



MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING: RENCANA STRATEGIS DENGAN PENDEKATAN EFAS DAN IFAS PADA UMKM JEFRI GALLERY BAMBU

Iiswatun Khasanah, Ajat Sudrajat

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Jefri Gallery Bambu merupakan UMKM yang bergerak dibidang kerajinan tangan yang berada di daerah Karawang. Produk yang dihasilkan oleh UMKM Jefri Gallery Bambu berupa pajangan atau peralatan rumah tangga yang berbahan dasar bambu. Untuk dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, pelaku usaha perlu melakukan analisis terhadap kelemahan serta kekurangan dari bisninya. Analisis yang dilakukan berupa IFAS dan EFAS serta SWOT. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana UMKM Jefri Gallery Bambu dalam menentukan strategi untuk mengembangkan usaha tersebut. Jenis penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan menggunakan metode SWOT. Data dalam penelitian ini didapatkan dari data primer yaitu dengan melakukan wawancara, observasi serta studi dokumentasi kepada informan terkait. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi yang dapat digunakan untuk bersaing dengan competitor adalah menggunakan strategi SO (Strength Opportunities) yaitu strategi peluang menggunakan kekuatan internal perusahaan. Pada strategi ini, perusahaan harus mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan menggunakan kekuatan internal. Strategi yang digunakan adalah (a) Bekerjasama dengan mitra terkait. (b) Lebih aktif dalam mengunggah konten / promosi di media social. (c) Melakukan sertifikasi produk untuk memenuhi standar ekspor. (d) Memaksimalkan E-Commerce yang tersedia dengan cara memasarkan produk melalui online atau website.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Matriks EFAS IFAS, Daya Saing.

PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini menunjukkan tren yang sangat dinamis

dan signifikan dalam perekonomian global. UMKM telah menjadi pilar utama dalam menggerakkan roda ekonomi, memberikan kontribusi yang substansial

*Correspondence Address : iswatunhasanah098@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v11i1.2024. 378-387

© 2024UM-Tapsel Press

terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Menurut data kemenkeu, UMKM meyumbang sebesar 60,5% atas pendapatan negara. Faktor-faktor seperti kemajuan teknologi, konektivitas global, dan perubahan paradigma konsumen telah memberikan dorongan baru bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Di era digital, UMKM dapat memanfaatkan platform online dan inovasi teknologi untuk meningkatkan visibilitas, mengoptimalkan proses bisnis, dan mencapai pasar yang lebih luas.

Pada masa pandemi COVID-19, peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi semakin krusial dalam mendukung ketahanan ekonomi suatu negara. Pandemi ini telah memberikan dampak serius terhadap berbagai sektor ekonomi, dengan UMKM tidak terkecuali. UMKM merupakan sector yang paling terdampak adanya adanya Covid-19 karena kebanyakan UMKM belum memiliki sumber daya yang efisien terutama dalam financial (Dewi et al., 2021). Keberadaan UMKM sebagai sector yang berperan penting dalam perekonomian sudah seharusnya mendapatkan perhatian khusus seperti pendampingan, pelatihan, pemberian modal agar mereka dapat bersaing dengan kompetitornya (Kalil & Aenurohman, 2020).

UMKM yang saat ini sangat berpotensi dipasarkan adalah industry kreatif. Industri kreatif ini berasal dari ide kreativitas, keterampilan, melaluipenciptaan dan pemanfaatan daya kreasi seorang individu (Lestari et al., 2020). Salah satu industry kreatif yaitu seperti UMKM Jefri Gallery Bambu. UMKM ini merupakan bergerak dibidang kerajinan tangan dengan bahan dasar bambu. Kerajinan bambu merupakan kerajinan yang berbahan dasar bambu yang dijadikan suatu produk yang mempunyai nilai fungsi dan hiasan yang

ramah lingkungan dan berdaya tahan lama. Bambu adalah salah satu kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan sebagai potensi usaha kerajinan. Usaha kerajinan bambu ini menjadi usaha yang sudah dilakukan sejak zaman dahulu, karena sejak zaman dahulu masyarakat Indonesia kaya akan budaya, dan masing - masing budaya memiliki karya sendiri. Tak hanya untuk melestarikan kearifan budaya lokal, industri kerajinan juga menjadi kekuatan ekonomi nasional.

Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah di sekitar kita namun faktanya masih masyarakat kurang mampu memanfaatkan sumber daya tersebut. Bambu, sebagai sumber daya alam yang melimpah, memiliki potensi besar untuk mendukung keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Akan tetapi, kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang potensi serta cara memanfaatkannya secara efektif mengakibatkan kurangnya pemanfaatan bahan bambu dalam berbagai aspek kehidupan. Masalah ini melibatkan aspek-aspek seperti kurangnya keterampilan dan teknologi dalam pengolahan bambu, kurangnya akses terhadap pasar yang tepat, serta kurangnya dukungan dari pemerintah dan lembaga untuk pengembangan industri bambu. Selain itu, stigma negatif terhadap bambu sebagai bahan yang kurang modern atau kurang bernilai ekonomi juga dapat menjadi kendala dalam masyarakat.

Padahal bambu sendiri dapat menjadi salah satu bahan baku utama dalam pembuatan kerajinan tangan. Seperti yang dilakukan oleh UMKM Jefri Gallery Bambu memanfaatkan bahan bambu untuk dijadikan dekorasi seperti tempat tisu, tikar, tempat lampu, gantungan kunci, dsb. Bambu, sebagai bahan baku utama dalam pembuatan kerajinan, memiliki daya tarik dan fleksibilitas yang unik. Kekuatan dan ringan, bambu memberikan kesempatan

bagi pengrajin untuk menciptakan beragam produk dengan desain yang inovatif. Kehadiran serat panjang bambu memberikan kestabilan struktural, sehingga cocok untuk pembuatan perabot, kerangka bangunan, dan berbagai produk lainnya. Selain itu, kemampuan regeneratif bambu menjadikannya bahan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, sejalan dengan tren keberlanjutan global. Biasanya bambu akan digunakan untuk furnitur hingga aksesoris rumah, bambu menawarkan berbagai pilihan bagi pengrajin untuk mengekspresikan kreativitas mereka sambil memanfaatkan sumber daya alam yang berlimpah. Dengan meningkatnya kesadaran akan keberlanjutan dan daya tahan bambu, penggunaan bahan ini dalam kerajinan memberikan kontribusi positif terhadap upaya pelestarian lingkungan dan mempromosikan nilai-nilai budaya melalui karya seni yang dibuat dengan kreativitas pembuatnya.

Namun demikian, tantangan seperti akses modal, pengembangan keterampilan, dan kebijakan pendukung yang memadai tetap menjadi isu krusial yang perlu diatasi. Masih banyak UMKM yang perlu diberikan bantuan seperti pelatihan untuk dapat mengembangkan usahanya. Melalui pelatihan dan pendampingan diharapkan para pelaku usaha akan mendapat pemahaman bagaimana mengelola usahanya agar dapat berkembang. Dengan melakukan analisis factor internal IFAS dan factor eksternal EFAS diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing dan dapat mengantisipasi masalah yang mungkin akan terjadi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara melakukan observasi serta wawancara kepada pemilik UMKM Jefri Gallery Bambu. Pengumpulan data pada metode kualitatif dilakukan pada kondisi

alamiah, sumber data yang didapatkan adalah data primer yang didapatkan dengan teknik observasi serta wawancara mendalam dan dokumentasi (Sugiyono, 2017). Hasil wawancara nantinya akan didapatkan factor internal dan factor eksternal yang mempengaruhi UMKM Jefri Gallery Bambu ini. Metode ini berfokus pada analisis pada peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dalam lingkungan eksternalnya, termasuk perubahan dalam kondisi pasar, persaingan industri, dan faktor-faktor makroekonomi.

