

Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UMKM “Batako Pak ABC” Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT

Hilda Fatimah^{1,*}, Alba Amantha², Hayatun Nopus³, Syahid Alawi⁴, Maharsa Pradityatama⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Teknik Industri, Universitas Mataram, Mataram,, Indonesia

*email Koredpondensi: bluehilpie@gmail.com

INFO ARTIKEL

Article history:

Received: 15-01-2025

Accepted: 02-07-2025

Kata Kunci:

UMKM

Produk

Batako

Strategi pengembangan

Manufaktur

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi pengembangan UMKM "Batako Pak ABC" di Desa Perampuan, Kecamatan Labuapi, Kabupaten Lombok Barat menggunakan pendekatan analisis SWOT dengan integrasi metode kualitatif dan kuantitatif. Metode penelitian menggunakan studi kasus melibatkan 3 responden (pemilik usaha, karyawan produksi, dan pemasaran) melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif satu siklus produksi, dan analisis dokumen operasional. Analisis kuantitatif dilakukan pada aspek finansial dan produktivitas, sedangkan analisis kualitatif mengidentifikasi faktor strategis internal-eksternal. Hasil menunjukkan kekuatan utama berupa pengalaman 11 tahun, lokasi strategis, dan struktur biaya efisien. Kelemahan meliputi keterbatasan SDM berkualitas, sistem pemasaran konvensional, dan teknologi produksi terbatas. Peluang mencakup pertumbuhan konstruksi di Lombok Barat dan diversifikasi produk, namun menghadapi ancaman persaingan perusahaan besar dan fluktuasi harga bahan baku. Rekomendasi strategis meliputi pengembangan SDM, digitalisasi pemasaran, standarisasi produk SNI, dan diversifikasi produk bahan bangunan. Penelitian memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan UMKM manufaktur di wilayah dengan karakteristik serupa.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar fundamental dalam ekosistem kewirausahaan Indonesia yang berperan sebagai penggerak utama ekonomi nasional. Dalam sektor ini, banyak pengusaha yang mampu menyerap tenaga kerja secara signifikan dan menciptakan wirausahawan yang tangguh dan resilien (Raharja, Rivani, & Arifianti, 2018). Sektor UMKM tidak hanya berfungsi sebagai pencipta lapangan kerja, tetapi juga menjadi tulang punggung stabilitas ekonomi yang mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi global. Penelitian terkini menunjukkan bahwa UMKM memiliki kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian nasional, dengan kemampuan menyerap tenaga kerja yang mencapai 97% dari total angkatan kerja Indonesia (Bakrie et al., 2024). Selain itu, sektor UMKM juga terbukti memiliki daya tahan yang tinggi terhadap gejolak ekonomi dan mampu beradaptasi dengan perubahan ekonomi global, sehingga berkontribusi signifikan terhadap stabilitas ekonomi nasional (Ardiansyah et al., 2024).

Kontribusi UMKM terhadap pembangunan ekonomi Indonesia dapat dijelaskan melalui empat dimensi utama yang saling berinteraksi dan memperkuat satu sama lain. Dimensi

Ketenagakerjaan: UMKM berperan sebagai penyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia dengan kemampuan menyerap sekitar 96,9% dari total tenaga kerja nasional. Angka ini menunjukkan bahwa hampir seluruh pekerja di Indonesia bergantung pada sektor UMKM untuk memperoleh penghasilan. Peran ini sangat krusial dalam mengurangi angka pengangguran nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas.

Dimensi Pengentasan Kemiskinan: UMKM menjadi jembatan ekonomi bagi masyarakat dari berbagai lapisan sosial ekonomi, terutama mereka yang berasal dari keluarga dengan ekonomi menengah ke bawah. Sektor ini memberikan peluang bagi individu untuk memulai usaha dengan modal yang relatif kecil dan keterampilan yang dapat dipelajari secara bertahap. Hal ini membuat UMKM menjadi instrumen efektif dalam program pengentasan kemiskinan nasional.

Dimensi Inovasi dan Adaptabilitas: UMKM berfungsi sebagai laboratorium inovasi yang dinamis dan responsif terhadap perubahan kebutuhan pasar. Sifat usaha yang kecil dan fleksibel memungkinkan UMKM untuk dengan cepat mengadaptasi produk dan layanan sesuai dengan tren pasar terkini. Kemampuan ini menjadikan UMKM sebagai sumber inovasi yang berkelanjutan dalam menciptakan produk-produk baru yang relevan dengan kebutuhan konsumen.

