Implikasi Teoritis	128
2. Implikasi Praktis.....	129
C. SARAN.....	130
1. Bagi Omah Craft Kautsar	130
2. Bagi peneliti selanjutnya	131
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap PDB Tahun 2015-2019	2
Tabel 1.2 Daftar Produk UMKM Omah Craft Kautsar.....	5
Tabel 2.1 IFAS	22
Tabel 2.2 EFAS	24
Tabel 2.3 Daftar Pertanyaan Kuesioner	25
Tabel 2.4 Matrik Tows	28
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Produk	39
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Promosi	40
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Distribusi	40
Tabel 3.4 IFAS Produk	43
Tabel 3.5 IFAS Promosi.....	43
Tabel 3.6 IFAS Distribusi	44
Tabel 3.7 EFAS Produk	46
Tabel 3.8 EFAS Promosi	47
Tabel 3.9 EFAS Distribusi	47
Tabel 3.10 Daftar Pertanyaan Kuesioner	49
Tabel 3.11 Kombinnasi Strategi Matrik SWOT Produk.....	55
Tabel 3.12 Kombinnasi Strategi Matrik SWOT Promosi	57
Tabel 3.13 Kombinnasi Strategi Matrik SWOT Distribusi.....	58
Tabel 3.14 Informan Penelitian.....	62
Tabel 4.1 Nomor Induk Berusaha (NIB).....	72
Tabel 4.2 Produk yang dijual Omah Craft Kautsar	76
Tabel 4.3 Gambaran Informan 1	77
Tabel 4.4 Gambaran Informan 2	77
Tabel 4.5 Gambaran Informan 3	77
Tabel 4.6 Gambaran Informan 4	78
Tabel 4.7 Gambaran Informan 5	78

Tabel 4.8 Matrik IFAS Produk.....	80
Tabel 4.9 Matrik EFAS Produk	85
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Matrik SWOT Produk.....	88
Tabel 4.11 Kombinasi Strategi Matrik SWOT Produk.....	89
Tabel 4.12 Matrik IFAS Promosi.....	96
Tabel 4.13 Matrik EFAS Promosi.....	99
Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Matrik SWOT Promosi.....	102
Tabel 4.15 Kombinasi Strategi Matrik SWOT Promosi	103
Tabel 4.16 Matrik IFAS Distribusi	108
Tabel 4.17 Matrik EFAS Distribusi	112
Tabel 4.18 Ringkasan Hasil Matrik SWOT Distribusi	115
Tabel 4.19 Kombinasi Strategi Matrik SWOT Distribusi.....	116
Tabel 4.20 Waktu Pelaksanaan Wawancara	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Diagram Kuadran SWOT.....	26
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	35
Gambar 3.1 Diagram Matrik SWOT Produk	52
Gambar 3.2 Diagram Matrik SWOT Promosi	52
Gambar 3.3 Diagram Matrik SWOT Distribusi.....	53
Gambar 3.4 Triangulasi Waktu	68
Gambar 4.1 Logo Hanik Collection.....	70
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	73
Gambar 4.3 Diagram Matrik SWOT Produk	88
Gambar 4.4 Diagram Matrik SWOT Promosi	102
Gambar 4.5 Diagram Matrik SWOT Distribusi.....	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	135
Lampiran 2 Dokumentasi	157
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Skripsi	160
Lampiran 4 Surat Pengantar/Surat Ijin Penelitian.....	162
Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian	163

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masalah pengembangan ekonomi harus diperhatikan dan dilakukan sesuai atas dengan potensi yang tersedia. Masing-masing sumber daya yang tersedia dalam masyarakat adalah potensi guna memenuhi keperluan hidup. Sumber daya ini berupa sumber daya alam seperti daun kontinus, daun truja, daun jarak kepyar, daun jati, daun jarak wulung, bunga kamboja kuning, bunga sepatu dan bunga kenikir. Sumber daya alam tersebut banyak digunakan pengusaha bagi ekonomi kreatif dari segi pergerakan. Beragamnya perubahan dan kreativitas ini adalah wujud ekonomi kreatif yang harus dibesarkan baik bagi kepentingan kompetisi maupun keuntungan. Industri kreatif bukan hanya tentang mewujudkan nilai tambah ekonomi, tetapi juga tentang menciptakan nilai tambah kemasyarakatan, tradisi dan ekologi. Sehingga kegiatan kreatif tidak hanya dapat meningkatkan daya saing tetapi juga meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia.

