

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KAIN TENUN DAN TAPIS DI
DESA TALANG JAWA KECAMATAN PULAU PANGGUNG
KABUPATEN TANGGAMUS**

(Skripsi)

Oleh

DEA SANDOVA

2011021060



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2025

ABSTRAK

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KAIN TENUN DAN TAPIS DI
DESA TALANG JAWA KECAMATAN PULAU PANGGUNG
KABUPATEN TANGGAMUS**

Oleh

DEA SANDOVA

Usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa merupakan usaha unggul yang mendapatkan perhatian pemerintah namun saat ini mengalami kemunduran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha yang tepat pada usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini menggunakan alat Analisis SWOT yang terdiri dari 5 tahapan yaitu mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal, membuat Matriks SWOT, menganalisis Matriks IFAS dan Matriks EFAS, menganalisis Matriks Internal-Eksternal dan membuat Kuadran SWOT. Kuesioner ini diisi oleh 15 responden expert yang terpilih. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat digunakan adalah 1) Memasarkan produk usaha kain tenun dan tapis di Platform, Website, dan Sosial Media lainnya agar usaha ini dapat cepat berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas, serta memaksimalkan sarana dan prasarana yang sudah ada. 2) Melakukan program kolaborasi dengan pemerintah untuk memfasilitasi kerja sama dengan industri tekstil besar sehingga produksi kain tenun dan tapis masuk ke dalam rantai pasok industri yang lebih luas. 3) Melakukan kemitraan dengan instansi atau industri pariwisata untuk menjadi objek wisata kreatif dan edukatif sehingga usaha ini dapat mengembangkan pusat pengrajin atau workshop yang terbuka untuk wisatawan.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pengembangan, Usaha Kain Tenun dan Tapis

ABSTRACT

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF WOVEN FABRIC AND TAPIS IN TALANG JAWA VILLAGE, STAGE ISLAND SUB-DISTRICT, TANGGAMUS DISTRICT

BY

DEA SANDOVA

The woven fabric and tapis business in Talang Jawa Village is a superior business that has received government attention but is currently experiencing a decline. The purpose of this study is to find out how the right business development strategy in the woven fabric and tapis business in Talang Jawa Village is expected to increase business competitiveness. This study uses a SWOT Analysis tool which consists of 5 stages, namely identifying internal factors and external factors, creating a SWOT Matrix, analyzing the IFAS Matrix and EFAS Matrix, analyzing the Internal-External Matrix and creating a SWOT Quadrant. This questionnaire was filled in by 15 selected expert respondents. The results of this study indicate that the right strategies to use are 1) Marketing woven fabric and tapis business products on platforms, websites, and other social media so that this business can quickly develop and be known by the wider community, and maximize existing facilities and infrastructure. 2) Conduct a programme of collaboration with governments to facilitate cooperation with the large textile industry so that production of knitted fabrics and tapestries enters into wider industrial supply chains. 3) Conduct partnerships with tourism agencies or industries to become a creative and educational tourist attraction so that this business can develop an artisan center or workshop that is open to tourists.

Keywords: *Development Strategy, SWOT Analysis, Woven Fabric and Tapis Businesses*

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KAIN TENUN DAN TAPIS DI
DESA TALANG JAWA KECAMATAN PULAU PANGGUNG
KABUPATEN TANGGAMUS**

**Oleh
DEA SANDOVA
2011021060**

**Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI**

**Pada

Jurusan Ekonomi Pembangunan
Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2025

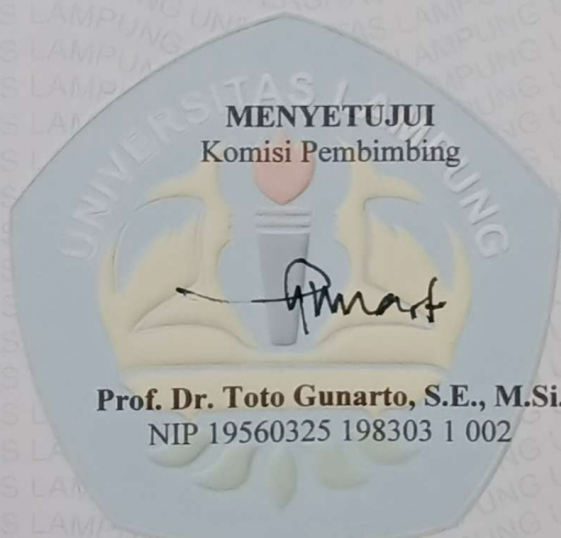
Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun
Dan Tapis Di Desa Talang Jawa Kecamatan
Pulau Panggung Kabupaten Tanggamus**

Nama Mahasiswa : **Dea Sandova**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2011021060**

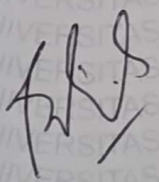
Jurusan : **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



Prof. Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si.
NIP 19560325 198303 1 002

MENGETAHUI
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan


Dr. Arivina Ratih Y.T, S.E., M.M.
NIP 19800705 200604 2 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si.

Penguji I : Dr. Dedy Yuliawan, S.E., M.Si.

Penguji II : Nurbetty Herlina Sitorus, S.E., M.Si.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 April 2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Nama : Dea Sandova
Nomor Pokok Mahasiswa : 2011021060
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Dan Tapis Di Desa Talang Jawa Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri, dan dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari peneliti lain tanpa pengakuan peneliti aslinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 22 April 2025

Yang membuat pernyataan,



Dea Sandova
2011021060

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Dea Sandova di lahirkan di Talang Padang, Kabupaten Tanggamus pada tanggal 25 April 2003. Penulis merupakan anak kelima dari lima bersaudara dari pasangan Ngadianto dan Sunaria Hayati.

Penulis memulai jenjang pendidikan di sekolah dasar pada SD Negeri 2 Banding Agung dan lulus pada tahun 2014. Pada jenjang pendidikan sekolah menengah pertama, penulis melanjutkan di SMP Negeri 1 Talang Padang dan lulus pada tahun 2017. Untuk pendidikan menengah atas penulis melanjutkan di SMA Negeri 1 Talang Padang dan lulus di tahun 2020.

Di tahun yang sama, yaitu di tahun 2020, penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Lampung. Penulis diterima sebagai mahasiswa S1 dengan jalur SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri) di Jurusan Ekonomi Pembangunan. Di dalam masa perkuliahan, penulis mengikuti organisasi yaitu Economic & Business Entrepreneur Club (EBEC) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung sebagai Staff Komunikasi Bisnis (2022-2023) dan sebagai Bendahara Umum (2023-2024). Penulis juga telah melakukan pengabdian masyarakat atau disebut dengan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2023 di Pekon Parda Haga, Kecamatan Lemong, Pesisir Barat.

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

- QS. Al Insyirah:5-6

"Cara terbaik untuk memulai adalah dengan berhenti berbicara dan mulai melakukan."

- Walt Disney

"Jangan menunggu kesempatan yang sempurna. Ambil kesempatan yang ada, dan jadikan itu sempurna."

- Bruce Lee

“Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah.”

- BJ Habibie

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'aalamiin segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang telah Allah SWT berikan serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengajarkan kebaikan-kebaikan di dunia ini. Dengan ini, ku persembahkan skripsi ini kepada:

Dea Sandova yaitu diriku sendiri yang mampu bertahan dan bersusah payah dalam pengerjaan skripsi ini sampai dengan selesai.

Kedua orang tuaku, Bapak Ngadianto dan Ibu Sunaria Hayati. Terima kasih atas segala doa, cinta, dan pengorbanan yang tak terhingga. Terimakasih atas luasnya kesabaran dan penantian untuk ku menyelesaikan tugas akhir ini.

Kakak-kakakku, Nina Suryana, Nike Hardiyanti, Ningrum Shintia, dan Agung Prabowo. Terimakasih atas segala dukungan, semangat, dan motivasi untuk ku menyelesaikan tugas akhir ini.

Seluruh orang-orang terdekat, serta teman-teman seperjuangan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan dan semangat yang telah kalian berikan untuk ku.

Almamater tercinta, Universitas Lampung

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji dan syukur penulis ucapkan atas rahmat dan hidayah yang telah Allah SWT berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Dan Tapis Di Desa Talang Jawa Kecamatan Pulau Panggung Kabupaten Tanggamus” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari bahwa proses penulisan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa peranan dan bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Arivina Ratih Yulihar Taher, S.E., M.M.. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Zulfa Emalia, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Prof. Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan ilmu, bantuan, bimbingan, arahan, dan saran, serta pengalaman yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Prof. Dr. Marselina, S.E., M.P.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan saran dan bantuannya selama penulis menempuh pendidikan di Ekonomi Pembangunan.

6. Bapak Dr. Dedy Yuliawan, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji dan Dosen Pembahas yang telah banyak memberikan kritik, saran, arahan, serta nasihat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Ibu Nurbetty Herlina Sitorus, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji dan Dosen Pembahas yang telah banyak memberikan kritik, saran, arahan, serta nasihat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Ibu Ukhti Ciptawaty, S.E., M.Si. selaku dosen Ekonomi Pembangunan yang telah banyak memberikan bantuan, saran, arahan dan semangat untuk penulis menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu, pelajaran, serta pengalaman yang berharga dan bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
10. Seluruh Karyawan/Staf di Jurusan Ekonomi Pembangunan dan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak membantu penulis dalam segala proses perkuliahan penulis selama penulis menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
11. Kedua orang tuaku, Bapak Ngandianto dan Ibu Sunaria Hayati yang tidak henti-hentinya selalu memberikan kasih sayang, ilmu, motivasi, dan dukungan baik moril maupun materil, serta memberikan doa kepada penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan pendidikan ini dan berhasil berada pada titik ini. Terima kasih atas segala pengorbanan dan kesabarannya. Terima kasih selalu memberikan kasih sayang, cinta, dukungan, motivasi, dan doa. Terima kasih untuk segalanya.
12. Kakak-kakakku, Nina Suryana, Nike Hardiyanti, Ningrum Shintia, dan Agung Prabowo. Terimakasih atas segala dukungan, semangat, dan motivasi untuk ku menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih untuk doa-doa terbaik yang diberikan kepada penulis.
13. Partner spesial, Alvina Oktaviana dan Peni Fadhila. Terima kasih sudah berjuang bersama penulis, menempuh jarak berpuluh kilometer dengan pergantian cuaca yang panas dan hujan demi penulis. Terima kasih sudah menemani penulis dalam merasakan pahit dan manis nya penyelesaian skripsi ini.

14. Teman-teman kuliah, Putri Fadia Azzahra, Yunia Sari, Nastasya Titis Ayuningtyas, dan Rindi Mustika Roslaini. Terima kasih telah menjadi partner penelitian, partner penyusunan skripsi dan partner terbaik dalam setiap langkah perjalanan ini. Terima kasih atas bantuan dan dukungan selama perkuliahan.
15. Priambodo Febrianoro. Terima kasih untuk selalu percaya bahwa penulis bisa meski penulis sendiri meragukannya. Terima kasih atas segala dukungan, ketulusan, dan pengorbanan untuk membantu penulis menyelesaikan perkuliahan ini. Sekali lagi, terima kasih.

Bandar Lampung, 22 April 2025

Dea Sandova

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Teoritis	13
2.1.1 Teori Pertumbuhan Ekonomi Adam Smith	13
2.1.2 Teori Pertumbuhan Ekonomi Solow	14
2.1.3 Teori Keunggulan Komparatif	14
2.1.4 Teori Manajemen Strategik	15
2.1.5 Model Kekuatan <i>Porter's</i>	16
2.1.6 Pengertian Strategi.....	17
2.1.7 Pengembangan Usaha.....	19
2.1.8 UMKM	20
2.1.7 Analisis SWOT.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Berpikir	34
III. METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	36
3.2 Tempat dan Waktu.....	36
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel	37
3.4 Teknik PengumpulanData	38
3.4.1 Observasi.....	38
3.4.2 Wawancara.....	38
3.4.3 Kuesioner	38
3.4.4 Dokumentasi	39
3.5 Uji Kualitas data	39
3.5.1 Uji Reliabilitas.....	39
3.5.2 Pengecekan Keabsahan Data.....	40

3.6 Metode Analisis Data	41
3.6.1 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.....	41
3.6.2 Analisis Matriks IFAS dan Matriks EFAS	41
3.6.3 Matriks SWOT	47
3.6.4 Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE).....	49
3.6.5 Analisis Kuadran Swot.....	50
IV. PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	53
4.2 Analisis Data	60
4.2.1 Uji Reliabilitas.....	60
4.2.2 Perumusan Faktor Internal dan Eksternal	61
4.2.3 Matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat)	69
4.2.4 Matriks <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (Matriks IFAS) dan Matriks <i>External Factor Analysis Summary</i> (Matriks EFAS).....	74
4.2.5 Matriks Internal-Eksternal (IE)	79
4.2.6 Kuadran SWOT Matriks SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, and Threat</i>).....	80
4.3 Pembahasan	81
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jenis Produk dan Harga Jual Produk.....	7
Tabel 1. 2 Jumlah Pengrajin	9
Tabel 2. 1 Matriks SWOT	25
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Tabel Responden	37
Tabel 3. 2 Pembobotan Faktor Internal	43
Tabel 3. 3 Matriks IFAS.....	44
Tabel 3. 4 Pembobotan Faktor Eksternal	45
Tabel 3. 5 Matriks EFAS.....	47
Tabel 3. 6 Matriks SWOT	48
Tabel 4. 1 Data Pengerajin usaha Kain Tenun dan Tapis Di Desa Talang Jawa .	55
Tabel 4. 2 Jenis Produk Kain Tapis Di Desa Talang Jawa	59
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4. 4 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal pada Usaha Kain Tenun dan Tapis di Desa Talang Jawa.....	68
Tabel 4. 5 Matriks SWOT usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa.....	70
Tabel 4. 6 Matriks <i>Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</i> Usaha Kain Tenun dan Tapis di Desa Talang Jawa	75
Tabel 4. 7 Matriks <i>Eksternal Factor Evalution (EFE)</i> Usaha Kain Tenun dan Tapis di Desa Talang Jawa.....	77

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Jumlah Omze Penjualan Tahun 2016-2023	8
Gambar 2. 1 Kuadran SWOT	26
Gambar 2. 2 Matriks Internal-Eksternal	28
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3. 1 Matriks Internal-Eksternal	50
Gambar 3. 2 Diagram SWOT	51
Gambar 4. 1 Rumah Produksi Usaha Kain Tenun dan Tapis	54
Gambar 4. 2 Proses Pemasangan Payet Pada Kain Tapis.....	56
Gambar 4. 3 Produk Usaha Kain Tenun dan tapis di Desa Talang Jawa	57
Gambar 4.4 Matriks Internal-Eksternal (IE) usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa	79
Gambar 4. 5 Diagram Kuadran SWOT usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa	81

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah revolusi industri 4.0, ekonomi kreatif mendorong pengembangan strategi bertahan untuk daya saing internasional. Penciptaan, distribusi, serta konsumsi seluruhnya sudah berganti akibat dari kemajuan dunia di masa globalisasi. Gagasan ekonomi kreatif mengutamakan kalangan intelektual selaku kekayaan untuk menghasilkan uang, pemasukan, kesempatan kerja, serta kesejahteraan yang diberikan oleh gelombang ekonomi yang dipengaruhi globalisasi. Tidak hanya sumber daya alam, ekonomi kreatif juga tergantung pada sumber daya manusia yang didukung oleh ide serta inovasi sumber daya manusia. Dalam mengalami persaingan ekonomi global, inovasi dan kreativitas serta teknologi menjadi nilai tambah untuk ekonomi (Munajat et al., 2022).