Dimensi Ekonomi Lokal dan Multiplier Effect: UMKM berperan dalam memperkuat ekonomi lokal melalui utilisasi sumber daya dan bahan baku yang tersedia di daerah masing-masing. Aktivitas UMKM menciptakan permintaan terhadap produk dan jasa lokal, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan UMKM lainnya dan sektor ekonomi terkait. Efek berganda (multiplier effect) ini memperkuat ekosistem ekonomi lokal dan menciptakan jaringan ekonomi yang saling mendukung (Sutrisno, 2020; Bakrie et al., 2024).

Beberapa penelitian dalam lima tahun terakhir telah mengeksplorasi penggunaan analisis SWOT untuk pengembangan strategi UMKM. (Krisdiyanto et al. 2023) menggunakan pendekatan SWOT dalam menganalisis strategi pemasaran UMKM, dengan fokus pada peningkatan keberhasilan berwirausaha melalui strategi sosialisasi yang efektif. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat membantu UMKM mengidentifikasi kekuatan internal dan memanfaatkan peluang eksternal untuk meningkatkan daya saing.

(Suryatman et al. 2021) melakukan penelitian tentang perencanaan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan produk manufaktur. Studi ini menunjukkan bahwa implementasi analisis SWOT dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran hingga 35% dibandingkan dengan pendekatan konvensional. Sementara itu, (Luntungan & Tawas 2019) mengaplikasikan analisis SWOT dalam konteks industri pariwisata, yang memberikan wawasan tentang adaptabilitas metode ini di berbagai sektor usaha.

Meskipun telah banyak penelitian yang menggunakan analisis SWOT untuk pengembangan UMKM, terdapat beberapa kesenjangan yang perlu diisi. Pertama, penelitian terdahulu cenderung fokus pada sektor jasa dan perdagangan, sementara aplikasi analisis

SWOT pada UMKM sektor manufaktur, khususnya industri bahan bangunan seperti batako, masih terbatas. Kedua, sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kualitatif murni tanpa mengintegrasikan elemen kuantitatif yang dapat memberikan validitas statistik terhadap temuan (Bakrie et al., 2024).

Ketiga, penelitian sebelumnya belum mengeksplorasi secara mendalam bagaimana karakteristik lokasi geografis dan kondisi ekonomi lokal mempengaruhi efektivitas strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT. Keempat, terdapat keterbatasan dalam penelitian longitudinal yang dapat mengevaluasi implementasi dan dampak jangka panjang dari rekomendasi strategis yang dihasilkan.

Penelitian ini berupaya mengisi gap tersebut dengan fokus pada UMKM sektor manufaktur batako di wilayah Lombok Barat, yang memiliki karakteristik geografis dan ekonomi yang spesifik. Studi ini mengintegrasikan pendekatan kualitatif dengan elemen kuantitatif untuk memberikan analisis yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan UMKM sejenis di daerah dengan karakteristik geografis dan ekonomi yang serupa.

Data dari Kementerian Koperasi dan UKM RI tahun 2023 menunjukkan bahwa UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional dan berkontribusi sekitar 60% terhadap PDB Indonesia (Kemenkop UKM, 2023). Batako merupakan bahan bangunan yang berupa bata cetak yang terbuat dari campuran utama semen, air, dan pasir. Kombinasi ketiga bahan tersebut dikenal sebagai mortar. Menurut perbandingan komposisi yang ditetapkan oleh Departemen Pekerjaan Umum pada tahun 1986, batako terdiri dari 75% pasir, 20% semen, dan 5% air. Bahan ini umumnya digunakan secara luas dalam sektor konstruksi untuk pembangunan berbagai struktur seperti gedung, rumah, jalan, jembatan, dan lain-lain.

