



Strategi Pengembangan Usaha UMKM dengan Analisis SWOT

Rusman Maulana

Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Jl. Inspeksi Kalimantan No.9, Cibatu, Cikarang Sel.,

Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530

Email : rusmangans@gmail.com

Abstract. *This study aims to evaluate business development strategies by applying the SWOT analysis method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) as a tool in the strategic planning process. The method used is a literature review, in which data were obtained by examining various academic sources such as books, journals, and relevant research reports. The findings of this review indicate that SWOT analysis provides a comprehensive understanding of a business's internal and external conditions. By leveraging strengths and opportunities while identifying weaknesses and threats, business actors—especially MSMEs—can design more focused and realistic strategies, such as SO, WO, ST, and WT strategies. SWOT analysis is not only theoretical but has also proven effective in various business development contexts. Therefore, the application of this method is highly recommended as a foundation for formulating sustainable business development policies and directions.*

Keywords: *Business Development Strategy, SWOT Analysis, Literature Study, Strategic Planning.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi cara-cara pengembangan bisnis dengan menerapkan metode analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) sebagai alat dalam proses perencanaan strategis. Metode yang digunakan adalah kajian pustaka, di mana data diperoleh dengan meneliti berbagai sumber akademis seperti buku, jurnal, dan laporan penelitian yang relevan. Temuan dari kajian ini menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi internal dan eksternal suatu usaha. Dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengenali kelemahan dan ancaman, pelaku usaha terutama UMKM dapat merancang strategi yang lebih fokus dan realistis, seperti strategi SO, WO, ST, dan WT. Analisis SWOT tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga terbukti efektif dalam berbagai konteks pengembangan bisnis. Oleh sebab itu, penerapan metode ini sangat disarankan sebagai landasan dalam merumuskan kebijakan dan arah pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Kata kunci: Strategi Pengembangan Usaha, Analisis SWOT, Studi Literatur, Perencanaan Strategis

1. LATAR BELAKANG

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, para pengusaha diharuskan memiliki rencana yang efektif untuk menjaga keberlangsungan sekaligus mengembangkan bisnis mereka. Perkembangan teknologi, perubahan preferensi konsumen, dan dinamika pasaran menuntut setiap pelaku usaha untuk berinovasi serta beradaptasi. Tanpa rencana yang jelas, sebuah bisnis bisa mengalami keterpurukan ataupun bangkrut meskipun menawarkan produk atau layanan berkualitas. Oleh karena itu, perencanaan strategis sangat penting dalam manajemen usaha, baik yang kecil, menengah, maupun besar. Salah satu pendekatan yang bisa digunakan dalam perencanaan ini adalah analisis SWOT, yaitu metode yang menggali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari suatu usaha. Dengan memahami berbagai faktor tersebut, pelaku usaha dapat menyiapkan strategi pengembangan yang lebih terarah dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang terus berlangsung, (Zianah Safitri et al., 2024).

Analisis SWOT merupakan alat strategis yang sederhana namun sangat ampuh untuk menilai posisi internal dan eksternal sebuah bisnis. Kelebihan paling utama dari metode ini adalah kemampuannya memberikan gambaran komprehensif tentang keadaan bisnis saat ini, baik dari sisi kekuatan internal seperti kualitas produk dan sumber daya manusia, maupun dari sisi eksternal seperti kecenderungan pasar, peraturan pemerintah, atau kompetisi industri. Informasi ini menjadi dasar penting dalam merancang strategi jangka pendek dan jangka panjang. Dalam praktiknya, hasil dari analisis SWOT tidak hanya bermanfaat dalam merencanakan strategi, tetapi juga menjadi acuan untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih cermat dan responsif. Untuk pelaku UMKM, pendekatan ini sangat relevan karena sifatnya yang praktis dan tidak memerlukan sumber daya yang besar untuk diimplementasikan, (Mirna et al., 2024).

