

Turnitint Jurnal Lail

by Turnitin -

Submission date: 13-May-2023 01:42PM (UTC+0700)

Submission ID: 2013868866

File name: Turnitint_Jurnal_Lail.pdf (258.53K)

Word count: 3884

Character count: 23563

Strategi Pengembangan Usaha Melalui Analisis SWOT Pada Toko Buku "Demak" di Pilar Cikarang Utara

Lailun Nur Aulia¹ R.R Wening Ken Widadasih.,S.H.,M.M, Dipl. Cidesco Int'L²
Jurusan Manajemen,Fakultas Ekonomi dan Bisnis,Universitas Pelita Bangsa, Bekasi Indonesia¹
Jurusan Manajemen,Fakultas Ekonomi dan Bisnis,Universitas Pelita Bangsa, Bekasi Indonesia²

Email : lailnraulia_6@mhs.pelitabangsa.ac.id¹, wening.ken@pelitabangsa.ac.id²

Abstract : The purpose of this research is to find out the Business Development Strategy in developing sales at the Demak Book store with the SWOT Analysis method. Developing a business is the responsibility of every entrepreneur or entrepreneur who requires foresight, motivation and creativity. SWOT analysis technique is a technique for identifying various conditions. Which became the basis for the planning strategy. The method used in this study was a qualitative method to find out what strategy was used by the book store "Demak in North Cikarang Pillars, Former Regency. Meanwhile, for the main data sources, primary data and secondary data. To collect data, it was done by observation. Interviews and documentation. This research uses qualitative methods with the application of SWOT analysis, this can be identified through internal and external factors, IFAS and EFAS as well as the SWOT Matrix, which shows that the internal factors of IFAS get a total of 3.26 and external factors of EFAS get a total of 2.54, it can be seen that internally the company is in the process of competition and can see existing company opportunities and externally it is able to minimize threats and evaluate weaknesses. The results of this study Demak Book store apply a good strategy in maintaining its business. Such as providing stock of goods before the goods run out, while supporting factors such as a very strategic location. Although there are also inhibiting factors such as competitors selling similar goods.

Keywords : Business Development Strategy, Micro, Small and Medium Enterprises, SWOT analysis

Abstrak : Tujuan dari peneliti ini untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha dalam mengembangkan penjualan pada Toko Buku "Demak" dengan metode Analisis SWOT. Pengembangan suatu usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Teknik analisis SWOT merupakan suatu teknik untuk mengenali berbagai kondisi yang menjadi basis bagi perencanaan strategi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif untuk mengetahui strategi apa yang digunakan Toko Buku "Demak" di Pilar Cikarang Utara Kabupaten Bekasi. Sedangkan untuk sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Untuk mengumpulkan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penerapan analisis SWOT, hal ini dapat diidentifikasi melalui faktor internal dan eksternal, IFAS dan EFAS serta Matriks SWOT, yang menunjukkan bahwa faktor internal IFAS mendapatkan total keseluruhan 3,26 dan faktor eksternal EFAS mendapatkan total keseluruhan 2,54, hal ini dapat dilihat bahwa secara faktor internal perusahaan kuat dalam proses persaingan serta dapat melihat peluang yang ada dan secara faktor eksternal perusahaan mampu meminimalisir ancaman dan evaluasi terhadap kelemahan. Hasil penelitian ini Toko Buku "Demak" menerapkan strategi yang baik dalam mempertahankan bisnisnya. Seperti menyediakan stok barang sebelum barang habis, sedangkan faktor pendukung seperti lokasi yang sangat strategis. Meskipun juga terdapat faktor penghambatnya seperti adanya pesaing menjual barang-barang yang sejenis.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan Usaha, Usaha Mikro Kecil Menengah, Analisis SWOT

