Jambura Industrial Review
Volume 6, No.2, November 2026
ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

PENGEMBANGAN STRATEGI RANTAI PASOK PADA IKM KERAJINAN KULIT MENGGUNAKAN INTEGRASI SWOT-QSPM

***Sigit Susanto[1]**
[1]Program Studi Teknologi Pengolahan Karet dan Plastik, Politeknik ATK Yogyakarta
e-mail: sigits.kawalitan@gmail.com

Abstrak

IKM kerajinan kulit Manding berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan membantu pergerakan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Dalam menjalankan usahanya, IKM tersebut melibatkan beberapa stakeholders, sehingga terjadi aliran produk yaitu bahan baku dari pemasok, produk jadi dari produsen, dan penjualan produk jadi ke konsumen. Agar IKM tersebut memenangkan kompetisi, maka diperlukan strategi rantai pasok yang tepat. Tujuan penelitian ini adalah menentukan strategi rantai pasok menggunakan pendekatan SWOT (Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats) menghasilkan alternatif-alternatif strategi. Namun pendekatan SWOT saja belum bisa menentukan pilihan strategi mana yang terbaik. Oleh karena itu untuk penentuan prioritas strategi mana yang digunakan, diperlukan pendekatan lanjutannya yaitu metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Data yang digunakan diperolah dari laporan disdukcapil Bantul dan dari wawancara dengan 5 informaan kunci dari IKM kerajinan kulit Manding Bantul. Dari hasil perhitungan dihasilkan urutan bobot prioritas strategi dari yang besar ke yang kecil yaitu bobot strategi dari strategi SO ke bobot strategi ke strategi ST lalu ke bobot strategi ke strategi WO selanjutnya ke bobot strategi ke strategi WT.

Kata kunci: IKM kerajinan kulit, QSPM, Rantai pasok, Strategi, SWOT.

Diterima : 18-08-2026
Disetujui : 10-11-2026
Dipublikasi : 30-11-2026

©2026 Sigit Susanto

PENDAHULUAN

Terdapat suatu studi yang menggunakan analisis *Strengths Weaknesses Opportunities Threats* (SWOT) untuk mengidentifikasi kebijakan prioritas tertinggi guna mengatasi masalah akibat COVID pada sektor pangan. Pemerintah direkomendasikan untuk berinvestasi dalam teknologi yang mendukung kelancaran aliran produk pertanian yang berkelanjutan di sepanjang rantai pasok guna mencegah krisis pangan selama pandemi (Abid & Jie, 2021). Analisis SWOT menunjukkan kekuatan sektor kargo udara Tiongkok terletak pada basis ekonomi yang berkelanjutan dan menjamurnya pemasok kargo, sedangkan kelemahannya adalah kapasitas kargo yang tidak memadai serta kurangnya internasionalisasi bisnis. Sektor ini memiliki peluang besar berkat dukungan otoritas tingkat tinggi, lonjakan permintaan pengiriman ekspres *e-commerce*, dan momentum teknologi baru seperti penggunaan drone kargo. Namun, tantangan utama yang dihadapi meliputi lingkungan perdagangan luar negeri yang tidak pasti akibat perang dagang serta meningkatnya tekanan profitabilitas dari biaya tambahan untuk memenuhi persyaratan kontrol epidemi (Li, 2020).

Jambura Industrial Review
Volume 6, No.2, November 2026
ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

Sementara itu, suatu studi lainnya melakukan evaluasi potensi pasar dan kelayakan penggunaan material komposit yang diperkuat serat alam sebagai alternatif bahan berbasis fosil untuk komponen kendaraan dalam rantai pasok otomotif di Brasil melalui analisis faktor eksternal dan analisis SWOT. (de Oliveira Martins et al., 2024). Studi lainnya dilakukan untuk mengidentifikasi, menilai, dan memprioritaskan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman (SWOT) dalam lingkungan manajemen rantai pasok farmasi di India guna merumuskan strategi pengembangan yang efektif. (Wahab et al., 2024). Sementara itu, suatu kajian lainnya dilakukan untuk pengembangan kerangka kerja terintegrasi menggunakan analisis SWOT, teori permainan (*game theory*), dan analisis kesenjangan (*gap analysis*) untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi faktor-faktor kritis dalam penerapan Industri 4.0 (I4.0) pada rantai pasok industri baja di Iran. (Motallebi et al., 2025). Sebagai tambahan, suatu studi dilakukan dengan menganalisis penerapan manajemen rantai pasok yang mencakup aliran produk, informasi, dan keuangan pada UMKM Tahu milik Ibu Sutiyati di Kelurahan Moodu, Kota Gorontalo, yang telah berdiri sejak tahun 2016 dengan melibatkan 7 orang pekerja (Wijaya et al., 2025).