Data akan dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Ketiga teknik tersebut biasa disebut dengan triangulasi data (Iryana & Kawasati, n.d.). Dalam penelitian kualitatif triangulasi adalah suatu pendekatan yang menggunakan berbagai metode atau sumber data untuk mengonfirmasi, memvalidasi, atau memperkaya interpretasi temuan penelitian. Tujuan utama dari triangulasi adalah meningkatkan keandalan dan validitas hasil penelitian dengan membandingkan informasi dari berbagai sudut pandang atau melalui berbagai pendekatan. Berikut merupakan penjelasan singkat mengenai teknik tersebut :

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode yang sangat efektif untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan informan atau biasa disebut dengan wawancara mendalam (Manzilati, 2017). Hal ini memungkinkan penggalan informasi secara mendalam tentang pandangan, pengalaman, dan pemahaman responden terkait dengan topik penelitian. Dalam konteks pengambilan data, wawancara dapat dilakukan dalam berbagai format, seperti wawancara terstruktur dengan pertanyaan yang telah dirancang sebelumnya, wawancara tidak terstruktur yang memberikan kebebasan

bagi responden untuk menyampaikan ide secara bebas, atau wawancara semi-terstruktur yang mencampurkan unsur strukturalitas dengan fleksibilitas eksploratif.

2. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada metode penelitian kualitatif. Observasi dilakukan dengan melibatkan pengamatan secara langsung terhadap perilaku, kejadian, atau fenomena. Teknik ini dilakukan ketika data yang diperlukan belum ditemukan saat melakukan wawancara. Dengan melakukan observasi, peneliti dapat menemukan pemahaman yang mendalam mengenai objek yang sedang diteliti. Jika data yang didapatkan ketika wawancara belum lengkap, maka peneliti harus melakukan observasi untuk melengkapi data. Observasi juga dapat dilakukan dengan bantuan dari orang lain tidak harus dilakukan oleh peneliti itu sendiri (Kristanto, 2018).

3. Dokumentasi

Dokumentasi sebagai metode pengumpulan data melibatkan penggunaan berbagai dokumen atau catatan yang relevan untuk menggali informasi terkait penelitian. Jenis dokumen yang dapat digunakan meliputi catatan sejarah, laporan, surat, arsip, dan materi tertulis lainnya. Menurut (Iryana & Kawasati, n.d.) teknik ini juga dapat digunakan untuk menelusuri data historis atau data yang tidak bisa didapatkan secara langsung. Dalam pengambilan data, dokumentasi memungkinkan peneliti untuk mengakses informasi yang telah ada tanpa harus mengumpulkan data langsung dari individu atau kelompok.

dengan menganalisis terhadap lingkungan sekitar baik secara internal maupun eksternal. Dengan menganalisis lingkup bisnis maka akan didapatkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, seperti sumber daya manusia, teknologi, dan keuangan. Menurut (Rahma & Pradhanawati, 2018) kondisi internal perusahaan juga dapat meliputi faktor manajemen usaha seperti perencanaan, pengorganisasian, motivasi, pengontrolan, dan evaluasi. Faktor internal juga mempengaruhi kemampuan suatu bisnis dalam merespons perubahan pasar secara cepat dan tepat. Strategi yang memanfaatkan kekuatan internal dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan itu sendiri. Dengan memaksimalkan potensi internalnya, perusahaan dapat mengoptimalkan pencapaian tujuan dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan.

Faktor eksternal perusahaan juga memegang peran penting dalam menentukan sebuah strategi yang sesuai. Analisis terhadap faktor eksternal seperti tren pasar, regulasi industry, persaingan, dan perubahan teknologi sangat penting untuk memahami peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi. Pentingnya menganalisis faktor eksternal juga terlihat dalam kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tren konsumen dan tututan pasar. Dengan analisis faktor eksternal pula, perusahaan dapat menentukan strategi yang sesuai untuk menghadapi dinamika pasar yang berubah dengan cepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menyusun strategi dalam bisnis sangat diperlukan bagi keberlangsungan usaha. Strategi tersebut dapat disusun

