



Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Batik Berkah Mojo

Ahmad Fattah Nurrozaqkul¹, Muhtadin Amri²

¹ Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, fattaharrozaq@gmail.com

² Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, muhtadinamri@iainponorogo.ac.id

Abstract :

The large number of growth in the industrial sector resulted in increasingly tight competition in the business world. Not a few companies have failed or gone out of business due to the lack of planning in the business development process, especially in the batik industry which is still thick with the nation's cultural heritage. One of them is UMKM Batik Berkah Mojo which is a batik craftsman's business that uses natural dyes from plants with a distinctive characteristic, namely the Jombangan motif which describes how the life of the Jombang people is. The purpose of this research was to analyze the Berkah Mojo batik business development strategy using SWOT analysis. This research is a type of field research using qualitative methods with a descriptive approach. Primary data obtained from the results of in-depth interviews with informants. The results of this study indicate that the Batik Berkah Mojo business responds, it is known that after using strengths with opportunities and

SO strategies, it is obtained to improve product quality and increase promotions. And the ST strategy results in increasing interest in batik entrepreneurs and increasing public awareness and love for batik products. Likewise with the WO strategy the results are obtained to increase the scale of the business and efforts need to be made to develop the quality of human resources. and finally, the WT strategy results in increasing collaboration between batik entrepreneurs/craftsmen as well as creating and enhancing new innovations in batik motifs and being able to create

Keywords : Analisis SWOT, Strategi, Pengembangan Usaha

Abstrak:

Banyaknya pertumbuhan sektor industri mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha. Tidak sedikit perusahaan yang mengalami kegagalan atau gulung tikar akibat tidak adanya perencanaan dalam proses pengembangan usaha, khususnya dalam industri batik yang masih kental dengan warisan budaya bangsa. Salah satunya adalah UMKM Batik Berkah Mojo yang merupakan usaha pengrajin batik yang menggunakan pewarna alami dari tumbuh-tumbuhan dengan mempunyai ciri khas yaitu motif Jombang yang menggambarkan bagaimana kehidupan masyarakat Jombang. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk menganalisis strategi pengembangan usaha batik Berkah Mojo menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan narasumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha Batik Berkah Mojo tersebut merespon diketahui setelah menggunakan kekuatan dengan peluang dan strategi SO, maka diperoleh untuk meningkatkan mutu produk dan meningkatkan promosi. Dan pada strategi ST diperoleh hasil meningkatkan minat wirausaha batik dan meningkatkan

meningkatkan kesadaran dan kecintaan masyarakat akan produk batik. Begitu pula dengan strategi WO diperoleh hasil untuk meningkatkan skala usaha serta perlu diadakan usaha-usaha untuk mengembangkan kualitas SDM. dan terakhir yaitu strategi WT dapat diperoleh hasil untuk meningkatkan kerjasama antar pengusaha/ pengrajin batik serta menciptakan dan meningkatkan inovasi-inovasi baru motif batik serta dapat menciptakan branding.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi, Pengembangan Usaha.

PENDAHULUAN

Baik Dunia usaha maupun sektor industri mengalami pertumbuhan yang sangat cepat di zaman modern kita, yang ditandai dengan meningkatnya globalisasi. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah unit bisnis, yang mencakup perusahaan dengan berbagai ukuran (kecil, menengah, dan besar). Setiap usaha ini dilakukan dengan maksud untuk mencapai hasil, yang dapat diringkas sebagai keuntungan, upah, atau pendapatan operasional. (Robi Setyawan, 2015: 1). Namun, untuk menjadi pengusaha yang sukses, kita harus mampu mengembangkan perusahaan kita agar dapat bersaing dengan persaingan yang semakin ketat yang ada di dunia bisnis. Ini akan memungkinkan perusahaan kami menjadi lebih canggih, berkembang, dan pada akhirnya mengarah pada kesuksesan finansial. Al-Qur'an dan praktik Nabi adalah dua contoh sumber Islam yang dapat berfungsi sebagai model bagaimana individu harus berperilaku dalam bisnis. Sebagai gudang ajaran Islam, setidaknya mampu memberikan pedoman dasar bagaimana ajaran Islam harus diterapkan dalam konteks bisnis dalam konteks kekinian. (Johan Arifin, 2009: 8).

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”.

Kesimpulan yang dapat diambil dari ayat yang baru saja dibaca adalah, akibatnya perlu adanya perencanaan dalam proses pengembangan usaha, agar perusahaan tidak mengalami kegagalan dalam jangka waktu tertentu. Untuk memajukan bisnis mereka, semua perusahaan perlu menerapkan semacam rencana. Penggunaan manajemen strategis tidak terbatas pada perusahaan besar; bahkan, sangat dianjurkan bahkan untuk administrasi bisnis kecil.

Batik adalah gambar yang dibuat dengan menulis di atas kain menggunakan zat yang disebut lilin rengrengan. Lilin ini digunakan untuk mencegah penyerapan warna yang tidak diinginkan ke dalam kain; setelah proses penulisan selesai, batik diwarnai. Canting atau cap adalah alat yang digunakan, kemudian alat tersebut dicelupkan ke dalam larutan yang telah diwarnai. (Andriani, D. P., Setiaji, 2019: 81). Salah satu UMKM pengrajin batik yang menggunakan pewarna alami ialah Batik Berkah Mojo yang beralamat di desa Mojotrisno Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang. Hal tersebut membuktikan di zaman serba instan sekarang masih ada pengrajin batik dengan memanfaatkan bahan dari pewarna alami. Batik yang diproduksi mengandung nilai keindahan atau estetika dan juga mengandung makna kehidupan masyarakat Jombang.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, Batik Berkah Mojo dimulai pada tahun 1995 memproduksi batik cap, batik tulis dan ecoprint, yang memanfaatkan bahan pewarna alami yang berasal dari lingkungan sekitar yaitu memanfaatkan tumbuh-tumbuhan diantaranya : bagian akar, daun, kulit buah, bunga dan biji. Jenis tanaman yang digunakan sebagai bahan yaitu daun indigo, daun ketapang, daun jati, daun waru dan kunyit. Dengan pemanfaatan bahan pewarna alami dan ramah lingkungan. Perkembangan UMKM batik pewarnaan alam yang ada memang dikatakan sudah berkembang. Namun diketahui melalui wawancara dengan Nusa Amin selaku pemilik Batik Berkah Mojo terdapat beberapa permasalahan mendasar

yang menyebabkan usaha ini mengalami hambatan yang membuat Batik Berkah Mojo kurang dikenal masyarakat luas. Salah satu permasalahan mendasar tersebut adalah kurangnya minat terhadap pengrajin batik, serta keterbatasan akses informasi dan komunikasi di lokasi, serta persaingan dunia kerajinan batik, hal ini juga harus diperhatikan dalam strategi pengembangan Batik Berkah Mojo.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengkaji kelebihan, kekurangan, kemungkinan, dan bahaya, serta rencana pengembangan perusahaan dengan judul “Analisis Swot Strategi Pengembangan Usaha Batik Berkah Mojo”. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat atau masukan bagi UMKM Batik Berkah Mojo serta pengusaha batik lainnya, serta dapat dijadikan referensi untuk peneliti-peneliti selanjutnya.