Proses mengganti ide ataupun kekayaan menjadi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan serta peluang kerja merupakan bagian dari jenis ekonomi kreatif di Indonesia. Tidak hanya itu, perkembangan ekonomi kreatif serta bisnis pariwisata tidak dapat dipisahkan (Sopacua & Primandaru, 2020). Ekonomi kreatif di Indonesia lebih banyak berbasis budaya, terutama di wilayah pedesaan. Pengembang gim, kerajinan, desain bidang, musik, seni rupa, desain produk, fashion, seni kuliner, film, animasi, serta video, fotografi, desain komunikasi visual, tv, radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, serta aplikasi tercantum di antara enam belas subsektor ekonomi kreatif Indonesia (Departemen Pariwisata serta Ekonomi Kreatif, 2025). Angka ekspor produk menampilkan keberhasilan ekonomi kreatif yang kuat. Direktur Jenderal Bea serta Cukai Departemen Keuangan memberi keterangan bahwa nilai ekspor sebesar US\$26,94 miliar, naik sebesar 12,81% dari tahun 2021. Dengan nilai ekspor 99,94% berasal

dari industri fashion, kerajinan, serta kuliner yang menjadi kontributor ekspor terbanyak dari totalitas nilai ekspor beberapa barang dari ekonomi kreatif pada tahun 2022 (Direktorat Kajian Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Industri kreatif serta ekonomi kreatif saling berkaitan. Penciptaan serta penyaluran barang serta jasa yang mengandalkan imajinasi, kreativitas, serta kecerdasan intelektual ialah tujuan utama ekonomi kreatif. Industri kreatif memiliki sub sektor seni kriya yang menghasilkan kerajinan (*craft*) yang mempunyai nilai seni. Jenis-jenis seni kriya dibedakan pada bahan serta proses pembuatannya. Seni kriya dibagi menjadi 6 jenis berdasarkan pada bahan yang digunakan yaitu kayu, tekstil, tembikar, logam, kulit, serta batu. Sedangkan berdasarkan pada proses pembuatannya terdapat 5 wujud seni kriya yaitu seni sulaman, seni kriya tenun, seni kriya pahat, serta seni kriya batik. Kain batik serta kain tenun adalah produk dari industri kreatif seni kriya tekstil (Departemen Pariwisata serta Ekonomi Kreatif, 2020).

UMKM dapat memperluas industri kreatif dengan menerapkan teknologi informasi serta kreativitas dalam menanggapi potensi lokal regional dan pergantian selera pelanggan (Heryani dkk., 2020). UMKM mempunyai kedudukan besar dalam perkembangan ekonomi suatu daerah karena menggunakan banyak sumber daya yang jika digunakan dengan baik, dapat mempunyai dampak berganda yang mendorong pembangunan wilayah yang berarti (Heryani et al., 2020). Kesejahteraan warga dipengaruhi secara positif oleh perkembangan UMKM. UMKM pada dasarnya merupakan industri lokal yang dijalankan serta dikendalikan oleh orang-orang ataupun kelompok kecil yang menyediakan berbagai jenis produk serta jasa, mulai dari manufaktur konvensional sampai teknologi canggih. Fleksibilitas, energi cipta, serta keahlian merupakan keunikan dari UMKM dalam memenuhi permintaan pasar (Vinatra, 2023).

UMKM di Indonesia terus berkembang pesat terutama di wilayah pedesaan. Masyarakat pedesaan memiliki sumber pemasukan utama yaitu pertanian namun mulai merintis usaha sendiri karena lahan pertanian yang terus menurun serta tenaga kerja yang bertambah di wilayah pedesaan. Hal ini membuat pertanian tidak

lagi sanggup meresap semua tenaga kerja di wilayah pedesaan (Anggraeni et al., 2015). Di wilayah pedesaan, UMKM dapat mendorong perekonomian wilayah dan akhirnya akan menodorong perekonomian nasional. Jumlah UMKM saat ini terus meningkat tiap tahunnya menunjukkan tren yang positif. Perekonomian Indonesia diuntungkan oleh tren kenaikan ini. UMKM menyumbang 60,5% PDB nasional pada tahun 2023, hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia mempunyai kemampuan berkembang hingga memberikan kontribusi ekonomi yang sangat besar (Kementrian Keuangan RI, 2023).

UMKM di Indonesia yang bergerak di bidang industri kerajinan salah satunya adalah usaha kain tenun. Salah satu aspek dari keragaman budaya Indonesia yang luar biasa adalah seni kerajinan tangan yang diwariskan dari nenek moyang sampai saat ini. Perwujudan hasil kerajinan masyarakat Indonesia yaitu kain tenun yang telah menjadi komponen budaya Indonesia (Suleman et al., 2019). Proses pembuatan kain tenun didasarkan pada gagasan simpel yaitu tentang menyambung benang dalam arah melintang serta membujur. Dengan kata lain, benang pakan serta benang lungsin silih bersilangan secara bergantian. Kapas, sutra, serat kayu, serta bahan yang lain kerap digunakan untuk membuat kain tenun (Nuraini & Falah, 2022). Hal ini membuat banyak UMKM tertarik untuk meningkatkan budaya asli guna mempertahankan tradisi wilayah dengan ciri khas kain tenun di tiap wilayah.

Provinsi Lampung memiliki kain khas tradisional yang telah banyak dikenal di berbagai daerah yaitu tapis. Tapis Lampung dibuat dengan benang emas ataupun perak yang disulam pada kain tenun. Tapis dibuat untuk penghormatan kepada leluhur, salah satunya motif kapal sebagai perlengkapan transportasi ataupun perlengkapan angkut untuk roh yang melakukan perjalanan ke akhirat serta berhubungan dengan semacam pemujaan terhadap tokoh leluhur. Makna simbolis kain tapis berperan selaku penghubung bermacam arti yang terkandung dalam penerapan ritual adat sepanjang keberadaan manusia dan tersambung dengan lingkungannya (Warisan Budaya Takbenda Indonesia, 2010). Umumnya tapis dikenakan dari pinggang ke bawah dengan desain seperti sarung terbuat dari benang kapas yang dijahit dengan benang emas serta perak yang menggambarkan alam, tanaman, serta hewan. Kain tapis mempunyai karakteristik khas pola serta

wujudnya sendiri sehingga dapat di bedakan berdasarkan keunikannya (Syarif et al., 2021).

Provinsi Lampung merupakan salah satu tempat wisata budaya serta pendidikan. Desa Way Sindi di Kabupaten Pesisir Barat, Desa Sumbermulyo di Kabupaten Tanggamus, serta Desa Lugu Sari di Kabupaten Pringsewu merupakan beberapa desa yang sudah diresmikan selaku Desa Wisata Kampung Tapis. Pembuatan Desa Wisata Kampung Tapis bertujuan untuk melestarikan tapis selaku peninggalan budaya serta kearifan lokal Provinsi Lampung, meningkatkan inovasi serta diversifikasi dan kreativitas produk tapis Lampung untuk dialihfungsikan dari produk budaya ke produk ekonomi, mendorong daya saing UMKM kerajinan serta meningkatkan pemasukan bagi masyarakat, meningkatkan kerajinan tapis untuk generasi penerus, dan meningkatkan desa wisata berbasis tapis selaku destinasi wisata budaya serta pendidikan (Diskominfo Provinsi Lampung, 2022).

Desa Sumbermulyo adalah salah satu Desa Wisata Kampung Tapis yang terletak di Kabupaten Tanggamus. Salah satu kabupaten yang mempunyai kemampuan serta tingginya daya saing yaitu Kabupaten Tanggamus dengan menciptakan produk-produk melalui UMKM. Kabupaten Tanggamus terletak pada geografis 104°18-105°12 Bujur Timur serta 5°05-5°56 Lintang Selatan. Terdapat 20 kecamatan di Kabupaten Tanggamus antara lain Kecamatan Kelumbayan Barat, Kecamatan Pugung, Kecamatan Sumberejo, Kecamatan Air Naningan, Kecamatan Talang Padang, Kecamatan Kota Agung Timur, Kecamatan Kota Agung Pusat, Kecamatan Kota Agung Barat, Kecamatan Bandar Negeri Semuong, Kecamatan Bulok, Kecamatan Cukuh Balak, Kecamatan Gisting, Kecamatan Limau, Kecamatan Pematang Sawa, Kecamatan Pulau Panggung, Kecamatan Semaka, Kecamatan Ulubelu, Kecamatan Wonosobo, dan Kecamatan Gunung Alip (Pemerintah Kabupaten Tanggamus, 2019).

Salah satu desa yang berada di Kecamatan Sumberejo adalah Desa Sumbermulyo. Pada tahun 2021, Dinas Pariwisata menetapkan desa ini menjadi Desa Wisata Sailing Sumbermulyo. Nama Sailing berasal dari salah satu nama dusun di Desa Sumbermulyo. Adapun prestasi-prestasi yang di dapatkan oleh Desa Wisata Sailing Sumbermulyo ini antara lain Desa Wisata Sailing Sumbermulyo memperoleh

pengakuan selaku partisipan Anugerah Desa Wisata BCA dari BCA pada tahun 2021, Menteri Pariwisata serta Ekonomi Kreatif membagikan penghargaan selaku Desa Binaan Kemenparekraf RI Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) pada tahun 2022, Menteri Pariwisata serta Ekonomi Kreatif kembali membagikan penghargaan selaku pemenang Anugrah Desa Wisata Indonesia (ADWI) pada tahun 2023.

Usaha kain tenun dan tapis di Desa Wisata Sailing Sumbermulyo di kelola oleh Bapak Heri Dunan. Bapak Heri Dunan merupakan saudara lelaki dari pemilik asli usaha ini yaitu Ibu Putri Ayu Sekar Maharani yang mengelola usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa. Usaha kain tenun dan tapis di Desa Wisata Sailing mendapat dukungan pemasaran oleh pemerintah daerah melalui kunjungan pemerintah-pemerintah luar daerah untuk berkunjung ke Desa Wisata Sailing Sumbermulyo yang sebagai wisata budaya dan pendidikan. Adanya bantuan pemerintah melalui pemasaran ini menyebabkan usaha kain tenun dan tapis di Dusun Sailing menjadi cukup terkenal bagi masyarakat luas sehingga usaha ini menjadi tujuan bagi masyarakat untuk bekerja sebagai pengrajin atau menjadikan usaha ini sebagai pusat pelatihan pengrajin kain tenun dan tapis yang ada di Kabupaten Tanggamus.

Pada awal tahun 2023, usaha kain tenun dan tapis di Desa Wisata Sailing berada dalam kondisi keterbatasan dana serta berhentinya dukungan pemasaran oleh pemerintah daerah, sehingga usaha ini hanya mengandalkan pemasaran secara mandiri namun kurang menjangkau masyarakat luas sehingga usaha ini berhenti produksi pada akhir tahun 2023. Setelah berhentinya usaha kain tenun dan tapis di Desa Wisata Sailing Sumbermulyo, usaha ini berpindah ke Desa Talang Jawa yang berada di Kecamatan Pulau Panggung yang merupakan lokasi utama berdirinya usaha kain tenun dan tapis ini. Usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa di kelola oleh Ibu Putri Ayu Sekar Maharani. Ibu Putri mendirikan usaha ini pada tahun 2016 di Desa Talang Jawa dengan tujuan membantu masyarakat sekitar yang sedang menunggu waktu panen dengan bekerja sebagai perajin. Ide usahatersebut muncul berdasarkan pengamatan dari berbagai potensi yang ada dan juga

merupakan usaha yang memiliki manfaat untuk melestarikan dan meningkatkan kebudayaan adat masyarakat Lampung.

Upah para perajin saat itu sangat rendah untuk satu lembar kain tapis yang diproduksi selama 3 bulan yaitu hanya memperoleh upah sebesar Rp.400 ribu sampai Rp. 500 ribu. Namun dengan harga jual kain tenun dan tapis yang terbilang tinggi, usaha ini menaikkan upah pengrajin dengan upah yang lebih tinggi yaitu sebesar Rp. 1.000.000 juta sampai Rp. 1.200.000 per lembar kain tapis yang berukuran panjang 110 cm dan lebar 175 cm. Dengan meningkatnya upah pengrajin, maka jumlah pengrajin pada tahun 2018 mencapai 1000 pengrajin baik itu pengrajin di rumah produksi maupun pengrajin rumahan. Biasanya pengrajin membuat sarung membutuhkan kain sepanjang 110 cm dengan lebar keliling sebesar 160 cm dan untuk selendang membutuhkan panjang 140 cm dengan lebar 25 cm. Sarung dan selendang merupakan pakaian sepasang yang di jual dalam usaha kain tenun dan tapis ini.

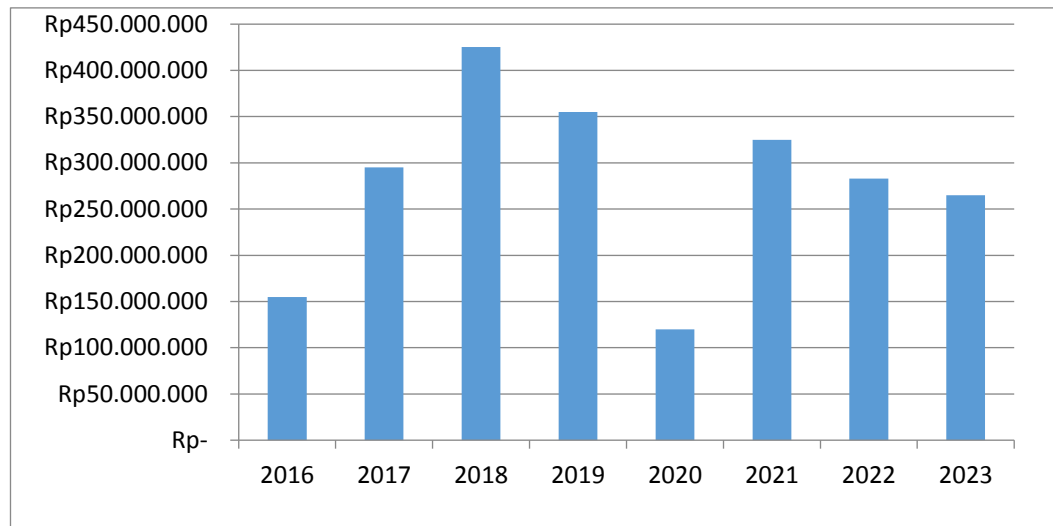
Usaha kain tenun dan tapis ini menjadi sumber mata pencarian bagi para pengrajin. Pengrajin terdiri dari ibu rumah tangga berpenghasilan rendah, petani perempuan yang hanya memperoleh pemasukan dari hasil panen musiman, serta ibu rumah tangga yang ditinggal suaminya sehingga menjadi tulang punggung keluarga. Dengan terdapatnya keterlibatan tenaga kerja perempuan dari sektor pertanian hingga sektor jasa menghasilkan struktur perekonomian nasional yang semakin kuat serta sektor ekonomi dapat didiversifikasi (Kurniasari et al., 2024). Usaha ini memiliki kelompok pengrajin tapis yang bernama Sanggar Tangan Emas yang sudah memproduksi berbagai jenis produk antara lain sarung, selendang, baju, outer, dompet, tas, kopiah, gantungan kunci, dan bros. Berikut ini merupakan jenis produk serta harga yang ditawarkan oleh usaha tapis serta tenun Desa Talang Jawa.