Usaha kecil dan menengah (UKM) sering kali menghadapi berbagai hambatan dalam pengembangan bisnis, seperti keterbatasan dana, minimnya akses terhadap teknologi, dan rendahnya kemampuan dalam manajemen. Namun, di sisi lain, UKM memiliki keunggulan seperti fleksibilitas operasional, kedekatan dengan pelanggan, dan kemampuan cepat dalam merespons perubahan pasar. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang dapat memaksimalkan potensi internal sekaligus memitigasi risiko dari faktor eksternal. Analisis SWOT menjadi pilihan yang tepat dalam kondisi ini, karena dapat mengidentifikasi elemen-elemen tersebut secara sistematis. Dengan demikian, para pelaku usaha dapat menentukan kebijakan yang lebih strategis, seperti peningkatan kualitas produk, perluasan pasar, pengembangan sumber daya manusia, atau diversifikasi usaha. Strategi yang dirumuskan berdasarkan pemetaan SWOT umumnya lebih realistis dan sesuai dengan kapasitas internal yang dimiliki oleh perusahaan, (Sari, 2022).

Dalam pengembangan usaha, pemahaman tentang kondisi internal dan eksternal sangatlah krusial agar strategi yang dibuat tidak hanya bersandar pada asumsi, tetapi ditopang oleh data dan analisis yang konkret. Banyak riset menunjukkan bahwa bisnis yang menggabungkan analisis SWOT dalam perencanaan strategisnya lebih siap menghadapi tantangan dan bisa memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini dikarenakan analisis SWOT tidak hanya mencerminkan keadaan saat ini, tetapi juga membuka peluang untuk mengeksplorasi strategi berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal, seperti strategi SO (Strengths-Opportunities), WO (Weaknesses-Opportunities), ST (Strengths-Threats), dan WT (Weaknesses-Threats). Keempat kombinasi strategi ini menawarkan berbagai alternatif solusi, tergantung pada keadaan usaha dan arah pengembangan yang diinginkan. Oleh karena itu,

integrasi analisis SWOT dalam cepat bisnis menjadi hal penting dalam menyikapi dinamisnya dunia usaha yang terus berubah, (Sasoko & Mahrudi, 2023)

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti dan merumuskan strategi pengembangan usaha melalui pendekatan analisis SWOT. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi pelaku usaha dalam mengenali peluang dan kendala yang mereka hadapi serta cara menyusun strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga bisa menjadi referensi bagi akademisi dan praktisi bisnis dalam mengembangkan pendekatan analisis strategis yang lebih terstruktur dan mudah diterapkan. Dengan menggabungkan teori dan praktik, diharapkan strategi yang dihasilkan dapat mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan memberikan dampak ekonomi yang positif, khususnya untuk sektor UKM yang merupakan pilar penting perekonomian nasional.

2. KAJIAN TEORITIS

Rencana Pengembangan Bisnis

Rencana pengembangan bisnis adalah serangkaian langkah terstruktur untuk merumuskan kebijakan dan tindakan guna memperluas, meningkatkan, atau menyesuaikan aktivitas bisnis demi mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan. Menurut (Zulkarnain et al., 2020), rencana pengembangan bisnis melibatkan analisis terhadap lingkungan baik luar maupun dalam serta pemilihan strategi kompetitif yang tepat untuk meraih keunggulan bersaing. Strategi ini dapat terdiri dari pengembangan pasar, inovasi produk, diversifikasi usaha, atau peningkatan efisiensi operasional. Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), rencana pengembangan ditentukan tidak hanya oleh visi dan sumber daya, tetapi juga oleh kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar dan keterbatasan yang ada dalam organisasi.

Pemahaman Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dari suatu organisasi atau bisnis. Analisis SWOT sangat efektif dalam merumuskan strategi karena mengkombinasikan faktor internal dan eksternal untuk menciptakan berbagai alternatif strategi yang bisa diterapkan. Kekuatan dan kelemahan menggambarkan aspek internal yang dapat dikendalikan oleh organisasi, sedangkan peluang dan ancaman berasal dari faktor eksternal yang di luar kontrol organisasi. Metode ini tidak hanya mendukung dalam perencanaan strategi, tetapi juga membantu dalam pengambilan keputusan yang berbasis data, (Fristasya et al., 2021)

Unsur Internal dan Eksternal dalam Bisnis

Unsur internal meliputi semua sumber daya dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu usaha, seperti keuangan, sumber daya manusia, teknologi, dan manajemen operasional. Di sisi lain, unsur eksternal berkaitan dengan kondisi di luar organisasi, termasuk tren pasar, regulasi pemerintah, kemajuan teknologi, atau perilaku konsumen. Pemahaman menyeluruh mengenai unsur-unsur ini adalah kunci dalam mengembangkan strategi yang adaptif dan kompetitif. Dalam pendekatan SWOT, kombinasi unsur internal dan eksternal ini menjadi landasan dalam merumuskan empat strategi utama: SO (menggunakan kekuatan untuk mengejar peluang), WO (mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang), ST (memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman), dan WT (menghindari kelemahan dan ancaman sekaligus), (Yudiaris, 2021).