Suatu kajian dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan bisnis bagi CV Karya Jaya Sumedang, sebuah perusahaan kontraktor konstruksi yang mengalami penurunan pendapatan terus-menerus sejak tahun 2020, menggunakan analisis matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM. (Harakat & Sutjipto, 2024). Sementara itu, suatu kajian lainnya dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis penerapan *Supply Chain Management* (SCM) pada UMKM Lalapan Tanamo guna mengatasi hambatan ketidakpastian dalam menyusun peramalan *(forecasting)* dan manajemen inventaris Berdasarkan analisis matriks SPACE, UMKM ini berada pada kuadran agresif, dengan hasil analisis QSPM menunjukkan bahwa strategi terbaik yang terpilih adalah strategi *Weakness-Opportunity* (W-O) yaitu melakukan riset pasar dan analisis data penjualan dengan nilai TAS tertinggi sebesar 13,6. (Ardianti et al., 2024). Disamping itu, suatu studi lainnya menganalisis strategi pengembangan bisnis alas kaki pada CV Hikmah Shoes Bogor menggunakan matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM. (Ibrahim et al., 2019). UD. Irwan Jaya adalah salah satu UKM pengrajin kulit di Desa Putat, Kabupaten Gresik , yang mengalami penurunan tingkat penjualan selama pandemi COVID-19 sehingga keuntungan yang diperoleh hanya berkisar 7% dalam 1 bulan. Untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi ketidakpastian tersebut, penelitian menggunakan integrasi metode SWOT Matriks IFE-EFE dan QSPM *(Quantitative Strategic Planning Matrix).* (Noviawan et al., 2021). Sementara itu, suatu studi

Jambura Industrial Review
Volume 6, No.2, November 2026
ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan pada D'Gruz Caffe sekaligus merumuskan strategi baru dengan mempertimbangkan faktor internal serta eksternal Perusahaan. Hasil analisis matriks menunjukkan perusahaan berada pada posisi *hold and maintain* (sel V) dengan total skor IFAS sebesar 2,82 dan EFAS sebesar 2,69, yang merekomendasikan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. (Qanita, 2020).

Studi lainnya dilakukan dengan membahas peluang penerapan teknologi *'precision livestock farming'* (PLF) untuk peternakan kerbau air menggunakan analisis SWOT berdasarkan hasil survei terhadap para peternak. (Ermetin, 2023). Sektor kulit di Maroko menghadapi berbagai tantangan besar dalam mengelola lini produknya. Untuk mengatasi masalah tersebut, sebuah studi kasus dilakukan pada penyamakan kulit Chouara di wilayah Fes Meknes menggunakan metode 5M dan SWOT guna merumuskan tindakan perbaikan. (Saad & Youness, 2024).

Permasalahan konkret IKM kerajinan kulit Manding menjadi titik awal untuk mengidentifikasi masalah rantai pasok, mulai dari pengadaan bahan baku hingga produk mencapai konsumen. SWOT diperlukan untuk memahami posisi strategis IKM dan merumuskan alternatif solusi, sedangkan QSPM digunakan untuk menentukan prioritas di antara alternatif tersebut. Dari uraian diatas yang berisi SWOT untuk rantai pasok, SWOT-QSPM pada UMKM, dan penelitian strategi pada industri kulit, dapat ditarik celah penelitian yaitu strategi rantai pasok pada industri kulit, dalam hal ini adalah strategi rantai pasok pada IKM kerajinan kulit di Manding. Pendekatan yang digunakan yaitu pengembangan strategi menggunakan integrasi metode SWOT *(Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk menghasilkan alternatif-alternatif strategi dan metode QSPM *(Quantitative Strategic Planning Matrix)* untuk penentuan prioritas strategi-strategi tersebut.