Tabel 1. 1 Jenis Produk dan Harga Jual Produk

No	Nama Produk	Harga Jual Produk (Rupiah)
1	Sarung dan selendang	500. 000 – 20.000.000
2	Baju	500.000 – 1.500.000
3	Outer	350.000 – 1.000.000
4	Dompot	100.000 – 350.000
5	Tas	150.000 – 400.000
6	Kopiah	50.000 – 100.00
7	Gantungan Kunci	10.000 – 25.000
8	Bros	10.000 – 25.000

Sumber: Data Primer Tahun 2024

Penjualan produk dilakukan secara *offline* yaitu dirumah produksi atau juga dijual pada saat festival budaya dan penjualan juga dilakukan secara *online*. Target pasar dari usaha ini adalah masyarakat suku lampung, para pejabat, dan masyarakat yang berasal dari dalam maupun luar daerah yang menggunakan tapis untuk kebutuhan pribadi. Dari hasil penjualan produk, usaha ini mendapatkan omset perbulan yaitu Rp. 15.000.000 sampai dengan Rp. 30.000.000. Omset dapat mencapai Rp. 30.000.000 jika terdapat festival yang menghadirkan kebudayaan tapis Lampung. Namun jumlah omset saat ini lebih rendah dari jumlah omset tahun-tahun sebelumnya.



Sumber: Data Primer Tahun 2024

Gambar 1. 1 Jumlah Omset Penjualan Usaha Kain Tenun dan Tapis Tahun 2016-2023

Berdasarkan gambar diatas, omset penjualan mengalami kenaikan sejak awal berdirinya usaha ini pada tahun 2016 hingga tahun 2018. Omset penjualan paling tinggi berada ditahun 2018 yang mencapai Rp 425.130.000. Namun jumlah omset mengalami penurunan sejak tahun 2018 hingga tahun 2023. Penurunan yang paling signifikan terjadi pada tahun 2020, yaitu pada saat pandemi *covid-19* yang menyebabkan sedikitnya permintaan terhadap produk kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa. Semua bidang termasuk bidang ekonomi terkena dampak dari Pandemi *Covid-19*. Daya beli masyarakat yang menurun signifikan turut terdampak oleh pandemi ini. Omset usaha menurun bersamaan dengan menurunnya daya beli masyarakat (Prasetyan et al., 2022).

Jumlah omset pada tahun 2021 kembali mengalami kenaikan tetapi masih lebih rendah dibanding tahun 2019. Penurunan jumlah omset juga dikarenakan kain tenun dan tapis bukan merupakan produk yang dibutuhkan setiap hari atau produk primer sehingga menyebabkan permintaan yang tidak stabil. Kain tapis hanya di pakai pada saat-saat tertentu, seperti acara pernikahan, acara adat, dan kegiatan acara lainnya yang mengharuskan penggunaannya. Penurunan omset diiringi dengan menurunnya jumlah pengrajin kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa. Berikut data jumlah pengrajin usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa:

Tabel 1. 2 Jumlah Pengrajin

No	Jumlah Pengrajin	Tahun
1	52 Pengrajin	2016
2	125 Pengrajin	2017
3	1000 Pengrajin	2018
4	213 Pengrajin	2019
5	77 Pengrajin	2020
6	55 Pengrajin	2021
7	47 Pengrajin	2022
8	38 Pengrajin	2023
9	20 Pengrajin	2024

Sumber: Data Primer Tahun 2024

Berdasarkan tabel diatas, jumlah perajin meningkat sejak berdirinya usaha ini yaitu dari tahun 2016 hingga dengan tahun 2018. Pada tahun 2018, jumlah perajin kain tenun dan tapis mencapai 1000 orang, baik dari dalam ataupun luar daerah. Jumlah ini bertambah secara signifikan dari tahun 2017 karena dukungan dari pemerintah yang memberikan kunjungan pada pemerintah luar daerah dan wisatawan luar daerah untuk menyaksikan langsung proses pembuatan tenun dan tapis di Desa Talang Jawa. Hal ini berdampak pada usaha kain tenun dan tapis didesa ini baik dari segi penambahan jumlah pengrajin maupun segi penjualan produk. Berbagai pameran seni juga sering diadakan oleh pemerintah untuk mempromosikan usaha ini agar masyarakat luas dapat lebih mengenal produk khas asli Lampung.

Sejak tahun 2018 sampai 2024, penurunan jumlah pengrajin tersebut masih berlangsung. Pada tahun 2024, usaha ini hanya memiliki 20 pengrajin yang bekerja di rumah produksi. Penurunan jumlah pengrajin ini terjadi akibat adanya pandemi global yaitu *covid-19* yang berdampak pada perekonomian dan pembatasan kegiatan oleh pemerintah, perubahan status para pengrajin atau perubahan tempat tinggal pengrajin, dan penurunan kualitas SDM yang membuat pemilik usaha melakukan pemilihan pengrajin yang aktif dan efisien sehingga menjaga rumah produksi tetap berjalan.

Permasalahan lain yang dihadapi usaha ini adalah kurangnya pemasaran produk dalam memanfaatkan teknologi digital yang tersedia, lokasi desa yang menjadi tempat produksi terletak jauh dari pusat kota sehingga informasi tentang desa maupun usaha kain tenun dan tapis ini kurang diketahui masyarakat luas. Selain itu, promosi atau pemasaran yang masih kurang juga menyebabkan potensi pasar yang dijangkau menjadi terbatas sehingga kesempatan untuk meningkatkan penjualan tapis menjadi terhambat.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka dibutuhkan strategi yang cocok dalam mengembangkan usaha ini. Usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa merupakan usaha yang mengangkat kebudayaan asli Lampung yang sudah turun menurun sejak dahulu. Usaha ini harus terus dikembangkan selain untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar, usaha ini membantu melestarikan kebudayaan asli Lampung serta memperkenalkan produk asli Lampung hingga luar daerah. Untuk meningkatkan suatu usaha, dibutuhkan perencanaan serta strategi. Keberlangsungan hidup serta kemajuan suatu usaha dibanding dengan para pesaingnya bergantung pada strategi serta perkembangan usaha. Strategi adalah proses menentukan tujuan serta sasaran jangka panjang suatu usaha, dan arah aksi serta alokasi sumber energi yang diperlukan untuk menggapai tujuan serta sasaran yang diinginkan (Ratnawati¹ et al., 2023).

Metode SWOT mempunyai banyak keunggulan dibanding dengan metode yang lain sehingga metode ini digunakan dalam penelitian ini. Melalui analisis SWOT, kondisi sesuatu objek usaha dapat dikenal dengan memastikan aspek internal serta eksternal yang memengaruhinya. Secara khusus, analisis kekuatan serta kesempatan digunakan untuk memastikan rencana masa depan serta menanggulangi ancaman serta kelemahan melalui rencana perbaikan (Imron, 2020). Analisis SWOT menurut Freddy Rangkuti (dalam Imron, 2020), adalah metode untuk mengenali bermacam aspek dalam rangka meningkatkan strategi usaha. Dalam analisis ini yang berdasarkan logika dapat secara mengurangi ancaman serta kelemahan sekaligus mengoptimalkan kesempatan serta kekuatan. Pengembangan misi, tujuan, sasaran, serta kebijakan usaha adalah bagian dari proses pengambilan keputusan strategis.

Analisis SWOT akan memberikan beberapa strategi alternatif yang berkaitan satu sama lain tetapi setiap alternatif mempunyai kepentingan yang berbeda sehingga alternatif tersebut harus ditingkatkan. Analisis SWOT merupakan salah satu tata cara yang dibutuhkan untuk menanggulangi permasalahan tersebut, di antara bermacam alternatif perlu dipilih strategi yang akan diprioritaskan (Zahratunnisa & Rahmat, 2022).

1.2 Rumusan Masalah

Kain tenun dan tapis merupakan salah satu produk yang selain memiliki nilai jual juga memiliki nilai kebudayaan masyarakat Lampung. Namun dalam mengembangkan usaha kain ini banyak menghadapi berbagai masalah baik secara internal maupun eksternal. Oleh sebab itu, muncul rumusan permasalahan tentang pengembangan rencana usaha kain tenun dan tapis.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kain tenun dan tapis dengan menggunakan analisis analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi semua kalangan khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang ingin mengkaji tentang strategi pengembangan usaha kain tenun dan tapis agar usaha tersebut dapat terus berkembang.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan serta masukan untuk desa guna meningkatkan perekonomian melalui UMKM, khususnya UMKM yang bergerak di bidang kain tenun dan tapis.
3. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran untuk para pemangku kepentingan dalam memaksimalkan strategi perkembangan usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa.

4. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan serta masukan untuk para pengusaha, khususnya pengusaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa guna meningkatkan serta mengembangkan usahanya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Teori Pertumbuhan Ekonomi Adam Smith

Smith (dalam Kumpangpune et al., 2019) berpendapat bahwa setiap wilayah memiliki kemampuan masing-masing untuk mengurangi kesenjangan sesama wilayah. Perekonomian suatu wilayah akan mengalami pertumbuhan dan perkembangan jika terdapat peningkatan penduduk sebagai tenaga kerja produktif yang di sertai dengan spesialisasi yang akan meningkatkan output total ekonomi wilayah. Hal ini menjelaskan bahwa jumlah penduduk serta stok modal saat ini mempengaruhi pertumbuhan output jika sumber daya alam belum seluruhnya digunakan. Namun setelah seluruh sumber daya alam digunakan maka pertumbuhan output akan berhenti. Smith memiliki tiga komponen utama sistem produksi sesuatu negeri yaitu sebagai berikut:

1. Sumber daya alam yang ada secara luas (ataupun tanah selaku elemen produksi)
2. Sumber daya manusia (ataupun populasi), semakin banyak tenaga kerja produktif maka semakin tinggi output ekonomi
3. Stok benda modal saat ini, termasuk alat dan mesin yang mendukung produksi

Populasi serta sumber daya manusia berfungsi pasif dalam proses produksi. Hal ini berarti populasi akan menyesuaikan diri dengan tuntutan pekerjaan masyarakat.

2.1.2 Teori Pertumbuhan Ekonomi Solow

Model pertumbuhan Solow menjelaskan interaksi antara persediaan modal, angkatan kerja, dan kemajuan teknologi dalam perekonomian, serta dampaknya terhadap produksi barang dan jasa suatu Negara. Model ini berasumsi bahwa pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh perubahan pada dua faktor produksi utama yaitu modal fisik (melalui tabungan dan investasi) dan tenaga kerja (melalui pertumbuhan populasi). Sementara itu, teknologi yang mencerminkan tingkat efisiensi dianggap sebagai variabel eksogen dan diperlakukan sebagai residual (Nurwanda, 2018).

Menurut Solow (dalam Nurwanda, 2018) teknologi merepresentasikan pengetahuan tentang cara memproduksi barang dan jasa dengan efisiensi optimal, dan menggambarkan interaksi antara modal dan tenaga kerja. Dalam jangka pendek, pertumbuhan ekonomi dapat dicapai melalui peningkatan efisiensi penggunaan input modal dan tenaga kerja. Sedangkan dalam jangka panjang, akumulasi modal menjadi faktor kunci untuk mencapai jalur pertumbuhan yang optimal dan berkelanjutan.

2.1.3 Teori Keunggulan Komparatif

Menurut David Ricardo (dalam Matondang, et al., 2024) suatu negara dapat memperoleh manfaat maksimal atau meminimalkan kerugian dalam perdagangan internasional dengan menerapkan prinsip keunggulan komparatif. Negara sebaiknya fokus memproduksi barang yang paling menguntungkan dan hanya menyediakan produk yang benar-benar dibutuhkan. Ketika biaya produksi suatu barang di sebuah negara secara signifikan lebih rendah dibandingkan dengan biaya produksi barang serupa di negara lain, negara tersebut memiliki keuntungan dalam perdagangan.

Konsep ini awalnya dikenal sebagai keuntungan absolut, kemudian berkembang menjadi keunggulan komparatif. Melalui keunggulan komparatif, bahkan negara yang tidak memiliki keunggulan mutlak dalam produksi barang masih dapat meraih keuntungan dari aktivitas perdagangan. Dalam konteks ekonomi suatu negara,

keunggulan komparatif menggambarkan keunggulan relatif dalam memproduksi barang dengan jumlah tertentu (Matondang, et al., 2024).

2.1.4 Teori Manajemen Strategik

Menurut David FR (dalam Karta et al., 2023) manajemen strategik merupakan langkah menetapkan tujuan serta orientasi organisasi serta membuat rencana untuk menggapai tujuan tersebut. Dengan dukungan strategi yang baik, industri dapat mendapatkan keunggulan kompetitif, tingkatan daya guna serta efisiensi, mengatur resiko serta ketidakpastian, mengoptimalkan nilai pemegang saham, memaksimalkan sumber energi, serta mentingkatkan kepuasan pelanggan.

Landasan untuk membuat serta melakukan rencana yang efektif merupakan prinsip-prinsip manajemen strategik. Pedoman ini memberikan kerangka kerja untuk pemikiran strategis serta pengambilan keputusan yang cocok untuk organisasi. Menurut David FR, berikut ini merupakan prinsip-prinsip pedoman:

1. *Environmental Scanning*

Alat pengumpulan informasi tentang lingkungan eksternal suatu organisasi, tercantum kompetitif, teknis, sosial, politik, serta ekonominya, dikenal selaku pemindaian lingkungan. Organisasi dapat lebih menguasai peluang serta ancaman di lingkungannya dengan melaksanakan pemindaian lingkungan.

2. *SWOT Analysis*

Menciptakan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman organisasi dikenal selaku analisis SWOT. Suatu organisasi dapat lebih menguasai keadaan internal serta eksternalnya dengan melaksanakan analisis SWOT. Suatu organisasi dapat memakai analisis SWOT untuk memastikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Peluang serta ancaman adalah elemen eksternal, kekuatan serta kelemahan adalah elemen internal.

3. *Setting Objectives*

Menetapkan tujuan merupakan proses mencari tahu apa yang ingin dicapai oleh sesuatu organisasi. Tujuan yang jelas, pas, terukur, dapat dicapai, relevan, serta terikat waktu sangatlah berarti. Menetapkan tujuan adalah bagian berarti dari proses manajemen strategis.

4. *Formulating Strategies*

Proses pembuatan rencana untuk menggapai tujuan organisasi dikenal selaku formulasi strategi. Strategi harus sejalan dengan tujuan organisasi. Sesi keempat dalam proses manajemen strategis merupakan pembuatan strategi. Ini merupakan proses pembuatan strategi untuk memenuhi tujuan organisasi. Terdapat tiga kerangka kerja perencanaan strategis yaitu Matriks Ansoff, model lima Kekuatan Porter, serta analisis SWOT.

