

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) DENGAN ANALISIS SWOT
STUDI KASUS INDUSTRI KNALPOT BAPAK AKHMAD SULTONI
(MUSCLE POWER) DESA PESAYANGAN PURBALINGGA LOR**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)

Oleh :
Ulvy Tri Ayu Agustin

NIM. 1617201039

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2020

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH (UMKM) DENGAN ANALISIS SWOT
STUDI KASUS INDUSTRI KNALPOT BAPAK AKHMAD SULTONI
(MUSCLE POWER) DESA PESAYANGAN PURBALINGGA LOR**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)

Oleh :
IAIN PURWOKERTO

Ulvy Tri Ayu Agustin

NIM. 1617201039

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2020

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DENGAN ANALISIS SWOT
(Studi Kasus Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power) Desa
Pesayangan Purbalingga Lor)**

**Ulvy Tri Ayu Agustin
NIM. 1617202039**

E-mail: ulvytaa6@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pasti tidak pernah lepas dari yang namanya masalah, baik masalah internal maupun eksternal. Begitu juga yang dialami Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power), usaha ini juga mengalami berbagai permasalahan, mulai dari permasalahan internal, yaitu kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang kurang memadai dan kurang kompeten, alat produksi pendukung yang masih terbatas, proses produksi yang memakan waktu lama, modal yang terbatas, dan belum adanya manajemen keuangan. Sedangkan permasalahan eksternal yaitu, tingkat persaingan usaha yang tinggi, pergeseran minat masyarakat, posisi tawar dari konsumen yang masih rendah, harga bahan baku yang tidak stabil, lokasi antar usaha yang saling berdekatan. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang dapat mengembangkan UMKM Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power) Desa Pesayangan Purbalingga Lor.

Penelitian ini dilaksanakan di Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power) Desa Pesayangan Purbalingga Lor pada tanggal 20 Desember 2019 – 20 Juni 2020. Subjek penelitian ini adalah pemilik dan pegawai Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data dan kesimpulan, serta analisis SWOT. Dimana data dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis serta merumuskan strategi suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni yang dapat digunakan yaitu, meningkatkan mutu dan kualitas knalpot untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan promosi dengan mengandalkan teknologi berupa *e-commerce*, melakukan pelatihan kepada para karyawan untuk menambah kreatifitas serta inovasi dalam membuat knalpot.

Kata kunci: Strategi pengembangan, UMKM, Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power), dan Analisis SWOT.

**SMALL AND MEDIUM MICRO BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES
(SMEs) WITH SWOT ANALYSIS
(Case Study of Muffler Industry, Mr. Akhmad Sultoni (Muscle Power),
Pesayangan Village, Purbalingga Lor)**

**Ulvy Tri Ayu Agustin
NIM 1617202039**

E-mail: ulvytaa6@gmail.com

Department of Sharia Economics Faculty of Economics and Business Islam
Purwokerto State Islamic Institute

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) certainly never escape from the name of the problem, both internal and external problems. Likewise experienced by the Muffler Industry Mr. Akhmad Sultoni (Muscle Power), this business also experiences various problems, ranging from internal problems, namely the quality and quantity of human resources that are inadequate and less competent, supporting production equipment is still limited, production processes are limited time consuming, limited capital, and lack of financial management. While external problems are, a high level of business competition, shifting community interest, bargaining position of consumers is still low, the price of raw materials is not stable, the location between businesses that are close together. While this study aims to find out what strategies can develop the SME Exhaust Industry, Mr. Akhmad Sultoni (Muscle Power), Pesayangan Village, Purbalingga Lor.

This research was conducted in the Muffler Industries of Akhmad Sultoni (Muscle Power) of Pesayangan Village, Purbalingga Lor on December 20, 2019 - June 20, 2020. The subjects of this study were the owners and employees of Muffler Industries, Mr. Akhmad Sultoni (Muscle Power). The data analysis technique used is qualitative descriptive analysis they are data reduction, data display, and verification, and SWOT analysis. Where data is collected using observation, interview, and documentation techniques. While the SWOT analysis is used to systematically identify various factors and formulate a company's strategy.

The results of this study indicate that the muffler industry development strategy Mr Akhmad Sultoni can be used, namely, improve the quality and quality of the muffler to gain consumer confidence, increase promotion by relying on technology in the form of e-commerce, conduct training for employees to increase creativity and innovation in making mufflers.