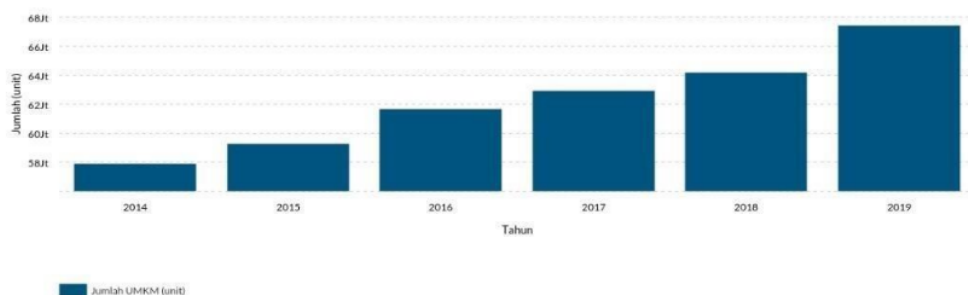
PENDAHULUAN

Wirausaha sejati harus menjadi inovator dan pengembang bisnis yang memahami cara mengidentifikasi dan menangkap peluang serta mengubah peluang menjadi sesuatu yang dibuat atau dijual. Dalam konteks kewirausahaan atau dunia bisnis Indonesia, hal ini tidak mudah dipahami. Diketahui, selama 30 tahun pemerintah Orde Baru, muncul 'pengusaha baru' yang cepat berkembang menjadi konglomerat yang menguasai hampir seluruh sektor perekonomian Indonesia. Namun saat Indonesia dilanda krisis ekonomi, banyak dari kelompok tersebut yang tidak mampu bertahan. Meski penyebab runtuhnya para konglomerat ini tidak mudah diketahui, namun diduga karena "fondasi" bisnis mereka rapuh. Kelompok-kelompok ini biasanya tumbuh dan berkembang karena bantuan atau kenyamanan dari pemerintah. Pengusaha sejati sebenarnya tidak seperti itu. Ciri-ciri utama wirausahawan adalah, inisiatif, kemampuan untuk menggabungkan berbagai sumber, memiliki keterampilan manajemen, keinginan untuk kebebasan mengatur diri sendiri, dan juga keberanian untuk mengambil risiko, mereka biasanya agresif, memiliki semangat bersaing yang tinggi dan memiliki tujuan, berorientasi perilaku, percaya diri tinggi, kecenderungan merebut peluang, tindakan biasanya didasarkan pada intuisi, bekerja sesuai dengan kondisi nyata subjek, dapat belajar dari kesalahan dan tahu bagaimana menggunakan keterampilan hubungan sosial.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari suatu perekonomian negara meskipun dilihat dari skala ekonominya tidak seberapa namun jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat besar dan dominan serta sumbangannya yang diberikan selama ini baik untuk masyarakat maupun untuk negara. Peran penting tersebut telah mendorong banyak negara termasuk negara Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Cenderung lebih baik dalam

hal ini menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua sebagai bagian dari dinamikanya, Usaha Mikro Kecil Menengah sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga adalah karena sering diyakini bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki keunggulan dalam hal fleksibel dari pada usaha besar. (Rita Januarwati, Eddy Poernomo, 2014). Perubahan UMKM di Indonesia setiap tahunnya terus bertambah dan menjadi salah satu sektor ekonomi yang dapat menjamin kehidupan masyarakat lebih sejahtera. Dengan adanya peningkatan UMKM ini juga membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sehingga mampu mengurangi pengangguran di Indonesia. Namun demikian hal ini seiring dengan semakin tingginya persaingan baik skala Nasional maupun Internasional.

Jumlah Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro, 2014-2019



Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

14

lokadata

Jumlah UMKM dari tahun 2014-2019

Sumber : kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah

10

Jumlah usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pada tahun 2019 diproyeksikan tumbuh 5 persen menjadi 67,4 juta unit. Dibanding tahun sebelumnya yang sebanyak 64, 2 juta unit. Jumlah UMKM ini terus meningkat setiap tahunnya.