5. *Implementing Strategies*

Proses penerapan rencana organisasi dikenal selaku implementasi strategi. Mengalokasikan sumber daya, membuat rencana, serta memberi tahu anggota tentang strategi adalah bagian dari implementasi strategi. Fase kelima dalam proses manajemen strategis merupakan implementasi strategi. Ini merupakan proses penerapan rencana organisasi. Hal ini membutuhkan alokasi sumber daya, pembuatan rencana, serta pemberian data tentang strategi kepada anggota.

6. *Evolving Strategies*

Alat menyamakan kinerja organisasi dengan tujuannya dikenal selaku evaluasi kinerja. Sesuatu bisnis dapat menciptakan kesempatan untuk perbaikan dengan menggunakan evaluasi kinerja. Sesi terakhir dalam proses manajemen strategis merupakan evaluasi kinerja.

2.1.5 Model Kekuatan *Porter's*

Porter (dalam Jatmiko et al., 2021) menghasilkan model lima kekuatan porter pada tahun 1994 selaku kerangka kerja untuk penelitian industri serta formulasi strategi industri. Menurut Jauch serta Glueck(Felix et al., 2024) strategi Porter dibutuhkan untuk membantu dalam penataan strategi dalam membangun industri ataupun bisnis. Terdapat model lima kekuatan meliputi hal-hal berikut:

1. Perkembangan industri, biaya, diferensiasi produk, merk, konsentrasi, penyeimbang, data, serta keragaman pesaing adalah sebagian aspek yang mempengaruhi persaingan antar pesaing dalam industri yang sama.
2. Resiko masuknya pesaing baru ke pasar.

3. Resiko benda pengganti adalah produk ataupun layanan yang bisa digunakan selaku pengganti produk ataupun layanan.
4. Kekuatan tawar-menawar pembeli ataupun pelanggan.
5. Daya tawar pemasok.

Porter (dalam Jatmiko et al., 2021) menekankan berartinya daya saing karena tiga alasan berikut:

1. Meningkatkan produktivitas serta menguatkan kemandirian.
2. Dalam rangka mendorong pembangunan ekonomi, dapat memperluas kapasitas ekonomi baik dalam jumlah pelaku ekonomi ataupun ekonomi regional.
3. Sebagian orang berpikir bahwa mekanisme pasar meningkatkan efisiensi.

2.1.6 Pengertian Strategi

Strategi dapat didefinisikan secara luas sebagai proses menentukan rencana oleh pemimpin besar yang berpusat pada tujuan jangka panjang organisasi serta meningkatkan rencana ataupun upaya untuk menggapai tujuan tersebut. Secara sempit, strategi adalah kegiatan yang berkepanjangan, bertahap (terus berkembang) yang dijalankan dengan mencermati harapan pelanggan di masa mendatang. Oleh karena itu, strategi senantiasa diawali dengan apa yang dapat berlangsung dan bukan apa yang sudah berlangsung (Yatminiwati, 2019). Strategi merupakan rencana bisnis yang merata serta terpadu yang menghubungkan keahlian industri dengan lingkungan yang dihadapi untuk menggapai tujuan (Utami, 2022).

Strategi industri merupakan deskripsi strategis terperinci tentang cara industri akan menggapai tujuannya. Strategi mengurangi hambatan bersaing serta meningkatkan keunggulan bersaing. Tidak hanya itu, strategi mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang hingga lima tahun. Oleh sebab itu, karakteristik strategi ditunjukkan ke masa depan. Dampak dari strategi yang dapat multifungsi ataupun multidivisi maka faktor internal serta eksternal industri perlu diperhitungkan dalam merumuskannya (Amang et al., 2023). Freddy Rangkuti (dalam Kasmiruddin, 2019) mengemukakan secara teori strategi dapat diklasifikasikan bersumber pada macam-macam strategi sebagai berikut:

1. Strategi Manajemen: terdiri dari strategi yang dapat digunakan manajemen dengan fokus pengembangan strategi makro, seperti strategi keuangan, strategi pengembangan pasar, strategi harga, strategi akuisisi, serta strategi pengembangan produk.
2. Strategi Investasi: upaya yang difokuskan pada investasi. Misalnya, apakah bisnis tersebut sedang mengejar penetrasi pasar atau pertumbuhan agresif, rencana bertahan hidup, strategi untuk membangun visi baru, strategi divestasi, ataupun strategi perkembangan yang kasar.
3. Strategi Bisnis: difokuskan untuk aktivitas manajemen seperti strategi pemasaran, produksi ataupun operasional, distribusi, organisasi, serta keuangan, sehingga strategi bisnis ini kerap dikenal selaku strategi bisnis fungsional.

Terdapat keputusan dalam merumuskan strategi, antara lain:

1. Misi. Tujuan keberadaan suatu organisasi merupakan misi organisasi. Pernyataan misi yang ditulis dengan baik menguraikan tujuan inti serta keunggulan unik sesuatu bisnis, dan jenis aktivitas yang dilakukan di industri, termasuk pasar yang dilayaninya serta barang yang dijualnya.
2. Sasaran. Proses perencanaan berujung pada sasaran. Jika berkenan, sasaran perlu diukur serta memastikan apa yang ingin dilakukan serta kapan selesai dilakukan. Menyelesaikan proses tujuan mendorong pencapaian sasaran industri.
3. Rencana. Strategi industri merupakan proses perencanaan merata yang menguraikan suatu organisasi akan mencapai tujuannya. Strategi dapat mengurangi hambatan serta memaksimalkan keunggulan kompetitif untuk bersaing.
4. Peraturan. Kebijakan menjelaskan ketentuan universal untuk membuat keputusan secara totalitas. Kebijakan juga adalah ketentuan universal yang menghubungkan penciptaan strategi serta penerapannya (Rahim & Radjab, 2017).

2.1.7 Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha menurut Hafsah (dalam Supriadi et al., 2023) merupakan seluruh upaya untuk meningkatkan penerapan kegiatan yang sedang berlangsung ataupun di masa mendatang dengan membagikan pengetahuan untuk mempengaruhi perilaku ataupun meningkatkan keahlian. Menurut Subagyo (dalam Supriadi et al., 2023) pengembangan industri secara garis besar dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Pengembangan vertikal

Membangun bisnis inti baru dengan mempertahankan secara langsung bisnis utama industri dikenal sebagai pengembangan vertikal.

2. Pengembangan horizontal

Pembuatan industri baru yang tidak mempunyai ikatan dengan bisnis utama dalam perihali lini produk, dengan tujuan mendapatkan keunggulan kompetitif dengan menguatkan industri utama, dikenal sebagai pengembangan horizontal.

Menurut Wanito dalam pengembangan usaha terdapat faktor internal ataupun eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha (Wanito, 2023). Untuk Faktor internal meliputi:

1. Bergantung pada mutu komoditas yang dihasilkan, kapasitas untuk menghasilkan barang bermutu besar serta bermutu rendah.
2. Total penjualan suatu merupakan jumlah total penjualannya.
3. Jumlah nominal yang diputuskan saat menjual ataupun membeli sesuatu objek dikenal sebagai harga.
4. Jumlah dana yang diperlukan untuk meluncurkan suatu industri dikenal sebagai modal usaha.
5. Desain merupakan strategi komersial.
6. Kemampuan suatu industri untuk melindungi dirinya terhadap pesaing baru dikenal sebagai kemampuan bersaing.
7. Aspek sangat krusial dalam menjamin kelangsungan hidup sesuatu korporasi merupakan keahlian memilih tipe usaha.

Sedangkan itu, faktor eksternal berikut ini diyakini mempunyai pengaruh, yaitu:

1. Kran impor yang butuh dibatasi adalah jumlah barang yang di batasi
2. Jumlah nominal yang dibutuhkan buat membeli bahan baku untuk industri dikenal sebagai harga bahan baku.
3. Biaya yang berkaitan dengan pemindahan produk dikenal sebagai biaya transportasi.
4. Jumlah orang yang membeli barang yang ditawarkan dikenal sebagai jumlah pembeli.
5. Biaya yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk dikenal sebagaibiaya produksi.
6. Perlengkapan yang digunakan untuk melaksanakan manufaktur dikenal sebagai teknologi perlengkapan.
7. Diversifikasi produk serta daerah pemasaran, bertujuan untuk konsumen.

2.1.8 UMKM

Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan selaku usaha kecil yang dimiliki serta dijalankan oleh satu orang ataupun sekelompok kecil orang dengan tingkatan kekayaan serta pemasukan tertentu (Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2008). Konsep UMKM dipaparkan dalam UU Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2008 yang mencakup UMKM, adalah:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan serta/ataupun badan usaha perseorangan yang melengkapi persyaratan Usaha Mikro sebagaimana diartikan dalam UU ini.
2. Usaha kecil adalah usaha yang berdiri sendiri, dijalankan oleh orang individu ataupun badan usaha yang bukanselaku anak industri ataupun cabang suatu industri yang dimiliki, dikuasi, ataupun secara langsung ataupun tidak langsung jadi bagian dari sesuatu usaha menengah ataupun usaha besar yang memenuhi persyaratan selaku usaha kecil yang diatur dalam undang-undang ini.

3. Usaha menengah adalah usaha yang berdiri sendiri, dijalankan oleh orang individu ataupun badan usaha yang bukan selaku anak industri ataupun cabang suatu industri yang dimiliki, dikuasi, ataupun secara langsung ataupun tidak langsung jadi bagian dari sesuatu usaha kecil ataupun usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih ataupun hasil penjualan tahunan yang diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha Besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih ataupun hasil penjualan tahunan lebih besar dari badan usaha menengah. BUMN ataupun Swasta, usaha patungan, serta usaha asing yang melaksanakan usaha di Indonesia adalah contoh usaha besar.

UMKM memiliki persyaratan permodalan yang diatur dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6 tentang persyaratan permodalan untuk UMKM, antara lain:

1. Persyaratan untuk Usaha Mikro yaitu mempunyai hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 ataupun kekayaan bersih mencapai Rp50.000.000, tidak tercantum tanah serta bangunan tempat usaha.
2. Persyaratan untuk usaha kecil yaitu hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 hingga dengan paling banyak Rp500.000.000,00 dan memiliki kekayaan hingga dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 ataupun kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00, tidak tercantum tanah serta bangunan tempat usaha.
3. Persyaratan usaha menengah yaitu harus memenuhi 2 ketentuan yaitu mempunyai kekayaan bersih sangat sedikit Rp500.000.000,00 hingga dengan sangat banyak Rp10.000.000.000,00, tidak tercantum tanah serta bangunan tempat usaha, ataupun mempunyai hasil penjualan tahunan sangat sedikit Rp2.500.000.000,00 hingga dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00.

Secara umum, UMKM mempunyai beberapa karakteristik. UMKM dikategorikan menjadi empat kriteria bersumber pada perkembangannya (Supriadi et al., 2023), sebagai berikut:

1. UMKM yang dimanfaatkan selaku lapangan pekerjaan untuk mencari nafkah dikenal sebagai aktivitas mata pencaharian atau sektor informal.

2. Usaha Mikro yang merupakan UMKM bersifat perajin tetapi kurang mempunyai jiwa kewirausahaan.
3. UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan serta kapasitas untuk melaksanakan aktivitas ekspor serta subkontrak dikenal sebagai usaha kecil yang dinamis.
4. UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan yang ingin berkembang menjadi korporasi besar dikenal dengan usaha bergerak cepat.

2.1.7 Analisis SWOT

Stewart (dalam Puyt et al., 2023) berpendapat bahwa analisis SWOT merupakan sistem rencana kerangka kerja perencanaan strategis yang paling awal. Pendekatan SWOT sebagai perencanaan terstruktur menilai keempat komponen organisasi, proyek, ataupun usaha komersial. Meskipun kerangka kerja yang simpel, analisis SWOT menawarkan keuntungan signifikan untuk memastikan kekuatan organisasi, memulihkan kelemahannya, mengurangi ancaman, serta menggunakan peluang yang ada. Analisis SWOT digunakan untuk memastikan faktor eksternal serta internal mana yang akan berakibat pada keberhasilan organisasi ataupun industri di masa mendatang. Untuk melakukan perencanaan strategis serta usaha yang dikelola secara efektif serta efisien dapat menggunakan identifikasi faktor internal serta eksternal (Riyanto et al., n.d.).

Salah satu alat klasik untuk perencanaan strategis adalah analisis SWOT. Melalui penggunaan kerangka kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman, alat ini menawarkan tata cara yang mudah dimengerti untuk mendapatkan metode terbaik dalam melakukan suatu rencana. Alat ini membantu para perencana dalam memastikan apa yang dapat dicapai serta aspek apa yang harus diperhitungkan (Kurniasih et al., 2021). Analisis SWOT merupakan metode terkenal untuk mengamati keadaan internal serta eksternal bertujuan menggapai pendekatan sistematis serta dorongan untuk pengambilan keputusan. Faktor yang sangat krusial untuk pengembangan industri dilihat dari internal serta eksternal. Hal ini dikenal sebagai faktor strategis. Pengembangan serta pemakaian strategi yang sesuai antara

faktor internal serta eksternal adalah tujuan akhir dari proses perencanaan strategis (Kim & Park, 2019).

1. Faktor-faktor dalam analisis SWOT

a. Kekuatan (*strength*)

Salah satu faktor internal industri adalah kekuatan. Perlu mencari karakteristik yang menampilkan kekuatan industri saat mengevaluasi kekuatannya. Sebutan kekuatan mengacu paling utama pada apa yang menawarkan keuntungan ataupun khasiat untuk bisnis. Kekuatan bisa berbentuk sumber energi manusia (SDM) yang bisa diandalkan, produk bermutu besar, manufaktur yang efisien, serta sebagainya.

b. Kelemahan (*weaknesses*)

Terdapat faktor internal industri selain kekuatan yaitu kelemahannya. Perlu menemukan unsur dari karakteristik industri yang berhubungan dengan kelemahan yang dapat membatasi laju perkembangan industri ketika menentukan kelemahan. Distribusi terbatas, biaya produksi besar, teknologi tertinggal, sumber daya manusia yang tidak dapat diandalkan, keahlian pemasaran yang tidak mencukupi, serta sebagainya merupakan sebagian contoh dari kelemahan ini.

c. Peluang (*opportunities*)

Peluang adalah faktor eksternal yang mempengaruhi industri. Untuk menunjang perkembangan industri, faktor yang berkaitan dengan peluang dari lingkungan sekitar ataupun sektor terkait perlu dipertimbangkan. Contoh peluang meliputi ekspansi pasar, pergantian permintaan konsumen, pengembangan teknologi baru, perkembangan ekonomi, kebijakan pemerintah yang menguntungkan, serta lainnya.

d. Ancaman (*threat*)

Ancaman adalah faktor eksternal lain yang mempengaruhi industri. Saat memperhitungkan ancaman ini, perlu untuk mencari faktor-faktor yang dapat membahayakan ataupun membatasi perkembangan industri, menempatkan industri dalam posisi yang menantang, ataupun memunculkan permasalahan yang sulit diatasi oleh industri. Masuknya pesaing asing, menyusutnya keyakinan konsumen, pemakaian taktik serta/ataupun teknologi baru oleh

bisnis pesaing, terdapatnya peraturan pemerintah yang membatasi perkembangan industri, serta ancaman yang lain merupakan sebagian contoh ancaman yang dapat dikenali (Sanjaya & Nuratama, 2021).

