

ANALISIS SWOT SEBAGAI EVALUASI STRATEGI BISNIS PADA INDUSTRI MEBEL UD KARYA SEJATI DESA BALONGPANGGANG KABUPATEN GRESIK

Naura Puspa Maharani^{1*}, Iswati²

^{1,2} Program Studi Manajemen, STIE IBMT Surabaya, Indonesia

naurapuspa201@gmail.com¹, iswatiibmt@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis UD Karya Sejati, sebuah perusahaan produsen mebel, melalui pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Dalam industri mebel yang kompetitif, penting bagi perusahaan untuk memahami posisi strategisnya dan mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan kerangka SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UD Karya Sejati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama UD Karya Sejati terletak pada kualitas produk yang tinggi dan inovasi desain yang menarik. Namun, perusahaan juga menghadapi kelemahan seperti keterbatasan dalam hal pemasaran dan distribusi. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi meningkatnya permintaan mebel berkualitas di pasar internasional dan perkembangan teknologi yang mendukung efisiensi produksi. Di sisi lain, ancaman yang harus diantisipasi adalah persaingan yang semakin ketat, fluktuasi harga bahan baku. Berdasarkan analisis SWOT, disusun beberapa strategi pengembangan bisnis yang meliputi peningkatan kapabilitas pemasaran, diversifikasi produk, optimalisasi rantai pasok, dan ekspansi pasar ke luar negeri. Strategi-strategi ini diharapkan dapat membantu UD Karya Sejati untuk memperkuat posisinya di pasar, memanfaatkan peluang yang ada, serta mengatasi tantangan yang dihadapi.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pengembangan Bisnis, Industri Mebel, UD Karya Sejati, Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman.

Abstract

This study aims to analyze the business development strategy of UD Karya Sejati, a furniture manufacturing company, using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis approach.

Article History

Received: Juli 2024

Reviewed: Juli 2024

Published: Juli 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

In the competitive furniture industry, it is crucial for companies to understand their strategic position and develop effective strategies to achieve sustainable growth. The research method used is descriptive qualitative analysis, collecting data through in-depth interviews, observations, and document studies. The collected data were then analyzed using the SWOT framework to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by UD Karya Sejati. The results of the study indicate that the main strengths of UD Karya Sejati lie in the high quality of its products and attractive design innovations. However, the company also faces weaknesses such as limitations in marketing and distribution. Opportunities that can be leveraged include the increasing demand for high-quality furniture in international markets and technological advancements supporting production efficiency. On the other hand, threats that need to be anticipated include intensifying competition, fluctuating raw material prices. Based on the SWOT analysis, several business development strategies are proposed, including enhancing marketing capabilities, product diversification, supply chain optimization, and expanding into foreign markets. These strategies are expected to help UD Karya Sejati strengthen its market position, capitalize on existing opportunities, and address the challenges it faces. Keywords: <i>SWOT Analysis, Business Development Strategy, Furniture Industry, UD Karya Sejati, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.</i>		
---	--	--

I. PENDAHULUAN

Industri mebel di Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian nasional. Sebagai negara dengan sumber daya alam melimpah, khususnya kayu, Indonesia memiliki daya saing yang kuat dalam memproduksi berbagai jenis mebel berkualitas tinggi.. Seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan tren pasar, industri mebel mengalami berbagai transformasi. Perubahan gaya hidup masyarakat, perkembangan teknologi, serta tuntutan pasar yang semakin kompetitif menjadi beberapa faktor yang mempengaruhi dinamika industri ini. Dalam menghadapi tantangan tersebut, Penting bagi pelaku industri furnitur untuk menerapkan pendekatan yang tepat. Salah satu cara untuk melihatnya adalah bahwa bisnis menggunakan strategi yang membantu mereka menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan persaingan yang rumit untuk mempertahankan dan memperkuat posisi mereka di pasar. Sumbernya adalah Halik (2023).

Salah satu perusahaan di sektor furnitur Indonesia adalah UD Karya Sejati. Menawarkan barang dan jasa kelas satu kepada klien telah menjadi inti misi perusahaan ini sejak awal. Namun, UD Karya Sejati harus terus berinovasi dan menghasilkan ide bisnis yang sukses karena pasar berubah begitu cepat dan persaingan menjadi semakin ketat.