"Kekuatan data ekonomi yang dimiliki oleh suatu negara saat ini, salah satunya adalah UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah yang berkembang secara terus menerus di dalam negara tersebut." (Muhammad Bahtiar Abdillah, 2017). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99 % dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis.

Seiring perkembangan teknologi yang begitu dan tanggap, masyarakat membutuhkan lebih banyak informasi dan pengetahuan di era yang semakin maju dan modern ini. Buku merupakan sarana dengan segudang informasi sehingga dapat memberikan kontribusi tersendiri untuk meningkatkan kemampuan setiap individu dalam bertindak dan berfikir. Buku memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan setiap orang, melalui buku anda bisa mendapatkan ilmu dalam waktu yang singkat. Buku merupakan jawaban bagi mereka yang ingin mengembangkan dan menggali ilmu pengetahuannya sendiri, karena buku merupakan salah satu media informasi yang sangat berperan aktif dalam ilmu pengetahuan masyarakat. Banyak buku yang dapat memberikan informasi yang cukup kepada seseorang, misalnya kartun, buku motivasi, biografi, buku agama dan buku nonfiksi lainnya.

Buku adalah salah satu produk perusahaan yang beredar berputar dari tahun ke tahun. Buku-buku tersebut terbagi untuk semua kalangan masyarakat, mulai dari balita, anak-anak, remaja, dewasa, orang tua hingga lansia. seiring melebarnya bisnis ini, menjadikan sebagian orang untuk memasarkan buku di setiap sudut wilayah yang dianggap strategis dijangkau pembeli. Pilar Cikarang Utara dinilai sebagai lokasi yang strategis. Tempat ini berada tepat di jalan utama yang dilalui oleh masyarakat dari berbagai kalangan, hal ini dapat di bilang strategis karena wilayah ini merupakan tempat berkumpulnya anak-anak sekolah. Toko Buku "Demak" termasuk menjadi salah satu sorotan warga cikarang utara yang memiliki perlengkapan lengkap walaupun tempat nya yang kecil, Toko Buku "Demak" ini berdiri pada tahun 2013. Yang berlokasi di Cikarang Utara Jl. KH. Dewantara no.16 Kabupaten Bekasi. Walaupun tempat nya yang kecil, toko buku ini menjual buku-buku yang lumayan lengkap seperti buku pendidikan, ekonomi, sosial, umum dan buku-buku dengan kategori lainnya. Selain yang dijual buku ada juga perlengkapan pramuka, mainan, alat tulis sekolah, alat tulis kantor, Al-Qur'an, buku cerita, buku dongeng, dan lain sebagainya. Untuk harga nya sangat terjangkau untuk semua kalangan, belum lagi posisi toko buku ini bertepatan di sebrang SMP dan berdekatan juga dengan SD. Menaikkan taraf pendidikan dan meningkatkan kesadaran masyarakat membutuhkan toko buku yang menyediakan buku-buku yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar. Selama pandemi ini mungkin pendapatan berkurang tetapi toko buku ini tetap mengembangkan Sesuatu agar tetap berkembang dan banyak peminat

nya contohnya seperti kita menyediakan buku yang dicari orang banyak misalkan SD sedang banyak mencari buku tema kita siap sedia menyetok buku tema agar pembeli mendapatkan buku yang dicari dan tidak kehabisan, walaupun memang sekolah sedang online tugas tetap berjalan dengan lancar jadi kita mengusahakan apa yang dibutuhkan pembeli, kita cari, kita belanja, dan sediakan stok di toko buku Demak. Produk yang dijual di Toko Buku "Demak" bukan hanya buku saja, ada beberapa Alat tulis sekolah, alat tulis kantor, peralatan olahraga seperti bola pingpong, bola basket, bola tenis, bola voli, bulu tangkis, skipping, hanya ada beberapa saja. Toko Buku "Demak" juga menyediakan semacam tugas sekolah yang sedang banyak dicari mereka menyediakan stok juga barangkali barangnya habis, selanjutnya ada macam-macam Al-Qur'an yang lengkap jadi pelanggan puas untuk memilih Al-Qur'an karna banyak macamnya.