Analisis matriks SWOT Pada UMKM Jefri Gallery Bambu

Tabel 1 Tabel Matriks SWOT

IFAS	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
	Produk memenuhi kebutuhan pelanggan	Belum memiliki pencatatan administrasi/keuangan yang baik.
	Variasi produk yang ditawarkan menarik.	Terlalu banyak variasi produk.
	Produk ramah lingkungan.	Kurangnya tenaga kerja handal.
	Bahan baku awet dan berdaya tahan tinggi.	Belum memiliki branding yang baik.
	Harga terjangkau.	Proses produksi lama karena menyesuaikan keinginan customer.
		Masih menggunakan teknologi sederhana
	EFAS	
Opportunities (Peluang)	STRATEGI - SO	STRATEGI WO
Adanya tempat untuk pemasaran (exhibition).	Berkerja sama dengan mitra Hotel, Restoran, Toko Oleh-Oleh)	Memberikan pelatihan untuk mendapatkan SDM yang sesuai kriteria
Adanya dukungan pemerintah.	Lebih aktif dalam mengunggah konten/promosi	Memfokuskan pada satu produk yang unggul
Tersedia aplikasi online untuk proses jual beli.	Melakukan sertifikasi produk untuk memenuhi standar ekspor	Membuat program promosi
Peluang pemasaran keluar daerah / ekspor.	Memaksimalkan E-commerce yang tersedia	Meningkatkan standarisasi produksi

Adanya pelatihan untuk para UMKM crafting.		
Threats (Ancaman)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Ancaman lingkungan (covid, bencana alam).	Mencari supplier alternatif	Memperbaiki sistem manajemen perusahaan.
Semakin berkembangnya produk substitusi.	Monojolkan dan memfokuskan nilai unik dari produk JGB	Meningkatkan value produk
Jumlah pemasok berkurang	Menggunakan bahan baku alternatif yang mudah ditemukan	Membuat stock bahan baku untuk jangka panjang
Terdapat bahan baku yang sulit ditemukan.		Melakukan evaluasi secara berkala
Harga bahan baku yang tidak stabil.		Menggunakan peralatan yang lebih modern

Setelah melakukan analisis terhadap faktor internal dan eksternal dari UMKM Jefri Gallery Bambu didapatkan beberapa alternative strategi yang dapat digunakan, yaitu :

1. Strategi Strengths Opportunities (S-O)
Strategi peluang menggunakan kekuatan internal perusahaan. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara :
 - a. Melakukan kerjasama dengan mitra (Hotel, Restoran, Toko Oleh-Oleh);
 - b. Lebih aktif dalam mengunggah konten / promosi di media social;

- c. Melakukan sertifikasi produk untuk memenuhi standar ekspor;
 - d. Memaksimalkan E-Commerce yang tersedia dengan cara memasarkan produk melalui online atau website;
2. Strategi Strengths Threats (S-T)
Strategi mengurangi ancaman menggunakan kekuatan internal perusahaan. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara :
- a. Mencari supplier alternative;
 - b. Menonjolkan dan memfokuskan nilai unik dari produk Jefri Gallery Bambu;
 - c. Menggunakan bahan baku lain yang mudah didapatkan dan ditemukan
3. Strategi Weaknesses Opportunities (W-O)
Strategi menggunakan peluang untuk mengatasi kelemahan. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara :
- a. Memberikan pelatihan untuk mendapatkan SDM yang sesuai kriteria;
 - b. Memfokuskan pada satu produk yang unggul;
 - c. Membuat program promosi secara rutin;
 - d. Meningkatkan standarisasi produk
4. Strategi Weaknesses Threats (W-T)
Strategi mengatasi ancaman dengan mengurangi kelemahan. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara :
- a. Meningkatkan system manajemen perusahaan;
- b. Meningkatkan value produk;
 - c. Membuat stock bahan baku untuk jangka panjang;
 - d. Melakukan evaluasi secara berkala;
 - e. Menggunakan peralatan yang lebih modern