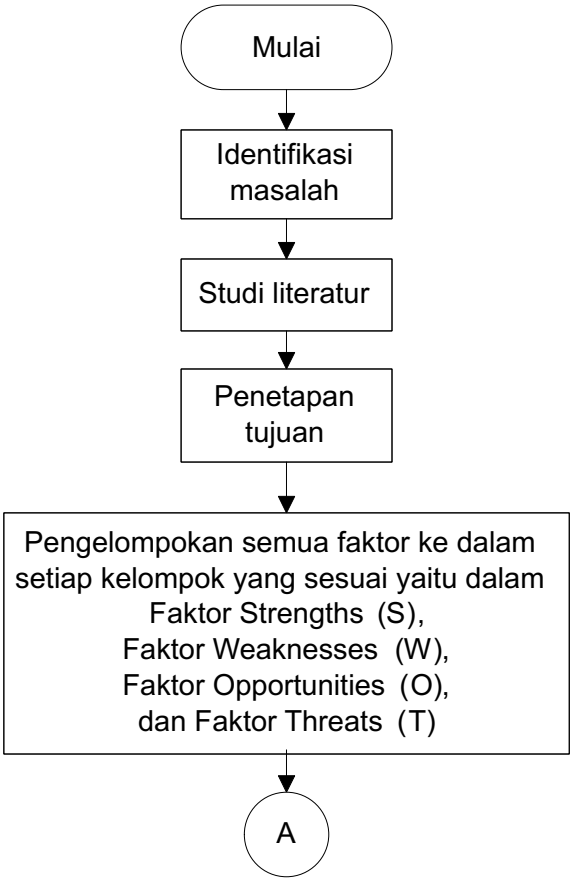
METODE

Penelitian melibatkan 5 informan kunci yang dipilih secara purposive sampling, yaitu berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan mereka dalam kegiatan usaha serta rantai pasok IKM kerajinan kulit Manding. Informan pertama adalah pemilik IKM kerajinan kulit dikarenakan memahami pengadaan bahan baku, produksi, dan pemasaran. Informan kedua adalah pengrajin senior dikarenakan memahami proses produksi dan keterampilan tatah timbul. Informan ketiga adalah pengurus paguyuban IKM dikarenakan memahami kondisi dan kerja sama antar IKM. Informan keempat adalah pelaku IKM berpengalaman ekspor dikarenakan memahami kebutuhan pasar dan pemasaran internasional. Informan kelima adalah pemasok bahan baku dikarenakan memahami pengadaan bahan baku beserta distribusinya. Informan dipilih

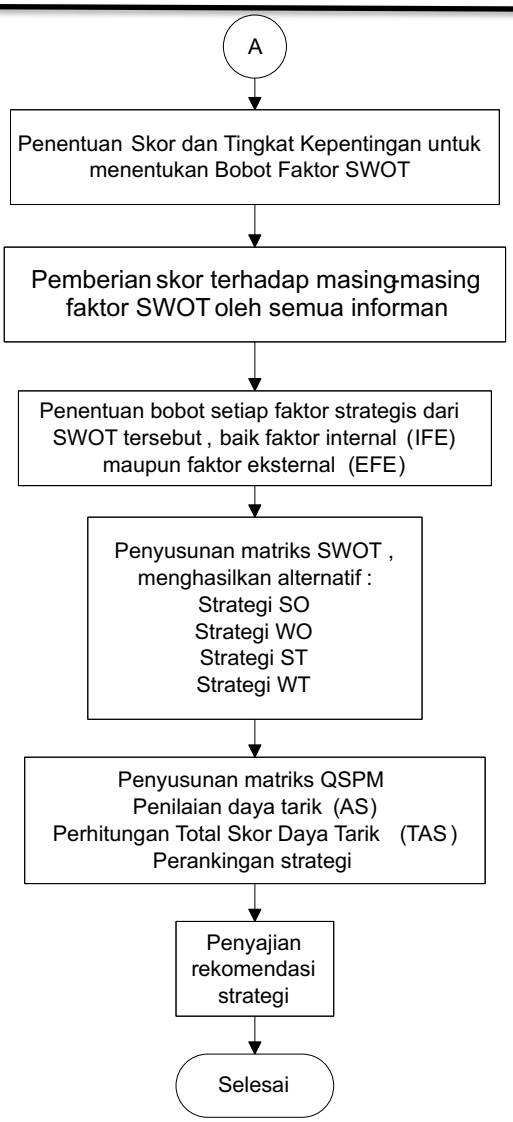
Jambura Industrial Review
Volume 6, No.2, November 2026
ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

dengan mempertimbangkan relevansi pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan langsung dalam aktivitas rantai pasok.

Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dan dicocokan dengan data sekunder dari laporan disperidagkop kabupaten bantul pada IKM kerajinan kulit Manding. Wawancara diarahkan untuk mengidentifikasi faktor internal (SW) dan eksternal (OT) yang memengaruhi rantai pasok IKM kerajinan kulit Manding. Metode penelitian yang dilakukan meliputi identifikasi masalah yaitu menemukan kendala pada rantai pasok IKM kerajinan kulit. Studi literatur merupakan kegiatan mempelajari dari pustaka terkait rantai pasok pada IKM kerajinan kulit. Penetapan tujuan merupakan kegiatan merumuskan strategi perbaikan rantai pasok yang paling optimal bagi IKM kerajinan kulit. Wawancara merupakan kegiatan menggali data primer dan dan sekunder dari stakeholders yang terlibat. Indikator rantai pasok berupa SWOT pada ikm kerajinan kulit. Alur penelitian secara lengkap dapat dilihat pada Gambar 1.



Jambura Industrial Review
Volume 6, No.2, November 2026
ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2



Gambar 1. Alur penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Tabel 1. Faktor Kekuatan (Strength).

Kode	Faktor Strategis
S1	Teknik tatah timbul sebagai ciri khas Kulit Manding
S2	Pengalaman dan keterampilan pengrajin
S3	Keberadaan peguyuban IKM
S4	Pengalaman ekspor sebagian pengrajin
S5	Reputasi kulit manding sebagai sentra kerajinan

Tabel 2. Faktor Kelemahan (Weakness)

Kode	Faktor Strategis
W1	Kemampuan pemasaran digital masih terbatas
W2	Belum semua ikm memiliki legalitas usaha
W3	Peralatan produksi belum modern
W4	Regenerasi pengrajin masih rendah
W5	Sistem informasi pemasaran belum optimal

Jambura Industrial Review
Volume 6, No.2, November 2026
ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

Tabel 3. Faktor Peluang (Opportunity)

Kode	Faktor Strategis
O1	Trend produk ramah lingkungan
O2	Pengembangan desa wisata
O3	Program bantuan pemerintah
O4	Perkembangan e-commerce
O5	Potensi indikasi geografis

Tabel 4. Faktor Ancaman (Threat)

Kode	Faktor Strategis
T1	Persaingan produk kulit daerah lain
T2	Produk tiruan dengan harga murah
T3	Fluktuasi harga bahan baku
T4	Berkurangnya minat generasi muda
T5	Ketergantungan terhadap wisatawan

Penelitian melibatkan 5 informan kunci yang memahami IKM kerajinan kulit Manding. Kelima informan diminta memberikan penilaian tingkat kepentingan masing-masing faktor menggunakan skala 1 s.d. 5.

Tabel 5. Skor dan Tingkat Kepentingan untuk menentukan Bobot Faktor SWOT

Skor	Tingkat Kepentingan
1	Sangat tidak penting
2	Tidak penting
3	Cukup penting
4	Penting
5	Sangat penting

Setiap informan memberikan skor terhadap masing-masing faktor SWOT. Selanjutnya, skor dari kelima informan dijumlahkan untuk memperoleh nilai kepentingan setiap faktor.

Tabel 6. Contoh penilaian faktor *Strenghts*

Faktor	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4	Informan 5	Jumlah
S1	5	5	4	4	4	22
S2	4	4	4	4	4	20
S3	4	3	3	3	3	16
S4	5	4	5	4	4	22
S5	5	4	5	4	4	22

Jumlah nilai Strengths = 102 (=22+20+16+22+22)

Tabel 7. Contoh peniliah faktor *Weaknesses*

Faktor	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4	Informan 5	Jumlah
W1	4	4	4	4	4	20
W2	4	3	3	3	3	16
W3	4	3	3	3	3	16
W4	3	3	3	3	2	14
W5	3	3	3	3	2	14

Jumlah nilai Weaknesses = 80 =(20+16+16+14+14)

Jumlah seluruh nilai internal (Strengths+Weaknesses) = 102+80=182

Rumus Bobot, $B_i = \frac{X_i}{\sum X_i}$ (1)

$B_i = bobot\ faktor\ ke - i$

Jambura Industrial Review
Volume 6, No.2, November 2026
ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

$X_i = jumlah\ skor\ penilaian\ faktor\ ke - i$

$\sum X_i = jumlah\ seluruh\ skor\ faktor\ internal$

Contoh perhitungan, $B_{S1} = \frac{22}{182} = 0{,}121$ dibulatkan menjadi 0,12

Perhitungan faktor-faktor lainnya dilakukan dengan cara yang sama. Hasil perhitungan lengkap dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Bobot Faktor Strategis Internal dan Eksternal