Dibandingkan dengan toko buku lain toko buku "Demak" ini mendapatkan keunggulan dari tempatnya yang kecil tetapi lengkap isinya, yang dibutuhkan pelanggan harus ada walaupun memang kurang nyaman ditempatnya saja, dari pelayanan yang ramah, harganya yang strategis, tempatnya bersih dan nyaman. Dengan adanya toko buku Demak yang berlokasi dipinggir jalan membuat para mahasiswa, guru, anak-anak, dan pelanggan lainnya lebih memilih toko buku Demak dibanding yang lain karna lokasinya yang strategis, harganya pun terjangkau sehingga para pelanggan atau masyarakat yang lainnya tertarik dengan harga, kualitas, dengan stok barang yang selalu ada.

Proses transaksi Toko Buku "Demak" berlangsung langsung ditempat. Pelanggan yang memasuki toko meminta buku untuk dibeli, dengan memberikan nama buku yang mereka cari. Memproses transaksi yang hanya dapat dilakukan di lokasi toko tersebut. membuat laporan penjualan Toko Buku "Demak" dengan catatan, karena memasukkan buku penjualan dengan mengumpulkan bukti transaksi lama bentuk faktur penjualan dalam rentang waktu satu bulan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

Menurut Wardoyo (2005), "salah satu permasalahan utama UMKM dalam mengembangkan usaha untuk menghadapi pasar global adalah karena lemahnya hal permodalan". Menurut Rosid dalam Modul management (2008), "Kurang modal adalah faktor utama yang paling berperan dan dipermudah dalam mengembangkan UMKM".

Teori Strategi

Menurut Michael A. Hitt & R. Duane Ireland & Robert E. Hoslisson (1997) "Strategi adalah proses untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi siapa yang ingin mereka capai, dan bagaimana seharusnya mereka mencapai hasil yang bernilai". Tujuan dari strategi adalah untuk mempertahankan atau mencapai suatu posisi yang unggul di bandingkan dengan pihak pesaing. Organisasi tersebut tetap mendapatkan keuntungan jika mampu memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan. dalam hal ini, dapat memanfaatkan kekuatannya.

Teori Pengembangan Usaha

"Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan motivasi dan kreativitas" (Anoragara, 2007 : 66). Tahapan pengembangan harus mencakup upaya peningkatan jumlah pelanggan dan penjual sehingga pendapatan perusahaan meningkat. Karna pelanggan dan penjualan baru tidak datang dengan sendirinya, pengusaha harus mengambil langkah agresif dan kreatif untuk mendapatkan pelanggan baru. Oleh karena itu, pada masa transisi ini, para pengusaha harus melakukan perubahan yang ekstrim dalam upayanya untuk mencapai tujuan meningkatkan pelanggan dan penjualan.

Teori Analisis Swot

Analisis SWOT menurut (Suryatama, 2014) adalah "sebuah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis". Proses ini menetapkan tujuan yang spesifik untuk perusahaan atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung tujuan tersebut tetapi tidak mencapainya

METODE PENELITIAN

Penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT pada Toko Buku "Demak" di Pilar Cikarang Utara, sehingga penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian kualitatif. Creswell, (2009:4) menyatakan "penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau kelompok orang dianggap berasal dari masalah social atau kemanusiaan".