Industri kreatif di Indonesia sendiri mulai mendapat pengakuan atas peran strategisnya dalam pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis. Selama bertahun-tahun istilah industri kreatif mulai banyak diperbincangkan, terutama tatkala Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2019 menyinggung perlunya mengembangkan ekonomi kreatif. Penerapan prinsip industri kreatif merupakan jalan keluar untuk menjaga kesinambungan

pembangunan dalam bidang ekonomi serta perkembangan usaha di masa kompetitif. Industri kreatif adalah tempat proses produksi sumber daya manusia supaya membentuk lebih baik serta bermutu dengan tujuan untuk memiliki kekuatan ide, gagasan dan pemikiran di masa depan. Ekonomi kreatif seharusnya membawa andil akan Produk Domestik Bruto (PDB) adalah Rp 1.211 triliun pada 2019, naik 9,6 %. Berdasarkan data Outlook Ekonomi Kreatif Opus tahun 2019, sektor ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi hingga Rp 1.100 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Kontribusi terbesar datang dari tiga subsektor ekonomi kreatif adalah kuliner, fashion dan kerajinan tangan. Berikut tabel 1.1 Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap PDB Tahun 2015-2019.

Tabel 1.1
Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap PDB Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Kontribusi
2015	Rp. 852 Triliun
2016	Rp. 922,59 Triliun
2017	Rp. 1.009 Triliun
2018	Rp. 1.105 Triliun
2019	Rp. 1.211 Triliun (Proyeksi PDB Ekonomi Kreatif Tahun 2018)

Sumber: Data Sekunder Diolah (2018)

Setiap tahun kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB selalu meningkat dari tahun ke tahun, misalnya dari tahun ke tahun 2015 kontribusi ekonomi kreatif Rp. 852 Triliun dengan jumlah peningkatan 5,22%, tahun 2016 Rp. 922,59 Triliun dengan jumlah peningkatan 5,95%, tahun 2017 Rp. 1.009 Triliun dengan jumlah peningkatan 4,13%, tahun 2018 Rp. 1.105 Triliun dengan jumlah peningkatan 0,96% dan tahun 2019 Rp. 1.211 Triliun dengan jumlah peningkatan 1,06%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata

mengalami peningkatan setiap tahunnya terhitung mulai tahun 2015-2019 adalah 0,011765%.

Industri Kreatif bisa dijadikan usaha buat menopang UMKM seraya berinovasi dan menciptakan produk. UMKM adalah unit produksi dan usaha secara mandiri, oleh individu atau organisasi dari semua sektor ekonomi. Permasalahan yang sering muncul UMKM adalah modal kerja dan investasi yang terbatas, kesulitan dalam pemasaran, pendistribusian dan penyediaan bahan baku dan input lainnya, akses informasi yang terbatas, keterbatasan tenaga kerja, biaya transportasi dan tenaga yang tinggi, komunikasi yang terbatas, biaya yang tinggi akibat pembatasan administrasi. dan prosedur birokrasi, kompleksitas, terutama dalam mengajukan izin usaha, dan ketidakpastian karena persyaratan peraturan, keputusan dan kebijakan yang tidak jelas, dan ekonomi yang tidak pasti.

Dengan adanya berbagai persoalan yang dihadapi UMKM dalam mengembangkan usahanya, maka perlu suatu strategi yang dapat memberikan arahan dalam merencanakan langkah selanjutnya. Strategi merupakan rancangan demi meningkatkan dampak pada pasar dalam jangka pendek dan panjang berdasarkan penelitian, pertimbangan pasar, perencanaan produk, promosi, perencanaan penjualan dan distribusi.

Strategi merupakan hal penting untuk kelangsungan hidup suatu bisnis untuk mencapai tujuan atau sasarannya secara efektif, bisnis harus dapat menghadapi setiap masalah atau hambatan yang muncul di dalam bisnis atau di luar perusahaan (Vanessa, 2020).

Strategi adalah proses penentuan rencana yang dilakukan oleh pemimpin puncak demi memperoleh maksud bisnis. Pengembangan merupakan upaya

organisasi berencana untuk memajukan ilmu, keahlian dan kecakapan karyawan.

Dari teori tentang strategi pengembangan bisnis di atas, dapat dinyatakan bahwasanya penting untuk menggunakan strategi yang benar dalam melaksanakan bisnis. Strategi dapat mempengaruhi perusahaan baik dalam pengembangan, promosi maupun distribusi produk-produk yang dimiliki UMKM. Salah satu UMKM pelaku ekonomi kreatif yang menerapkan strategi pengembangan usaha adalah usaha kerajinan ecoprint. Kerajinan tangan merupakan benda yang dihasilkan dari tenaga manusia dalam berbagai bentuk yang unik, menarik dan bernilai bagi kehidupan manusia. Kerajinan tangan di Indonesia mempunyai berlipat-lipat wujud yang berbeda satu sama lain, salah satunya adalah kerajinan ecoprint. Kerajinan ecoprint adalah kerajinan yang terbentuk dari pewarnaan kain alami lalu dijadikan produk yang dapat digunakan untuk aksesoris fashion seperti tas jinjing, dompet, totebag, jilbab, outhar, dan baju bernilai seni tinggi.