Keywords: Development strategy, MSME, Muffler Industry Akhmad Sultoni (Muscle Power), and SWOT Analysis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Defini Operasional	6
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Kajian Pustaka.....	11
G. Sistematika Pembahasan	16
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Stretegi Pengembangan UMKM	17
1. Pengertian Strategi Pengembangan UMKM	17
2. Upaya Pengembangan Usaha Kecil	25
3. Perencanaan Pengembangan Usaha	26
4. Tahapan Strategi.....	27
5. Pentingnya Strategi Pengembangan	29
B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM	30
1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah	30

2. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Pasal 6 Undang-Undang UMKM Nomor 20 tahun 2008.....	31
3. Azas-azas Usaha Mikro Kecil dan Menengah Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008.....	32
4. Prinsip dan Tujuan Pemberdayaan UMKM.....	33
C. Analisis SWOT	34
D. Landasan Teologis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
C. Teknik Pengumpulan Data	39
D. Sumber Data.....	40
E. Teknik Analisis Data	40
F. Teknik Keabsahan Data	44
BAB IV PENUTUP	
A. Gambaran Umum Usaha Mikro Kecil dan Menengah Industri Knalpot Bapak Ahkmad Sultoni (Muscle Power) Desa Pesayangan Purbalingga Lor.....	46
B. Perencanaan Pengembangan Usaha	49
C. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power).....	54
D. Strategi Pengembangan UMKM Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power).....	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Kanlpot
Tabel 2.2	Pendapatan Knalpot
Tabel 3.3	Penelitian Terdahulu
Tabel 4.4	Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah
Tabel 5.5	Matriks Analisis SWOT
Tabel 6.6	Matriks Analisis SWOT Strategi Pengembangan UMKM Insutri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power)

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1	Diagram SWOT
-------------	--------------



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
- Lampiran 2 : Dokumentasi
- Lampiran 3 : Sertifikat-Sertifikat



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan disetiap negara, sebab adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi menunjukkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan output perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang semakin meningkat. Melalui pertumbuhan ekonomi sebuah negara dapat mengubah kondisi perekonomiannya menjadi lebih baik dalam suatu periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi ditandai dengan bertumbuhnya sektor ekonomi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan pertumbuhan nasional. Perekonomian dikatakan mengalami pertumbuhan apabila jumlah balas jasa riil terhadap penggunaan faktor-faktor produksi pada tahun tertentu lebih besar dari tahun sebelumnya (faozi, 2018).

Salah satu contoh perkembangan pertumbuhan di Indonesia yang turut berkontribusi untuk memajukan negara yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah suatu kegiatan usaha yang berperan memperluas lapangan pekerjaan, memberikan pelayanan ekonomi secara luas, ikut andil dalam peningkatan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Lalu, dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, namun sektor usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut (Alfi Amalia, 2011).

Daerah kajian pada penelitian ini berada di Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah. Purbalingga terkenal akan sentra industri knalpot yang produknya sudah dijual ke berbagai daerah di Indonesia. Pembuatan knalpot di Purbalingga masih dikerjakan secara konvensional atau mengandalkan kerajinan tangan. Proses pengerjaan yang masih sederhana ini justru menjadi keunikan tersendiri dimana kualitas

yang dihasilkan tidak kalah dengan produk knalpot buatan pabrik (Wijaya, 2015). Berdasarkan wawancara dengan Bu Ika pegawai Dinas Perdagangan, Industri dan Koperasi Kabupaten Purbalingga mengatakan bahwa jumlah industri knalpot di Kabupaten Purbalingga pada tahun 2019 ada 140 industri knalpot yang tersebar ke berbagai kecamatan di Purbalingga. Berdasarkan data dari Dinperindagkop Kabupaten Purbalingga Tahun 2018 produksi yang tercatat yaitu 313.380 unit dengan nilai omset rata-rata 43,8 milyar (Dinperindagkop, 2020). Berikut beberapa karakteristik dari pengusaha industri knalpot di Purbalingga, yaitu :

1. Jenis kelamin dari pengusaha knalpot ialah laki-laki dan sudah berkeluarga.
2. Usia dari pengusaha knalpot di Purbalingga masih berada pada usia produktif yaitu 16-65 tahun. Usia produktif merupakan usia dimana seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal dalam menghasilkan barang/jasa serta memaksimalkan pikiran untuk melakukan pengembangan usaha knalpot.
3. Pendidikan terakhir dari pengusaha knalpot di Purbalingga yaitu 27% tamatan SMP, dan 73% tamatan dari SMA/SMK. Hal tersebut dikarenakan para pengusaha knalpot kurang memiliki keinginan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya. Menurut mereka, pengusaha disektor knalpot tidak dituntut memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, tetapi lebih kepada keterampilan.
4. Lama usaha dari industri knalpot di Kabupaten Purbalingga yaitu 31% (15 pengusaha) dengan lama usaha sudah berdiri 40-50 tahun yang berdiri sejak tahun 1970an dan hingga saat ini usaha tersebut sudah turun temurun hingga 2 generasi. Kemudian 24% (12 pengusaha) dengan lama usaha 11-20 tahun. Lalu 16% (8 pengusaha) dengan lama usaha 21-30 tahun dan 14% (7 pengusaha) dengan lama usaha 31-40 tahun. Lama usaha 1-10 tahun sebanyak 7 pengusaha, usaha tersebut baru saja berdiri. (Survey dari 49 pengusaha di Kecamatan Purbalingga). (Lestari, 2018)