2. Analisis Matriks SWOT

Para manajer dapat memakai matriks SWOT untuk memperhitungkan kondisi internal serta eksternal organisasi saat ini serta memutuskan strategi terbaik yang harus diambil. Wheelen serta Hunger mengembangkan matriks SWOT untuk mengetahui faktor eksternal serta aspek internal. Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal serta eksternal, organisasi dapat mengetahui strategi mana yang terbaik untuk organisasinya. Analisis SWOT memiliki empat tipe strategi yaitu SO (kekuatan-peluang), WO (kelemahan-peluang), ST (kekuatan-ancaman), serta WT (kelemahan-ancaman) (Riyanto et al., n.d.). Beberapa tipe strategi sebagai berikut:

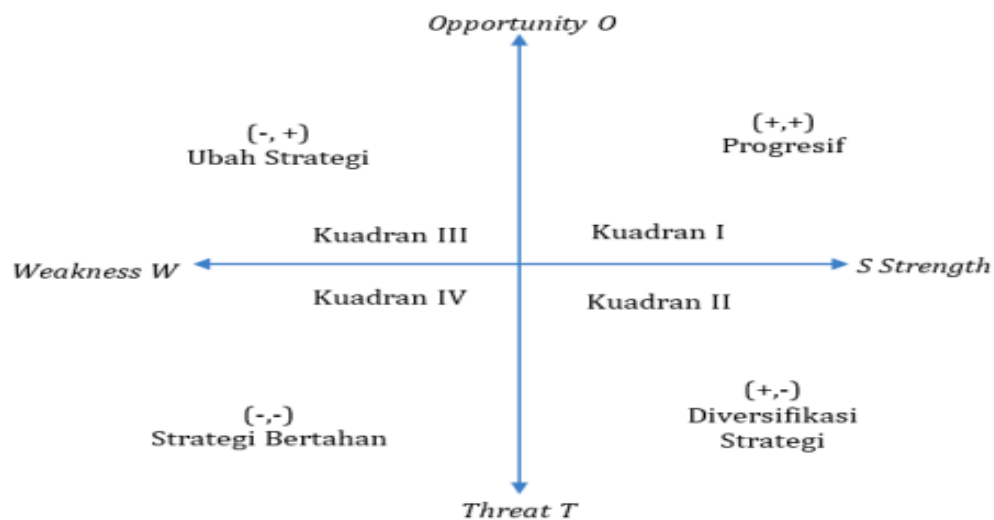
- a. Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)
Strategi ini berupaya mengoptimalkan peluang dengan memakai seluruh kekuatannya.
- b. Strategi ST (*Strenght-Threath*)
Menggunakan kekuatan industri, startegi ini dirancang untuk mengantisipasi ancaman.
- c. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)
Menggunakan peluang yang terdapat saat ini dengan meminimalisir kelemahan-kelemahan yang ada merupakan pelaksanaan strategi ini.
- d. Strategi WT (*Weakness-Threath*)
Menggunakan pada strategi defensif, pendekatan ini bertujuan buat mengurangi kelemahan industri sekaligus menjauhkan ancaman.

Tabel 2. 1 Matriks SWOT

SWOT	<i>Strengths (S)</i> Daftar semua kekuatan yang dimiliki.	<i>Weakness (W)</i> Daftar semua kelemahan yang dimiliki.
<i>Opportunities (O)</i> Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi.	Strategi S-O Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.	Strategi W-O Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.
<i>Threats (T)</i> Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi.	Strategi S-T Gunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman.	Strategi W-T Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

3. Analisis Kuadran SWOT

Faktor internal serta eksternal suatu bisnis dibentuk menjadi empat kuadran terpisah dengan menggunakan kuadran SWOT dalam analisis SWOT. faktor positif serta negatif, dan peluang serta tantangan, diwakili oleh tiap-tiap kuadran (Ulinnuha et al., 2023). Berdasarkan pada perhitungan nilai IFAS serta EFAS, posisi serta keadaan organisasi ditunjukkan dalam empat kuadran diagram SWOT. Posisi titik serta garis kartesius harus diperhitungkan saat membuat diagram SWOT. Faktor internal (kekuatan-kelemahan) dihitung pada sumbu X, sebaliknya faktor eksternal (peluang-ancaman) dihitung pada sumbu Y (Riyanto et al., n.d.). Menurut Robinson (dalam Kurniasih et al., 2021) diagram analisis SWOT mempunyai empat kuadran, yaitu:



Sumber: (Kurniasih et al., 2021)

Gambar 2. 1 Kuadran SWOT

1. Kuadran I (positif, positif)
Kondisi ini menampilkan industri tersebut tangguh serta memiliki peluang. Industri terletak dalam posisi yang baik untuk terus tumbuh, berkembang, serta membuat kemajuan maksimal sesuai dengan strategi progresif.
2. Kuadran II (positif, negatif)
Kondisi ini menampilkan industri yang tangguh dan sedang mengalami tantangan yang signifikan. Strategi yang digunakan merupakan diversifikasi strategi, yang berarti bisnis berjalan dengan baik namun bisnis tersebut mengalami banyak permasalahan yang signifikan sehingga sulit untuk terus beroperasi jika hanya mengandalkan strategi awal. Oleh karena itu, disarankan untuk industri cepat memperluas jangkauan taktisnya.
3. Kuadran III (negatif, positif)
Kondisi ini menampilkan industri yang kurang baik namun sangat potensial. Mengganti strategi merupakan tindakan yang dianjurkan, yang berarti industri perlu mengganti strategi awal karena strategi tersebut dapat mempersulit dalam meningkatkan kinerja industri.
4. Kuadran IV (negatif, negatif)
Kondisi ini menampilkan industri yang lemah dan mengalami tantangan yang signifikan. Strategi yang dianjurkan merupakan strategi bertahan atau defensif

yang berarti kondisi internal industri sedang berada di situasi yang sulit. Oleh karena itu, industri dianjurkan untuk menerapkan strategi bertahan, dan mengelola kinerja internal untuk menghindari penyusutan lebih lanjut. Strategi ini terus dilakukan sekaligus industri berupaya menjadi lebih baik.

4. Model Analisis SWOT

Dengan menggunakan matriks External Factor Analysis Summary (EFAS) serta matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS), model analisis SWOT dibutuhkan buat memastikan faktor eksternal serta internal organisasi. Matriks IFAS adalah metode analisis yang digunakan untuk memperhitungkan keahlian sumber daya internal serta pentingnya sumber daya tersebut untuk industri. Organisasi dapat mengklasifikasikan faktor strategis internal menjadi kekuatan serta kelemahan dengan matriks IFAS. Sedangkan, matriks EFAS berperan selaku alat analisis untuk mengukur signifikansi pengaruh faktor eksternal serta daya guna respons organisasi terhadap pengaruh tersebut. Organisasi dapat mengkategorikan peluang serta ancaman untuk industri dengan memakai matriks EFAS (Riyanto et al., n.d.).

Menurut Riyanto mengetahui indikator dalam analisis SWOT dibutuhkan tabel IFAS serta EFAS. Kolom awal dari tabel IFAS yang berjumlah empat kolom terdiri dari unsur-unsur yang berkaitan dengan kekuatan serta kelemahan. Bobot dapat dilihat pada kolom kedua. Data rating ada pada kolom ketiga, dan data nilai ada pada kolom keempat. Hasil analisis serta identifikasi faktor internal merupakan item-item yang ditampilkan pada kolom kekuatan serta kelemahan. Item peluang serta ancaman ada pada kolom awal tabel EFAS yang pula terdiri dari empat kolom. Bobot dapat dilihat pada kolom kedua. Data rating ada pada kolom ketiga, dan data nilai ada pada kolom keempat. Hasil analisis serta identifikasi faktor eksternal merupakan item-item yang ditampilkan pada kolom peluang serta ancaman.

5. Matriks Internal-Eksternal (IE)

Menurut Rangkuti (dalam Anggreani, 2021) matriks IE (Internal-Eksternal) adalah pemetaan skor matriks EFAS serta IFAS yang dihasilkan dari sesi input dengan menempatkan indsutri dalam tampilan 9 sel. Total skor IFAS tertimbang pada sumbu horizontal serta total skor EFAS tertimbang pada sumbu vertikal merupakan dua parameter utama yang menjadi awal matriks IE dibentuk. Posisi internal yang lemah ditunjukkan dengan skor total tertimbang 1,0 sampai 1,99 pada sumbu horizontal matriks IE, posisi internal sedang dengan skor 2,0 sampai 2,99, serta posisi internal yang kuat dengan skor 3,0 sampai 4 0. Skor total tertimbang 1,0 sampai 1,99 pada sumbu vertikal matriks IE menampilkan posisi eksternal yang lemah; skor 2,0 sampai 2,99 menampilkan pengaruh eksternal sedang; serta skor 3,0 sampai 4,0 menampilkan pengaruh eksternal yang kuat.

		Total Skor IFE			
		4,0 Tinggi	3,0 Rata-rata	2,0 Lemah	1,0
Total Skor EFE	Tinggi 4,0	I	II	III	
	Sedang 3,0	IV	V	VI	
	Rendah 2,0	VII	VIII	IX	

Gambar 2. 2 Matriks Internal-Eksternal

Menurut David (dalam Anggreani, 2021) matriks IE dapat diklasifikasikan menjadi tiga daerah utama, yang tiap daerah mempunyai konsekuensi strategis yang berbeda. Salah satu metode untuk mengkarakterisasi divisi yang tercantum dalam sel I, II, serta IV merupakan divisi tumbuh dan membangun (*growth and build*). Strategi yang sesuai untuk divisi dalam sel-sel ini dapat berupa integratif (integrasi ke balik, ke depan, serta horizontal) ataupun intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, serta pengembangan produk). Kedua, pendekatan *hold and Maintain* merupakan metode yang sangat efisien untuk menanggulangi divisi yang

tercantum dalam sel III, V, ataupun VII. Pengembangan produk serta penetrasi pasar merupakan pendekatan terbaik untuk tipe ini. Ketiga, panen ataupun divestasi kerap dianjurkan untuk divisi yang tercantum dalam sel VI, VIII, serta IX.

Menurut Ansoff (1957) (dalam Rorah et al., 2022) mendefinisikan strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk dan diversifikasi. Penetrasi pasar adalah upaya memperluas pangsa pasar (*market share*) pada pasar yang telah ada. Perusahaan berusaha meningkatkan kinerja bisnis baik dengan menambah volume penjualan kepada pelanggan yang sudah ada maupun dengan mencari pelanggan baru untuk produk yang telah tersedia. Pengembangan pasar merupakan strategi ketika perusahaan berupaya memperluas jangkauan pasar. Strategi pengembangan produk adalah usaha perusahaan untuk menciptakan produk atau layanan baru bagi pasar yang telah ada. Diversifikasi adalah strategi perusahaan untuk memperkenalkan produk baru kepada pasar baru.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis dan Tahun	Metode	Hasil Penelitian
1.	A Sustainable Development Strategy for the Uzbekistan Textile Industry: The Results of a SWOT-AHP Analysis	Yong-Jeong Kim dan Jaehun Park (2019)	Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menerapkan AHP dalam analisis SWOT	Hasil menunjukkan bahwa strategi kelemahan dan peluang (WO) mempunyai kepentingan tertinggi dan disarankan agar strategi tersebut diprioritaskan dalam pengembangan industri tekstil Uzbekistan. Selain itu, pemerintah Uzbekistan harus berupaya untuk meningkatkan teknologi yang sudah ketinggalan zaman dan memecahkan masalah

				tingginya harga bahan baku impor dan rendahnya tingkat pendidikan pekerja, yang merupakan titik lemah industri tekstil di negara tersebut.
2.	SWOT Analysis of Strategy Development in Prominent Industries of Underdeveloped Regions: A Case Study of the Kepulauan Mentawai Regency, West Sumatra, Indonesia	Alpon Satrianto, Sri Ulfa Sentosa, Ariusni, Akmil Ikhsan, dan Khairunnisa Abd Samad (2023)	Metode yang digunakan adalah Metode analisis kualitatif menggunakan teknik Analisis SWOT	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemetaan faktor melalui penjumlahan faktor internal dan eksternal diketahui bahwa pemerintah Kabupaten Kepulauan Mentawai pada sektor konstruksi berada pada kuadran I (strategi agresif). Strategi yang diterapkan adalah strategi SO yaitu memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang ada, antara lain pengembangan resort wisata bahari berskala internasional, pengembangan fasilitas pendaratan dan pengolahan perikanan laut pasir.
3.	The origins of SWOT analysis	Richard W. Puyt, Finn Birger Lie, dan Celeste P.M. Wilderom (2023)	Metode yang digunakan adalah pendekatan sejarah realis	Penemuan riset menampilkan adanya tiga faktor yaitu, (1) revisionisme dalam sejarah perencanaan strategis, (2) wacana yang sangat abstrak dalam bidang strategi, serta (3) perwujudan perlengkapan

			dengan teknik kompilasi, deskripsi, dan analisis kritis	serta metode strategi oleh konsultan yang terlatih secara akademis serta penulis buku teks menyebabkan pemikiran yang sangat terbatas. Tetapi langkah awal dalam membuat rencana bisnis yaitudengan menggunakan analisis SWOT sehingga seluruh industri saat ini dapat mendapatkan keuntungan dari proses ini dalam banyak hal jika dilakukan dengan benar.
4.	Strategies for MSMEs to Achieve Sustainable Competitive Advantage: The SWOT Analysis Method	Bambang Jatmiko, Udin Udin, Rini Raharti, Titi Laras, dan Kholifah Fil Ardhi (2021)	Metode yang digunakan adalah metode analisis kuantatif menggunakan teknik Analisis SWOT	Bersumber pada hasil riset, UMKM di Kabupaten Kulonprogo butuh mencermati 7 faktor agar dapat bersaing. Berikut ini merupakan faktor-faktor yang butuh dicermati: 1) strategi bisnis; 2) teknologi data; 3) sumber energi manusia (SDM); 4) produk; 5) promosi; 6) kerja sama; serta 7) tanggung jawab sosial industri.
5.	Sustainable development goals assessment of Erzurum province	Çağlar Kıvanç Kaymaz, Salih Birinci dan Yusuf Kızıllan (2022)	Metode yang digunakan adalah metode analisis	Penemuan riset ini menampilkan bahwa tujuan pembangunan berkepanjangan provinsi Erzurum berpusat pada kemampuan pariwisata dan

	with SWOT-AHP analysis		SWOT-AHP	industri pertanian serta peternakan. Kekurangan provinsi ini yaitu minimnya kewirausahaan serta investasi.
6.	Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bidang Usaha Putu Bagja Catering Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM	Sirin Nauval dan Fanji Wijaya (2024)	Pendekatan riset kualitatif memakai analisis SWOT serta QSPM.	Penemuan riset ini menampilkan bahwa Putu Bagja Catering telah mempunyai 8 aspek bisnis yang butuh dipertimbangkan dalam mengelola industri, tetapi masih ada permasalahan dalam menerapkannya. Dengan memakai analisis SWOT, strategi terbaik menggunakan platform media social untuk pemasaran digital. serta membuat menu yang lebih inventif serta unik dan meningkatkan layanan klien melalui komunikasi yang efektif.
7.	Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Usaha) Kedai Kopi Ongaku Kota Bengkayang	Blasius Manggudan Sabinus Beni (2023)	Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan	Bersumber pada hasil riset, Kedai Kopi Ongaku memakai pendekatan kekuatan untuk menggunakan peluang yaitu strategi SO. Analisis SWOT dapat membagikan informasi analitis kepada pelaku bisnis terutama kedai kopi sehingga dapat mengambil