Menilai strategi perusahaan menggunakan kerangka kerja SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) adalah ide yang bagus. Salah satu metode untuk menilai posisi perusahaan di pasar adalah dengan merujuk pada (Fakhrudin, 2021). Organisasi dapat mempelajari lebih

lanjut tentang kemungkinan, ancaman, kekuatan, dan kelemahan mereka dengan melakukan analisis SWOT. Rencana yang lebih efektif untuk pertumbuhan perusahaan mungkin didasarkan pada hasil analisis SWOT. Alasannya adalah bahwa bisnis akan melampaui para pesaingnya dalam hal pengembangan dan kemajuan jika memanfaatkan kekuatannya. Selain itu, agar bisnis dapat bertahan, perlu untuk mengatasi kekurangan saat ini. Memaksimalkan peluang untuk meningkatkan volume penjualan sangat penting, seperti halnya merancang taktik pemasaran yang efisien untuk menangkal risiko. "Fakhrudin (2021)" mengemukakan klaim tersebut.

Ketika diterapkan pada UD Karya Sejati, analisis SWOT dapat membantu menentukan aspek terpenting yang memengaruhi keberhasilan perusahaan. Untuk memaksimalkan potensinya dan mengatasi masalah saat ini, organisasi harus mengetahui kekuatan dan kekurangannya sendiri. Bisnis dapat lebih proaktif dan responsif terhadap keadaan pasar jika mereka meluangkan waktu untuk mengevaluasi peluang dan potensi bahaya di pasar.

Melakukan penelitian tentang topik "Analisis SWOT Sebagai Evaluasi Strategi Pengembangan Bisnis Pada Industri Mebel UD Karya Sejati" adalah penting dan relevan. Kami berusaha untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih baik tentang elemen-elemen yang memengaruhi kinerja bisnis UD Karya Sejati dan menetapkan rencana yang lebih efektif untuk pertumbuhan perusahaan melalui studi ini. Dengan mempertimbangkan semua hal, temuan penelitian ini diyakini akan membantu memajukan sektor furnitur Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

a. Analisis SWOT

Saat memikirkan cara untuk meningkatkan kinerja perusahaan, analisis SWOT adalah alat yang umum digunakan. Analisis yang praktis dan efektif dalam meningkatkan kinerja sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Salah satu cara untuk menilai potensi keuntungan, kerugian, peluang, dan ancaman adalah melalui analisis SWOT, yang merupakan alat perencanaan strategis.

b. Strategi

Perencanaan strategis adalah sarana untuk mencapai tujuan. Menurut Dewi (2023), strategi perusahaan adalah menetapkan tujuan jangka panjang dan kemudian mengalokasikan serta mengaktifkan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Keberhasilan atau kegagalan strategi akan bergantung pada seberapa baik pengembang memahami gagasan strategi dan ide-ide terkait. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah ilmu dan seni dalam menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijakan tertentu, baik dalam keadaan damai maupun perang. Ini sejalan dengan pandangan bahwa strategi adalah permainan yang direncanakan oleh badan usaha untuk mencapai tujuan tertentu (Limanseto, 2021). Kotler juga menyatakan bahwa perusahaan harus mengembangkan strategi yang menyeimbangkan aspek pemasaran, teknologi, dan pengadaan untuk mencapai tujuan mereka. Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah alat yang digunakan perusahaan untuk merencanakan pencapaian tujuan mereka dengan mengintegrasikan lingkungan internal, yang mencakup kekuatan dan kelemahan, serta lingkungan eksternal, yang mencakup ancaman dan peluang. Strategi yang efektif adalah strategi yang dapat menetralkan ancaman dan memanfaatkan peluang dengan memaksimalkan kekuatan serta memperbaiki kelemahan yang ada.

c. **Manajemen Strategis**

Menurut Rangkuti (2021: 104), perencanaan strategis adalah pengetahuan untuk merumuskan kegiatan strategis dengan menggunakan kondisi atau informasi yang diperoleh dari kasus tertentu agar tindakan pengelolaan menjadi tepat dan efektif. Menurut David (2019: 5), manajemen strategis adalah seni dan ilmu dalam merumuskan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Tujuan manajemen strategis, menurut Fakhruddin (2021), adalah memanfaatkan dan menciptakan peluang baru dan berbeda untuk masa depan.

III. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Subjek dan obyek penelitian adalah individu yang akan menyampaikan informasi mengenai situasi di tempat penelitian. Penelitian dilakukan di desa Mojoroto kecamatan Balongpanggang kabupaten Gresik. Di UD Karya Sejati, terdapat tiga karyawan tetap, termasuk pemilik mebel. Waktu penelitian berlangsung dari bulan April hingga Juni 2024. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari tiga informan UD Karya Sejati. Adapun data tersebut didapatkan melalui beberapa teknik pengumpulan data diantaranya yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. **Sejarah dan Latar Belakang**

UD Karya Sejati didirikan oleh seorang tukang kayu yang memiliki pengalaman dan keahlian dalam bidang pengolahan kayu. Seiring waktu, pendiri merasa mampu untuk memulai usaha sendiri karena memiliki keterampilan teknis dan pengetahuan tentang pemasaran. Dengan modal keahlian dan pengalaman yang dimilikinya, UD Karya Sejati berhasil didirikan dan berkembang hingga saat ini.