KAJIAN TEORI

A. Strategi

Strategi perusahaan dapat dianggap sebagai rencana permainannya. Strategi perusahaan menampilkan pemahamannya tentang bagaimana, kapan, dan di mana ia harus bersaing dengan para pesaingnya, serta maksud dan tujuan dari persaingan tersebut. Strategi korporat adalah pola atau rencana yang menggabungkan tujuan utama atau kebijakan bisnis dengan urutan kegiatan dalam sebuah pernyataan yang saling mengikat. Pernyataan ini disebut pernyataan strategi perusahaan. Istilah "strategi perusahaan" sering mengacu pada prinsip-prinsip luas yang akan diikuti organisasi untuk mencapai tujuan yang dimaksudkan, serta cara organisasi akan memilih jalur tertentu untuk mencapai misi tersebut. (Abd. Rahman Rahim, Enny Radjab, 2017: 2).

Dapat disimpulkan bahwa strategi adalah usaha yang dilakukan oleh suatu korporasi untuk meningkatkan posisi kompetitifnya dalam konteks persaingan komersial. Salah satu cara memikirkan strategi

adalah sebagai garis besar jalan yang harus diikuti untuk mencapai tujuan yang telah diputuskan. Selain itu, salah satu interpretasi dari istilah "strategi" menggambarkannya sebagai "segala cara dan kekuatan untuk menghadapi tujuan tertentu dalam kondisi tertentu untuk mendapatkan hasil maksimal yang diharapkan." (M. Arifin, 2008: 39).

B. Pengembangan Usaha

Pembangunan adalah usaha pendidikan, baik formal maupun nonformal, yang dilakukan dengan sadar, terencana, terarah, terorganisir, dan bertanggung jawab untuk memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan dasar kepribadian, pengetahuan, dan keterampilan yang seimbang, utuh, dan harmonis. keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan, dan kemampuan, meningkatkan dan mengembangkan diri, orang lain, dan lingkungannya menuju pencapaian harkat, kualitas, dan kemampuan manusia yang optimal serta individu yang mandiri. Ketika pengusaha datang dengan konsep baru untuk sebuah perusahaan, mereka memiliki tanggung jawab ganda: mereka tidak hanya perlu mempertimbangkan bagaimana mengimplementasikan banyak kegiatan bisnis yang telah digariskan, tetapi mereka juga perlu mempertimbangkan bagaimana memastikan kesuksesan organisasi. Mereka diminta untuk mengembangkan rencana bisnis, yang mencakup deskripsi perusahaan serta keadaan persaingan, jenis klien yang ingin mereka tarik, dan fasilitas manufaktur yang perlu mereka siapkan untuk digunakan. (Istiqomah, Irsad Andriyanto, 2017: 367).

Adapun bentuk pengembangan bisnis sebagai berikut:

1. Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah segala upaya yang dilakukan untuk berinovasi produk atau layanan yang ada dengan membuatnya lebih baik atau mengubahnya dengan cara tertentu. Pengembangan produk adalah proses di mana produk asli dapat diperbaiki, barang yang ada

dapat disesuaikan, dan merek baru dapat dibuat. Proses ini berlangsung sebagai hasil dari kegiatan penelitian dan pengembangan. Berikut ini adalah beberapa elemen yang menginspirasi bisnis untuk menghasilkan produk baru:

- a. Perkembangan teknologi : Perkembangan teknologi baru dapat digunakan sebagai alat dalam bisnis untuk menghasilkan barang yang lebih berkualitas, dapat diproses lebih cepat, lebih efisien, dan bahkan dapat lebih inventif.
- b. Perubahan selera konsumen : Preferensi konsumen akan berdampak pada permintaan terhadap barang yang sedang dipasarkan. Jika terjadi pergeseran preferensi pelanggan, daya tanggap berbagai pelaku dalam dunia bisnis akan menentukan bagaimana produk diadaptasi untuk memenuhi preferensi pelanggan. Besarnya pendapatan, tingkat perkembangan penduduk, tingkat pendidikan, dan tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk yang bersangkutan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi transisi ini.
- c. Persaingan : Salah satu argumen yang paling meyakinkan untuk melakukan pengembangan produk adalah kebutuhan untuk dapat bersaing dengan sukses dengan output dari pesaing pasar.
- d. Adanya kapasitas mesin berlebih : Korporasi berusaha menggunakan kelebihan kapasitas untuk menciptakan barang dengan memperluas kapasitas mesin yang dimilikinya dan dengan demikian meningkatkan kapasitas mesin itu sendiri.
- e. Siklus hidup produk yang pendek : Siklus hidup produk yang singkat mendorong pelaku usaha untuk terus mengembangkan produknya agar pelanggan tidak bosan dengan barang yang dihasilkan oleh usaha tersebut. Hal ini agar pelanggan tidak bosan dengan barang yang dihasilkan oleh usaha tersebut.
- f. Adanya keinginan untuk meningkatkan laba : Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk meningkatkan posisi produknya di

pasar, dan untuk menumbuhkan pasar diperlukan pengembangan produk.

2. Pengembangan Pasar

Proses mencoba menumbuhkan pasar yang ada dengan menembus wilayah geografis baru dengan barang atau jasa seseorang dikenal sebagai "pengembangan pasar".

3. Pengembangan Organisasi

Yang dimaksud dengan "pengembangan organisasi" adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan tujuan dan nilai organisasi, fungsi organisasi termasuk struktur organisasi agar organisasi bisnis lebih adaptif terhadap tuntutan lingkungan bisnis, serta membuat karyawan bekerja lebih efektif dan efisien, sehingga mengarah pada peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan. Modifikasi dan peningkatan keseluruhan struktur organisasi merupakan inti dari konsep pengembangan organisasi. Oleh karena itu, langkah awal dalam melakukan penyesuaian dan perbaikan adalah merumuskan kembali tujuan dan nilai-nilai organisasi, termasuk struktur organisasi. Setelah itu, penyesuaian dan perbaikan harus dilakukan pada fungsi-fungsi organisasi, seperti produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. (R.A.De.Rozarie, 2019: 14-15).