Faktor Internal		Faktor Eksternal	
Faktor	**Bobot**	**Faktor**	**Bobot**
S1	0,12	O1	0,12
S2	0,1	O2	0,1
S3	0,08	O3	0,1
S4	0,15	O4	0,1
S5	0,15	O5	0,08
W1	0,1	T1	0,12
W2	0,08	T2	0,1
W3	0,08	T3	0,08
W4	0,07	T4	0,1
W5	0,07	T5	0,1
Jumlah=	**1**	**Jumlah=**	**1**

Tebel 9. Skala Attractive Scor (AS)

Nilai	Keterangan
1	Tidak menarik
2	Kurang menarik
3	Menarik
4	Sangat menarik

Tabel 6. menunjukkan skala penilaian *Attractiveness Score* (AS) yang digunakan dalam metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk menentukan tingkat daya tarik relatif dari setiap alternatif strategi pengembangan IKM kerajinan kulit Manding.

Penerapan skala AS dalam perhitungan QSPM

Dalam penelitian ini, skala AS digunakan untuk menilai empat alternatif strategi SWOT, yaitu: Strategi SO (*Strengths–Opportunities*): memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang, Strategi WO (*Weaknesses–Opportunities*): memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan, Strategi ST (*Strengths–Threats*): memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman, Strategi WT (*Weaknesses–Threats*): meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Jambura Industrial Review
Volume 6, No.2, November 2026
ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

Nilai AS yang diberikan pada setiap faktor strategis selanjutnya dikalikan dengan bobot faktor tersebut untuk memperoleh Total *Attractiveness Score* (TAS). Perhitungannya menggunakan rumus:

$$TAS = Bobot\ x\ AS \quad (2)$$

Tabel 10. Matriks QSPM Faktor Internal

Faktor Internal	Bobot	AS	SO	AS	WO	AS	ST	AS	WT
S1 Teknik tatah timbul	0,12	4	0,48	2	0,24	4	0,48	1	0,12
S2 Pengalaman pengrajin	0,1	4	0,4	2	0,2	3	0,3	2	0,2
S3 Paguyuban IKM	0,08	3	0,24	3	0,24	4	0,32	3	0,24
S4 Pengalaman ekspor	0,15	4	0,6	2	0,3	3	0,45	1	0,15
S5 Reputasi sentra	0,15	4	0,6	2	0,3	3	0,45	2	0,3
W1 Digital marketing	0,1	3	0,3	4	0,4	2	0,2	3	0,3
W2 Legalitas usaha	0,08	2	0,16	4	0,32	2	0,16	3	0,24
W3 Teknologi produksi	0,08	3	0,24	4	0,32	2	0,16	4	0,32
W4 Regenerasi	0,07	3	0,21	2	0,14	2	0,14	4	0,28
W5 Sistem pemasaran	0,07	3	0,21	4	0,28	2	0,14	3	0,21
Jumlah	**1**		**3,44**		**2,74**		**2,8**		**2,36**

Tabel 11. Matriks QSPM Faktor Eksternal

Faktor Eksternal	Bobot	AS	SO	AS	WO	AS	ST	AS	WT
O1 Produk ramah lingkungan	0,12	4	0,48	2	0,24	3	0,36	1	0,12
O2 Desa wisata	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3	2	0,2
O3 Bantuan pemerintah	0,1	3	0,3	4	0,4	2	0,2	3	0,3
O4 E-commerce	0,1	4	0,4	4	0,4	2	0,2	3	0,3
O5 Indikasi geografis	0,08	4	0,32	2	0,16	3	0,24	1	0,08
T1 Persaingan produk	0,12	3	0,36	2	0,24	4	0,48	2	0,24
T2 Produk tiruan	0,1	4	0,4	2	0,2	4	0,4	2	0,2
T3 Harga bahan baku	0,08	2	0,16	2	0,16	3	0,24	4	0,32
T4 Regerasi pengrajin	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2	4	0,4
T5 Ketergantungan wisata	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Jumlah	**1**		**3,42**		**2,6**		**2,92**		**2,46**

Total TAS Internal+TAS Eksternal:

SO=6,86 (=3,44+3,42), WO=5,34, ST=5,72, WT=4,82

Tabel 12. Rangking prioritas strategi QSPM

Peringkat	Strategi	Nilai TAS	Interpretasi
1	SO	6,86	Strategi paling menarik dan layak diterapkan
2	ST	5,72	Strategi penguatan daya saing menghadapi ancaman
3	WO	5,34	Strategi peningkatan kapasitas internal
4	WT	4,82	Strategi bertahan dan penguatan kelembagaan

