

ABSTRAK

STRATEGI BERSAING MELALUI PENDEKATAN SWOT PADA UMKM THASYA ETHNIC LAMPUNG DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

DENI FIRMANSYAH

Thasya Ethnic Lampung merupakan usaha kerajinan kain tapis yang diinovasikan menjadi beberapa produk mulai dari baju, tas, peci, sarung bantal, taplak meja, dan lainnya. Penelitian ini mengambil objek UMKM kerajinan tapis Thasya Ethnic Lampung untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing dari UMKM, dan apa saja yang dapat menjadi alternatif strategi Thasya Ethnic Lampung dalam menghadapi banyaknya jumlah pesaing usaha sejenis yang tidak dapat dikendalikan. Metode kualitatif digunakan pada penelitian dengan menjadikan alat analisis berupa *SWOT*. Hasil penelitian menunjukkan kondisi Thasya Ethnic Lampung yang sudah berada pada kondisi dimana UMKM hanya perlu melakukan strategi yang bersifat *grow and built*. Penerapan strategi berupa pengembangan strategi dari strategi yang sudah digunakan sebelumnya. Dimulai dari aspek produksi dengan terus membenahi, mengembangkan serta selalu berinovasi terkait produk agar tetap bertahan dan tidak mudah ditiru oleh UMKM serupa. Selanjutnya Thasya Ethnic Lampung dapat membenahi sistem pelayanan dan pemasaran dengan bentuk kreatif dan sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan target konsumen, sehingga dapat lebih menjangkau pasar yang luas. Pada aspek keuangan dapat dilengkapi dengan penyempurnaan pemanfaatan media digital sebagai alat bantu pencatatan, perhitungan hingga penyimpanan data transaksi.

Kata Kunci: UMKM, Kerajinan Tapis, Analisis *SWOT*

ABSTRACT

COMPETITIVE STRATEGY THROUGH SWOT APPROACHES AT UMKM THASYA ETHNIC LAMPUNG IN BANDAR LAMPUNG

By

DENI FIRMANSYAH

Thasya Ethnic Lampung is a tapis cloth craft business that is innovated into several products ranging from clothes, bags, peci, pillow cases, tablecloths, and others. This study took the object of the Thasya Ethnic Lampung tapis craft UMKM to find out how the competitive strategy of UMKM is, and what can be an alternative strategy for Thasya Ethnic Lampung in facing the large number of competitors of the same type that cannot be controlled. Qualitative methods were used in the study by using an analysis tool in the form of SWOT. The results of the study showed that the condition of Thasya Ethnic Lampung was already in a condition where UMKM only needed to carry out a strategy that was grow and build. The implementation of the strategy was in the form of developing a strategy from a strategy that had been used previously. Starting from the production aspect by continuing to improve, develop and always innovate related to products so that they survive and are not easily imitated by similar UMKM. Furthermore, Thasya Ethnic Lampung can improve the service and marketing system with creative forms and in accordance with the development of the times and the needs of target consumers, so that it can reach a wider market. In the financial aspect, it can be complemented by improving the use of digital media as a tool for recording, calculating and storing transaction data.

Keywords: MSMEs, Tapis Craft, SWOT Analysis