Ada dua aspek krusial yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan usaha, yaitu sebagai berikut:

a) Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal)

- 1) Pengusaha memiliki tujuan untuk mengembangkan perusahaannya menjadi lebih besar di beberapa titik di masa depan.
- 2) Memiliki pengetahuan tentang proses yang terlibat dalam pembuatan barang, seperti jumlah barang yang dibutuhkan untuk diproduksi, prosedur yang harus diikuti untuk membuat barang dan produk, dan sebagainya.

- 3) Buat anggaran yang menentukan berapa banyak uang yang akan dihasilkan dari penjualan produk dan berapa banyak yang akan dikeluarkan.
- b) Unsur dari pihak luar (pihak eksternal)
- 1) Pemantauan kemajuan bisnis dari lokasi di luar perusahaan.
 - 2) Memperoleh keuangan tidak terbatas hanya mengandalkan sumber daya internal atau memperoleh pinjaman dari pihak luar.
 - 3) Menyadari aspek lingkungan sekitar yang bermanfaat bagi perusahaan dan yang mendorong pertumbuhannya.
 - 4) Dalam hal pertimbangan strategis, harga dan kualitas paling sering terlihat. Taktik ini dapat digunakan untuk memproduksi barang-barang murah dan kemudian menjual barang-barang itu dengan harga murah, selain membuat produk atau layanan berkualitas tinggi dengan harga yang sesuai.
 - 5) Cakupan berbagai macam barang Pelanggan dapat memenuhi semua kebutuhan mereka di satu lokasi jika lokasi tersebut menawarkan berbagai macam produk dan layanan. Di sisi lain, memiliki portofolio produk yang lebih terbatas memungkinkan Anda masuk lebih dalam ke kemungkinan masing-masing produk, yang mungkin mencakup sejumlah besar varian dari kategori umum barang yang sama. Dimungkinkan juga, dengan kompetensi yang hati-hati, untuk mencocokkan pilihan item yang terbatas bersama-sama. Dalam pengelolaan perusahaan, kreativitas tidak hanya merupakan komponen penting tetapi juga karakter yang harus dikembangkan. Pendirian perusahaan komersial yang sukses akan mendapat manfaat besar dari kontribusi kreatif di berbagai bidang. Sangat penting bagi

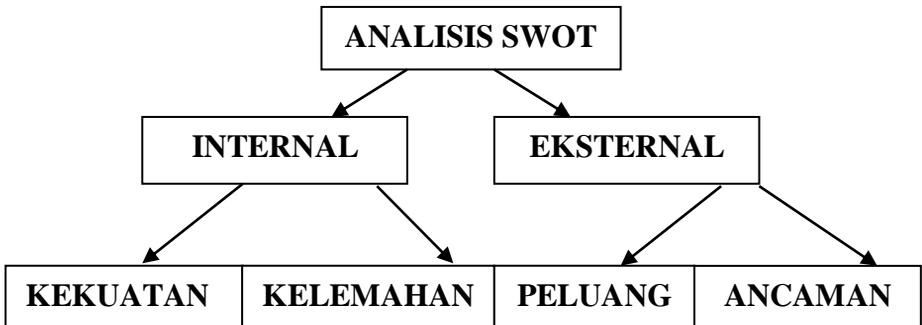
pemilik usaha untuk mengelolanya secara kreatif dalam setiap elemen, mulai dari konsepsi dan penciptaan produk.

C. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Analisis Situasi, Lingkungan, Peluang, dan Ancaman (SWOT) adalah proses pengambilan keputusan strategis yang hampir biasanya terkait dengan masalah yang berkaitan dengan maksud, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Akibatnya, untuk menjadi perencana strategis yang efektif, sangat penting untuk memperhatikan berbagai aspek yang terkait dengan elemen yang berpengaruh saat melakukan analisis. Elemen-elemen ini dapat diklasifikasikan dalam pengertian umum sebagai jatuh ke dalam salah satu dari empat kategori Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*)

Secara sederhana pola pikir Analisis SWOT dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar Pola Pikir Analisis SWOT



Elemen internal dan eksternal organisasi dapat dievaluasi menggunakan analisis SWOT pada saat yang sama, memungkinkan identifikasi solusi potensial untuk diidentifikasi lebih cepat. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) akan digunakan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Matriks EFAS

(Ringkasan Analisis Faktor Eksternal), di sisi lain, akan mewakili peluang dan bahaya yang dihadapi organisasi dari dunia luar. Setelah menentukan posisi perusahaan atau dikenal juga dengan positioning, berdasarkan kombinasi kedua matriks tersebut melalui diagram SWOT yang akan mencerminkan posisi perusahaan, kemudian menggunakan posisi tersebut untuk mengidentifikasi perencanaan strategis bisnis yang akan dilakukan dengan menggunakan SWOT/ matriks SWOT

Matriks SWOT adalah teknik yang dapat digunakan untuk menyusun pertimbangan strategis organisasi yang dapat secara jelas mendefinisikan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi dari luar dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Ringkasan atau perumusan elemen strategis internal dalam konteks Kekuatan dan Kelemahan disebut sebagai IFAS, yang merupakan singkatan dari Ringkasan Analisis Faktor Strategis Internal.

1. Kekuatan (*Strength*) adalah kekuatan organisasi dapat didefinisikan sebagai situasi internalnya, yang dapat berupa kompetensi, kapasitas, atau sumber daya yang dimiliki oleh organisasi dan yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk mengatasi ancaman..
2. Kelemahan (*Weakness*) adalah kondisi internal organisasi di mana organisasi merasa sulit untuk menggunakan kompetensi organisasi, keterampilan, atau sumber daya untuk mengatasi peluang dan ancaman.
3. Peluang (*Opportunity*) adalah keadaan eksternal yang tidak terkait langsung dengan perusahaan dan berpotensi menguntungkan. Ketika dihadapkan dengan keadaan eksternal yang sama, bisnis yang beroperasi di industri yang sama, secara keseluruhan, akan lebih baik. Misalnya, ada beberapa sektor pasar yang belum terjangkau pesaing lain; sebagai aturan umum, ini akan menjadi

peluang bagi perusahaan mana pun yang berhasil menemukan pasar.

4. Ancaman (*Threat*) adalah faktor luar yang berpotensi menimbulkan masalah. Perusahaan dan bisnis yang beroperasi di sektor pasar yang sama
5. Saat dihadapkan pada situasi eksternal ini, masyarakat umum akan mengalami pengalaman dirugikan, kompleks, dan terancam. Sebagai contoh, dalam beberapa tahun mendatang, "perusahaan baru" dari negara lain yang memiliki teknologi dan keuangan yang unggul akan bergabung di pasar. Secara umum, keadaan ini akan menimbulkan risiko bagi setiap bisnis yang saat ini beroperasi di sektor yang sama.