Karakteristik batako yang biasanya tersedia di pasaran menunjukkan kekuatan tekan yang bervariasi, yakni antara 3 hingga 50 Mpa (Prabawa et al. 2022). Untuk menilai kualitas suatu produk, penting untuk mengidentifikasi karakteristik yang dimilikinya, termasuk faktor-faktor signifikan yang mempengaruhinya. Salah satu karakteristik kualitas yang dapat diukur adalah kekuatan tekan. Batako memiliki standar minimum yang ditetapkan dalam Standar Nasional Indonesia (SNI) yang relevan, yaitu SNI 03-0349-1989 untuk kekuatan tekan. Perusahaan perlu merancang strategi yang efektif guna mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal. Proses ini dikenal dengan analisis SWOT yang merupakan metode sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor secara komprehensif guna merumuskan strategi berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats) yang dihadapi organisasi.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa analisis SWOT telah terbukti efektif dalam pengembangan strategi UMKM di Indonesia. (Sianturi et al. 2023) dalam penelitiannya terhadap UMKM di era digitalisasi menyatakan bahwa analisis SWOT membantu mengidentifikasi kekuatan internal seperti kualitas bahan baku, kebersihan produk, dan harga terjangkau, sementara kelemahan yang teridentifikasi meliputi keterbatasan fasilitas dan optimalisasi media sosial yang belum maksimal. (Hendrawan, 2023) lebih lanjut

mengkonfirmasi bahwa implementasi analisis SWOT pada UMKM memberikan framework yang jelas untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif.

(Dasriana et al. 2024) dalam studi terkini menekankan bahwa analisis SWOT tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi, tetapi juga sebagai dasar perencanaan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan analisis SWOT secara sistematis mampu meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan mencapai pertumbuhan yang lebih berkelanjutan.

Dengan adanya analisis SWOT, UMKM mampu mengidentifikasi potensi usaha mereka secara lebih terstruktur dan sistematis. Hal ini memungkinkan pelaku UMKM untuk mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki, memperbaiki kelemahan internal, memanfaatkan peluang pasar secara maksimal, serta mengantisipasi berbagai ancaman yang dapat menghambat perkembangan usaha. Sehingga UMKM dapat merumuskan strategi bisnis yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

METODE PENELITIAN

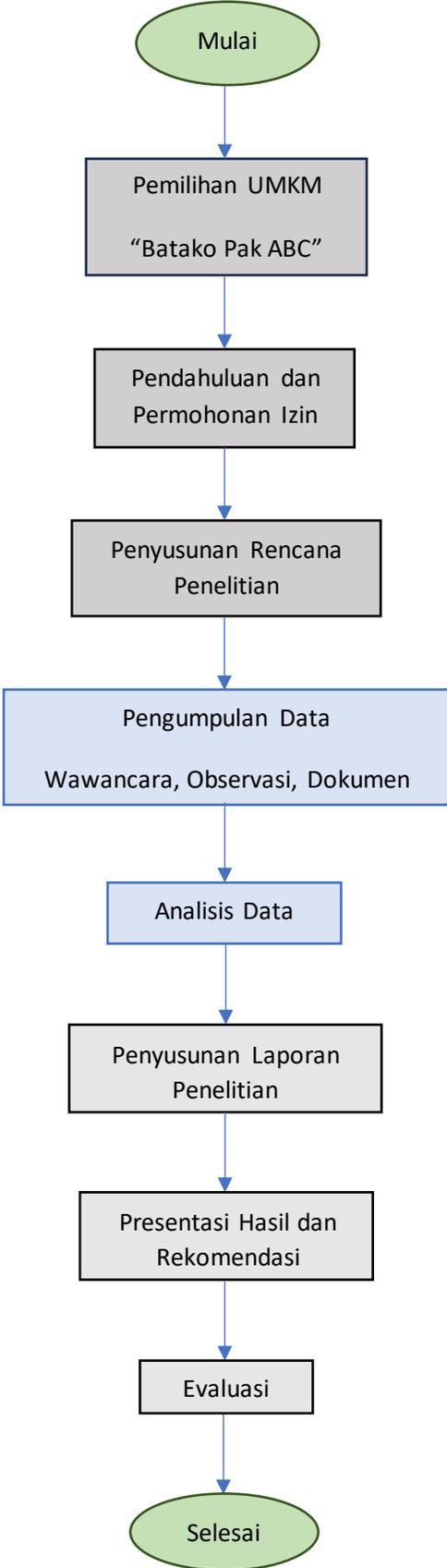
Penelitian terhadap UMKM "Batako Pak ABC" ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif yang sistematis dan terstruktur. Prosedur penelitian telah dirancang secara bertahap untuk memastikan pengumpulan data yang komprehensif dan analisis yang mendalam.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini mengikuti alur metodologis yang terdiri dari sembilan tahapan utama. Dimulai dari tahap pemilihan UMKM sebagai objek studi, dilanjutkan dengan proses pendahuluan dan perizinan untuk memastikan aspek etis dan legalitas penelitian. Tahap berikutnya mencakup penyusunan rencana penelitian yang matang sebagai panduan dalam pelaksanaan studi.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama yaitu wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi langsung di lokasi, dan analisis dokumen terkait. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi pola, tren, dan temuan penting terkait strategi pemasaran dan pengelolaan usaha.