UMKM yang bergerak di bidang kerajinan ecoprint ini menjadi penggerak strategi pengembangan usaha di wilayah Werungotok yaitu kerajinan ecoprint. Usaha ini didirikan oleh Ibu Umi Hanik Nikmatul Nikmah pada tahun 2010. UMKM ini merupakan UMKM yang bergerak dibidang kerajinan yang cukup terkenal di wilayah Werungotok dengan sebutan Omah Craft Kautsar. UMKM ini memiliki banyak produk manufaktur seperti Tas Jinjing, Totebag, Jilbab, Outhar, Baju, dan Dompet. Produk utama UMKM ini di bidang ecoprint. Kualitas produk ecoprint produksi Ibu Umi Hanik Nikmatul

Nikmah pengerjaan halus, awet, dan tidak mudah rusak. Harga produk manufaktur bervariasi tergantung pada kerumitan proses pembuatan.

Tabel 1.2
Daftar Produk UMKM Omah Craft Kautsar

No	Nama Produk	Harga
1.	Tas Jinjing	Rp. 135.000 - Rp. 200.000
2.	Totebag	Rp. 80.000 - Rp. 175.000
3.	Jilbab	Rp. 60.000 - Rp. 150.000
4.	Outher	Rp. 150.000 - Rp. 350.000
5.	Baju	Rp. 50.000 - Rp. 500.000
6.	Dompot	RP. 30.000 - Rp.115.000

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Saat ini banyak bisnis yang diam atau tidak bergerak, tidak mampu bertahan dalam menghadapi persaingan, bertambah kuat serta tidak mempunyai strategi yang cukup kuat untuk menghadapi persaingan. Seperti halnya usaha kerajinan ecoprint milik Ibu Umi Hanik Nikmatul Nikmah, UMKM Omah Craft Kautsar mempunyai produk yang bermutu dan memiliki berjibun penggemar. Namun usaha ini belum memiliki strategi alternatif yang layak untuk membangun kekuatan dan peluang yang dimiliki dengan terus meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada.

Pada dasarnya, bisnis yang tumbuh (*growth*) harus memiliki konsep dan strategi bisnis yang tepat, bagaimana mengubah suatu bisnis dari kelemahan (*weaknesses*) menjadi kekuatan (*strengths*) serta banyak tantangan seperti *competitor*, namun ini adalah peluang untuk inovasi. Sementara itu, bisnis pembuatan produk ecoprint Ibu Umi Hanik Nimatul Nikmah memiliki peluang besar karena saat ini banyak orang menggunakan tas jinjing, totebag, jilbab, outhet, baju dan dompet dalam berbagai acara. Terkadang produk tersebut tidak tersedia di toko, ini merupakan peluang bisnis tersendiri bagi usaha ini.

Akan tetapi, persaingan dalam mempromosikan dan mendistribusikan produk sangat tinggi, dimana produk-produk ini kecil kemungkinannya untuk menjangkau konsumen jauh dari titik produksi.

Strategi yang bisa digunakan pengusaha, salah satu alat analisis strategi bisnis adalah analisis SWOT. Analisis SWOT pertama kali diperkenalkan oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek penelitian di *Stanford University* yang menggunakan data dari perusahaan Fortune 500 pada tahun 1960an dan 1970an.

Proses pengambilan keputusan strategis selalu terkait dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, perencanaan strategis harus menganalisis faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dengan situasi yang ada.

Dilihat dari berbagai *strenght, weakness, opportunity and threat* bahwa harus dicari oleh UMKM pembuat produk ecoprint dalam menerapkan strategi pengembangan usaha, baik strategi produk, promosi maupun distribusi. Analisis SWOT berguna bagi bisnis untuk menganalisis kekuatan dan kelemahannya, serta jumlah peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang dihadapi seseorang untuk menentukan strategi yang tepat dalam pertumbuhan bisnis diarahkan. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat digunakan untuk mendokumentasikan usaha pengrajin ecoprint dalam menentukan strategi pengembangan usaha, baik strategi produk, strategi promosi dan distribusi masa depan.

Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis terhadap strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh usaha kerajinan ecoprint Ibu Umi Hanik Nikmatul Nikmah meliputi strategi produk, promosi dan distribusi yang nantinya dapat digunakan UKM dalam menentukan strategi pengembangan usahanya. Oleh karena itu penulis memilih judul **“Analisis SWOT Sebagai Dasar Mengembangkan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Ecoprint Di Werungotok”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan hal yang penting untuk sebuah penelitian, karena fokus penelitian menyatakan pokok permasalahan yang menjadi pusat perhatian atau tujuan dari sebuah penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah penelitian yang dilakukan di sebuah kerajinan ecoprint yang biasanya disebut dengan Omah Craft Kautsar yang berlokasi di Lingkungan Babadan, RT 002 RW 003 Kelurahan Werungotok, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur, 64419. Fokus penelitian ini adalah implementasi penerapan analisis SWOT sebagai dasar mengembangkan usaha mikro berbasis ekonomi kreatif di kerajinan ecoprint.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, adanya rumusan masalah yang akan peneliti teliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis SWOT sebagai dasar mengembangkan produk di usaha

Pengrajin Ecoprint di Kelurahan Werungotok?

2. Bagaimana analisis SWOT sebagai dasar mengembangkan promosi di usaha Pengrajin Ecoprint di Kelurahan Werungotok?
3. Bagaimana analisis SWOT sebagai dasar mengembangkan distribusi di usaha Pengrajin Ecoprint di Kelurahan Werungotok?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pengembangan produk berbasis ekonomi kreatif dan strategi alternatif melalui analisis SWOT pada usaha pengrajin ecoprint.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pengembangan promosi berbasis ekonomi kreatif dan strategi alternatif melalui analisis SWOT pada usaha pengrajin ecoprint.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pengembangan distribusi berbasis ekonomi kreatif dan strategi alternatif melalui analisis SWOT pada usaha pengrajin ecoprint.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca, termasuk pengetahuan tentang strategi pengembangan usaha, dengan tujuan

mendorong ekonomi kreatif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Memberikan pengetahuan tentang strategi pengembangan yang dapat digunakan untuk menumbuhkan usaha mikro berbasis ekonomi kreatif.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai acuan dalam menentukan strategi pengembangan usaha mikro berbasis ekonomi kreatif.

c. Bagi Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif

Bagi usaha berbasis ekonomi kreatif agar mampu mengembangkan strategi bisnisnya untuk terus meningkatkan perkembangan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, T., & Ciptono, F. (1997). *Pemasaran Internasional* (Vol. 1). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Fadzillah, N. (2019). *Strategi Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan Kota Banda Aceh Dalam Meningkatkan Perkembangan Industri Kreatif Bagi UMKM*, (online), tersedia: (<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/10996/>)
- Fuad, M. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hungger, D., & Whelen, T. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P. (1987). *Marketing* (Vol. 1). Surabaya: Erlangga.
- Kotler, P., & Lee, N. (2007). *Pemasaran di Sektor Publik*. Jakarta: PT Indeks.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ningsih, L. W., Hakimah, E. N., & Widodo, M. W. (2021). Analisis Penerapan Strategi SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Beras Organik Kabupaten Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 6, 477-478. Retrieved from [tersedia: \(https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/959\)](https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/959) 7 Juni 2023
- Pahlaw, M. N., & Dharin, A. (2021). Strategi Pengembangan Potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kerajinan Tangan Kiso "Jago Abadi" Di Desa Kemiri Kabupaten Banyumas. *Pengabdian Masyarakat*, 3, 177-178. Retrieved from (<https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/PS2PM/article/view/3902>) diunduh 8 Juni 2023

- Pangestu, M. E. (2014). *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Jakarta: Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Ilmiah*, 17, 91-94. Retrieved from (https://www.researchgate.net/publication/331094976_ANALISIS_DATA_KUALITATIF) diunduh 10 Juni 2023
- Sari, S. D., & Pujiati, A. (2018). Strategi Pengembangan Pengrajin Karya Batok Di Desa Sokawera Kecamatan Somagede Banyumas. *Economic Education Analysis Journal (Online)*, 7(2), 732. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/28287>, diakses 06 juni 2023
- Sholihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Sondang, & Siagian. (2003). *Manajemen Strategik* (Vol. 5). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Stanton, W. J. (1996). *Prinsip Pemasaran* (Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Sudarmo, G. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFPE.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Vanessa, O. F. (2020, 26 Februari). Analisis SWOT Sebagai Dasar Penerapan Strategi Promosi Produk Digital "Link Aja" pada PT. Telkomsel, Outlet Grapari Malang. *Ilmiah*. Retrieved from (<http://rinjani.unitri.ac.id/handle/071061/739>) diunduh 7 Juni 2023