Matriks SWOT adalah alat yang dapat digunakan untuk secara jelas menggambarkan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi, dan juga dapat diubah untuk memperhitungkan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Matriks SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats*) adalah alat penting yang dapat membantu manajer dalam proses merumuskan empat jenis strategi yang berbeda. Ini termasuk SO (*strengths-opportunities*), WO (*weakness-opportunities*), ST (*strengths-threats*), dan WT (*weaknesses-threats*).

1. Strategi SO adalah strategi yang dikembangkan berdasarkan cara berpikir organisasi, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada untuk menangkap dan memanfaatkan peluang secara melimpah. Ini adalah pendekatan proaktif dan agresif yang berfokus pada mengambil inisiatif dan meluncurkan serangan yang dipersiapkan dengan baik. Strategi yang memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk memaksimalkan kemungkinan yang sudah tersedia. Informasi mengenai program atau kegiatan yang akan dilakukan, kapan akan dilaksanakan, dan dimana akan dilaksanakan dalam rangka mencapai tujuan organisasi secara terencana dan terukur. Perusahaan menggunakan strategi SO untuk

- mengejar kemungkinan eksternal sambil mempertimbangkan kemampuan bisnis yang ada.
2. Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan mengurangi kelemahan-kelemahan yang ada di perusahaan. Strategi ini ditentukan oleh strategi WO. Dalam skenario ini, diperlukan rencana untuk melakukan putar balik, juga dikenal sebagai strategi untuk mengubah arah tindakan. Pencapaian peluang besar ini mungkin perlu sedikit diperkecil untuk memberikan ruang bagi penyelesaian masalah internal atau penguatan kelemahan internal organisasi. Penting untuk memanfaatkan peluang besar yang dihadirkan oleh lingkungan luar. Dalam skenario ini, kerentanan organisasi perlu ditangani dan solusi harus ditemukan untuk memanfaatkan peluang ini.
 3. Strategi ST adalah strategi yang dikembangkan dengan strategi yang ditentukan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman yang telah ditemukan. Strategi diversifikasi atau pendekatan perbedaan inilah yang sering disebut orang sebagai taktik ini. Artinya, terlepas dari seberapa signifikan ancamannya, ketakutan dan ketergesaan hanya akan memperburuk situasi, karena organisasi yang bersangkutan memiliki kekuatan yang sangat besar dan dapat digunakan sebagai alat untuk menghilangkan bahaya yang ditimbulkan oleh musuh ini. Juga, kenali kekuatan Anda dan manfaatkan untuk mengurangi potensi kelemahan.
 4. Strategi WT adalah strategi yang dijalankan dalam bentuk tindakan yang bersifat defensif dan berusaha untuk mengurangi kerentanan dan mencegah ancaman. Strategi semacam ini juga dikenal sebagai strategi anti-ancaman. Kelemahan lebih penting daripada keadaan internal pada saat ini, dan bahaya dari luar juga akan mencoba menyerang karena organisasi dalam bahaya. Jika

Anda tidak mengambil tindakan yang tepat, maka keadaan ini kemungkinan besar akan berdampak buruk, baik di masa sekarang maupun di masa mendatang, terhadap reputasi perusahaan serta kelangsungan keberadaannya. Yang harus dilakukan adalah mengorganisir suatu kegiatan bersama seluruh komponen organisasi untuk memitigasi kelemahan organisasi dan melindungi dari bahaya eksternal.

S.W.O.T. Pendekatan analisis (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) dapat dianggap sebagai metode analisis yang paling mendasar, karena sangat membantu untuk melihat subjek atau masalah dari empat sudut pandang yang berbeda. Temuan penelitian memberikan pedoman dan saran untuk menjaga kekuatan dan memaksimalkan keuntungan dari peluang yang sudah tersedia, sekaligus meminimalkan kelemahan dan menangkal potensi bahaya. Penggunaan analisis SWOT yang efektif dapat membantu mengungkap aspek-aspek yang telah diabaikan atau diabaikan seluruhnya. Dalam melakukan analisis SWOT, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dari pengukuran tersebut di atas, yaitu:

- a. Karena analisis SWOT mungkin sangat subyektif, banyak individu dapat melihat organisasi yang sama dan menghasilkan SWOT yang berbeda.
- b. Saat membahas kekuatan dan kekurangan internal, analisis harus subjektif mungkin. Arah strategi apa pun yang memiliki kelemahan atau manfaat tersembunyi yang tidak disajikan dengan baik akan sia-sia.
- c. Analisis harus didasarkan pada keadaan yang ada, bukan pada keadaan yang seharusnya terjadi.
- d. Hindari "zona areas". Jauhi hal-hal yang terlalu rumit atau terlalu analitis..

Gambar Format Analisis SWOT

	Strenghts (S) Faktor-faktor kekuatan	Weaknesess (W) Faktor-faktor kelemahan
Opportunities (O) Faktor-faktor peluang	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Faktor-faktor ancaman	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Tujuan akhir dari melakukan analisis SWOT adalah menghasilkan sejumlah strategi alternatif berbeda yang lebih bersifat fungsional. Hal ini dilakukan untuk mempermudah penerapan dan penerapan strategi tersebut di seluruh *Strategic Business Unit*. Berikut ini adalah daftar keuntungan yang dapat diperoleh dari melakukan analisis SWOT:

- a. Dimungkinkan untuk menggunakan informasi ini untuk mengevaluasi posisi perusahaan dalam kaitannya dengan bisnis lain yang beroperasi di industri yang sama.
- b. Untuk memberikan landasan bagi pencapaian tujuan organisasi.
- c. Sebagai bagian dari upaya menyempurnakan strategi yang ada, agar selalu dapat mengakomodir setiap perubahan situasi bisnis yang mungkin terjadi. (Paulus Wardoyo, 2011: 1-11).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dan metodologi penelitian deskriptif. Penelitian yang bersifat kualitatif berusaha memahami suatu fenomena dengan melihatnya dari sudut pandang orang-orang yang berpartisipasi dalam penelitian tersebut. Orang-orang yang dimintai data, diwawancarai, dan dimintai pendapat serta persepsinya disebut sebagai partisipan dalam penelitian ini. Penelitian yang termasuk dalam kategori "deskriptif" berusaha untuk "menghasilkan pemahaman yang sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta dan fitur populasi tertentu," seperti yang dinyatakan dalam pernyataan misinya. Cakupan penelitian deskriptif cenderung agak luas. Dalam pendekatan penelitian kualitatif ini dapat dikatakan bahwa itu sangat fleksibel, dan menggabungkan berbagai metodologi yang berbeda digabungkan dengan cara yang berbeda untuk mencapai tujuan memperoleh data yang akurat

Tujuan dilakukannya penelitian ini dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk mengumpulkan informasi mengenai rencana pembangunan dengan menggunakan metode analisis SWOT untuk usaha mikro kecil dan menengah UMKM Batik Berkah Mojo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Swot Usaha Batik Berkah Mojo

Evaluasi temuan identifikasi skenario dikenal sebagai analisis SWOT. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memutuskan apakah suatu kondisi harus diberi label sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman.