Hasil analisis kemudian dituangkan dalam laporan penelitian yang komprehensif, dilanjutkan dengan presentasi temuan dan pemberian rekomendasi kepada pihak UMKM. Sebagai penutup, dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap proses penelitian untuk pembelajaran dan perbaikan ke depan.

Melalui pendekatan metodologis yang sistematis ini, diharapkan penelitian dapat menghasilkan pemahaman mendalam tentang praktik bisnis UMKM "Batako Pak ABC" dan memberikan kontribusi bermakna bagi pengembangan usaha serupa di masa mendatang.



Pemaparan prosedur untuk Studi Kasus UMKM 'Batako Pak ABC meliputi tahapan-tahapan berikut:

1. Pemilihan Kasus UMKM: Tentukan UMKM yang akan menjadi fokus studi, dalam hal ini "Batako Pak ABC," yang bergerak di bidang produksi dan penjualan batako.
2. Pendahuluan: Lakukan pendekatan awal kepada pemilik "Batako Pak ABC" untuk menjelaskan tujuan penelitian dan meminta izin untuk melaksanakan studi kasus di lokasi usaha mereka.
3. Rencana Penelitian: Susun rencana penelitian yang mencakup metode pengumpulan data yang akan digunakan, dengan langkah-langkah sebagai berikut:
4. Wawancara: Rencanakan wawancara dengan pemilik "Batako Pak ABC" untuk mendapatkan informasi mengenai sejarah bisnis, visi, misi, serta strategi pemasaran yang diterapkan.
5. Observasi: Lakukan observasi langsung di "Batako Pak ABC" untuk memahami tata letak toko, metode promosi yang digunakan, dan interaksi pelanggan dengan produk.
6. Analisis Dokumen: Kumpulkan data dokumenter seperti laporan keuangan, rencana pemasaran, dan catatan penjualan.
7. Pengumpulan Data: Laksanakan rencana penelitian dengan melakukan wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen yang relevan. Selama wawancara, tanyakan tentang strategi pemasaran, target pasar, perubahan yang telah dilakukan, serta tantangan yang dihadapi.
8. Analisis Data: Setelah mengumpulkan data, lakukan analisis menggunakan teknik analisis kualitatif untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi pada keberhasilan strategi pemasaran "Batako Pak ABC" serta temuan lainnya.
9. Penyusunan Kasus Studi: Buat narasi studi kasus yang mencakup latar belakang "Batako Pak Sahdan," strategi pemasaran yang diterapkan, perubahan yang dilakukan, hasil yang dicapai, dan tantangan yang dihadapi.
10. Diskusi dan Kesimpulan: Diskusikan temuan penelitian dan tarik kesimpulan mengenai pelajaran yang dapat dipetik dari studi kasus ini. Bahas implikasi temuan untuk UMKM serupa dan potensi penerapan pelajaran bagi UMKM lainnya.
11. Rekomendasi: Berikan rekomendasi kepada pemilik "Batako Pak ABC" berdasarkan hasil penelitian untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka.
12. Laporan Penelitian: Tulis laporan penelitian yang mencakup semua langkah di atas dengan struktur yang jelas, termasuk pendahuluan, metodologi, temuan, diskusi, kesimpulan, serta daftar referensi.
13. Presentasi Hasil: Sampaikan hasil penelitian kepada pemilik "Batako Pak ABC" dan pihak terkait lainnya. Diskusikan temuan serta rekomendasi dengan mereka.
14. Evaluasi Diri: Setelah penelitian selesai, peneliti perlu mengkaji ulang seluruh proses penelitian yang telah dilakukan dengan cermat. Evaluasi ini mencakup identifikasi hal-hal yang sudah berjalan baik dalam penelitian, serta menemukan aspek-aspek yang masih membutuhkan perbaikan. Hasil evaluasi ini sangat berharga sebagai pembelajaran dan dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Detail Pengumpulan Data