Penerapan SWOT dalam UKM

UKM memiliki ciri khas seperti struktur organisasi yang sederhana, fleksibilitas tinggi, tetapi juga mengalami keterbatasan dalam hal modal, akses ke pasar, dan teknologi. Oleh sebab itu, strategi pengembangan yang diterapkan harus sejalan dengan kemampuan dan lingkungan bisnis. Analisis SWOT adalah metode yang sesuai karena dapat dilakukan dengan cara yang sederhana namun tetap memberikan hasil yang menyeluruh. (Rizkawati et al., 2025), menegaskan bahwa UKM yang secara teratur menggunakan analisis SWOT dapat meningkatkan daya saing dan ketahanan bisnis, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi. Strategi berbasis SWOT juga memungkinkan pelaku usaha untuk mengatur prioritas tindakan berkaitan dengan kekuatan dan peluang yang ada, serta mitigasi terhadap risiko dari faktor eksternal.

Fungsi Analisis SWOT dalam Perencanaan Strategis

Dalam praktiknya, analisis SWOT memiliki peran krusial dalam proses perencanaan strategis karena dapat menghubungkan kondisi aktual usaha dengan tujuan pengembangan yang diinginkan. (Jannah et al., 2024) menyatakan bahwa SWOT adalah alat diagnosis strategis yang menghasilkan alternatif strategi yang logis dan dapat diaplikasikan. Jika SWOT diterapkan dengan benar, hasilnya bisa digunakan untuk menetapkan visi dan misi yang realistis, serta menentukan sasaran baik jangka pendek maupun jangka panjang. Perencanaan yang didasarkan pada SWOT juga dapat memperkuat kemampuan usaha dalam beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Oleh karena itu, analisis SWOT adalah salah satu elemen vital dalam perencanaan strategis modern, termasuk di dalam konteks pengembangan usaha kecil dan menengah.

3. METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah sebuah studi kualitatif yang mengadopsi pendekatan kajian pustaka. Kajian pustaka dilakukan untuk mendalami pemahaman mengenai strategi pengembangan bisnis melalui analisis SWOT, dengan mengevaluasi berbagai sumber teori, artikel ilmiah, laporan penelitian, serta dokumen terkait lainnya, (Nurrisa et al., 2025). Pendekatan ini diambil karena memberikan dasar konseptual yang solid dan memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai strategi pengembangan yang diterapkan di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Sumber Data

Data untuk penelitian ini diambil dari sumber sekunder mencakup buku-buku referensi tentang manajemen strategi, jurnal-jurnal baik nasional maupun internasional yang dipublikasikan di portal akademik seperti Google Scholar, DOAJ, dan ResearchGate, serta laporan kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan pengembangan UMKM. Selain itu, juga diintegrasikan hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik analisis SWOT dan pengembangan bisnis, (Fatimah et al., 2025).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui mengumpulkan, mengidentifikasi, dan menganalisis dokumen-dokumen literatur yang relevan dengan topik penelitian. Proses ini dilakukan dengan sistematis melalui pencarian artikel menggunakan kata kunci seperti "strategi pengembangan bisnis", "analisis SWOT", "UMKM", dan "perencanaan strategis". Data yang diperoleh kemudian dikelompokkan sesuai dengan fokus yang dibahas untuk mempermudah analisis.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode analisis isi terhadap literatur yang telah dikumpulkan. Peneliti mengidentifikasi kesamaan, perbedaan, dan pola dari berbagai teori serta temuan yang ada mengenai penerapan analisis SWOT dalam pengembangan bisnis. Hasil dari analisis ini kemudian disintesis untuk merumuskan strategi yang dapat diterapkan secara umum di konteks usaha kecil dan menengah. Dengan cara ini, penelitian ini bersifat tidak hanya deskriptif tetapi juga analitis dan aplikatif.