1. Kekuatan (*Strength*) adalah situasi internal organisasi berupa kompetensi, kapasitas, dan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi dan yang dapat dimanfaatkan sebagai alternatif untuk menghadapi ancaman. Bahan dasar pewarna yang berasal dari tumbuh-tumbuhan untuk menghasilkan pewarna alami sehingga

lebih ramah lingkungan dan aman untuk kesehatan karena zat-zat yang terkandung dalam pewarna alami ini mudah terurai sehingga tidak menimbulkan polusi. Selain itu juga warna menjadi tidak mudah luntur atau rusak ketika dicuci menggunakan mesin cuci. Dari segi hasil pewarnaan, warna yang di-peroleh juga memiliki sifat-sifat yang lembut, harmonis, dan bahkan Sebagian dapat disebut dengan warna pastel, sehingga produk yang dihasilkan juga sangat berkualitas, jelas dan tidak ada unsur penipuan atas kualitas barang.”

Selain itu produk motif batik di UMKM Batik Berkah Mojo juga mempunyai keunggulan yakni motif di produk kami memiliki ciri khas tersendiri yaitu motif batik budaya Jombang, dengan tujuan melestarikan motif batik budaya Jombang. Makna warna khas batik Jombang diambil dari asal kata Jombang (Ijo-Abang) yaitu warna hijau dan merah. Hijau melambangkan golongan agamis (agama) dan warna merah golongan orang nasionalis, namun konsumen juga di bebaskan dalam membuat motifnya sendiri atau dibuatkan tetap tidak menghilangkan motif dasarnya.”

Menurut Bapak Nusa Amin, juga mengatakan bahwa “lokasi UMKM Batik Berkah Mojo saat ini termasuk dalam lokasi yang cukup strategis dikarenakan berada di dekat jalan raya jalur Jombang-Surabaya dimana banyak dilintasi oleh pengguna jalan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa UMKM Batik Berkah Mojo mempunyai kekuatan yang sudah teridentifikasi yaitu :

- a. Ketersediaan bahan baku yang mudah di dapat.
- b. Bahan yang digunakan menggunakan bahan pewarna alami dari tumbuh-tumbuhan sehingga warna tidak mudah luntur dan tidak cepat rusak, sehingga menjadikan bahwa produk tersebut berkualitas.
- c. Motif batik memiliki ciri khas tersendiri yaitu motif

Jombangan.

- d. Konsumen dapat custom/ membuat motif sendiri asalkan tidak menghilangkan motif dasarnya.
 - e. UMKM Batik Berkah Mojo sangat menjaga kualitasnya, terbukti dari pada saat proses produksi jika ada kesalahan mereka langsung memperbaikinya.
 - f. Adanya diskon/ potongan harga Rp. 5.000.00- Rp.10.000.00/pcs jika konsumen membeli dengan jumlah cukup banyak.
 - g. Lokasi UMKM Batik Berkah Mojo berada di lokasi yang cukup strategis
2. Kelemahan (*Weakness*) adalah kondisi internal organisasi yang membuat sulit untuk menyebarkan kompetensi organisasi, keterampilan, atau sumber daya untuk mengatasi peluang dan ancaman.

Berdasarkan hasil survey dilapangan UMKM Batik Berkah Mojo juga memiliki beberapa kelemahan. Seperti tempat usaha masih memiliki kekurangan dikarenakan tempat produksi masih jadi satu dengan rumah, menjadikan akses kami/ruang gerak produksi terbatas apabila mendapatkan pesanan yang cukup banyak.” Selain itu, UMKM Batik Berkah Mojo merupakan usaha yang masih tergolong skala kecil, dikarenakan hanya mengandalkan modal usaha pribadi yang jumlahnya terbatas yang mengakibatkan terbatasnya akses pembiayaan

Maka dapat disimpulkan bahwa UMKM Batik Berkah Mojo mempunyai kelemahan yang sudah teridentifikasi yaitu :

- a. Lokasi masih menjadi satu dengan rumah yang mengakibatkan ruang gerak terbatas.
 - b. Skala usaha masih kecil.
 - c. Kurangnya permodalan.
3. Peluang (*Opportunity*) adalah keadaan eksternal yang ada untuk

suatu organisasi dan memiliki potensi untuk mendapatkan keuntungan darinya. Ketika dihadapkan dengan keadaan eksternal ini, bisnis yang beroperasi di sektor yang sama, dalam banyak kasus, akan lebih baik daripada pesaing mereka.

Berdasarkan data di lapangan UMKM Batik Berkah Mojo memiliki beberapa peluang seperti menjalin kerjasama dengan batik Desa Jati Pelem, kerjasamanya adalah dengan menitipkan batik berkah mojo di galery batik Jati Pelem untuk dipasarkan. Namun hanya beberapa barang saja yang dititipkan disana sebagai contoh, apabila ada konsumen atau pengunjung yang menanyakan terkait batik berkah mojo atau ingin membelinya, maka akan langsung memberikan alamat UMKM Batik Berkah Mojo atau akan diberikan langsung kontak atau nomor pemilik usaha

Selain itu dalam melakukan pemasaran, UMKM Batik Berkah Mojo dilakukan secara offline dan online. Secara offline dilakukan melalui mulut ke mulut dan juga menitipkan produk kepada mitra. Dan secara online di wilayah luar daerah yaitu dengan memasarkan produk melalui media sosial (Facebook, Whatsapp, Instagram, dan marketplace lainnya). Serta pengiriman pesanan batik yang akan disalurkan kepada konsumen, bisa langsung ke toko atau juga bisa menggunakan jasa pengiriman barang seperti JNE, JNT, dan lain-lain tergantung keinginan konsumen. Selain itu juga melakukan promosi dengan mengikuti beberapa pameran baik lokal atau luar daerah. Dan juga pada saat ada acara hari jadi daerah, acara-acara daerah dalam festival juga turut hadir dan mengikuti expo dan bazar.”

Peluang selanjutnya adalah mengadakan study banding, pelatihan diluar desa atau pun kota, mengadakan workshop, dan juga masuk ke organisasi-organisasi dengan maksud tujuan Batik Berkah Mojo semakin terkenal dan banyak peminatnya.