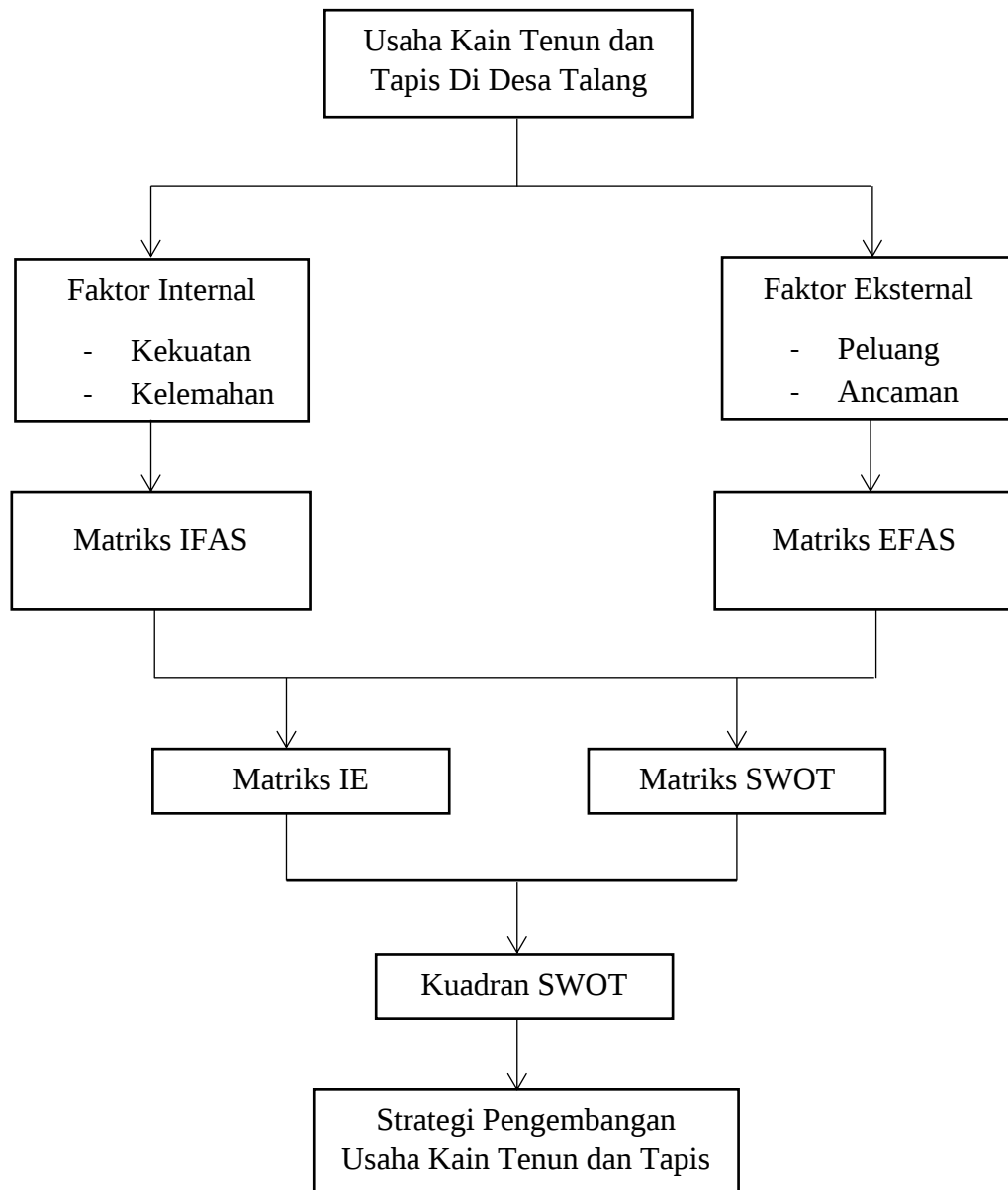
	Berdasarkan Analisis Swot		analisis SWOT.	strategi untuk mempertahankan kekuatan, menggunakan peluang, meminimalkan kelemahan, serta jauh dari ancaman.
8.	Perspektif Persaingan Strategis: Pendekatan Lima Kekuatan <i>Porter's</i> pada Industri Bahan Bakar Shell	Antonius Felix, Cerlysia, Liu De Sheng Hermanto, Martin Hendra, Ricky Tjalani, dan Vincent Colin (2024)	Metode yang digunakan yaitu analisis tematik dan sintesis informasi menggunakan kerangka Five <i>Porter's's</i> Forces	Bersumber pada penemuan tersebut, Royal Dutch Shell terletak dalam kondisi yang lumayan menguntungkan. Kekuatan pembeli serta pemasok tidak memunculkan ancaman sungguh-sungguh untuk Shell. Tingginya hambatan untuk masuk dalam bisnis ini membuat minim bahaya yang ditimbulkan oleh pesaing. Tetapi, Shell wajib mewaspadai bahaya yang ditimbulkan oleh benda pengganti, seperti bahan bakar RON 88 serta 90 yang mendominasi pasar.
9.	Analisis Swot Pengembang an Kawasan Wisata Telaga Ngebel Di Kabupaten Ponorogo	Muhammad Imron (2020)	Metode yang digunakan yaitu analisis SWOT	Berdasarkan penemuan riset, strategi berikut perlu dilaksanakan yaitu membuat kebijakan meningkatkan infrastruktur jalur; menghasilkan produk pariwisata; meningkatkan pemasaran; menyediakan ruang untuk toko makanan, kerajinan, serta souvenir;

				memasang lampu jalur; meningkatkan kebersihan serta pengelolaan limbah; dan bekerja sama dengan bermacam pemangku kepentingan dan investor.
10.	Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Makosan dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC)	Aji Kusumastuti Hendrawan, Siti Fauzatun Wachidah, Alfiana Restuningsih (2023)	Metode yang digunakan yaitu analisis SWOT, pembobotan matriks IFAS dan EFAS, analisis menggunakan BMC (Business Model Canvas)	Penemuan menampilkan bahwa matriks IFAS serta EFAS dari analisis SWOT terletak di kuadran III, strategi perlu dimodifikasi. Beberapa strategi bersumber pada analisis SWOT serta kanvas model bisnis yaitu meningkatkan kerja sama, kenaikan kompetensi SDM, optimalisasi metode pemasaran, penerapan inovasi produk, serta penyusunan ruang.

2.3 Kerangka Berpikir

Peneliti menganalisis strategi pengembangan usaha kain tenun dan tapis pada penelitian ini dengan menentukan faktor internal serta eksternal yang ditemukan sehingga menghasilkan matriks IFAS yang menunjukkan kekuatan dan kelemahan serta matriks EFAS yang menunjukkan peluang dan ancaman usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa. Parameter tersebut lalu dikumpulkan serta dimasukkan ke dalam kuesioner. Setelah itu, pembuatan matriks IE, matriks

SWOT, dan Kuadran SWOT sebagai analisis lebih lanjut dari hasil Matriks IFAS serta matriks EFAS. Dengan menggunakan analisis SWOT menghasilkan strategi pengambilan keputusan terbaik yang akan ditetapkan untuk meningkatkan usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa. Kerangka berpikir digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode deskriptif diterapkan untuk menganalisis data dengan cara memaparkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Dalam penelitian yang mencakup seluruh populasi tanpa pengambilan sampel, analisis data menggunakan statistik deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan metodologi yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, diterapkan untuk mengkaji kondisi objek dalam keadaan alamiah, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama. Teknik pengumpulan data dilaksanakan melalui triangulasi (kombinasi berbagai metode), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2013). Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara dengan informan, dan pengumpulan kuesioner dari responden. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu, studi kepustakaan, atau referensi lainnya

3.2 Tempat dan Waktu

Penelitian ini berlokasi di Desa Talang Jawa, Kecamatan Pulau Panggung, Kabupaten Tanggamus. Penelitian ini berlangsung selamakurang lebih 6 bulan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan

kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi tidak terbatas pada manusia, tetapi mencakup juga objek dan unsur-unsur alam lainnya. Populasi juga meliputi seluruh karakteristik dan sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut, bukan hanya berdasarkan kuantitasnya (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menetapkan populasi sebanyak 15 responden yang terkait dengan usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa.

3.3.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik sampling purposive dalam pengambilan sampel. Sampling purposive merupakan teknik penentuan sampel sumber data berdasarkan pertimbangan spesifik. Pertimbangan tersebut misalnya individu yang dianggap paling menguasai informasi yang diharapkan peneliti, atau mungkin seseorang yang merupakan ahli di bidangnya sehingga dapat memfasilitasi peneliti dalam mengeksplorasi objek atau situasi yang diteliti (Abdussamad, 2011). Teknik penentuan sampel ini lebih tepat diaplikasikan pada penelitian kualitatif atau penelitian yang tidak bertujuan melakukan generalisasi (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan 15 sampel sebagai responden.

Tabel 3. 1 Tabel Responden

No	Responden
1	Kepala Dinas Bapperida Kabupaten Tanggamus
2	Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus
3	Kepala Dinas Koperindag Kabupaten Tanggamus
4	Kepala Badan Pengembangan UMKM dan Koperasi Kadin Provinsi Lampung
5	Aparat Desa (3)
6	Ketua POKDARWIS
7	Pemilik Usaha
8	Pengrajin (3)
9	Pelanggan (3)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sebagian tata cara pengumpulan informasi digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang diperlukan seperti observasi, wawancara, kuesioner, serta dokumentasi.

3.4.1 Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data secara apa adanya dan tidak memanipulasi terhadap objek penelitian. Peneliti mengamati fenomena dalam lingkungan masyarakat dengan metode yang dikombinasikan dengan pencatatan (M. Zaim, 2014).

3.4.2 Wawancara

Wawancara sebagai salah satu metode pengumpulan data untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada dan memerlukan informasi yang lebih mendalam dari responden dengan jumlah terbatas (Sugiyono, 2013). Wawancara dilakukan dengan mengadakan dialog untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan jelas sehingga menghasilkan strategi untuk meningkatkan usaha kain tenun dan tapis.

3.4.3 Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilaksanakan melalui serangkaian pertanyaan terstruktur mengenai topik spesifik untuk direspon oleh responden atau informan (M. Zaim, 2014). Penetapan daftar pertanyaan berpedoman pada faktor-faktor SWOT yang telah dirumuskan pada tahap awal, kemudian dimodifikasi dengan indikator-indikator lokal berdasarkan masukan dari para ahli yang telah ditentukan sebelumnya (Kaymaz et al., 2022).

3.4.4 Dokumentasi

Teknik dokumentasi diperlukan untuk memperkuat validitas penelitian dengan data dan landasan teoretis yang relevan. Peneliti memanfaatkan berbagai sumber tertulis untuk memperoleh data penelitian. Dokumentasi diperoleh dari sumber-sumber tekstual seperti karya sastra, peraturan perundang-undangan, majalah, surat kabar, dan sumber lainnya (M. Zaim, 2014). Teknik dokumentasi digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang bersumber dari berbagai literatur yang berkaitan dengan topik atau keperluan penelitian, serta berfungsi sebagai pelengkap agar data menjadi lebih objektif dan konkret.

3.5 Uji Kualitas data

3.5.1 Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian yang memenuhi kriteria reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi instrumen tersebut dalam memperoleh data penelitian. Uji konsistensi yang paling tepat diimplementasikan adalah *Alpha's Cronbach* atau dikenal juga sebagai *Alpha Coefficient*. Rentang nilai koefisien alpha berada antara 0 (tidak reliabel) hingga 1 (reliabilitas sempurna) (Purwanto, 2018). Menurut Manning & Munro (dalam Budiastuti & Bandur, 2018). Batas kriteria instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel (konsisten) dengan menentukan nilai koefisien alpha sebagai berikut:

0 = Tidak memiliki reliabilitas (*no reliability*)

>,70 = Reliabilitas yang dapat diterima (*acceptable reliability*)

>,80 = Reliabilitas yang baik (*good reliability*)

,90 = Reliabilitas yang sangat baik (*excellent reliability*)

1 = Reliabilitas sempurna (*perfect reliability*).

Dalam uji reliabilitas, kriteria pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai alpha (α) hitung yang harus lebih besar atau sama dengan

5%. Pengujian ini dilaksanakan secara langsung pada Microsoft Excel menggunakan rumus Kuder Richardson-21 (Sugiyono, 2013) sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{M (k - M)}{s^2_i} \right\}$$

Keterangan:

k = Jumlah Item dalam Instrumen

M = Mean Skor Total

s^2_i = Varians Total

3.5.2 Pengecekan Keabsahan Data

Konsep validitas internal dalam penelitian kuantitatif pada dasarnya telah digantikan oleh penggunaan kriteria kredibilitas. Validitas eksternal penelitian kuantitatif tidak dapat disamakan dengan persyaratan transferabilitas. Bagian dari kriteria kredibilitas adalah memastikan apakah temuan penelitian kualitatif dapat diandalkan atau kredibel dari perspektif partisipan penelitian. Tujuan perspektif partisipan adalah untuk mendeskripsikan atau memahami fenomena yang menarik dari sudut pandang partisipan, yang merupakan tujuan yang sama dengan penelitian kualitatif. Hanya partisipan yang mampu mengevaluasi keandalan temuan penelitian secara objektif (Husnullail1 et al., 2024). Terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan untuk memverifikasi keakuratan informasi dalam penelitian ini:

1. Perpanjangan Pengamatan

Istilah perpanjangan partisipasi dan perpanjangan pengamatan memiliki makna yang identik. Perpanjangan pengamatan dilakukan karena data yang ditemukan sebelumnya tidak lengkap. Selain itu, perpanjangan pengamatan dilakukan untuk mengonfirmasi kebenaran data yang diperoleh sebelumnya. Dengan terus melaksanakan pengamatan di lokasi penelitian, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang menyeluruh tentang wilayah tersebut hingga data yang dikumpulkan mencapai saturasi dan kepercayaan data meningkat (Husnullail1 et al., 2024).