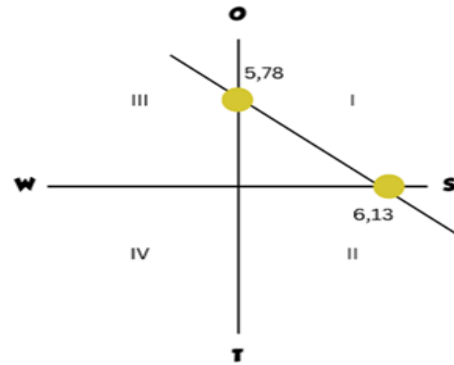
Analisis matriks EFAS dan IFAS UMKM Jefri Gallery Bambu

Faktor eksternal perusahaan juga memegang peran penting dalam menentukan sebuah strategi yang sesuai. Analisis terhadap factor eksternal seperti tren pasar, regulasi industry, persaingan, dan perubahan teknologi sangat penting untuk memahami peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi. Pentingnya menganalisis factor eksternal juga terlihat dalam kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tren konsumen dan tututan pasar. Dengan analisis factor eksternal pula, perusahaan dapat menentukan strategi yang sesuai untuk menghadapi dinamika pasar yang berubah dengan cepat.

Tabel 2. Analisis IFAS

No	Indikator Kekuatan	Skor	Bobot	Kriteria	Nilai
1.	Produk memenuhi kebutuhan pelanggan	6	0,231	5	1,15
2.	Variasi produk yang ditawarkan menarik	5	0,192	4	0,77
3.	Produk ramah lingkungan	5	0,192	3	0,58
4.	Bahan baku awet dan berdaya tahan tinggi	5	0,192	1	0,19
5.	Harga terjangkau	5	0,192	2	0,38
Total		26	1		3,08
No	Indikator Kelemahan	Skor	Bobot	Kriteria	Nilai
1.	Belum memiliki pencatatan yang baik	5	0,227	-3	-0,68
2.	Terlalu banyak variasi produk	5	0,227	-4	-0,91

3.	Kurangnya tenaga kerja handal	4	0,182	-5	-0,91
4.	Belum memiliki branding yang baik	4	0,182	-2	-0,36
5.	Proses produksi lama karena menyesuaikan keinginan customer	4	0,182	-1	-0,18
Total		22	1		-3,05



Tabel 2. Analisis EFAS

No	Indikator Peluang	Skor	Bobot	Kriteria	Nilai
1.	Adanya tempat untuk pemasaran (exhibition)	5	0,238	2	0,48
2.	Adanya dukungan pemerintah	4	0,190	4	0,76
3.	Tersedia aplikasi online untuk proses jual beli	4	0,190	5	0,95
4.	Peluang pemasaran keluar daerah / ekspor	4	0,190	1	0,19
5.	Adanya pelatihan untuk para UMKM crafting	4	0,190	3	0,57
Total		21	1		2,95
No	Indikator Ancaman	Skor	Bobot	Kriteria	Nilai
1.	Belum memiliki pencatatan yang baik	3	0,25	3	-0,75
2.	Terlalu banyak variasi produk	3	0,25	1	-0,25
3.	Kurangnya tenaga kerja handal	2	0,1667	5	-0,83
4.	Belum memiliki branding yang baik	2	0,1667	4	-0,67
5.	Proses produksi lama karena menyesuaikan keinginan customer	2	0,1667	2	-0,33
Total		21	1		-2,83

Analisis matriks SWOT

- Menentukan sumbu x (internal) = 3,08 - (-3,05) = 6,13
- Menentukan sumbu y (eksternal) = 2,95 - (-2,83) = 5,78

Gambar 1. Grafik Kuadran EFAS IFAS

Rumusan Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing

Setelah melakukan analisis IFAS dan EFAS didapatkan strategi yang berada pada kuadran 1 yaitu kekuatan dan peluang yang dapat digunakan oleh Jefri Gallery Bambu untuk dapat meningkatkan daya saing di pasar. Melakukan kerjasama dengan mitra merupakan salah satu hal yang harus dilakukan oleh UMKM. Mitra bisnis membuka peluang bagi UMKM untuk mengembangkan jaringan dan mencapai pasar yang lebih luas. Melakukan kerjasama dengan mitra yang memiliki jaringan pasar yang luas dapat membantu UMKM memasarkan produk ke segmen yang lebih luas.