1. Jumlah dan Karakteristik Sampel

Penelitian ini menggunakan 3 responden yang terdiri dari Pak Sahdan sebagai pemilik usaha yang berperan sebagai key informant, dan 2 orang karyawan dengan pembagian tugas masing-masing yaitu 1 orang untuk bagian produksi dan 1 orang untuk bagian pemasaran. Pemilihan sampel ini sesuai untuk studi kasus UMKM skala mikro karena ukuran sampel tersebut

memadai dengan beberapa justifikasi yaitu mencakup seluruh stakeholder internal yang terlibat langsung dalam operasional usaha, representatif untuk mendapatkan gambaran menyeluruh operasional usaha, sesuai dengan karakteristik studi kasus yang fokus pada kedalaman informasi, serta struktur organisasi yang sederhana memungkinkan akses ke semua level manajemen sehingga dapat memberikan data yang komprehensif mengenai seluruh aspek operasional UMKM Batako Pak Sahdan.

2. Teknik Observasi yang Digunakan

Penelitian menggunakan observasi partisipatif terbatas yang dilaksanakan di tempat produksi di Desa Perampuan, Kecamatan Labuapi dengan durasi satu siklus produksi lengkap yang diestimasi dalam satu hari kerja. Fokus pengamatan meliputi satu siklus produksi lengkap yang terdiri dari 14 tahapan mulai dari persiapan takaran hingga pengeluaran batako dari mal, pengamatan layout dan sistem kerja di area produksi untuk memahami efisiensi tata ruang dan alur kerja, interaksi antar pekerja dan dengan pelanggan untuk menganalisis dinamika hubungan kerja dan pelayanan konsumen, serta sistem penyimpanan produk jadi dan bahan baku untuk mengevaluasi manajemen inventori dan kualitas penyimpanan yang dapat mempengaruhi kualitas produk akhir.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap UMKM "Batako Pak ABC" di Daerah Labuapi, hasil analisis SWOT mengungkapkan berbagai aspek penting yang memengaruhi keberlangsungan dan perkembangan usaha. Analisis ini mencakup evaluasi komprehensif terhadap faktor-faktor internal yang meliputi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), serta faktor-faktor eksternal yang terdiri dari peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang dihadapi oleh usaha ini.

Melalui pendekatan analitis yang sistematis, penelitian ini berhasil mengidentifikasi beberapa temuan kunci yang memberikan gambaran mendalam tentang posisi strategis "Batako Pak Sahdan" dalam industri konstruksi, khususnya dalam produksi dan pemasaran batako. Temuan-temuan ini tidak hanya menunjukkan tantangan yang dihadapi, tetapi juga mengungkapkan potensi pengembangan yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan daya saing usaha.

Hasil analisis SWOT yang dipaparkan berikut ini akan menjadi landasan untuk merumuskan rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh "Batako Pak ABC" dalam upaya menghadapi persaingan pasar dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan. Pembahasan akan difokuskan pada interaksi antara berbagai faktor internal dan eksternal, serta implikasinya terhadap strategi pengembangan usaha di masa mendatang.

Analisis ini juga mempertimbangkan konteks lokal dan dinamika industri konstruksi secara keseluruhan, sehingga rekomendasi yang dihasilkan diharapkan dapat memberikan solusi yang praktis dan aplikatif bagi pemilik usaha dalam mengambil keputusan strategis untuk pengembangan UMKM "Batako Pak ABC".

Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
1. Pengalaman 11 tahun dalam industri batako (sejak 2012)	1. Keterbatasan SDM dalam jumlah dan kualitas
2. Lokasi strategis dan akses ke bahan baku berkualitas	2. Sistem pemasaran konvensional yang kurang efektif
3. Kualitas produk yang baik (pasir bertanah menghasilkan batako kuat)	3. Keterbatasan teknologi produksi
4. Struktur biaya produksi yang relatif efisien	4. Wilayah pemasaran terbatas
	5. Keterbatasan modal untuk ekspansi

Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
1. Pertumbuhan sektor konstruksi di Lombok Barat 2. Potensi diversifikasi produk bahan bangunan 3. Peluang ekspansi ke wilayah sekitar 4. Program pelatihan dan bantuan pemerintah untuk UMKM	1. Persaingan dari perusahaan batako yang lebih besar 2. Fluktuasi harga bahan baku 3. Ketidakstabilan pasar konstruksi 4. <i>Poaching</i> karyawan oleh kompetitor

Rekomendasi

Hasil analisis yang telah dilakukan terhadap UMKM "Batako Pak ABC" menunjukkan perlunya beberapa rekomendasi strategis untuk mengembangkan usaha secara optimal. Rekomendasi ini disusun dengan mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal perusahaan, serta peluang pengembangan yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing usaha. Berikut uraian lengkap rekomendasi yang dapat diterapkan:

Pengembangan sumber daya manusia menjadi prioritas utama melalui perancangan program pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan karyawan dalam proses produksi batako. Program pelatihan mencakup teknik pembuatan batako yang lebih efisien, pengendalian kualitas, dan keselamatan kerja. Sistem insentif yang menarik perlu dikembangkan untuk mempertahankan karyawan berkualitas dan mencegah perpindahan tenaga kerja ke kompetitor.

Strategi pemasaran memerlukan pengembangan yang lebih komprehensif melalui pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Pembangunan identitas merek yang kuat dapat dicapai melalui konsistensi kualitas produk dan layanan pelanggan yang prima. Pembuatan katalog produk yang informatif dan profesional akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Pengembangan produk dan standarisasi perlu ditingkatkan melalui pengurusan sertifikasi SNI bagi produk batako. Sertifikasi memberikan jaminan kualitas kepada konsumen dan membuka peluang untuk memasuki pasar yang lebih luas. Diversifikasi produk dengan pengembangan varian batako yang berbeda dapat memenuhi beragam kebutuhan konsumen. Penerapan sistem quality control yang lebih ketat menjadi kunci untuk menjaga konsistensi kualitas produk.

Penguatan aspek bisnis dapat dimulai dengan pencarian sumber pendanaan tambahan untuk ekspansi usaha. Optimalisasi lokasi strategis perlu dilakukan melalui peningkatan visibility usaha dengan papan nama yang lebih menarik dan penanda lokasi yang jelas. Kemitraan jangka panjang dengan supplier bahan baku menjadi penting untuk menjamin ketersediaan bahan baku berkualitas dengan harga yang stabil.

Rencana Implementasi Bertahap

Tahapan	Strategi Kunci
Jangka Pendek	Meningkatkan pemasaran digital dan offline
	Membangun jaringan distribusi
	Pelatihan karyawan untuk produktivitas
	Standardisasi kualitas produk

Jangka Menengah	Investasi teknologi produksi semi-otomatis
	Ekspansi pemasaran ke wilayah sekitar
	Diversifikasi produk (batako berbagai ukuran, paving block)
	Membangun sistem manajemen keuangan yang lebih baik
Jangka Panjang	Membangun brand recognition yang kuat
	Mengembangkan kemitraan strategis
	Ekspansi kapasitas produksi
	Mengakses sumber pendanaan eksternal untuk pertumbuhan

Evaluasi dan Penyesuaian

Implementasi rekomendasi dilakukan secara bertahap sesuai prioritas dan kapasitas sumber daya. Evaluasi berkala diperlukan untuk menilai efektivitas strategi dan melakukan penyesuaian terhadap dinamika pasar dan perkembangan internal usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap UMKM "Batako Pak ABC" dengan melibatkan 3 responden melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif selama satu siklus produksi lengkap, dan analisis dokumen operasional, dapat disimpulkan beberapa temuan penting. Pengumpulan data kualitatif menghasilkan identifikasi 4 kekuatan utama, 5 kelemahan signifikan, 4 peluang strategis, dan 4 ancaman eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM "Batako Pak ABC" yang berlokasi di Desa Perampuan, Kecamatan Labuapi, Kabupaten Lombok Barat memiliki fondasi usaha yang solid dengan pengalaman 11 tahun dalam industri batako, akses strategis terhadap bahan baku berkualitas, dan struktur biaya produksi yang efisien. Namun, analisis mengungkapkan tantangan kritis dalam aspek sumber daya manusia dengan rasio terbatas 1:2 untuk divisi produksi-pemasaran, sistem pemasaran konvensional yang membatasi jangkauan pasar, dan keterbatasan teknologi produksi yang mempengaruhi efisiensi operasional.