Jambura Industrial Review
Volume 6, No.2, November 2026
ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

PEMBAHASAN

Hasil penggabungan nilai QSPM faktor internal dan eksternal menghasilkan urutan prioritas strategi sebagai berikut:

Strategi SO memperoleh nilai TAS sebesar 6,86, yang merupakan nilai tertinggi dibandingkan ketiga alternatif strategi lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan IKM kerajinan kulit Manding sebaiknya diarahkan pada optimalisasi kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal.Tingginya nilai strategi SO dapat dijelaskan melalui hubungan antara karakteristik produk lokal, keterampilan pengrajin, pengalaman ekspor, reputasi kawasan, dan peluang pasar yang berkembang. Teknik tatah timbul dan keterampilan pengrajin memberikan dasar untuk menghasilkan produk yang memiliki keunikan. Reputasi Manding sebagai sentra kerajinan kulit memperkuat identitas produk, sedangkan pengalaman ekspor memberikan modal pengetahuan untuk memasuki pasar yang lebih luas. Di sisi lain, tren produk ramah lingkungan, pengembangan desa wisata, e-commerce, dan potensi indikasi geografis memberikan peluang untuk mengembangkan pasar dan meningkatkan nilai tambah produk. Mekanisme tersebut menunjukkan bahwa strategi SO tidak cukup hanya diwujudkan melalui kegiatan promosi, tetapi harus dilaksanakan melalui pengembangan usaha secara terintegrasi. Peningkatan promosi, misalnya, harus disertai kesiapan kapasitas produksi, ketersediaan bahan baku, pengendalian kualitas, dan ketepatan pengiriman. Dengan demikian, strategi SO memiliki relevansi tidak hanya terhadap aspek pemasaran, tetapi juga terhadap penguatan rantai pasok dari hulu hingga hilir.

Strategi ST memperoleh nilai TAS sebesar 5,72 dan menempati urutan kedua. Strategi ini berfungsi sebagai upaya mempertahankan keunggulan produk ketika menghadapi persaingan, produk tiruan, dan ketidakpastian harga bahan baku. Apabila strategi SO berorientasi pada pemanfaatan peluang pertumbuhan, strategi ST lebih menekankan perlindungan terhadap keunggulan yang telah dimiliki. Strategi ST dengan demikian berperan sebagai instrumen untuk menjaga daya saing agar pertumbuhan yang dihasilkan strategi SO tidak mudah terganggu oleh tekanan persaingan.

Strategi WO memperoleh nilai TAS sebesar 5,34 dan menempati urutan ketiga. Meskipun tidak menjadi prioritas utama, strategi WO memiliki peran penting karena berkaitan dengan penyelesaian kelemahan internal yang dapat menghambat pelaksanaan strategi SO. Oleh sebab itu, peningkatan kemampuan pemasaran digital, pemenuhan legalitas usaha, modernisasi peralatan produksi, serta pengembangan sistem informasi pemasaran perlu dilakukan sebagai langkah pendukung. Dengan kata

Jambura Industrial Review
Volume 6, No.2, November 2026
ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

lain, strategi WO berfungsi membangun kesiapan internal agar IKM dapat memanfaatkan peluang pasar secara lebih efektif.

Strategi WT memperoleh nilai TAS sebesar 4,82 dan menempati urutan keempat. Walaupun memiliki nilai paling rendah, strategi WT tetap penting untuk menjaga keberlangsungan usaha dalam kondisi yang tidak menguntungkan. Strategi WT juga diperlukan untuk mengurangi ketergantungan terhadap satu saluran pemasaran. Pengrajin perlu mengembangkan kombinasi penjualan langsung, pemasaran digital, kemitraan toko, dan pesanan berdasarkan permintaan pelanggan. Dengan demikian, strategi WT berfungsi sebagai mekanisme perlindungan agar usaha tetap berjalan ketika menghadapi penurunan permintaan, kenaikan harga bahan baku, atau perubahan kondisi pasar.