Mengunggah konten di social media atau melakukan promosi akan memberikan dampak yang signifikan bagi sebuah UMKM. Dengan menggunakan social media, pelaku UMKM dapat melakukan promosi dengan biaya lebih terjangkau dibanding dengan iklan tradisional. Kehadiran social media juga dapat dimanfaatkan dalam meningkatkan kesadaran merek bagi konsumen. Pelaku UMKM dapat membagikan konten yang menarik dan relevan untuk dapat membangun citra merek yang kuat. Selain itu, social media juga dapat menjadi factor penentu bagi konsumen yang mencari produk, atau layanan, memberikan keuntungan kompetitif tersendiri bagi UMKM.

Sertifikasi produk menjadi aspek yang sangat krusial dalam konteks perdagangan internasional, khususnya untuk bisnis yang ingin melakukan ekspor. Untuk menembus pasar internasional produk UMKM ini perlu melakukan sertifikasi produk untuk memberi jaminan terkait keamanan dan kualitas produk. Standar yang ditetapkan dalam proses sertifikasi mencakup berbagai aspek, termasuk bahan baku, proses produksi, dan karakteristik produk akhir. Hal ini memberikan keyakinan kepada pembeli internasional bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar keamanan dan kualitas yang diakui secara global.

Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan e-commerce sebagai platform pemasaran produk menjadi semakin krusial bagi pelaku bisnis. Memaksimalkan kehadiran dan strategi pemasaran di platform e-commerce tidak hanya membuka peluang penjualan yang lebih besar, tetapi juga memungkinkan bisnis untuk beradaptasi dengan tren konsumen modern. Konsumen modern cenderung mencari kenyamanan dalam berbelanja, dan e-commerce menyediakan platform yang memenuhi kebutuhan tersebut. Konsumen dapat dengan mudah menjelajahi produk, membaca ulasan, dan melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital mereka.

Hambatan Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Jefri Gallery Bambu

Meningkatkan daya saing perusahaan seringkali dihadapkan pada sejumlah hambatan yang kompleks. Ada beberapa hambatan yang dihadapi oleh UMKM Jefri gallery Bambu, antara lain : (a) Belum memiliki pencatatan administrasi/keuangan yang baik. Jefri Gallery Bambu dalam menjalankan usahanya belum memiliki pencatatan keuangan secara terstruktur. Hal ini

terjadi karena pelaku usaha masih belum sadar akan pentingnya memiliki pencatatan yang terstruktur. (b) Terlalu banyak variasi produk. Jefri Gallery Bambu memiliki berbagai jenis produk yang ditawarkan kepada konsumen. Akan tetapi, dengan memiliki berbagai jenis produk dapat menghambat dalam memfokuskan produk yang menjadi unggulan dari UMKM tersebut. (c) Kurangnya tenaga kerja handal. Tenaga kerja handal sangat dibutuhkan dalam proses produksi sebuah bisnis. Tetapi masih banyak tenaga kerja yang memiliki kekurangan dalam keterampilan dan kompetensi karyawan menjadi masalah yang sering terjadi. (d) Belum memiliki branding yang baik. Tanpa identitas merek yang kuat, UMKM kesulitan membedakan diri mereka dari pesaing. Selain itu, kurangnya branding yang kuat juga memengaruhi kepercayaan konsumen. (e) Proses produksi lama karena menyesuaikan keinginan customer. Jefri Gallery Bambu sering menerima pesanan sesuai request dari konsumen yang membuat proses produksi akan memakan waktu yang cukup lama. (f) Masih menggunakan teknologi sederhana. Dalam membuat produk dengan bahan dasar bambu, UMKM ini masih menggunakan alat sederhana yang cenderung tidak optimal dan efisien dalam proses produksi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap faktor internal dan eksternal dengan menggunakan analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa UMKM Jefri Gallery Bambu memiliki strategi yang dapat dikembangkan untuk dapat bersaing dengan kompetitor. Strategi Jefri Gallery Bambu berada diantara kuadran kekuatan dan peluang, menandakan bahwa perusahaan tersebut berada dalam posisi yang sangat menguntungkan. Dalam analisis SWOT, kuadran ini menunjukkan bahwa