Melalui implementasi analisis SWOT yang mengintegrasikan pendekatan kualitatif-kuantitatif, penelitian berhasil merumuskan strategi pengembangan bertahap: jangka pendek fokus pada digitalisasi pemasaran dan pelatihan SDM, jangka menengah melalui investasi teknologi semi-otomatis dan diversifikasi produk, serta jangka panjang dengan membangun brand recognition dan ekspansi kapasitas. Keberhasilan implementasi strategi ini akan menentukan kemampuan "Batako Pak ABC" dalam meningkatkan daya saing industri konstruksi lokal dan mencapai pertumbuhan berkelanjutan di tengah dinamika pasar yang kompetitif.

Kontribusi penelitian ini memberikan framework analitis yang dapat diadaptasi oleh UMKM manufaktur sejenis, khususnya di wilayah dengan karakteristik geografis dan ekonomi serupa dengan Lombok Barat, sekaligus memperkaya literatur strategi pengembangan UMKM sektor manufaktur di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik UMKM "Batako Pak ABC" yang telah memberikan kesempatan dan izin untuk melakukan penelitian di lokasi usahanya. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pengumpulan data dan informasi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Raharja, S. J., Rivani, & Arifianti, R. (2018). Strategi Pengembangan Industri Keramik Dengan Analytic Hierarchy Process : Studi Pada Sentra Industri. \
- Sutrisno, E. (2020). Klaster UMKM, kemudahan bagi yang lemah dan kecil. Indonesia.go.id. <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/klaster-umkm-kemudahan-bagi-yang-lemah-dan-kecil>
- Bakrie, R. M. R., Suri, S. A., Nabila, A., Sahara, A., Pratama, V. H., & Firmansyah. (2024). Pengaruh kreativitas UMKM serta kontribusinya di era digitalisasi terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 82-88. <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.308>
- Krisdiyanto, A., Satra, Y. O., & Masela, M. Y. (2023). Pelatihan pemasaran bagi pelaku UMKM: Meningkatkan keberhasilan berwirausaha melalui strategi sosialisasi yang efektif. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, 1(03), 182-190. <https://doi.org/10.58812/ejimcs.v1i03.130>
- T. H. Suryatman, M. E. Kosim, and G. E. Samudra. (2021). "Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry," *J. Ind. Manuf.*, vol. 6, no. 1, pp. 43–56.
- Luntungan, W. G. A., & Tawas, H. N. (2019). Strategi pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4), 1-10..
- Ardiansyah, I., Risuna, I., Julianti, Y., & Yuflihat, D. H. (2024). Pengaruh usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *HATTA: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2(2), 101-109. <https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/hatta/article/view/101-109>
- Wahyudi. (2020). "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Activity Based Costing (Abc) Dan Penentuan Harga Jual Pada Industri Beton & Paving Blok Maris Gama," *J. Accounting, Financ. Audit.*, vol. 2, no. 02, pp. 94–107.
- Departemen Pekerjaan Umum. (1986). Pedoman teknis pembuatan batako. Departemen Pekerjaan Umum Republik Indonesia.
- Prabawa, IKAAT, C Nilika, I N S Widnyana, and ... (2022). "Analisis Kuat Tekan Dan Kuat Tarik Batako Dengan Serbuk Kayu Bengkirai Dan Kamper Sebagai Pengganti Sebagian Pasir." *Widya ...* 018(01): 8–16. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/WidyaTeknik/article/view/3629%0Ahttps://ejournal.unhi.ac.id/index.php/WidyaTeknik/article/download/3629/1887>.

Sianturi, M., Pratama, A. R., & Setyaningrum, I. (2023). Analisis strategi SWOT pada produk UMKM Toppoki Korean Food terhadap penjualan di era digitalisasi. *Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4(3), 112–125.

Hendrawan, H. (2023). Analisa SWOT - UMKM: Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah. *ResearchGate Publication*, 374536521.

Dasriana, D., Bachri, S., Zahara, Z., & Fera, F. (2024). Analisis SWOT dalam perencanaan strategi pemasaran UMKM Juragan Pisang 99 di Pangkalpinang. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 85–94.