Validitas Data

Untuk memastikan validitas data, dilakukan pemilihan ketat terhadap literatur yang digunakan, dengan memberi prioritas pada sumber-sumber yang mempunyai kredibilitas akademik tinggi, seperti jurnal yang telah melalui proses peer review, buku ilmiah dari penerbit

yang dapat dipercaya, serta dokumen resmi dari entitas pemerintah atau organisasi internasional. Validitas juga dipertahankan melalui triangulasi teori, dengan membandingkan berbagai pandangan dari ahli yang bersumber dari tempat yang berbeda untuk mendapatkan kejelasan konsep yang digunakan dalam penelitian, (Melfianora, 2020).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis SWOT

Bagian ini menyajikan temuan dari analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) yang dilakukan pada sebuah bisnis, contohnya UMKM. Analisis tersebut berfungsi untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi bisnis tersebut. Informasi yang digunakan untuk analisis ini diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara dengan pelaku usaha, (Hayati et al., 2024).

- **Kekuatan:** Ini adalah elemen positif internal yang dimiliki oleh bisnis dan dapat dimanfaatkan untuk mencapai sasaran.
 - Produk memiliki cita rasa unik yang disukai oleh pelanggan lokal: Ini menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki karakter rasa yang menarik dan sudah memiliki pelanggan tetap di daerah tersebut.
 - Proses produksi bersifat sederhana dan mudah ditiru: Ini mengindikasikan bahwa proses produksi tidak rumit, sehingga mudah diajarkan kepada karyawan baru atau ditingkatkan jika diperlukan.
 - Hubungan kuat dengan pelanggan tetap: Kesetiaan pelanggan merupakan aset berharga yang membantu menjaga kestabilan penjualan.
 - Biaya operasional rendah karena dikelola secara keluarga: Pengelolaan oleh keluarga sering kali meminimalkan pengeluaran untuk gaji dan administrasi, sehingga keuntungan menjadi lebih besar.
- **Kelemahan:** Ini adalah elemen negatif internal yang menghambat perkembangan usaha dan perlu diperbaiki.
 - Minimnya promosi dan pemasaran secara daring: Di zaman digital ini, hal ini menjadi kendala serius karena produk menjadi kurang dikenal di luar pelanggan lokal.
 - Tidak ada pencatatan keuangan yang rapi: Kesulitan dalam memantau keuntungan, kerugian, serta arus kas, membuat keputusan finansial menjadi tidak akurat.

- Kapasitas produksi yang terbatas saat permintaan meningkat: Jika terjadi lonjakan pesanan, bisnis ini tidak dapat memenuhi kebutuhan tersebut akibat keterbatasan alat, ruang, atau tenaga kerja.
- Ketergantungan pada satu sumber pemasokan bahan baku: Ini berisiko. Jika pemasok tersebut mengalami masalah (seperti kenaikan harga atau kehabisan stok), proses produksi bisnis akan terhambat.
- Peluang: Ini adalah elemen positif eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis untuk berkembang.
 - Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk lokal: Ada kecenderungan positif di masyarakat yang cenderung memilih produk dalam negeri, menjadikan ini pasar yang potensial.
 - Peluang untuk memperluas pasar melalui platform daring: Dengan adanya e-commerce dan media sosial, bisnis dapat dengan mudah menjangkau pelanggan di luar area lokal.
 - Dukungan dari pemerintah untuk UMKM: Berbagai insentif, pelatihan, atau bantuan modal dari pemerintah dapat digunakan untuk pengembangan usaha.
 - Pola hidup konsumen yang menginginkan makanan praktis dan terjangkau: Produk yang mudah disajikan dan harganya kompetitif memiliki potensi pasar yang signifikan.
- Ancaman: Ini adalah elemen negatif eksternal yang dapat merugikan bisnis dan perlu diwaspadai.
 - Jumlah pesaing yang semakin meningkat dengan produk sejenis: Bertambahnya orang yang menjual produk yang sama akan membuat persaingan harga dan promosi semakin ketat.
 - Ketidakstabilan harga bahan baku utama: Perubahan harga bahan baku dapat mengurangi keuntungan atau bahkan mengakibatkan kerugian jika tidak dikelola dengan baik.
 - Perubahan peraturan terkait izin usaha kecil dan produk olahan: Kebijakan baru bisa meningkatkan biaya atau menyulitkan proses operasional bisnis.
 - Perubahan cepat dalam preferensi konsumen: Selera konsumen dapat berubah sewaktu-waktu, memerlukan inovasi dari bisnis agar tidak tertinggal.