2. Triangulasi

Triangulasi adalah metode pengumpulan data yang menggabungkan berbagai sumber data dan metodologi pengumpulan data yang berlaku (Sugiyono, 2013). Menurut Moleong (dalam Wiswasta et al., 2018) menyatakan bahwa model triangulasi dapat dilakukan dengan cara membandingkan data hasil wawancara dan hasil observasi, membandingkan pernyataan publik dan pernyataan pribadi, membandingkan situasi dan pemikiran seseorang dengan pendapat dan pemikiran yang berbeda, serta membandingkan hasil wawancara dengan data yang ada dalam dokumentasi terkait triangulasi ialah tata cara pengumpulan informasi yang memadukan bermacam sumber informasi serta metodologi pengumpulan informasi yang berlaku.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan aktivitas seleksi dan pengorganisasian data secara sistematis yang telah diperoleh dari dokumentasi lapangan, wawancara, dan berbagai sumber lainnya, dengan tujuan agar peneliti mampu menyajikan informasi temuan penelitian yang komprehensif dan mudah dipahami (Sugiyono, 2013). Metodologi analisis yang diimplementasikan peneliti meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

3.6.1 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Tahap inisiasi berupa identifikasi faktor internal dan eksternal pada usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa. Metode observasi dan wawancara diimplementasikan untuk memperoleh data terkait faktor eksternal dan internal usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa yang memiliki signifikansi positif maupun negatif dalam proses pengembangan usaha tersebut.

3.6.2 Analisis Matriks IFAS dan Matriks EFAS

Matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk kalkulasi bobot faktor internal dan eksternal yang kemudian dipetakan dalam diagram analisis SWOT untuk menentukan posisi kuadran strategi. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis*

Strategy) berfungsi untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal perusahaan yang berkorelasi dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sedangkan Matriks EFAS (*External Factor Analysis Strategy*) diaplikasikan untuk memahami kekuatan dan kelemahan perusahaan melalui identifikasi faktor-faktor eksternal perusahaan (Hendrawan et al., 2023). Berdasarkan hal tersebut, dilakukan analisis menggunakan matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS).

1. Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Langkah penyusunan matriks IFAS adalah sebagai berikut::

1. Cantumkan 5 sampai 10 kekuatan serta kelemahan organisasi yang sangat signifikan di kolom 1 (variabel internal).
2. Pada kolom kedua dilakukan pembobotan (*weight*) untuk setiap faktor dengan rentang nilai 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Total keseluruhan bobot harus bernilai 1,0. Determinasi bobot dilaksanakan melalui identifikasi faktor strategik internal kepada pihak pemangku kepentingan dengan menerapkan metode *paired comparison*. Menurut Kinnear dan Taylor (1991) (dalam Nazwirman & Wulandari², 2016) metode *paired comparison* adalah metode perbandingan simultan terhadap dua variabel dari serangkaian variabel yang tersedia dan pemilihan salah satu variabel yang dinilai lebih penting oleh responden berdasarkan skala penilaian. Untuk penentuan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2, dan 3. Skala yang dilakukan untuk pengisian kolom sebagai berikut:
 - a. Skala 1 = Jika indikator horizontal kurang penting dibandingkan indikator vertikal.
 - b. Skala 2 = Jika indikator horizontal memiliki tingkat kepentingan yang setara dengan indikator vertikal.
 - c. Skala 3 = Jika indikator horizontal lebih penting dibandingkan indikator vertikal.

Tabel 3. 2 Pembobotan Faktor Internal

Faktor Strategis Internal	A	B	C	D	..	Total	Bobot
A							
B							
C							
D							
..							
Total							

Dengan menghitung nilai tiap variabel serta nilai total variabel, digunakan rumus untuk memastikan nilai bobot tiap variabel sebagai berikut:

$$A = \frac{Xi}{\sum n Xi}$$

Keterangan:

Ai = Bobot variabel ke-i

Xi = Nilai variabel ke-i

i = 1, 2, 3,...n

n= Jumlah variabel

Penetapan bobot dilakukan dengan mempertimbangkan kontribusi kekuatan dan kelemahan terhadap pencapaian tujuan industri kain tenun dan tapis Desa Talang Jawa. Semakin besar bobotnya, semakin besar pula kontribusi atau pengaruhnya terhadap keberhasilan industri tapis dan kain tenun Desa Talang Jawa.

3. Berikan nilai pada setiap aspek di kolom 3, dengan sistem pemeringkatan (nilai) berkisar dari 1 sampai 5:
 - 1 = kerentanan signifikan terhadap perkembangan usaha
 - 2 = sedikit kelemahan dalam perkembangan usaha
 - 3 = sedikit atau tidak memiliki pengaruh terhadap perkembangan usaha

- 4 = merupakan kekuatan yang substansial untuk perkembangan usaha
 5 = merupakan faktor pendorong utama perkembangan usaha
4. Skor tertimbang dapat ditemukan di kolom 4 (skor tertimbang) dengan mengalikan bobot di kolom 2 dengan peringkat setiap item di kolom 3.
 5. Skor tertimbang total organisasi dihitung dengan menjumlahkan skor tertimbang untuk setiap variabel. Skor tertimbang rata-rata industri adalah 2,5, dengan skor tertimbang total maksimum adalah 4,0 dan minimum adalah 1,0. Apabila skor tertimbang total industri jauh lebih rendah dari 2,5, hal ini mengindikasikan kelemahan internal. Sebaliknya, posisi internal yang kuat ditunjukkan dengan skor total jauh di atas 2,5.

Tabel 3. 3 Matriks IFAS

Faktor – Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan:			
1.			
2. dan			
seterusnya			
Kelemahan:			
3.			
4. dan			
seterusnya			
Total			

2. Matriks External Factor Analysis (EFAS)

Matriks Ringkasan Analisis Faktor Eksternal (EFAS) digunakan untuk mengevaluasi temuan analisis eksternal dan mengukur apakah strategi saat ini efektif dalam merespons peluang dan ancaman.

Langkah penyusunan matriks EFAS adalah sebagai berikut::

1. Cantumkan 5 sampai 10 peluang serta ancaman organisasi yang sangat signifikan di kolom 1 (variabel internal).

2. Pada kolom kedua dilakukan pembobotan (weight) untuk setiap faktor dengan rentang nilai 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Total keseluruhan bobot harus bernilai 1,0. Determinasi bobot dilaksanakan melalui identifikasi faktor strategik eksternal kepada pihak pemangku kepentingan dengan menerapkan metode paired comparison. Menurut Kinnear dan Taylor (1991) (dalam Nazwirman & Wulandari², 2016) metode paired comparison adalah metode perbandingan simultan terhadap dua variabel dari serangkaian variabel yang tersedia dan pemilihan salah satu variabel yang dinilai lebih penting oleh responden berdasarkan skala penilaian. Untuk penentuan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2, dan 3. Skala yang dilakukan untuk pengisian kolom sebagai berikut:
- Skala 1 = Jika indikator horizontal kurang penting dibandingkan indikator vertikal.
 - Skala 2 = Jika indikator horizontal memiliki tingkat kepentingan yang setara dengan indikator vertikal.
 - Skala 3 = Jika indikator horizontal lebih penting dibandingkan indikator vertikal. Berikut metode membuat matriks EFAS:

Tabel 3. 4 Pembobotan Faktor Eksternal

Faktor Strategis Eksternal	A	B	C	D	..	Total	Bobot
A							
B							
C							
D							
..							
Total							

Dengan menghitung nilai tiap variabel serta nilai total variabel, digunakan rumus untuk memastikan nilai bobot tiap variabel sebagai berikut:

$$A = \frac{X_i}{\sum n X_i}$$

Keterangan:

A_i = Bobot variabel ke-i

X_i = Nilai variabel ke-i

$i = 1, 2, 3, \dots, n$

n = Jumlah variabel

Penetapan bobot dilakukan dengan mempertimbangkan kontribusi peluang dan ancaman terhadap pencapaian tujuan industri kain tenun dan tapis Desa Talang Jawa. Semakin besar bobotnya, semakin besar pula kontribusi atau pengaruhnya terhadap keberhasilan industri tapis dan kain tenun Desa Talang Jawa.

3. Berikan nilai pada setiap aspek di kolom 3, dengan sistem pemeringkatan (nilai) berkisar dari 1 sampai 5:
 - 1 = kerentanan signifikan terhadap perkembangan usaha
 - 2 = sedikit kelemahan dalam perkembangan usaha
 - 3 = sedikit atau tidak memiliki pengaruh terhadap perkembangan usaha
 - 4 = merupakan kekuatan yang substansial untuk perkembangan usaha
 - 5 = merupakan faktor pendorong utama perkembangan usaha
4. Skor tertimbang dapat ditemukan di kolom 4 (skor tertimbang) dengan mengalikan bobot di kolom 2 dengan peringkat setiap item di kolom 3.
5. Skor tertimbang total organisasi dihitung dengan menjumlahkan skor tertimbang untuk setiap variabel. Skor tertimbang rata-rata industri adalah 2,5, dengan skor tertimbang total maksimum adalah 4,0 dan minimum adalah 1,0. Apabila skor tertimbang total industri jauh lebih rendah dari 2,5, hal ini mengindikasikan kelemahan eksternal. Sebaliknya, posisi eksternal yang kuat ditunjukkan dengan skor total jauh di atas 2,5.

Tabel 3. 5 Matriks EFAS

Faktor – Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang: 5. 6. dan seterusnya			
Ancaman: 7. 8. dan seterusnya			
Total			

3.6.3 Matriks SWOT

Analisis SWOT merupakan instrumen yang digunakan untuk menentukan strategi strategis berdasarkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh suatu entitas bisnis. Analisis SWOT berfungsi sebagai teknik perencanaan strategis yang menyediakan alat evaluasi komprehensif. Identifikasi terhadap kekuatan inti, kelemahan, peluang, dan ancaman organisasi menghasilkan analisis berbasis fakta, perspektif baru, serta gagasan inovatif. Analisis SWOT menghimpun informasi dari sumber internal (berupa kekuatan dan kelemahan organisasi) serta faktor eksternal yang berpotensi memberikan dampak yang tidak dapat dikendalikan terhadap pengambilan keputusan (peluang dan ancaman (Prasodjo, 2020). Implementasi teknik SWOT mengungkapkan faktor internal dan eksternal dari informasi yang disampaikan oleh pihak-pihak terpercaya yang menyediakan informasi relevan (Satrianto et al., 2023)

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis. Matriks ini berfungsi sebagai kerangka analisis terintegrasi antara kondisi internal perusahaan dan lingkungan eksternal. Pendekatan SWOT dapat diimplementasikan sebagai metode bagi perusahaan dalam memfasilitasi pengambilan keputusan strategis dengan menyajikan gambaran komprehensif

mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja atau kesuksesan suatu entitas (Duratulhikmah & Wijaya, 2024). Dengan demikian, matriks SWOT merupakan instrumen bantu dalam merumuskan strategi alternatif melalui kombinasi faktor kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang yang teridentifikasi (Andian & Aida, 2023).

Tabel 3. 6 Matriks SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (S) Tentukan 5-1 kekuatan internal.	Kelemahan (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal.
Peluang (O) Tentukan faktor peluang eksternal	Strategi S-O Strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengambil keuntungan dan peluang	Strategi W-O Strategi untuk mengambil keuntungan dan peluang kelemahan
Ancaman (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	Strategi S-T Strategi dengan menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi W-T Strategi dengan meminimumkan kelemahan dan menghindar ancaman

Berikut ini merupakan penyusunan matriks SWOT yang dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Identifikasi faktor-faktor peluang eksternal perusahaan.
2. Identifikasi faktor-faktor ancaman eksternal perusahaan.
3. Identifikasi faktor-faktor kekuatan internal perusahaan.
4. Identifikasi faktor-faktor kelemahan internal perusahaan.

5. Sinkronisasi kekuatan internal perusahaan dengan peluang eksternal untuk menghasilkan strategi SO yang optimal.
6. Sinkronisasi kekuatan internal perusahaan dengan ancaman eksternal untuk menghasilkan strategi ST yang optimal.
7. Sinkronisasi kelemahan internal perusahaan dengan peluang eksternal untuk menghasilkan strategi WO yang optimal.
8. Sinkronisasi kelemahan internal perusahaan dengan ancaman eksternal untuk menghasilkan strategi WT yang optimal. mengenali elemen kesempatan eksternal buat bisnis.

Analisis SWOT mengimplementasikan kombinasi komponen-komponen SWOT yang merupakan strategi-strategi pendukung pengembangan potensi usaha kain tenun dan tapis, meliputi kombinasi strategi *Strengths-Opportunities* (SO), *Strengths-Threats* (ST), *Weaknesses-Opportunities* (WO), dan *Weaknesses-Threats* (WT) (Sanjaya & Nuratama, N.D.) sebagai berikut:

1. Strategi SO. Strategi ini dikembangkan berdasarkan paradigma perusahaan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memperoleh dan mengoptimalkan peluang yang tersedia.
2. Strategi ST. Strategi ini merupakan pendekatan yang memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk mengatasi ancaman eksternal.
3. Strategi WO. Strategi ini diimplementasikan melalui pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalisasi kelemahan internal.
4. Strategi WT. Strategi ini berfokus pada upaya meminimalisasi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.

3.6.4 Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Matriks Internal-Eksternal digunakan untuk mengidentifikasi posisi industri dalam tampilan sembilan sel. Analisis didasarkan pada dua ukuran utama, yaitu perbandingan antara skor EFAS pada sumbu Y dan skor IFAS pada sumbu X, untuk menyusun matriks IE ini (Sari, 2018). Berikut ini konsep David (dalam Sari, 2018) tentang matriks IE sebagai berikut:

		Total Nilai Skor Matriks IFAS		
		Kuat	Sedang	Lemah
		4,0	3,0	2,0
Total Nilai Skor Matriks EFAS	Kuat	I	II	III
	3,0	IV	V	VI
	Sedang			
	2,0	VII	VIII	IX
		Rendah		
		1,0		

Gambar 3. 1 Matriks Internal-Eksternal

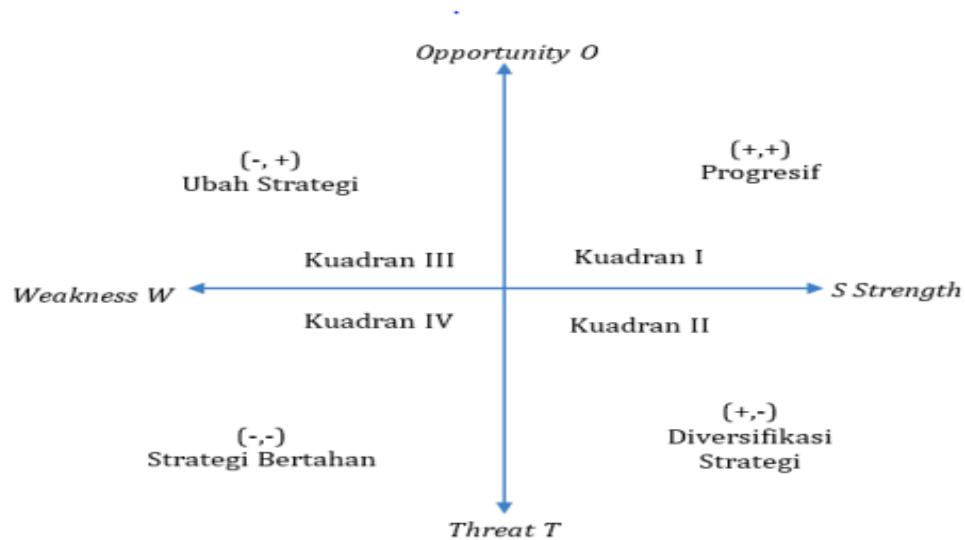
Tiga implikasi strategis yang dapat ditemui dalam matriks IE, antara lain:

1. Strategi tumbuh dan bangun (*growth and build*) pada Sel I, II, atau IV. Strategi intensif seperti pengembangan produk, penetrasi . pasar, dan pengembangan pasar sesuai untuk kondisi ini.
2. Strategi Pertahankan dan Pelihara Hold and Maintain (*Hold and Maintain*) bekerja dengan baik untuk mengelola divisi pada sel III, V, atau VII. Strategi untuk pengembangan produk dan penetrasi pasar sering digunakan.
3. Strategi panen atau divestasi (*Harvest or Divestiture*) dapat diterapkan untuk divisi dalam sel VI, VIII, atau IX.
4. Jika suatu industri dapat menempatkan bisnis di sel I, maka industri tersebut dianggap sangat berhasil.