Berdasarkan hal tersebut maka, identifikasi terhadap peluang

UMKM Batik Berkah Mojo ialah :

- a. Kerjasama dengan mitra.
 - b. Pemasaran dilakukan online dan offline, sehingga dapat mempermudah konsumen dalam membeli.
 - c. Banyaknya event acara-acara daerah (bazar/expo/pameran) serta masuk ke organisasi-organisasi sebagai sarana promosi UMKM.
 - d. Mengadakan workshop, study bunding, serta pelatihan-pelatihan diluar desa ataupun kota.
4. Ancaman (*Treath*) adalah peristiwa atau keadaan di luar yang berpotensi menimbulkan masalah. Ketika dihadapkan pada keadaan eksternal ini, bisnis yang beroperasi di sektor yang sama pada umumnya akan mengalami perasaan dirugikan, kompleks, atau terancam punah.

Berdasarkan hasil survey di lapangan UMKM Batik Berkah Mojo memiliki beberapa ancaman usaha seperti harga sesuai dengan tingkat kesulitan dalam proses pembuatannya, begitu juga bahan kain atau warna apa yang dipilih konsumen. Apabila produk yang dihasilkan dengan biaya produksi yang lebih mahal maka harga dari produk yang ditawarkan kepada konsumen tersebut juga akan lebih mahal, tetapi tidak melupakan kualitas dan mutu dari produk tersebut. Akan tetapi dengan demikian masyarakat terkadang tidak tau bahwa dengan harga lebih mahal tersebut membawa kualitas. Apalagi ditambah munculnya banyak produk substitusi (batik) dari industry modern dengan harga yang murah, yang mengakibatkan masyarakat lebih tergiur dan tertarik dengan produk substitusi tersebut.

Selain itu, di era zaman sekarang kurangnya minat masyarakat khususnya anak muda terhadap batik, dan lebih mengikuti trend zaman sekarang dengan memakai baju-baju dengan model yang sedang viral, contohnya baju-baju barat, korea, dll. kurangnya minat

masyarakat dalam mengembangkan usaha batik khususnya dengan cara tradisional yang sudah diwariskan turun-temurun yang dikhawatirkan lambat laun tidak akan ada yang melestarikan budaya bangsa ini, dan juga sebagian masyarakat lebih memilih menjadi buruh pabrik dibandingkan harus mulai usaha dengan merintisnya dari nol.

Berdasarkan hasil di atas identifikasi terhadap ancaman yang ada di UMKM Batik Berkah Mojo adalah :

- a. Harga sedikit lebih mahal karena biaya proses produksi yang dikeluarkan juga sedikit lebih mahal, tetapi membawa kualitas.
- b. Munculnya produk substitusi dari industry modern yang menawarkan harga yang lebih murah.
- c. Trend zaman sekarang yang membuat masyarakat khususnya anak muda tidak tertarik dengan batik melainkan lebih mengikuti gaya berpakaian yang sedang viral.
- d. Kurangnya minat masyarakat untuk melestarikan budaya batik.
- e. Masyarakat lebih memilih menjadi buruh pabrik daripada memulai usaha atau bekerja sebagai pembatik yang harus merintis dari nol, sehingga dikhawatirkan budaya batik khususnya tradisional bisa hilang begitu saja suatu saat nanti.

Setelah mengetahui *strength* (Kekuatan), *weakness* (ancaman), *opportunity* (peluang), *threat* (ancaman) yang ada pada UMKM Batik Berkah Mojo, Maka langkah selanjutnya adalah menyusun matriks SWOT. Matriks SWOT adalah alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (*strengths-opportunities*), WO (*weakness-opportunities*), ST (*strengths-threats*), dan WT (*weakness-threats*).

- 1) Strategi SO adalah strategi yang dibangun berdasarkan sikap bisnis, dan lebih khusus lagi, dengan memanfaatkan semua kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang. Menyerang

sambil memimpin dan membuat persiapan yang hati-hati adalah komponen penting dari pendekatan agresif yang konstruktif. Rencana yang disusun berdasarkan penelitian ini adalah:

a) Meningkatkan mutu produk

Mutu produk yang ada hendaknya terus menerus untuk selalu diingatkan, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, sampai barang siap untuk dikirim dengan tetap menjaga kualitas tanpa ada kesalahan sedikitpun sehingga selalu menjaga dan mengutamakan kepuasan pelanggan.

b) Meningkatkan promosi

Tidak hanya Kerjasama antar mitra, mengikuti expo, bazar, dll. Dukungan pemerintah juga memegang peranan penting dalam hal mengembangkan usaha batik pada UMKM Batik Berkah Mojo dengan maksud tujuan untuk melestarikan warisan budaya batik.

2) Strategi WO adalah strategi yang ditentukan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada. Dalam skenario ini, diperlukan rencana untuk melakukan putar balik, juga dikenal sebagai strategi untuk mengubah arah tindakan. Dalam hal pengembangan bisnis, lebih penting untuk mencari solusi atas masalah internal atau kelemahan yang sudah ada dalam organisasi internal daripada memanfaatkan peluang eksternal yang besar, oleh karena itu pencapaian peluang besar tersebut perlu ditingkatkan. kembali sedikit. Berikut adalah beberapa metode yang dapat diidentifikasi berdasarkan temuan analisis ini:

a) Meningkatkan skala usaha

Motivasi untuk lebih memperluas perusahaan perlu mengalami perbaikan terus-menerus. Dalam skenario khusus ini, masih diperlukan dukungan dari pemerintah daerah agar ukuran usaha batik semakin besar dan berkembang untuk memanfaatkan prospek pasar yang masih tersedia.

- b) Perlu diadakan usaha-usaha untuk mengembangkan kualitas Sumber Daya Manusia SDM Tidak hanya mengadakan pelatihan-pelatihan untuk eksternal, akan tetapi juga mengadakan pelatihan-pelatihan yang diikuti oleh karyawan sendiri atau mengikutkan karyawan pada pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh eksternal dengan maksud peningkatan kompetensi karyawan. Pemerintah juga dapat mengambil bagian untuk andil dalam meningkatkan kualitas SDM usaha Berkah Batik Mojo.
- 3) Strategi ST adalah rencana yang dirancang untuk memerangi ancaman yang telah diidentifikasi dengan mempertimbangkan kekuatan perusahaan. Metode ini sering disebut sebagai strategi perbedaan atau strategi diversifikasi. Artinya, terlepas dari seberapa signifikan ancamannya, kepanikan dan ketergesaan hanya memperburuk situasi. Untuk itu, diharapkan organisasi yang memiliki kekuatan besar yang mandiri dan dapat digunakan sebagai senjata untuk mengatasi ancaman diharapkan dapat mengidentifikasi kekuatan tersebut dan menggunakannya untuk mengurangi jumlah ancaman eksternal. Berikut adalah beberapa metode yang dapat diidentifikasi berdasarkan temuan analisis ini:
- a) Meningkatkan minat wirausaha batik
Pemerintah memiliki kemampuan untuk memenuhi fungsi tersebut, misalnya dengan mendukung usaha wirausaha di industri batik. Meningkatkan minat masyarakat untuk memulai usaha sendiri juga dapat dilakukan oleh berbagai pihak terkait lainnya, seperti lembaga akademis dan kelompok non-pemerintah.
- b) Pemerintah terus berupaya meningkatkan pengetahuan dan kecintaan masyarakat terhadap barang-barang batik, khususnya di kalangan masyarakat Jombang. Karena polanya

yang secara akurat menggambarkan aspek Kota Jombang, Batik Berkah Mojo telah berkembang menjadi simbol terkenal yang terkait dengan daerah tersebut. Misalnya, ini dapat dilakukan dengan mengenakan pakaian batik untuk acara sehari-hari seperti konferensi bisnis dan kumpul-kumpul sosial