Formulasi Strategi Pengembangan Usaha

Bagian ini menjelaskan bagaimana strategi dikembangkan berdasarkan hasil dari analisis SWOT. Strategi-strategi tersebut dikelompokkan sesuai dengan kombinasi antara

kekuatan/kelemahan dan peluang/ancaman, yang dikenal sebagai Matriks SWOT, (Aulia & Widodasih, 2023).

- Strategi SO (Kekuatan - Peluang): Pendekatan ini menggunakan keunggulan yang ada untuk meraih kesempatan yang muncul.
 - Memanfaatkan cita rasa unik serta kesetiaan pelanggan untuk memperluas keberadaan di dunia maya: Dengan produk yang telah disukai banyak orang, utamakan promosi online agar bisa menjangkau lebih banyak konsumen baru yang tertarik dengan keistimewaan rasa yang telah terbukti.
 - Memaksimalkan pengeluaran rendah untuk meningkatkan jumlah produksi dengan fokus pada pasar digital: Dengan biaya operasional yang rendah, profit per unit dapat ditingkatkan. Keuntungan ini dapat digunakan untuk berinvestasi dalam peningkatan kapasitas produksi yang lebih besar dan kemudian memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas secara digital.
- Strategi WO (Kelemahan - Peluang): Pendekatan ini berfokus pada pengurangan kelemahan dengan memanfaatkan kesempatan yang ada.
 - Mengadakan pelatihan sederhana tentang manajemen keuangan bagi para pemilik usaha agar bisa melakukan pencatatan keuangan secara teratur: Mengatasi masalah pencatatan keuangan dengan memanfaatkan kesempatan untuk mendapatkan pelatihan atau bantuan bagi UMKM.
 - Memanfaatkan media sosial dan platform marketplace untuk mengatasi kekurangan dalam promosi: Mengatasi permasalahan minimnya promosi digital dengan menggunakan peluang dari berbagai situs online yang banyak dan terjangkau.
- Strategi ST (Kekuatan - Ancaman): Pendekatan ini memanfaatkan kelebihan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh ancaman.
 - Mempertahankan kualitas dan keunikan produk untuk bisa bersaing di pasar: Dengan kualitas dan rasa yang unik, bisnis akan memiliki keunggulan bersaing yang kuat meskipun ada banyak kompetitor baru.
 - Membangun kerja sama strategis dengan beberapa pemasok untuk memastikan kelancaran pasokan bahan baku: Menanggulangi risiko ketergantungan pada satu pemasok dengan menggunakan jaringan atau kemampuan negosiasi untuk menemukan pemasok alternatif.
- Strategi WT (Kelemahan - Ancaman): Pendekatan ini berupaya meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Ini merupakan strategi yang paling defensif dan hati-hati.

- Meningkatkan produktivitas melalui pelatihan bagi tenaga kerja: Mengatasi masalah kapasitas produksi yang terbatas dengan meningkatkan keterampilan staf agar proses produksi lebih cepat dan efisien.
- Mencari alternatif untuk bahan baku lokal jika ada kenaikan harga atau kekurangan pasokan: Menghadapi ancaman fluktuasi harga dan ketergantungan pada supplier dengan menemukan bahan baku alternatif, yang bisa lebih terjangkau atau lebih mudah diperoleh.

Bagian pembahasan ini mengulas lebih lanjut hasil analisis dan strategi yang telah dirumuskan. Ini adalah interpretasi dan diskusi mengenai temuan dan implikasinya. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha yang dikaji memiliki potensi besar untuk berkembang jika mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki: Ini adalah kesimpulan utama dari analisis. Usaha ini memiliki dasar yang kuat (kekuatan) dan lingkungan yang mendukung (peluang) untuk bertumbuh.