Hasil QSPM menunjukkan bahwa strategi SO menjadi prioritas utama. Namun, apabila dikaitkan dengan pengembangan IKM kerajinan kulit Manding secara menyeluruh, implementasi strategi tersebut perlu diterjemahkan ke dalam penguatan rantai pasok dari hulu hingga hilir. Hal ini penting karena peningkatan permintaan produk tidak secara otomatis meningkatkan keuntungan apabila tidak diikuti dengan perbaikan pengadaan bahan baku, proses produksi, pengelolaan persediaan, dan distribusi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal, analisis QSPM, serta pembahasan strategi pengembangan IKM kerajinan kulit Manding, Bantul, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Kekuatan IKM kerajinan kulit Manding menjadi modal untuk mengembangkan produk dengan identitas lokal dan nilai tambah yang lebih tinggi. Namun, pengembangan usaha masih menghadapi beberapa kelemahan, terutama keterbatasan pemasaran digital, belum meratanya legalitas usaha, peralatan produksi yang belum modern, rendahnya regenerasi pengrajin, dan belum optimalnya sistem informasi pemasaran. Kelemahan tersebut dapat membatasi kemampuan IKM dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pasar, dan mempertahankan keberlanjutan usaha. Peluang eksternal dari IKM kerajinan kulit Manding dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan nilai tambah produk, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat identitas kerajinan kulit Manding. Sementara itu ancaman pada IKM kerajinan kulit Manding dapat memengaruhi stabilitas biaya produksi, daya saing, pendapatan, serta keberlanjutan keterampilan pengrajin. Hasil analisis QSPM faktor internal menunjukkan bahwa strategi SO merupakan alternatif strategi dengan nilai Tas yang paling besar. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan kekuatan internal merupakan pendekatan yang paling menarik untuk mendukung pengembangan IKM

Jambura Industrial Review
Volume 6, No.2, November 2026
ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

kerajinan kulit Manding. Hasil analisis QSPM faktor eksternal juga menunjukkan bahwa strategi SO merupakan alternatif strategi yang paling nilai Tas nya. Hasil ini menunjukkan bahwa pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal menjadi alternatif yang paling menarik dalam menghadapi perkembangan lingkungan usaha. Integrasi hasil QSPM internal dan eksternal menetapkan strategi SO sebagai prioritas utama pengembangan IKM kerajinan kulit Manding. Dengan demikian, arah pengembangan IKM kerajinan kulit Manding perlu diprioritaskan pada optimalisasi kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal melalui pengembangan produk khas Manding, peningkatan kualitas dan inovasi produk, pemanfaatan pemasaran digital, pengembangan desa wisata, serta perluasan jaringan pemasaran domestik dan ekspor.

Pengembangan strategi SO perlu didukung strategi ST, WO, dan WT secara terintegrasi. Strategi ST diperlukan untuk memperkuat daya saing dan melindungi keunikan produk dari persaingan serta produk tiruan. Strategi WO diperlukan untuk meningkatkan kapasitas internal, terutama dalam aspek teknologi produksi, legalitas, pemasaran digital, dan sistem informasi pemasaran. Sementara itu, strategi WT diperlukan untuk mengendalikan risiko usaha, meningkatkan efisiensi penggunaan bahan baku, mengurangi ketergantungan terhadap wisatawan, dan menjaga keberlanjutan sumber daya manusia. Pengembangan IKM kerajinan kulit Manding perlu diarahkan pada penguatan rantai pasok secara menyeluruh. Strategi pengembangan tidak cukup hanya berorientasi pada peningkatan penjualan, tetapi juga harus memperhatikan keterkaitan antara pengadaan bahan baku, pengelolaan persediaan, proses produksi, pengendalian kualitas, pengembangan produk, pemasaran, dan distribusi. Integrasi rantai pasok tersebut diperlukan agar peningkatan permintaan pasar dapat diikuti oleh kemampuan IKM dalam menyediakan bahan baku, menghasilkan produk berkualitas, memenuhi pesanan, dan mengirimkan produk secara tepat waktu. Dengan demikian, pengembangan IKM kerajinan kulit Manding dapat menghasilkan peningkatan daya saing sekaligus menjaga keberlanjutan usaha.

SARAN

Penelitian berikutnya dapat menggunakan metode salah satu *Multi Criteria Decision Making* (MCDM) yaitu AHP sebagai pengganti metode QSPM. AHP digunakan untuk mengurangi sifat subyektif dalam penilaian.

