

ABSTRAK

Jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan dari tahun 2018 hingga tahun 2019 (Dinas UMKM, 2019). Beberapa tahun belakangan, populasi penduduk dengan usia produktif lebih banyak daripada jumlah lapangan kerja yang tersedia. Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia mendapat perhatian serius baik dari pemerintah maupun kalangan masyarakat luas, terutama karena unit kelompok tersebut menyumbang sangat banyak kesempatan kerja dan oleh sebab itu menjadi salah satu sumber penting bagi penciptaan pendapatan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat dan berdaya saing dengan terlebih dahulu mengidentifikasi, menilai faktor-faktor internal perusahaan dan eksternal lingkungan yang mempengaruhi perusahaan tersebut. Hal ini dilakukan dengan menggunakan metode Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Oppurtunity, Threat*). Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman dilingkungan bisnis maupun kekuatan serta kelemahan yang dimiliki internal perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memperoleh sampel, dengan jumlah sampel yang diambil. Populasi dalam penelitian ini seluruh karyawan pada UD. PIA DC Jember dan masyarakat yang pernah menjadi konsumen UD. PIA DC Jember, pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa pemilihan strategi pemasaran yang tepat pada UD. PIA DC Jember adalah meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan penjualan, melakukan promosi yang efektif dan tepat sasaran, dan mengembangkan kualitas sumber daya manusia.

Kata kunci: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman

ABSTRACT

The number of MSMEs in Indonesia continues to experience growth from 2018 to 2019 (MSME Office, 2019). In recent years, the population of productive age is more than the number of available jobs. The development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia received serious attention from both the government and the wider community, especially because the unit group contributed so many job opportunities and therefore became an important source for income creation. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the largest group of economic actors in the Indonesian economy and are proven to be the safety valve of the national economy in times of crisis, as well as a dynamic economic growth after the economic crisis. This study aims to determine the right business strategy and competitiveness by first identifying, assessing the company's internal factors and external environment that affect the company. This is done using the SWOT Analysis method (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). SWOT analysis is an analysis used to evaluate opportunities and threats in the business environment as well as the strengths and weaknesses that are internal to the company. This study uses a purposive sampling technique to obtain samples, with the number of samples taken. The population in this study all employees at UD. PIA DC Jember and the people who were consumers of UD. PIA DC Jember, data collection using questionnaires. The research results obtained that the selection of the right marketing strategy at UD. PIA DC Jember is to increase market share, increase sales, conduct effective and targeted promotions, and develop the quality of human resources.

Keywords: *Strength, Weakness, Opportunity, Threat*