3.6.5 Analisis Kuadran Swot

Penentuan kuadran SWOT dilakukan melalui perhitungan selisih antara subtotal faktor *strengths* dengan *weaknesses* (menghasilkan titik pertama = X) dan selisih antara subtotal faktor *opportunities* dengan *threats* (menghasilkan titik kedua = Y)

(Manggu & Beni, 2023). Menurut Fredy Rangkuti (dalam Salim & Siswanto, 2019) diagram analisis SWOT terbagi menjadi empat kuadran dengan karakteristik sebagai berikut:



Gambar 3. 2 Diagram SWOT

a. Kuadran I

Merepresentasikan situasi yang sangat kondusif bagi organisasi. Kondisi ini memiliki kombinasi peluang dan kekuatan yang memungkinkan optimalisasi pemanfaatan peluang yang tersedia. Strategi yang direkomendasikan dalam kondisi ini adalah implementasi kebijakan pertumbuhan yang progresif (*growth oriented strategy*).

b. Kuadran II

Kondisi yang dihadapkan pada berbagai ancaman eksternal, namun masih memiliki kemampuan internal. Strategi yang direkomendasikan adalah pemanfaatan kekuatan internal untuk mengakses peluang jangka panjang melalui pendekatan diversifikasi (produk/jasa).

c. Kuadran III

Kondisi yang dihadapkan pada peluang yang signifikan, namun terkendala oleh kelemahan internal. Fokus strategis yang disarankan adalah minimalisasi permasalahan internal agar dapat mengoptimalkan akses terhadap peluang pasar.

d. Kuadran IV

Merepresentasikan situasi yang sangat tidak kondusif, dimana usaha dihadapkan pada kombinasi ancaman eksternal dan kelemahan internal.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS, diperoleh nilai faktor kekuatan sebesar 2,11 dan nilai faktor kelemahan sebesar 0,87. Perolehan nilai skor kekuatan yang lebih besar dibandingkan dengan kelemahan mengindikasikan bahwa usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa memiliki dominasi faktor kekuatan daripada kelemahan. Sementara itu, hasil perhitungan matriks EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang memperoleh skor 2,14 dan faktor ancaman memperoleh skor 1,10. Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa memiliki faktor peluang yang lebih besar daripada faktor ancaman.
2. Berdasarkan hasil analisis matriks Internal-Eksternal dan analisis kuadran SWOT diperoleh bahwa usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa Tenun berada pada kuadran I yaitu strategi progresif(*growth and build*) yang berarti usaha ini memiliki potensi signifikan untuk terus mengalami pertumbuhan yang optimal.
3. Hasil dari Matriks SWOT dalam pengembangan usaha kain tenun dan tapis di Desa Talang Jawa adalah memasarkan produk melalui platform digital, website, dan berbagai media sosial guna mempercepat perkembangan usaha dan meningkatkan pengenalan produk kepada masyarakat luas, serta mengoptimalkan pemanfaatan sarana dan prasarana yang telah tersedia. Melakukan program kolaborasi dengan pemerintah untuk memfasilitasi kerja sama dengan industri tekstil besar sehingga produksi kain tenun dan tapis masuk ke dalam rantai pasok industri yang lebih luas. Melakukan kemitraan dengan instansi atau industri pariwisata untuk menjadi objek wisata kreatif dan

edukatif sehingga usaha ini dapat mengembangkan pusat pengrajin atau workshop yang terbuka untuk wisatawan.

5.2 Saran

Terdapat beberapa saran dari peneliti berdasarkan kesimpulan guna menjadi pertimbangan bagi pihak-pihak terkait yaitu sebagai berikut:

1. Para Pengrajin

Diharapkan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk kerajinan, sekaligus melakukan inovasi berkelanjutan guna menghadapi persaingan dalam industri sejenis. Pengembangan produk fungsional dan kontemporer perlu diutamakan. Selain itu, perluasan jaringan pemasaran melalui pemanfaatan media sosial menjadi krusial agar usaha kerajinan dapat dikenal oleh masyarakat secara lebih luas.

2. Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah, khususnya sektor perindustrian dan perdagangan, diharapkan memberikan dukungan yang efektif bagi pengembangan usaha kerajinan tenun dan tapis yang ada di Desa Talang Jawa. Bentuk dukungan tersebut dapat berupa pengembangan kolaborasi wisata kreatif dan edukatif, serta penyediaan sarana dan prasarana penunjang yang dapat memfasilitasi kemajuan usaha kain tenun dan tapis di daerah tersebut.

3. Akademik

Para peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadikan kajian ini sebagai referensi dan telaah pustaka untuk mengembangkan penelitian tentang strategi pengembangan usaha. Perhatian khusus dapat diberikan pada analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam setiap usaha kerajinan. Penggunaan metode-metode inovatif dan pendekatan yang lebih beragam sangat dianjurkan untuk merumuskan strategi yang efektif, terutama bagi industri kerajinan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (Ed.); Vol. 11, Issue 2). Syakir Media Press. <https://doi.org/10.16194/J.Cnki.31-1059/G4.2011.07.016>
- Amang, A., Mulyadi, & Utama, A. P. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis* (E. Suncaka (Ed.); 1st Ed.). Sultur Pustaka.
- Andian, M. D., & Aida, N. (2023). Strategi Efektif Pengembangan Pariwisata Pantai Mutun Sebagai Wisata Bahari Di Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. *Journal On Education*, 5.
- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Haya, A. (2015). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” Di Kelurahan Pandawangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 1.
- Anggreani, T. F. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5).
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Dilengkapi Analisis Dengan Nvivo, Spss Dan Amos*. Mitra Wacana Media.
- Direktorat Kajian Strategis Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Outlook Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif 2023/2024*.
- Diskominfo Provinsi Lampung. (2022). *Program Desa Wisata Kampung Tapis Untuk Mengembangkan, Menjaga, Dan Melestarikan Kerajinan Tapis*. Diskominfo Provinsi Lampung. <https://diskominfo.lampungprov.go.id/detail-post/program-desa-wisata-kampung-tapis-untuk-mengembangkan-menjaga-dan->

Melestarikan-Kerajinan-Tapis

- Duratulhikmah, S. N., & Wijaya, F. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bidang Usaha Putu Bagja Catering Menggunakan Analisis Swot Dan Qspm. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10.
- Felix, A., Cerlysia, C., Liu De Sheng Hermanto, Hendra, M., Tjalani, R., & Colin, V. (2024). Perspektif Persaingan Strategis: Pendekatan Lima Kekuatan Porter Pada Industri Bahan Bakar Shell. *Economics And Digital Business Review*, 5(2), 108–114.
- Hendrawan, A. K., Wachidah, S. F., & Restuningsih, A. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Makosan Dengan Menggunakan Analisis Swot Dan Business Model Canvas (Bmc). *Jurnal Optimasi Teknik Industri*, 05.
- Heryani, H., Legowo1, A. C., & Nugroho, I. P. (2020). Trategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Inovasi Creative Industry Development Strategy For Innovation. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 3.
- Husnullail1, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15.
- Imron, M. (2020). Analisis Swot Pengembangan Kawasan Wisata Telaga Ngebel Di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9.
- Jatmiko, B., Udin, U., Raharti, R., Laras, T., & Ardhi, K. F. (2021). Strategies For Msmes To Achieve Sustainable Competitive Advantage: The Swot Analysis Method. *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 8.
- Karta, N. L. P. A., Wartana, I. M. H., Wibisono, G., & Dwiyantri, N. M. C. (2023). *Manajemen Strategik Konsep Dan Implementasi*. Untrim Press.
- Kasmiruddin, A. C. (2019). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Bisnis Usaha Sepatu (Kasus Toko Sepatu Stars Cabang Marpoyan Pekanbaru). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1.
- Kaymaz, Ç. K., Birinci, S., & Kızıllan, Y. (2022). Sustainable Development Goals Assessment Of Erzurum Province With Swot-Ahp Analysis. *Jurnal Environment, Development And Sustainability*, 24.
- Kementrian Keuangan Ri. (2023). *Kontribusi Umkm Dalam Perekonomian*

- Indonesia. <https://Djpb.Kemenkeu.Go.Id/Kppn/Lubuksikaping/Id/Data-Publikasi/Artikel/3134-Kontribusi-Umkm-Dalam-PerekonomianIndonesia.Html>
- Kim, Y.-J., & Park, J. (2019). A Sustainable Development Strategy For The Uzbekistan Textile Industry: The Results Of A Swot-Ahp Analysis. *Sustainability*.
- Kumpangpune, N., Saerang, D. P. E., & Engka, D. S. M. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Serta Dampaknya Terhadap Kemiskinan Di Kota Bitung. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 20.
- Kurniasari, W., Gunarto, T., & Yuliawan, D. (2024). Dinamika Partisipasi Angkatan Kerja Perempuan: Faktor Kunci Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (Ek Dan Bi)*, 7. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1343>
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa. In *Alfabeta Bandung*.
- M. Zaim. (2014). Metode Penelitian Bahasa: Pendekatan Struktural. In Ermanto (Ed.), *Metode Penelitian Bahasa*. Fbs Unp Press. <http://repository.unp.ac.id/eprint/1830>
- Manggu, B., & Beni, S. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Umkm) Kedai Kopi Ongaku Kota Bengkulu Berdasarkan Analisis Swot. *Jurnal Sebatik*, 27.
- Matondang, K. A., Sitio, F. M., Lahagu, P. H., & Hasibuan, M. R. F. (2024). Perbandingan teoretis keunggulan absolut dan keunggulan komparatif: Implikasi bagi kebijakan perdagangan internasional. *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 7(1), 506-519.
- Munajat, Putri, A. G., & Rahayu, Y. (2022). *Ekonomi Kreatif Suatu Konsep Ekonomi Baru* (Suwandi (Ed.)). Cv. Eureka Media Aksara.
- Nazwirman, & Wulandari, E. (2016). Analisis Swot Untuk Strategi Pemasaran Pt. Indorama Synthetics Tbk. *Jeba (Journal Of ...)*, 1(1). <http://academicjournal.yarsi.ac.id/index.php/Jeba/article/view/404>
- Nuraini, S., & Falah, A. M. (2022). Eksistensi Kain Tenun Di Era Modern. *Jurnal Seni Rupa*, 10.

- Nurwanda, A., & Rifai, B. (2018). Diagnosis pertumbuhan ekonomi dan output potensial Indonesia. *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 2(3), 177-194.
- Pemerintah Kabupaten Tanggamus. (2019). *Sejara Tanggamus*. <https://www.tanggamus.go.id/index.php/profil/sejarah>
- Undang-Undang (Uu) Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Pub. L. No. 20 (2008). <https://peraturan.bpk.go.id/details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Prasetyan, N., Susanto, J., & Winarti, A. S. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Omzet Pedagang Pasar Kolombo Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*.
- Prasodjo, T. (2020). *Manajemen Strategi*. Zahir Publishing.
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah* (A. Saifudin (Ed.); 1st Ed.). Staiapress.
- Rahim, A. R., & Radjab, E. (2017). *Manajemen Strategi*. Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Ratnawati1, P. G., Kellen, P. B., & Marselinus, B. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dari Aspek Keuangan Pada Sanggar Bliran Sina Watublapi Kabupaten Sikka. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (N.D.). *Analisis Swot Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi* (1st Ed.). Bintang Pustaka Madani.
- Rorah, I. R. C., Poluan, M., Paath, F., & Wongkar, M. (2022). Analisis Penetrasi Pasar Dan Pengembangan Pasar Terhadap Retensi Pelanggan Oleh Petani Cabe Keriting Di Kelurahan Kakaskasen I Dan Kakaskasen Ii Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon Propinsi Sulawesi Utara – Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9.
- Salim, M. A., & Siswanto, A. B. (2019). *Analisis Swot Dengan Metode Kuesioner*. Pilar Nusantara.
- Sanjaya, P. K. A., & Nuratama, I. P. (N.D.). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Mengengah* (M. Yunus (Ed.); 1st Ed.). Percetakan Cv. Cahaya Bintang Cemerlang.
- Sanjaya, P. K. A., & Nuratama, I. P. (2021). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Mengengah* (M. Yunus (Ed.); 1st Ed.). Cv. Cahaya Bintang

Cemerlang.

- Sari, I. D. O. (2018). Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Sebagai Dasar Perumusan Strategi Bisnis Ud Sekar Jati Star Jombang. *Jurnal Akuntansi*, 6.
- Satrianto, A., Sentosa, S. U., Ariusni, Ikhsan, A., & Samad, K. A. (2023). Swot Analysis Of Strategy Development In Prominent Industries Of Underdeveloped Regions: A Case Study Of The Kepulauan Mentawai Regency, West Sumatra, Indonesia. *Nternational Journal Of Sustainable Development And Planning*, 18.
- Sopacua, I. O., & Primandaru, N. (2020). Implementasi Quadruple Helix Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 23.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (19th Ed.). Alfabeta.
- Suleman, A. R., Syafii1, A., & Hasibuan, A. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Tenun Songketmotif Tradisional Singengu Textile. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Teknik Usu*.
- Supriadi, A., Arisontha, E., & Sari, T. N. (2023). *Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Umkm* (N. Rismawati (Ed.); 1st Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Syarif, A., M. Juandhika Rizky, Rico Andrian, & Lumbanraja, F. R. (2021). Identifikasi Kain Tapis Lampung Menggunakan Ekstraksi Fitur Edge Detection (Canny) Dan Klasifikasi Probability Neural Network (Pnn). *Jurnal Pepadun*, 2.
- Ulinnuha, M., Fatmawati, W., & Marlyana, N. (2023). Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Swot, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Studi Kasus Pada Walet Kofie). *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*.
- Utami, S. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Lurik Di Kabupaten Klaten Berdasarkan Hasil Analisis Swot. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 11.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1.
- Wanito, M. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha

Konveksi Max Thing Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus.
Jurnal Seminar Nasional, 8.

Warisan Budaya Takbenda Indonesia. (2010). *Tapis*.

<https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?Newdetail&Detailcatat=600>

Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis Swot (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*. Universitas Mahasarakswati Press.

Yatminiwati, M. (2019). *Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa* (1st Ed.). Widya Gama Press.

Zahratunnisa, & Rahmat, M. (2022). Penerapan Analisis Swot Terhadap Keberlangsungan Usaha Di Butik Shifa Olshop Medan. *Syntax Idea*, 4.