4) Strategi WT adalah strategi defensif yang dijalankan dalam bentuk tindakan yang berusaha untuk mengurangi kerentanan yang ada dan menghindari bahaya. Ini adalah strategi yang diimplementasikan dalam bentuk strategi. Berikut adalah contoh metode yang telah diidentifikasi dalam analisis ini:

a) Lebih meningkatkan kerjasama antar pengusaha/ pengrajin batik, misalnya melakukan promosi bersama, menyelenggarakan kegiatan kompetensi karyawan, dll. Serta dapat membuka investasi bagi pihak eksternal yang tertarik untuk menanam modal di UMKM sehingga UMKM semakin berkembang dan dapat meningkatkan skala usaha.

b) Munculnya produk substitusi dapat diantisipasi dengan menciptakan dan meningkatkan inovasi-inovasi baru motif batik, akan tetapi tidak menghilangkan ciri khas batik tersebut dan motifnya susah untuk ditiru. Selanjutnya dengan menciptakan branding terlebih dahulu, contohnya membuat inovasi packaging batik semenarik mungkin yang ketika orang hanya melihat packaging nya saja, orang sudah tau bahwa itu adalah produk batik dari UMKM Batik Berkah Mojo yang sudah terjamin kualitasnya dan keasliannya. Dimana packaging yang sekarang menurut peneliti masih kurang untuk membuat branding.

B. Faktor-faktor Kendala Strategi Pengembangan Usaha Batik Berkah Mojo
Ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban

keuangannya atau kurangnya modal yang tersedia terkadang disebut sebagai penyebab utama kegagalan bisnis; namun, ini hanyalah dua dari banyak faktor yang berkontribusi. Tanda kegagalan yang sebenarnya adalah ketika seseorang berhenti berusaha mencari solusi untuk masalah yang muncul. Fakta bahwa segala sesuatu dalam bisnis berasal dari kekurangan merupakan konsep penting yang harus dipahami dan diperiksa.

1. Perencanaan tidak tertulis

Karena mereka kekurangan strategi yang efisien, banyak perusahaan gulung tikar secara tidak terduga. Dia tidak mengambil kendali aktif atas perusahaannya dan malah membiarkannya beroperasi secara mandiri, seperti kapal yang berlayar tanpa tujuan dan akhirnya berakhir di tengah lautan. Rencana bisnis akan menjaga energi kita tetap fokus pada tekad untuk mewujudkannya dengan segala upaya, dapat mengukur kinerja bisnis kita, dan menjadi panduan dalam langkah bisnis. Dengan rencana bisnis, kita dapat menemukan mitra bisnis dan investor karena kita memiliki rencana masa depan. Keuntungan memiliki rencana bisnis adalah akan membuat energi kita tetap terfokus pada tekad untuk mewujudkannya dengan segala upaya (Hendro, 2019: 51).

Dari hasil data yang diperoleh di lapangan UMKM Batik Berkah Mojo dalam hal perencanaan masih berjalan begitu saja dan tidak menuliskannya, maksudnya berjalan seperti biasanya jika ada pesanan langsung membuatnya. Akan tetapi terkadang juga membuat diluar pesanan untuk stock, biasanya ketika akan mengadakan event atau mengikuti expo, bazar, dll. Dalam hal produksi, batik berkah mojo hanya mengandalkan permintaan dari pembeli saja dan berjalan dengan apa adanya tidak ada target yang harus dicapai dalam satu bulan atau dalam jangka waktu tertentu.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat dianalisis bahwa

UMKM Batik Berkah Mojo memang belum melakukan atau membuat perencanaan tertulis dan terstruktur. Mereka hanya mengerjakan atau membuat batik Ketika ada pesanan saja dan membuat stock ketika akan ada event saja, mereka tidak memproduksi secara banyak dan menampun hasil produksinya. Misalkan ada permintaan dari pembeli batik mereka langsung membuat atau memproduksi sesuai permintaan pembeli dan setelah jadi mereka langsung mengirimnya. Jadi, target dalam satu bulan produk yang terjual tidak menentu, dan mereka membiarkan berjalan begitu saja dan seperti biasanya tanpa ada perencanaan jangka panjang untuk lebih mengembangkan usahanya.

Seharusnya dalam usaha perencanaan merupakan faktor yang paling penting, dimana perencanaan dalam usaha harus mempunyai perencanaan jangka pendek dan jangka panjang. Perencanaan secara tertulis dan terstruktur dapat menjadikan patokan untuk bekerja, dan tidak hanya itu memperbaiki sistem manajemen dari mulai proses produksi sampai pengiriman juga sangat dibutuhkan, contohnya ada SOP (*Standart Operasional Prosedur*) atau WI (*Work Intruction*) tertulis di setiap divisi/bidang/proses sehingga semua pekerjaan dapat tertata dengan rapih dan lebih efisien. Serta dalam usaha juga harus mempunyai target yang ingin dicapai setiap bulannya atau dalam jangka waktu tertentu, agar setiap bulannya atau dalam jangka waktu tertentu selalu ada evaluasi apa yang salah dan apa yang kurang sehingga dapat memperbaikinya, dengan tujuan agar UMKM Batik Berkah Mojo dapat terus berkembang dan maju, serta dapat menguasai pasar nasional maupun internasional.

2. Tempat yang kurang memadai dan kurangnya modal

Tempat usaha merupakan sarana dan prasarana yang dipergunakan oleh pelaku usaha UMKM untuk melakukan aktivitas usahanya, oleh karena itu tempat usaha sangat

dipengaruhi oleh karakteristik usahanya dan kemampuan diri dari aspek finansial pemiliknya. Tempat usaha yang memadai tentu akan memberi kontribusi yang positif bagi para pelaku usaha sekaligus memberikan manfaat terhadap tumbuh berkembangnya usaha dan keamanan serta kenyamanan.^{(Wahyudiono, 2020: 28).}

UMKM Berkah Batik Mojo masih belum memiliki tempat yang memadai untuk usaha atau kurang luas. Seharusnya pengusaha harus memikirkan jangka Panjang karena tempat juga merupakan faktor utama dalam usaha, selain itu tempat juga akan memberikan kenyamanan untuk karyawan, bahwa ruang gerak sangat sempit. Selain memberikan kenyamanan, karyawan juga akan dapat meningkatkan potensi mereka dapat bekerja dengan lebih giat dan lebih semangat apabila tempat bekerjanya sangat nyaman.