perusahaan memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk menangkap peluang eksternal.

UMKM Jefri Gallery Bambu harus dapat memanfaatkan strategi ini dengan baik, beberapa strategi memanfaatkan peluang dengan menggunakan kekuatan internal perusahaan yaitu dengan melakukan kerjasama dengan mitra (Hotel, Restoran, Toko Oleh-Oleh), lebih aktif dalam mengunggah konten / promosi di media social, melakukan sertifikasi produk untuk memenuhi standar ekspor, dan memaksimalkan E-Commerce yang tersedia dengan cara memasarkan produk melalui online atau website.

DAFTAR PUSTAKA

- Briant, E. P. (2018). USULAN PERBAIKAN TATA KELOLA PRODUK DAN LAYANAN DI CV. FRUITZEE MITRA INDONESIA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN. <http://e-journal.uajy.ac.id/15428/>
- Dewi, R., Hidayat, R., & Rizki, M. F. (2021). Manajemen pemerintah daerah kabupaten karawang dalam menjaga produk umkm di masa pandemi covid-19. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 609–614. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i4.10245>
- Distanont, A., & Khongmalai, O. (2020). The role of innovation in creating a competitive advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(1), 15–21. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.07.009>
- Iryana, & Kawasati, R. (n.d.). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. <https://osf.io/cy9de/download/?format=pdf>
- Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). Dampak Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69–77. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8581>
- Kristanto, V. H. (2018). Metodologi penelitian: pedoman penulisan karya tulis ilmiah (KTI). Deepublish. <https://balaiyanpus.jogjaprovo.go.id/opac/detail-opac?id=311321>
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 38–48.
- Lorenzo, J. R. F., Rubio, M. T. M., & Garcés, S. A. (2018). The competitive advantage in business, capabilities and strategy. What general performance factors are found in the Spanish wine industry? *Wine Economics and Policy*, 7(2), 94–108. <https://doi.org/10.1016/j.wep.2018.04.001>
- Manzilati, A. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi. UB Press. <https://books.google.co.id/books?id=7FIVDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Mutiara, P. B. (2021). Analisis Matriks Ifas Dan Efas Pt Unilever Tbk Pada Pandemi Covid-19. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 363–371. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i2.90>
- Pratama, D. E., & Apriani, R. (2023). ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN BAGI PENONTON BOLA DALAM TRAGEDI DI STADION KANJURUHAN. *SUPREMASI HUKUM*, 19(01), 1-15.
- Porter. (2000). Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri & Pesaing. Erlangga. https://opaclib.inaba.ac.id/index.php?p=show_detail&id=937&keywords=
- Rahma, A. N., & Pradhanawati, A. (2018). Strategi Bersaing Produk Ukm Luntia dengan Menggunakan Analisis Five Forces Porter dan SWOT (Kasus pada UKM Luntia Kings Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(2), 171–185.
- Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Ukm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Jurnal Ekbis*, 20(2), 1280. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i2.237>

Iiswatun Khasanah, Ajat Sudrajat

Meningkatkan Keunggulan Bersaing: Rencana Strategis Dengan Pendekatan Efas Dan Ifas.....(Hal 378-387)

Soleha, P., & Indrawati, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Makanan Olahan Sagu Di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Kepulauan Meranti. *Pekbis Jurnal*, 14(2), 71–79.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/206060/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d.html>.