Menurut informan S bahwa “Awal mulanya itu saya kan juga tukang yah, tukang kayu atau pengerajin istilahnya karena setiap hari berhubungan dengan kayu dan paham terus akhirnya saya lama kelamaan itu bagaimana caranya saya bisa bikin sendiri dan ternyata bisa karena saya punya skill tahu cara pemasarannya. Begitu asal mulanya akhirnya berdiri sampai saat ini.”

b. **Jumlah Pegawai**

Sebagai UMKM, jumlah pegawai di UD Karya Sejati bervariasi sesuai dengan volume pesanan. Rata-rata, perusahaan mempekerjakan empat orang, tetapi jumlah ini bisa meningkat hingga delapan atau sepuluh orang saat pesanan meningkat. Fleksibilitas ini memungkinkan UD Karya Sejati untuk menyesuaikan tenaga kerjanya sesuai dengan kebutuhan produksi.

Adapun menurut informan S “Ini kan UMKM yah, ini yang rata-rata itu empat, kalau waktu pekerjaan rame itu lebih bisa 8 atau 10 yah ndak tetap lah. Tergantung pesanan”

c. **Visi dan Misi Perusahaan**

Visi UD Karya Sejati adalah untuk mengembangkan usaha agar hasil karyanya dapat diterima dengan baik oleh pelanggan. Misinya adalah menghasilkan produk berkualitas tinggi dan mencapai kesuksesan yang dapat meningkatkan pendapatan bagi pendiri dan keluarganya. Fokus utama adalah pada kepuasan pelanggan dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Adapun Menurut informan S “Visi misi saya itu bagaimana caranya saya itu bisa mengembangkan usaha saya jadi bagaimana caranya hasil karya saya itu bisa diterima oleh pelanggan dengan hasil pekerjaan yang bagus dan bagaimana caranya saya bisa sukses dari pekerjaan saya itu yang tentunya harus bisa menambah income saya pribadi dan keluarga saya.”

d. Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi pengembangan bisnis UD Karya Sejati berfokus pada pemasaran melalui pembangunan jaringan (koneksi). Pendiri menekankan pentingnya memiliki banyak koneksi, baik dengan pelanggan maupun dengan sesama tukang dan profesional di bidangnya. Dengan membangun jaringan yang luas, UD Karya Sejati dapat memperluas pasar dan menghindari penurunan bisnis. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk mencapai pasar yang lebih luas dan mempertahankan kualitas produk.

Adapun menurut informan S “Kalau pengembang bisnis yang dimaksud pemasaran yah? Kalau di bidang saya ini pertama saya harus punya koneksi, koneksi sebanyak-banyaknya jadi jangan sampai perusahaan kita tambah lama tambah turun yaitu caranya kita harus membangun koneksi yang banyak, jadi disamping koneksi pelanggan-pelanggan saya, saya juga mengenal tukang atau apa yang di bidangnya itu saya bangun nanti pasar kita bisa luas.”

e. Kondisi Bisnis Saat ini

1. Proses pencatatan Akuntansi

Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian keuangan di UD Karya Sejati, dapat disimpulkan bahwa sejak berdirinya perusahaan ini, tidak ada proses pencatatan akuntansi yang formal dan terstruktur. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki sistem akuntansi yang sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Ketidakhadiran pencatatan akuntansi ini bisa berimplikasi pada kesulitan dalam memantau kesehatan keuangan perusahaan secara akurat dan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan manajerial.

Adapun menurut informan A “Tidak ada, semenjak berdiri tidak ada proses pencatatan akuntansi.”

2. Proses pencatatan keuangan

Meskipun tidak ada proses pencatatan akuntansi yang resmi, terdapat beberapa bentuk pencatatan keuangan yang dilakukan di UD Karya Sejati. Pencatatan ini terbatas pada beberapa aspek berikut:

- a) Pencatatan Gaji Karyawan: Pencatatan ini mencakup jumlah jam kerja karyawan serta perhitungan gaji mereka berdasarkan jam kerja tersebut. Sistem ini penting untuk memastikan bahwa karyawan menerima upah yang sesuai dengan waktu kerja mereka.
- b) Pencatatan Bahan Produksi: Pencatatan ini dilakukan untuk mencatat pengeluaran yang digunakan untuk pembelian bahan baku produksi. Hal ini penting untuk mengontrol biaya produksi dan memastikan ketersediaan bahan baku.