Sehingga dapat dianalisis bahwa pemilik terkendala modal, maka dari itu tempat jadi satu dengan rumah dengan tujuan lebih efisien. Dalam hal modal harusnya campur tangan dari pemerintah juga sangat dibutuhkan dan sangat penting untuk dapat mengembangkan usaha. Akan tetapi pemilik usaha juga dapat membuka investaasi bagi orang yang tertarik dan ingin mananamkan modalnya dan bergabung di UMKM Batik Berkah Mojo, agar usaha dapat jauh lebih berkembang dan semakin maju. Dan pastinya dapat mempunyai tempat yang luas dan nyaman untuk usaha.

C. Analisis Dampak Strategi Pengembangan Usaha Batik Berkah Mojo

Pengembangan suatu usaha merupakan kewajiban setiap pengusaha atau pengusaha untuk mengembangkan perusahaan, yang melibatkan visi, dorongan, dan kecerdikan. Jika ini adalah sesuatu yang mampu dilakukan oleh setiap pengusaha, maka ada optimisme yang besar bahwa perusahaan kecil dapat tumbuh menjadi bisnis skala

menengah, dan bahkan mungkin menjadi bisnis besar. (Pandji Anoraga, 2011: 66). Pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan, dan penguatan pendampingan guna menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing suatu usaha. Hal ini dapat dicapai dengan memberdayakan bisnis untuk tumbuh dan meningkatkan kemampuannya melalui penyediaan fasilitas (Mulyadi Nitisusantro, 2010: 271).

Dari hasil data yang didapat maka terkait dampak strategi berdasarkan SWOT adalah strategi pengembangan usaha melalui analisis SWOT, mulai dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk mengembangkan usaha cukup baik, batik berkah mojo membuat perencanaan tertulis untuk satu minggu kemudian bahkan satu bulan kedepan, dan membuat target dalam waktu tersebut, sehingga batik berkah mojo mengerti apa yang akan dilakukan untuk kedepannya. Selain itu juga mulai memperbaiki system manajemen khususnya di proses produksi yakni membuat WI (*Work Intruction*) secara tertulis, dimana sebelumnya tidak ada yang tertulis dan hanya pelatihan di awal saja saat karyawan menjadi karyawan baru dan mereka harus mengingat-ingat bagaimana proses pembuatan batik dan mengaplikasikanya. Untuk tempat juga sudah mempunyai rencana untuk itu, akan tetapi yang pasti untuk sementara batik berkah mojo akan tetap disini terlebih dahulu, karena untuk pindah tempat juga tidak mudah, butuh waktu dan harus benar-benar siap serta memikirkanya matang-matang karena harus memilih tempat yang lebih strategis dari tempat yang sekarang.

Selanjutnya setelah merubah strategi dan Langkah perubahan-perubahan dalam menjalankan usaha ini sudah cukup baik dan meningkat, ditambah dengan adanya WI (*Work Intruction*) tertulis juga cukup mempermudah karyawan dalam bekerja, dapat dilihat dari

hasil produksi, penjualan, dan permintaan konsumen yang lebih meningkat dari sebelumnya.

Berdasarkan pemaparan data diatas maka dapat dianalisis bahwa UMKM Batik Berkah Mojo untuk dampak strategi pengembangan usaha sudah cukup baik. Dampak dari penerapan strategi tersebut mempengaruhi hasil produksi, penjualan, dan permintaan konsumen yang meningkat karena adanya perencanaan tertulis dan perbaikan manajemen di setiap bidang/proses/devisi.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai Strategi Pengembangan Usaha Batik Berkah Mojo, bedasarkan analisis swot maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa usaha Batik Berkah Mojo tersebut merespon diketahui setelah menggunakan kekuatan dengan peluang dan strategi SO, maka diperoleh untuk meningkatkan mutu produk dan meningkatkan promosi. Dan pada strategi ST diperoleh hasil meningkatkan minat wirausaha batik dan meningkatkan meningkatkan kesadaran dan kecintaan masyarakat akan produk batik. Begitu pula dengan strategi WO diperoleh hasil untuk meningkatkan skala usaha serta perlu diadakan usaha-usaha untuk mengembangkan kualitas SDM. dan terakhir yaitu strategi WT dapat diperoleh hasil untuk meningkatkan kerjasama antar pengusaha/ pengrajin batik serta menciptakan dan meningkatkan inovasi-inovasi baru motif batik serta dapat menciptakan branding.

Faktor penghambat dalam mengembangkan usaha Batik Berkah Mojo ialah tidak membuat perencanaan secara tertulis dan tempat yang kurang memadai serta kurang luas dan juga terbatasnya modal. Dan untuk dampak strategi pengembangan usaha yang dilakukan Batik Berkah Mojo sudah cukup baik.

REFERENSI

- Abd. Rahman Rahim, Enny Radjab. *Manajemen Strategi*. Makasar : Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasar, 2017.
- Andriani, D. P., Setiaji, U., & Habriantama, M. *Optimasi Parameter Ketahanan Luntur Batik Terhadap Keringat Dengan Desain Eksperimen*. *Dinamika Kerajinan dan Batik : Majalah Ilmiah*.2019.
- Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Airlangga, 2019.
- Istiqomah & Irsad Andriyanto. *Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)*. *Kudus : Jurnal Bisnis dan manajemen Islam* Vol. 5, No. 2. 2017.
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang, Walisongo Press, 2009.
- M. Arifin. *Psikologi Suatu Pengantar*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Mulyadi Nitisusantro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Bandung: Alfabeta, 2010,
- Nusa Amin, Wawancara, 28 Januari 2023.
- Robi Setyawan, *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa Mobil "AMAN-AMIN" Transport Tours and Travel Ambarketawang Sleman Yogyakarta*, Yogyakarta: 2015.
- R.A.De.Rozarie, *Manajemen Pengembangan Bisnis : (Pengembangan Empirik pada "Tibo-Tibo" Perempuan Nelayan)*, Manado : Anggota Ikatan Penerbit Indonesia, 2019.
- Toni, wawancara 28 Januari 2023.
- Paulus Wardoyo, *6 Alat Analisis Manajemen*, Semarang : Semarang University Perss, 2011.

Wahyudiono, JFX. Sukiman S, dkk. *Perekayasaan Sosial Model Pengelolaan Sentra UMKM Kawasan Wisata Religi di Jawa Timur*. Surabaya : Narotama University Press. 2020.