UCAPAN TERIMAKASIH

ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

Penulis mengucapkan terimakasih kepada segenap pimpinan beserta seluruh kolega Politeknik ATK Yogyakarta yang telah memberikan segenap dukungan terhadap penelitian yang telah dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

Abid, A., & Jie, S. (2021). Impact of COVID-19 on agricultural food: A Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) analysis. *Food Frontiers*, *2*(4), 396–406. https://doi.org/10.1002/fft2.93

Ardianti, F. W., Widyaningrum, S., & Bastomi, M. (2024). Analisis Supply Chain Management Pada Umkm Lalapan Tanamo Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, *2*(03), 102–115. https://doi.org/10.59422/global.v2i03.431

de Oliveira Martins, G., de Carvalho, S. A. D., Fernandes, L. G. L., Cesarino, I., & Leão, A. L. (2024). Market Research and SWOT Analysis for Fibers Composite Materials Usage in the Vehicular Components Supply Chain. *Journal of Natural Fibers*, *21*(1). https://doi.org/10.1080/15440478.2024.2334409

Dorcheh, F. R., & Rahbari, M. (2024). Identification and prioritization of factors affecting the saffron supply chain and selection strategies during the pandemic crisis based on the ANP-SWOT method. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, *10*(January), 1–14. https://doi.org/10.3389/fsufs.2024.1401415

Ermetin, O. (2023). Evaluation of the application opportunities of precision livestock farming (PLF) for water buffalo (Bubalus bubalis) breeding : SWOT analysis. *Archives Animal Breeding*, *66*(2023), 41–50. https://doi.org/https://doi.org/10.5194/aab-66-41-2023

Harakat, R. R., & Sutjipto, M. R. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan SWOT Dan QSPM (Studi Kasus : CV Karya Jaya Sumedang). *E-Proceeding of Management*, *11*(5), 4508–4518.

Ibrahim, S., Nurrochmat, D. R., & Maulana, A. (2019). Analysis of Footwear Business Development Strategy Using QSPM and SWOT Analysis. *Revista de Pielarie Incaltaminte*, *19*(4), 176–176.

Jovanovic, M., Urosevic, S., Zlatin Zlatev, Vukovic, M., Babic, G., & Vukovic, A. (2023). *Strategic SWOT – factor analysis of a textile company – a case study*. *74*(5), 547–554. https://doi.org/10.35530/IT.074.05.2022137

Li, T. (2020). A SWOT analysis of China's air cargo sector in the context of COVID-19

ISSN : 2798-026X (online)
DOI : https://doi.org/10.37905/jirev.v6i2

pandemic. *Journal of Air Transport Management*, *88*(101875), 1–6. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101875

Motallebi, S., Zandieh, M., & Alem, A. (2025). Assessing the industry 4 . 0 strategies for a steel supply chain : SWOT , game theory , and gap analysis. *Heliyon*, *11*(1), e41374. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e41374

Noviani, D., Lasalewo, T., & Lahay, H. (2021). Pengukuran Kinerja Supplier Menggunakan Metode Analitycal Hierarchy Process (AHP) di PT. Harvest Gorontalo Indonesia. *Jambura Industrial Review (JIREV)*, *1*(2), 83–93. https://doi.org/10.37905/jirev.1.2.83-93

Noviawan, R., Ismiyah, E., & Fathoni, M. Z. (2021). Marketing strategy analysis of leathe craft products in ud irwan jaya in the time of covid-19 with SWOT methods and QSPM. *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHIC)*, *1*(2), 659–669.

Qanita, A. (2020). Analisis strategi dengan metode SWOT dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi kasus pada D'Gruz Caffe di Kecamatan Bluto Sumenep. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, *1*(2), 11–24.

Saad, A. M., & Youness, F. (2024). The Moroccan leather sector between modernity and authenticity : what problems ? What solutions ? *Discover Sustainability*, *5*(306), 1–21. https://doi.org/10.1007/s43621-024-00496-9

Sumo, P. D., Ji, X., & Cai, L. (2022). SWOT Framework Based on Fuzzy Logic , AHP , and Fuzzy TOPSIS for Sustainable Retail Second-hand Clothing in. *Sciendo*, *30*(6), 27–44. https://doi.org/10.2478/ftee-2022-0050

Wahab, S. N., Ahmed, N., & Ab Talib, M. S. (2024). An overview of the SWOT analysis in India's pharmaceutical supply chain. *Arab GulfJournal of Scientific Research.*, *42*(3), 771–787. https://doi.org/10.1108/AGJSR-03-2023-0102

Wijaya, L. I., Rasyid, A., Pratiwi, M., Pramudibyo, S., & Larosa, E. (2025). Analisis penerapan manajemen rantai pasok industri rumahan tahu di kelurahan moodu. *Jambura Industrial Review*, *5*(1), 1–10. https://doi.org/10.37905/jirev.5.1.01-10 Analisis