Adapun menurut informan A “Ada, tapi hanya untuk mencatat gaji karyawan dan untuk bahan produksi.”

3. Jobdesk Bagian Keuangan

Tugas utama bagian keuangan mencakup beberapa aspek administrasi dan keuangan, antara lain:

- a) Pencatatan dan Distribusi Gaji Karyawan: Melakukan pencatatan jumlah jam kerja karyawan dan mendistribusikan gaji sesuai dengan jam kerja tersebut.
- b) Pembuatan dan Penyimpanan Data Administrasi: Meliputi surat jalan dan nota pembelian yang penting untuk dokumentasi dan operasional harian.
- c) Pengelolaan Utang dan Beban Perusahaan: Memantau, mengetahui, dan melakukan pembayaran utang serta beban yang timbul dalam operasional perusahaan.

Berikut menurut informan A “Mencatat dan mendistribusikan gaji karyawan karena disini sistemnya perjam, Membuat dan menyimpan data administrasi seperti surat jalan dan nota pembelian dan Mengetahui dan Membayarkan Utang dan Beban Perusahaan.”

4. Evaluasi akhir tahun

Dalam hal evaluasi kondisi keuangan, UD Karya Sejati tidak melakukan evaluasi keuangan secara formal setiap tahunnya. Pengelolaan keuangan lebih bersifat perkiraan atau estimasi dengan tujuan utama memastikan bahwa dana yang tersedia cukup untuk membayar gaji karyawan dan operasional perusahaan.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan A “Tidak ada, disini hanya mengira-ngira dan yang penting cukup untuk gaji karyawan dan operasional perusahaan. Istilah lainnya ya yang penting muter.”

5. Proses produksi

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti berikut adalah proses produksi yang dilakukan di UD Karya melibatkan beberapa tahapan, mulai dari pengadaan bahan baku hingga produk jadi. Tahapan ini meliputi:

- a) Pengadaan Bahan Baku: Proses ini dimulai dengan hunting atau mencari pohon yang siap ditebang di hutan. Pohon yang siap ditebang biasanya sudah berumur sekitar 50 tahun.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan B “Untuk proses pertama kita itu biasanya hunting, hunting atau lihat-lihat pohon dulu di hutan. Jadi di hutan itu banyak pohon-pohon yang sudah siap ditebang. Itu setidaknya sudah kurang lebih 50 tahun itu baru siap ditebang untuk pohon jadi. Lalu kita tebang.”

- b) Pengeringan Kayu: Setelah ditebang, kayu harus dikeringkan untuk mencegah kayu menjadi mulet (berubah bentuk). Kayu yang telah kering kemudian dipotong menjadi lembaran-lembaran.

Adapun Menurut infroman B “akhirnya kita dikeringkan. Karena kalau kayu sudah kering, itu kalau kita proses. Nanti jadinya mulet, kayunya itu mulet. Terus kalau

sudah kering, baru kita keraci menjadi lembar-lembaran. Setelah itu baru kita proses untuk membuat lemari, membuat semuanya bisa.”

- c) Perakitan: Lembaran kayu yang telah dipotong kemudian dirakit menjadi berbagai produk mebel seperti lemari,almari dan masih banyak lagi.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan B “Ya, perakitan itu atau kita bisa menyebut untuk membuat lemari itu. Ya, mebel-mebel itu ya”

- d) Finishing: Tahap ini tergantung pada preferensi pelanggan. Finishing dapat melibatkan penghalusan permukaan kayu dan penyemprotan melamin atau plitur untuk memberikan tampilan akhir yang diinginkan.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan B “Kalau finishing itu tergantung orangnya sih, cuman yang jelas itu digosok. Karena kayu kalau ditebang, dipotong itu pasti kasar. Jadi perlu kita haluskan. Cuman beberapa orang itu ada yang tidak suka di finishing. Jadi orangnya suka ada karakter alami. Terakhirnya itu yang disemprot itu melamin. Dipleter.”