Data yang di pakai peneliti dipenelitian ini yakni data primer serta sekunder. Data primer di peroleh lewat wawancara langsung dengan informan, pemilik Toko Buku "Demak" di Pilar Cikarang Utara, dengan mengajukan serangkaian pertanyaan. Data mentah tidak kadaluwarsa, sehingga hanya di tanyakan sesudah proyek penelitian di kembangkan. Data sekunder adalah data informasional yang di peroleh peneliti dari data perpustakaan berbentuk buku ataupun jurnal serta instansi pemerintah.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016) merupakan "teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam penelitian ini teknik triangulasi yang digunakan" :

1. "Observasi adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan cara ikut turun serta ke lapangan secara langsung dan mengamati objek penelitian yang akan diteliti" (Sugiyono,2016)
2. "Wawancara adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan cara memberikan atau mengajukan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti kepada partisipan penelitian untuk dijawab.
3. Dokumentasi adalah berupa kumpulan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berupa tulisan, gambar atau karya- karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian dari hasil observasi dan wawancara akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumentasi."

Tempat Penelitian

Penelitian berlokasi di UMKM Toko Buku "Demak" beralamatkan Jalan Ki Hajar Dewantara, Rt. 04 Rw. 05, Karangasih Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530. Tepatnya disebraang SMPN 1 Cikarang Utara dekat dengan SDN Karangasih 12 Cikarang Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Data ini ialah data yang didapat serta diolah dari hasil wawancara yang menghasilkan faktor-faktor yang telah dilakukan pada toko buku "demak", maka didapatkan hasil analisis SWOT berupa faktor internal dan eksternal yaitu, sebagai berikut :

Faktor Internal (kekuatan dan kelemahan)

Kekuatan

1. Toko tersebut memiliki koleksi buku yang cukup lengkap
2. Penjualan barang selain buku seperti ATK
3. Tempat yang strategis
4. Harga yang terjangkau
5. Pelayanan yang ramah dari karyawan

Kelemahan

1. Tempat yang kurang luas
2. Kurangnya periklanan toko buku "demak"
3. Kurang luasnya lahan parkir

Faktor eksternal (Peluang dan Ancaman)

Peluang

1. Dapat membuka cabang baru dilokasi lain
2. Bekerja sama dengan toko buku lain dalam pendistribusian produk
3. Potensi pasar yang sangat besar dari siswa siswi dan guru

Ancaman

1. Bersaing dengan toko lain yang menawarkan banyak produk yang serupa
2. Harga produk yang tidak stabil
3. Harga buku bajakan yang menjual lebih murah dengan harga buku toko buku "demak"

Matriks IFAS dan EFAS

Matriks IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary)

Dengan bantuan matriks IFAS, semua informasi diperoleh tentang faktor organisasi yaitu kekuatan dan kelemahan organisasi/perusahaan, dievaluasi dan diberi bobot tujuan dari pembobotan adalah untuk mengkuantifikasi faktor internal dalam skala 1-4 dari sangat tidak penting sampai sangat penting. IFAS=Internal Strategic Factor Analysis Summary (Analisis Strategi Faktor Internal), yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan.

FAKTOR INTERNAL	IFAS		
	BOBOT	RATING	SKOR
KEKUATAN			
Toko tersebut memiliki koleksi buku yang cukup lengkap	0,17	4	0,39
Penjualan barang selain buku seperti ATK	0,17	4	0,70
Tempat yang strategis	0,13	3	0,39
Harga yang terjangkau	0,13	3	0,39
Pelayanan yang ramah dari karyawan	0,17	4	0,70
SUB TOTAL	0,78	18	2,87
KELEMAHAN			
Tempat yang kurang luas	0,09	2	0,17
Kurangnya periklanan toko buku "demak"	0,09	2	0,17
Kurang luas nya lahan parkir	0,04	1	0,04
SUB TOTAL	0,22	5	0,39
TOTAL	1,00	23	3,26

Sumber : Data penelitian yang diolah,2023

Nilai 3.00-4.00 dapat dikatakan secara internal perusahaan kuat. Berdasarkan tabel Matriks IFAS diatas menunjukkan bahwa pada posisi internal yang mendapatkan total keseluruhan sebesar 3,26 yang terlihat bahwa skor kekuatan 2,87 dan skor kelemahan 0,39 yang artinya toko buku "demak" memiliki faktor kekuatan yang lebih besar dari faktor kelemahan.

Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

Matriks EFAS digunakan untuk mengevaluasi dan menimbang semua informasi yang diperoleh dilokasi tentang faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dimiliki organisasi dengan tujuan mengkuantifikasi faktor eksternal dengan skala dari 1 hingga 4. dari sangat tidak signifikan hingga sangat penting. EFAS = External Strategic Factor Analysis Summary (Analisis Faktor Strategi Eksternal), yang terdiri dari peluang dan risiko bagi perusahaan.

FAKTOR EKSTERNAL	EFAS		
	BOBOT	RATING	SKOR
PELUANG			
Dapat membuka cabang baru dilokasi lain	0,23	3	0,69
Bekerja sama dengan toko buku lain dalam pendistribusian produk	0,23	3	0,69
Potensi pasar yang sangat besar dari siswa siswi dan guru	0,23	3	0,69
SUB TOTAL	0,69	9	2,08
ANCAMAN			
Persaingan dengan toko lain yang menawarkan beberapa barang sejenis	0,08	1	0,08
Harga produk yang tidak stabil	0,15	2	0,31
Harga buku bajakan dijual lebih murah dibandingkan dengan harga ditoko buku "demak"	0,08	1	0,08
SUB TOTAL	0,31	4	0,46
TOTAL	1,00	13	2,54

Sumber : Data penelitian yang diolah 2023

Pada table 4.3 Tabel Matriks EFAS menunjukkan bahwa pada posisi eksternal yang mendapatkan total keseluruhan sebesar 2,54 hal ini secara eksternal perusahaan mampu melihat peluang dan mengurangi ancaman yang ada pada usaha tersebut.

Matriks SWOT UMKM Toko Buku "Demak"

Matriks SWOT dapat dipakai memutuskan strategi alternatif mana yang paling tepat untuk menggambarkan penyesuaian antara peluang serta ancaman eksternal dan kekuatan serta kelemahan internal yang mereka hadapi :

1. Strategi SO (*Streanght-Opportunities*), strategi ini dibuat degan mengambil manfaat kekuatan yang dimiliki oleh Toko Buku "Demak" untuk meraih peluang-peluang yang ada.
2. Strategi ST (*Strenght-Threats*), strategi memakai kekuatan guna meminimalisir ancaman eksternal yang ada.
3. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), strategi ini untuk memanfaatkan peluang guna mengurangi kelemahan.
4. Strategi WT (*Weakness-Threats*), strategi ini guna mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

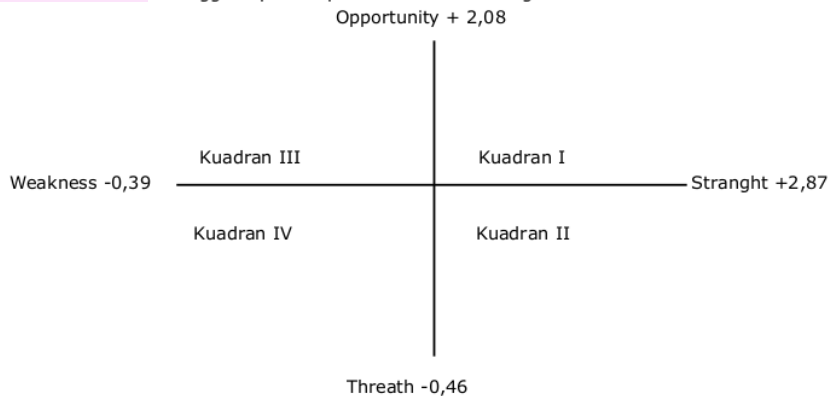
Tabel 4.3 Matriks Analisis SWOT Toko Buku "Demak"