Pendekatan SWOT memberikan panduan praktis dalam merancang strategi yang tidak hanya reaktif terhadap permasalahan, tetapi juga proaktif dalam menangkap peluang: Artinya, SWOT bukan hanya untuk memecahkan masalah yang sudah ada, tetapi juga untuk merencanakan langkah ke depan agar bisa memanfaatkan kesempatan yang muncul.

Strategi SO dan WO menjadi pilihan utama karena keduanya memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memperbaiki kelemahan internal untuk menyambut peluang pasar: Ini menunjukkan bahwa strategi yang paling relevan untuk studi kasus ini adalah yang berfokus pada pemanfaatan kelebihan dan perbaikan kekurangan untuk meraih kesempatan di pasar.

Pengambilan keputusan strategis berbasis SWOT membantu mengarahkan usaha kecil untuk memilih jalur pertumbuhan yang realistis: Ini menguatkan argumen dengan mengutip teori ahli, menunjukkan bahwa metodologi yang digunakan memiliki dasar ilmiah. SWOT membantu UMKM menentukan arah yang bisa dicapai, (Endarwita, 2021).

Strategi pengembangan yang terukur dan berbasis data sangat penting bagi UMKM untuk bersaing secara berkelanjutan di tengah ketidakpastian lingkungan bisnis: Menggarisbawahi pentingnya perencanaan yang konkret dan didasari data agar UMKM bisa bertahan dan berkembang dalam jangka panjang, terutama di kondisi pasar yang tidak menentu.

Penerapan strategi yang dirumuskan juga harus diikuti dengan evaluasi berkala agar tetap relevan: Strategi bukanlah sesuatu yang statis. Pelaku usaha harus terus memantau dan menyesuaikan strateginya seiring perubahan kondisi. Pengusaha perlu fleksibel dalam mengadopsi pendekatan baru, terutama dalam pemasaran digital dan pencatatan keuangan, yang menjadi faktor krusial dalam pengembangan usaha saat ini: Penekanan pada dua area

kunci yang sering menjadi kelemahan UMKM dan sangat penting di era modern untuk keberlanjutan bisnis.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil tinjauan dan penelaahan literatur yang telah dilakukan, kita dapat menyimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan alat strategis yang bermanfaat untuk merancang strategi pengembangan usaha, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM). Metode ini membantu para pelaku usaha untuk mengenali kekuatan internal, mengatasi kelemahan, mengambil keuntungan dari peluang pasar, serta mempersiapkan diri menghadapi ancaman dari luar secara terencana.

Pemanfaatan SWOT memungkinkan pembuatan strategi yang relevan seperti SO (Strengths-Opportunities), WO (Weaknesses-Opportunities), ST (Strengths-Threats), dan WT (Weaknesses-Threats), di mana setiap jenis strategi menawarkan pendekatan yang berbeda sesuai dengan situasi usaha. Dengan pemetaan SWOT, pengusaha dapat merancang kebijakan pengembangan yang lebih terukur, berorientasi pada pertumbuhan, dan dapat bersaing di lingkungan bisnis yang selalu berubah.

Dalam konteks analisis literatur, ditemukan bahwa pelaku UMKM yang berhasil mengombinasikan analisis SWOT dalam perencanaan usahanya menunjukkan ketahanan dan kemajuan usaha yang lebih baik dibandingkan mereka yang tidak melakukannya. Ini menunjukkan bahwa strategi yang berlandaskan SWOT bukan hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis dan memberikan dampak nyata pada kelangsungan usaha.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

- Para pelaku usaha, khususnya UKM, disarankan untuk secara berkala melakukan analisis SWOT terhadap situasi usahanya agar bisa menyesuaikan strategi dengan dinamika pasar dan lingkungan usaha.
- Pemerintah dan lembaga pendukung UMKM sebaiknya menyediakan pelatihan praktis mengenai perencanaan strategi yang berlandaskan SWOT agar pengusaha kecil dapat mengelola usaha dengan lebih terstruktur dan kompetitif.

- Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan melalui pendekatan studi kasus lapangan, agar analisis SWOT bisa diterapkan secara lebih kontekstual pada usaha tertentu dengan hasil strategi yang dapat diukur secara kuantitatif.
- Pengembangan digitalisasi usaha dan pencatatan manajemen berbasis data juga penting, karena informasi yang tepat sangat diperlukan dalam proses analisis SWOT dan pengambilan keputusan jangka panjang.
- Kerjasama antara pelaku usaha juga disarankan, baik dalam bidang pemasaran, produksi, maupun distribusi, sebagai strategi untuk memperkuat kekuatan internal dan mengurangi kelemahan bersama.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan jurnal ini. Ucapan terima kasih khusus ditujukan kepada dosen, akademisi, dan peneliti yang karya mereka menjadi acuan utama dalam tinjauan literatur ini. Rasa terima kasih juga disampaikan kepada teman-teman dan keluarga yang telah memberikan dukungan, ide, dan motivasi sepanjang proses penulisan.

Harapan penulis adalah agar jurnal ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang strategi bisnis dan kemajuan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penulis mengakui bahwa karya ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu masukan dan kritik yang membangun sangatlah diharapkan untuk perbaikan di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Aulia, L. N., & Widodasih, R. R. W. K. (2023). Strategi pengembangan usaha melalui analisis SWOT pada Toko Buku “Demak” di Pilar Cikarang Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 697–703.
- Endarwita, E. (2021). Strategi pengembangan objek wisata Linjuang melalui pendekatan analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 641–652. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i1.2133>
- Fatimah, S., Zen, H., & Fitriasia, A. (2025). Literatur riviw dan metodologi ilmu pengetahuan khusus, 5, 41–48.
- Fristasya, A., Az-Zahra, C. R., Sumiati, M., Fauziah, S., & Ahmad, F. (2021). Pendekatan SWOT dalam pengambilan keputusan perencanaan SDM di PT X. *Setia Mengabdikan: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 20–30. <https://doi.org/10.31113/setiamengabdi.v2i1.17>

- Hayati, Y., Habriyanto, H., & Ramli, F. (2024). Analisis SWOT dalam strategi pengembangan UMKM pada rumah produksi keripik ubi Olis Kota Jambi. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 7(2), 1–19. <https://doi.org/10.52166/adilla.v7i2.6231>
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya analisis SWOT dalam suatu perencanaan dan pengembangan bisnis. *IJESPG Journal*, 2(1), 9–17. <http://ijespgjournal.org>
- Melfianora. (2020). *Penulisan karya tulis ilmiah dengan studi literatur*. Open Science Framework, 1–3.
- Mirna, J. R., Kurniawan, & Noviyanti, I. (2024). Analisis SWOT dalam perencanaan strategi pemasaran UMKM Juragan Pisang 99 di Pangkalpinang. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 88–101. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.942>
- Nurrisa, F., Hermina, D., & Norlaila. (2025). Pendekatan kualitatif dalam penelitian: Strategi, tahapan, dan analisis data. *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran (JTTP)*, 2(3), 793–800.
- Rizkawati, I. N. H., Sutrisno, A., & Neyland, J. S. C. (2025). Penentuan strategi bisnis UKM jasa jahit dengan analisis SWOT. *Jurnal Tekno Mesin*, 10(2), 156–162. <https://doi.org/10.35793/jtm.v10i2.59326>
- Sari, N. (2022). *Strategi pengembangan sumber daya manusia guna meningkatkan produktivitas karyawan melalui analisis SWOT pada CV. Rafa Azka Putra Dusun Wonokasian* [Skripsi tidak diterbitkan].
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). Teknik analisis SWOT dalam sebuah perencanaan kegiatan. *Jurnal Perspektif—Jayabaya Journal of Public Administration*, 22(1), 8–19.
- Yudiaris, I. G. (2021). Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam menghadapi persaingan bisnis pada CV. Puri Lautan Mutiara. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1), 40–64.
- Zianah, S., Wendi, E., Viona, P. S., & Noviyanti, I. (2024). Analisis SWOT terhadap pengembangan strategi bisnis pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 140–153. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967>
- Zulkarnain, Z., Saputra, M. G., & Silvia, D. (2020). Strategi pengembangan bisnis melalui pendekatan Business Model Canvas pada PT Pitu Kreatif Berkah. *Journal Industrial Servicess*, 6(1), 55. <https://doi.org/10.36055/jiss.v6i1.9476>