6. Alat yang dipakai selama proses produksi

Berbagai alat digunakan dalam proses produksi di UD Karya Sejati, di antaranya:

- a) Gerinda: Digunakan untuk menghaluskan permukaan kayu.
- b) Pasra: Digunakan untuk meratakan permukaan kayu.
- c) Bor, reji mesin, cerkel: Digunakan dalam berbagai tahap proses produksi untuk memotong, membentuk, dan merakit kayu.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan B “Kalau untuk alat itu banyak ya, bisa seperti pasra, bor, reji mesin, cerkel, gerinda. Banyak, kalau disebutin banyak. Nah, kalau yang gerinda itu bisa untuk menghaluskan permukaan kayu. Kalau untuk yang pasra itu untuk meratakan permukaan kayunya biar rata.”

7. Kesulitan selama produksi

Salah satu kendala utama yang dihadapi dalam produksi adalah keterbatasan bahan baku, terutama kayu ulin yang kini langka dan dilindungi. Keterbatasan ini disebabkan oleh waktu tumbuh yang lama dan permintaan yang tinggi, sehingga bahan baku ini menjadi rebutan di pasar.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan B “Untuk kesulitan biasanya itu kalau ada orang yang meminta bahan kayu seperti kayu ulin. Langka ya? Langka banget. Berarti kenalnya ada di bahan baku? Nah, di bahan bakunya itu langka banget. Soalnya kan juga kayu ulin itu sekarang mulai dilindungi. Soalnya kayunya sudah mulai punah, berkembangnya lama. Terus peminatnya semakin banyak jadi rebutan.”

8. Analisis SWOT

Berikut adalah identifikasi hasil wawancara dan observasi berdasarkan teori Hasan Wijayati (2019:5) yang mencakup empat unsur utama penyusun SWOT yaitu Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman):

1. Strengths (Kekuatan)

a) Keahlian dan Pengalaman

Pendiri UD Karya Sejati memiliki latar belakang yang kuat sebagai tukang kayu dan pengerajin, yang memberikan keunggulan dalam memahami detail teknis pengerjaan kayu. Pengalaman ini tidak hanya mencakup keterampilan praktis dalam mengolah kayu, tetapi juga strategi pemasaran yang efektif. Keahlian ini memastikan produk yang dihasilkan berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan S "Awal mulanya itu saya kan juga tukang yah, tukang kayu atau pengerajin istilahnya karena setiap hari berhubungan dengan kayu dan paham terus akhirnya saya lama kelamaan itu bagaimana caranya saya bisa bikin sendiri dan ternyata bisa karena saya punya skil tahu cara pemasarannya."

b) Pelanggan yang Setia

Meskipun ada perkembangan bahan alternatif seperti aluminium, masih ada segmen pelanggan yang tetap setia pada produk kayu. Pelanggan ini menghargai estetika, kualitas, dan kesan alami yang dihasilkan dari produk kayu. Kesetiaan pelanggan ini memberikan stabilitas dalam permintaan produk kayu, meskipun ada persaingan dari bahan lain.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan S "Ada orang-orang tertentu yang uangnya agak tebal yang senang teknik senang yang lama jadi tetap dia pakai kayu."

c) Jaringan Pemasaran

UD Karya Sejati sangat bergantung pada jaringan luas yang telah dibangun dengan pelanggan dan rekanan di industri. Koneksi ini tidak hanya membantu dalam mendapatkan pesanan lebih banyak, tetapi juga membangun reputasi yang baik di pasar. Jaringan yang kuat memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dan relevan di pasar.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan S "Kalau di bidang saya ini pertama saya harus punya koneksi, koneksi sebanyak banyaknya jadi jangan sampai perusahaan kita tambah lama tambah turun."

2. Weaknesses (Kelemahan)

a) Tidak Adanya Proses Akuntansi

Tidak adanya sistem pencatatan akuntansi yang formal dapat menyebabkan masalah dalam pemantauan dan manajemen keuangan. Tanpa pencatatan yang tepat, sulit untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan secara akurat, yang dapat menghambat pengambilan keputusan strategis dan perencanaan ke depan.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan A "Tidak ada proses pencatatan akuntansi."

b) Tidak adanya Laporan Keuangan

Evaluasi kondisi keuangan yang dilakukan secara informal dan tanpa adanya evaluasi tahunan yang terstruktur membuat perusahaan sulit untuk mengetahui kesehatan finansial secara tepat. Sistem keuangan yang tidak terstruktur dapat menyebabkan pengelolaan yang kurang efisien dan berpotensi menimbulkan masalah keuangan di masa depan..