Internal Eksternal	Strength-S 1. Toko tersebut memiliki koleksi buku yang cukup lengkap 2. Penjualan barang selain buku seperti ATK 3. Tempat yang strategis 4. Harga yang terjangkau 5. Pelayanan yang ramah dari karyawan	Weakness - W 1. Tempat yang kurang luas 2. Kurangnya periklanan Toko Buku "Demak" 3. Kurang luasnya lahan parkir
	Opportunity - O 1. Dapat membuka cabang baru dilokasi lain 2. Bekerja sama dengan toko buku lain dalam pendistribusian produk 3. Potensi pasar yang sangat besar dari siswa siswi dan Guru	Strategi S-O 1. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan cepat dan tanggap terhadap keluhan konsumen 2. Menyediakan pelayanan Fotocopy serta printnan 3. Mempertahankan harga 4. Meningkatkan moral
Threath - T 1. Bersaing dengan toko lain	Strategi S-T 1. Mempertahankan kualitas	Strategi W-T 1. Mengamati produk

yang menawarkan banyak produk yang serupa	produk	pesaing bisnis
2. Harga produk yang tidak stabil	2. Menonjolkan keunggulan produk	2. Tingkatkan pelayanan pada konsumen
3. Harga buku bajakan yang dijual lebih murah dari dengan harga buku di Toko Buku "Demak"	3. Tingkatkan inovasi pada usaha	3. Menjalin hubungan baik dengan para pelanggan.

Diagram Matriks

Analisis tabel 4.2 dan tabel 4.3 menunjukkan peringkat masing-masing faktor yaitu hasil faktor kekuatan (2,87) dan Faktor Kelemahan (0,39) serta Faktor Peluang (2,08) dan Faktor Ancaman (0,46). Dengan menggunakan nilai tersebut dapat dilihat bahwa nilai Kekuatan lebih tinggi dari nilai Kelemahan, dan nilai Peluang lebih tinggi dari nilai Ancaman sehingga dapat direpresentasikan dalam diagram SWOT berikut :



Gambar 4.1 Diagram SWOT UMKM Toko Buku "Demak"

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2023

Toko Buku "Demak" berada di kuadran 1 yang berarti toko buku "demak" memiliki kekuatan dan peluang untuk merebut peluang, hal ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dengan adanya peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil analisis dan informasi mengenai penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam usaha yang dimiliki UMKM Toko Buku "Demak" berada dalam usaha kuadran I yaitu strategi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini lebih memfokuskan kepada strategi SO (Strength - Opportunities), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi SO adalah Meningkatkan kualitas pelayanan dengan cepat dan tanggap terhadap keluhan konsumen, mempertahankan harga, meningkatkan modal. Toko buku "Demak" ini masih menggunakan cara lama dalam hal pencatatan dan pembukuan yang sehingga menimbulkan resiko yang lebih tinggi, seperti kesalahan dalam proses registrasi dll. Kemudian masih ada ruang untuk peningkatan pemasaran, karena sampai saat ini pemasaran masih dilakukan dari mulut ke mulut ke mulut. Dan berdasarkan hasil analisis SWOT pada UMKM toko buku "demak" dapat dilihat dari perhitungan faktor internal IFAS (Internal factor Analysis Summary) memiliki skor sebesar 3,26 terdapat pada kekuatan dan kelemahan usaha. hal tersebut dapat dikatakan bahwa toko buku "demak" kuat dalam internal perusahaan. Pada faktor eksternal (Eksternal Faktor Analysis Summary) mendapatkan skor 2,54 yang menyatakan dengan cara ini usaha secara eksternal dapat mengidentifikasi peluang dan mengurangi ancaman yang muncul dalam usaha.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mengemukakan saran yang dapat dijadikan bahan acuan yang bermanfaat yaitu bagi perusahaan untuk menyediakan mesin foto copy dan printan dikarenakan untuk lokasi itu sendiri sudah sangat strategis letak pinggir jalan bersebrangan dengan SMP dekat dengan SD jadi terdapat peluang banyak untuk segera menyediakan fotocopy dan printan maka sebaiknya manfaatkan lokasi strategis untuk menarik banyak konsumen. Dan bagi peneliti selanjutnya agar bisa meneliti objek yang berbeda dengan menggunakan metode analisis SWOT atau bisa dengan mengkombinasikan metode lain selain analisis SWOT dalam strategi pengembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Nazarudin, 2020) Bambang, Sumantri, A., Erwin, & Permana, P. (n.d.). *MANAJEMEN KOPERASI DAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENEGAH (UMKM)*.