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan A "Hanya mengira-ngira dan yang penting cukup untuk gaji karyawan dan operasional."

c) Ketergantungan pada Bahan Baku yang Sulit Didapat

UD Karya Sejati menghadapi tantangan dalam mendapatkan bahan baku tertentu seperti kayu ulin yang mulai langka dan dilindungi. Ketergantungan pada bahan baku yang sulit didapat ini dapat menghambat produksi, meningkatkan biaya, dan mengancam keberlanjutan bisnis jika pasokan bahan baku tidak dapat dipertahankan.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan B

"Kayu ulin itu sekarang mulai dilindungi. Soalnya kayunya sudah mulai punah."

3. Opportunities (Peluang)

a) Pengembangan Jaringan Pelanggan

Ada peluang besar untuk memperluas pasar dengan membangun dan memperkuat koneksi dan jaringan yang lebih luas. Dengan meningkatkan jumlah pelanggan dan hubungan bisnis, UD Karya Sejati dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas jangkauan pasar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan bisnis.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan S "Bagaimana caranya bisa bertahan kalau koneksi minim yah kita bisa turun."

b) Pengembangan Produk

Terdapat potensi untuk menciptakan produk baru yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan, seperti produk kayu dengan karakter alami tanpa finishing berlebihan. Menyediakan variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta membuka pasar baru.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan B "Beberapa orang itu ada yang tidak suka di finishing."

4. Threats (Ancaman)

a) Kompetisi dari Bahan Alternatif

Ancaman serius datang dari produk berbahan logam atau aluminium yang semakin populer di pasar. Bahan-bahan ini menawarkan keunggulan tertentu seperti ketahanan dan harga yang kompetitif, yang dapat mengurangi permintaan untuk produk kayu. Perubahan preferensi pelanggan ke bahan alternatif ini dapat mengurangi pangsa pasar produk kayu.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan S "Banyak produk-produk terbaru yang menggunakan logam atau aluminium."

b) Ketersediaan Bahan Baku

Ketersediaan bahan baku kayu yang semakin langka dan mulai dilindungi mengancam kontinuitas produksi. Masalah ini dapat menyebabkan kenaikan harga bahan baku dan kesulitan dalam memenuhi pesanan pelanggan, yang dapat mengganggu operasi bisnis dan merugikan perusahaan dalam jangka panjang.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan B "Bahan bakunya itu langkah banget."

c) Persaingan Kayu

Pasar yang semakin ketat dengan banyaknya pelanggan yang beralih ke bahan alternatif dapat mengurangi pangsa pasar produk kayu. Meningkatnya persaingan dari perusahaan lain yang menawarkan produk serupa atau alternatif dapat menekan margin keuntungan dan menantang keberlanjutan bisnis.

Pendekatan ini bisa digambarkan dari informan S "Pasar kita dulu luas tapi kalau sekarang diambil, istilahnya tuh dikurangi dengan pelanggan yang pindah bahan."

UD Karya Sejati memiliki kekuatan dalam keahlian dan pengalaman pendirinya, serta pasar yang setia dan jaringan yang luas. Namun, kelemahan mereka termasuk kurangnya pencatatan akuntansi yang formal dan struktur keuangan yang tidak terorganisir. Peluang mereka terletak pada pengembangan jaringan pelanggan dan produk yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan. Ancaman yang mereka hadapi mencakup kompetisi dari bahan alternatif, ketersediaan bahan baku yang semakin langka, dan persaingan pasar yang ketat.

Analisis SWOT ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang kondisi bisnis UD Karya Sejati. Dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan ancaman, UD Karya Sejati dapat merancang strategi pengembangan bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan. Rekomendasi yang diberikan diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan kinerja bisnis dan mencapai visi serta misi perusahaan.

Tabel 1. SWOT

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
UD Karya Sejati memiliki kekuatan dalam pasar khusus untuk produk kayu, yang tetap diminati oleh segmen pelanggan tertentu karena kesan klasik dan estetika yang berbeda. Ini memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan untuk tetap eksis dan mendapatkan pelanggan yang loyal.	Perusahaan menghadapi persaingan dengan produk-produk yang menggunakan bahan alternatif seperti logam dan aluminium. Produk-produk terbaru ini semakin diminati oleh pelanggan, yang mengakibatkan berkurangnya pangsa pasar untuk produk kayu.
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
Peluang utama terletak pada kemampuan untuk membangun jaringan yang luas dan menjaga kualitas produk. Dengan	Ancaman termasuk persaingan dengan bahan alternatif dan keterbatasan bahan baku kayu, seperti kayu ulin yang dilindungi.

memperluas koneksi dan inovasi produk kayu yang memenuhi kebutuhan pasar modern, UD Karya Sejati dapat meningkatkan pangsa pasar dan menjaga stabilitas bisnis.	Meskipun ada kekhawatiran tentang kelangkaan di masa depan, perusahaan tetap optimis karena masih ada ketersediaan bahan baku lain.
---	---

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang telah dilakukan, mengenai UD Karya Sejati, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. UD Karya Sejati didirikan pada tahun 2001 oleh seorang tukang kayu yang memanfaatkan keterampilan dan pengalamannya dalam bidang pengolahan kayu untuk memulai usaha sendiri. Berkat keahliannya, UD Karya Sejati berhasil bertahan dan berkembang hingga saat ini. Sebagai UMKM, jumlah pegawai di UD Karya Sejati bersifat fleksibel sesuai dengan volume pesanan. Rata-rata mempekerjakan empat orang, namun jumlah ini dapat meningkat hingga sepuluh orang saat pesanan meningkat. Visi UD Karya Sejati adalah menghasilkan produk berkualitas tinggi yang dikenal oleh masyarakat luas. Misi perusahaan adalah meningkatkan kualitas produk dan memperluas pasar guna mencapai visi tersebut. Strategi utama adalah membangun jaringan (koneksi) yang luas dengan pelanggan dan sesama pengrajin untuk memperluas pasar dan mempertahankan kualitas produk. Kesimpulan SWOT dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Strengths (Kekuatan) UD Karya Sejati adalah Keahlian dan Pengalaman Pendiri UD Karya Sejati memiliki latar belakang yang kuat sebagai tukang kayu dan pengrajin, Pelanggan yang Setia Meskipun ada perkembangan bahan alternatif seperti aluminium, masih ada segmen pelanggan yang tetap setia pada produk kayu, Jaringan Pemasaran UD Karya Sejati sangat bergantung pada jaringan luas yang telah dibangun dengan pelanggan dan rekanan di industri
2. Weaknesses (Kelemahan) UD Karya Sejati adalah Tidak Adanya Proses Akuntansi Tidak adanya sistem pencatatan akuntansi yang formal dapat menyebabkan masalah dalam pemantauan dan manajemen keuangan, Tidak adanya Laporan Keuangan Evaluasi kondisi keuangan yang dilakukan secara informal dan tanpa adanya evaluasi tahunan yang terstruktur membuat perusahaan sulit untuk mengetahui kesehatan finansial secara tepat, Ketergantungan pada Bahan Baku yang Sulit Didapat UD Karya Sejati menghadapi tantangan dalam mendapatkan bahan baku tertentu seperti kayu ulin yang mulai langka dan dilindungi.
3. Opportunities (Peluang) UD Karya Sejati adalah Pengembangan Jaringan Pelanggan Ada peluang besar untuk memperluas pasar dengan membangun dan memperkuat koneksi dan jaringan yang lebih luas, Pengembangan Produk Terdapat potensi untuk menciptakan produk baru yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan, seperti produk kayu dengan karakter alami tanpa finishing berlebihan.
4. Threats (Ancaman) UD Karya Sejati adalah Kompetisi dari Bahan Alternatif Ancaman serius datang dari produk berbahan logam atau aluminium yang semakin populer di pasar, Ketersediaan Bahan Baku Ketersediaan bahan baku kayu yang semakin langka dan mulai dilindungi mengancam kontinuitas produksi. Persaingan Kayu

Bisnis dikembangkan berdasarkan jaringan yang telah ada karena itu merupakan kekuatan perusahaan tanpa melupakan kualitas produk. Dalam hal evaluasi kondisi keuangan, UD Karya Sejati tidak melakukan evaluasi keuangan secara formal setiap tahunnya, pengelolaan keuangan lebih bersifat perkiraan untuk memastikan kecukupan dana bagi operasional perusahaan. Proses produksi melibatkan beberapa tahapan, mulai dari pengadaan bahan baku hingga produk jadi. Tahapan ini meliputi pengadaan bahan baku, pengeringan kayu, perakitan, dan finishing. Penggunaan berbagai alat seperti gerinda, pasra, bor, reji mesin, dan cerkel mendukung proses produksi. Salah satu kendala utama yang dihadapi dalam produksi adalah keterbatasan bahan baku, terutama kayu ulin yang kini langka dan dilindungi. Keterbatasan ini disebabkan oleh waktu tumbuh yang lama dan permintaan yang tinggi, sehingga bahan baku ini menjadi rebutan di pasar.