- Daniel, J., & Rompas, W. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Rumput Laut dalam Meningkatkan Produksi di Pulau Nain Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Administrasi Publik*, 4(61), 1–10.
- David Sinaga, E., Artikel, R., & Kunci, K. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MELALUI ANALISIS STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT (SWOT) DAN IDENTIFIKASI KEBUTUHAN KONSUMEN PADA USAHA PRODUKSI SEPATU INFORMASI ARTIKEL A B S T R A K. <https://ejournalunsam.id/index.php/jurutera>
- Dr. Lathifah Hanim, D. M. N. (2018). UNISSULA PRESS.
- Dwi Mulyani, D. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren Berdasarkan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Kecamatan Lawe Bulan, Kabupaten Aceh Tenggara). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7(2). www.jim.unsyiah.ac.id/JFP
- Jamaludin et, al. (2022). *TECHNOPRENEURSHIP-BAB3 (1)* (Karyono (ed.)). Muhammad, M. (2018). Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga Merah (*Hylocereus costaricensis*) Kecamatan Wasile Timur Kabupaten Halmahera Timur. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 11(1), 28. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.11.1.28-37>
- Narendra, P. S. A., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN PERAK DENGAN METODE ANALISIS SWOT PADA USAHA SSS SILVER. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(10), 3506. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i10.p05>
- Nazarudin, M. H. (2020). *MANAJEMEN STRATEGIK*. Noer Fikri Offset.
- putu krisna adwitya sanjaya. (2021). *BUKU UMKM (KRISNA & NURATAMA, 2021)*
- (M. K. Muh. Yunus, S.Sos. (ed.)). CV. Cahaya Bintang Cemerlang.
- Riansyah, R. P., Irawan, E., & Cita, F. P. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Bumdes Sahabat Desa Semamung Kecamatan Moyo Hulu. *Nusantara Journal of Economics*, 02, 20–30.
- Subaktilah, Y., Kuswardani, N., Yuwanti, S., Magister Teknologi Agroindustri, P., Teknologi Pertanian, F., Jember Jl Kalimantan No, U., & Tegalboto Jember, K. (2018). Analisis SWOT: Faktor Internal dan Eksternal pada Pengembangan. In *Jurnal Agroteknologi* (Vol. 12, Issue 02).
- Yaqin, A. A. (n.d.). *ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK RUMAHAN DI UD. SUMBER ABADI TANGGULANGIN*. 4(2), 81–87

Turnitint Jurnal Lail

ORIGINALITY REPORT

21 %
SIMILARITY INDEX

21 %
INTERNET SOURCES

8 %
PUBLICATIONS

10 %
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 etheses.uinmataram.ac.id 3%
Internet Source

2 ecampus.pelitabangsa.ac.id 3%
Internet Source

3 www.researchgate.net 3%
Internet Source

4 docobook.com 2%
Internet Source

5 jurnal.ugm.ac.id 2%
Internet Source

6 jurnal.umt.ac.id 2%
Internet Source

7 prosiding.borobudur.ac.id 1%
Internet Source

8 eprints.unm.ac.id 1%
Internet Source

9 ejournal.unida.gontor.ac.id 1%
Internet Source

10 lokadata.beritagar.id 1 %
Internet Source

11 wideblitz.blogspot.com 1 %
Internet Source

12 repository.unmuhjember.ac.id 1 %
Internet Source

13 repositori.uma.ac.id 1 %
Internet Source

14 repository.unib.ac.id 1 %
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches < 20 words

Exclude bibliography On