Daftar Referensi

- Afridhal, Muhammad. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Batik Griya Mas Pekalongan. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang <https://www.neliti.com/id/publications/210812/strategi-pengembangan-usaha-roti-tanjong-di-kecamatan-samalanga-kabupaten-bireue>
- Dewi, A. R. S., Syam, A., Halik, J. B., & Chakti, A. G. R. 2023. INOVASI BISNIS ONLINE. In B. Majid & H. Hardiyono (Eds.), Chakti Pustaka Indonesia (1st ed., Vol. 1). Chakti Pustaka Indonesia. Latifi, M. A., Nikou, S., & Bouwman, H. (2021). Business model innovation and firm performance: Exploring causal mechanisms in SMEs. *Technovation*, 107(February), 102274. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102274>
- Fakhrudin, F., Derriawan, D., & Tabroni, T. 2021. Strategi Bisnis Peningkatan Kinerja Perusahaan Melalui Kapabilitas Sdm, Inovasi Dan Manajemen Perubahan Dimediasi Daya Saing Pada Jasa Konsultan Wahana Prakarsa Utama. *Journal Of Management, Business And Education*, 8(2), 199-211.
- Falciola, J., Jansen, M., & Rollo, V. 2020. Defining firm competitiveness: A multidimensional framework. *World Development*, 129, 104857. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2019.104857>
- Fathimi, Intan. 2018. Analisis SWOT Terhadap Penyimplementasian Teknologi Finansial Pada Bank X Cabang Y Kecamatan Peureulak Kabupaten Aceh Timur. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan.
- Halik, J. B., Nurlia, N., & Latiep, I. F. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kosumen Di Makassar Coffee House (Mch). *Journal Of Marketing Management And Innovative Business Review*, 01(1), 48-60. <https://Ojsapaji.Org/Index.Php/Mariobre/Article/View/163>
- Halik, J. B., Parawansa, D. A. S., Sudirman, I., & Jusni, J. 2023. Implications Of It Awareness And Digital Marketing To Product Distribution On The Performance of Accounting Profession Journal (APAJI), Vol. 6 No 1, Bulan Januari 2024 22 Makassar SMEs TT - Implications of IT Awareness and Digital Marketing to Product Distribution on the Performance of Makassar SMEs.(JDS), 21(7), 105- 116. <https://doi.org/10.15722/jds.21.07.202307.105>
- Halik, J., Halik, M., Nurlia, N., Hardiyono, H., & Alimuddin, I. 2021. The Effect of Digital Marketing and Brand Awareness on the Performance of SMEs in Makassar City. <https://doi.org/10.4108/eai.4-11-2020.2304613>

- Hidayati, Ulfa. 2018. Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar).Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. <http://digilib.unila.ac.id/27369/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>
- Jazuli, Syauqi. 2016. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen. Jurnal S Pertanian, Vol. 1 No. 3, 223-233. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/35053>
- Lapod, John. 2016. Analisis penentuan strategi dalam Lingkungan Bisnis Yang Kompetitif Studi Kasus pada PT. Pelindo IV (Persero). Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Vol. 4 No. 1, 33-48 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/12350/11927>
- Limanseto, H. 2021. UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. Retrieved from Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia website: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Limanseto, H. 2022. Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Retrieved March 31, 2023, from <https://www.ekon.go.id/> website: [https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah#:~:text=Peran UMKM sangat besar untuk,total penyerapan tenaga kerja nasional](https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,total%20penyerapan%20tenaga%20kerja%20nasional)
- Londong, A. S., Loda, M. N., Halik, J. B., Jaya, A., & Paridi, A. 2024. Moderation of open innovation on the impact of influencer marketing on decisions to purchase Hanasui cosmetic products at Tiktok Shop. Brazilian Journal of Development, 10(1), 621–643. <https://doi.org/10.34117/bjdv10n1-038>
- Muna, G. A. S., Ardani, W., & Putri, I. A. S. 2022. Penguatan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan melalui Presidensi G20 pada Era Pandemi Covid 19 pada UMKM di Bali. Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya, 1(1), 21–27. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i1.163>
- Novianto, Aan. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Kasus Pada BMT El-Syifa Cianjur. Skripsi. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Paranoan, N., Palalangan, C. A., & Sau, M. 2022. Mengungkap Strategi Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Produk Kuliner di Makassar. Accounting Profession Journal (APAJI), 4(1).
- Setyawan, Robi. 2015. Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa Mobil “AMAN- AMIN” Transport Tour And Travel Ambarketawang Sleman
- Sihombing, Jaya Parlindungan.2015. Analisis SWOT Pada Industri Kerajinan Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Sumatera Utara Medan.
- Yati,Sri Prawitasari 2021. Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang). Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang <https://repofeb.undip.ac.id/5795/>