Salah satu UMKM yang ada di Kabupaten Purbalingga yaitu industri knalpot Bapak Akhmad Sultoni yang berada di Jl. Kiswadi No. 23 Rt 01 Rw 02 Desa Pesayangan, Purbalingga Lor Kabupaten Purbalingga ini sudah berdiri selama 71 tahun sejak tahun 1949. Bapak Akhmad Sultoni adalah salah satu pengusaha knalpot yang ada di Purbalingga. Beliau merupakan pencetus atau perintis usaha knalpot di Purbalingga, ini dibuktikan dengan diberikannya penghargaan dari Bupati Purbalingga yaitu Drs. H. Triyono Budi Sasongko, M.Si pada 18 Desember 2008 saat peringatan hari jadi kabupaten Purbalingga ke-178. Berawal dari usahanya membuat dandang kuningan, lalu beliau berinovasi membuat knalpot. Dalam proses pembuatan knalpotnya dulu Bapak Akhmad Sultoni masih menggunakan cara tradisional karena belum tersedianya mesin-mesin modern seperti sekarang ini.

Karena jasanya tersebut, kini masyarakat Purbalingga banyak yang mengikuti jejaknya sebagai pengusaha knalpot. Bahkan sebagai tanda untuk mengenang jasa beliau, pemerintah Kabupaten Purbalingga memberikan piagam penghargaan dan bantuan alat produksi knalpot berupa las argon kepadanya. Patung knalpot yang berukuran lumayan besar berdiri kokoh di Jl. Panjaitan, Kabupaten Purbalingga itulah yang dijadikan simbol bahwa Purbalingga adalah produsen knalpot terbesar sekaligus penghormatan kepada Bapak Akhmad Sultoni sebagai tokoh pencetus produksi knalpot di Purbalingga. Namun sekarang beliau sudah meninggal dunia, dan usahanya ini diteruskan oleh anaknya yang bernama Bapak Herfin Afandi sebagai generasi kedua.

Salah satu keunggulan yang dimiliki knalpot Bapak Akhmad Sultoni ini terdapat pada proses pembuatan yang masih *handmade*. Jadi, dalam pembuatan knalpot itu sangat detail, mengutamakan ketelitian, jadi menghasilkan knalpot dengan mutu dan kualitas yang bagus. Pemasaran yang dilakukan secara *online* dan *offline*. Pada awal usahanya dulu masih manual, sekarang menggunakan mesin. Untuk kelemahannya sendiri, mereka belum sadar akan pentingnya merk atau brand dari sebuah produk jadi masih maraknya penjualan knalpot replika atau KW. Persaingan bebas yang terjadi

antara produsen knalpot kian memicu perang harga yang menjadi ancaman. Masih kurangnya inovasi dan kreatifitas dalam memproduksi knalpot. Dari berbagai permasalahan yang ada, ditambah dengan turunnya hasil penjualan dan keuangan dari tahun ke tahun beliau masih memproduksi knalpot, itu semua dikarenakan beliau terus meningkatkan mutu atau kualitas produksinya, selalu berusaha membuat reputasi yang baik dimata konsumen dengan selalu menjaga kepercayaan yang diberikan konsumen.

Tabel 1.1

Penjualan Knalpot 2017-2019

Tahun	Total Penjualan
2017	400 pcs
2018	290 pcs
2019	240 pcs

Tabel 2.2

Pendapatan Knalpot 2017-2019

Tahun	Total Pendapatan
2017	Rp. 180.000.000
2018	Rp. 120.000.000
2019	Rp. 95.000.000

Dari hasil observasi penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan penjualan knalpot pada tahun 2017-2019 yang juga mempengaruhi pendapatan. Permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Bapak Herfin Afandi dalam menjalankan usahanya, yaitu pada internal dan eksternal perusahaan yaitu, untuk internalnya, belum adanya manajemen sumber daya manusia serta manajemen keuangan, SDM yang kurang kompeten, (Afandi H. , 2019) belum sadar akan pentingnya merk atau brand dari sebuah produk, kurangnya kreatifitas dan inovasi. Lalu untuk permasalahan eksternalnya persaingan harga antar penjual, menurunnya daya beli konsumen, dan produsen knalpot lain yang memiliki inovasi baru. Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, penulis menggunakan teori Analisis SWOT yaitu metode analisis data yang digunakan untuk merumuskan strategi

usaha yang ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu: Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats).

Menurut Freddy Rangkuti dalam Dj. Rusmawati (2017:918) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Sedangkan menurut Sulasih dalam jurnalnya menyatakan bahwa matriks SWOT merupakan sebuah alat yang bisa digunakan untuk menyusun dan mengembangkan strategi dengan menganalisis lingkungan- lingkungan perusahaan. Faktor-faktor yang bisa digunakan untuk pengembangan strategi meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. (Sulasih, 2019). Analisis SWOT merupakan dasar dalam pembuatan strategi karena suatu perusahaan tidak dapat menetapkan strategi pengembangan jika tidak mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi organisasi dan lingkungannya dengan melibatkan analisis kesuksesan dan kegagalan yang ada di masa lalu dan dapat dijadikan rangkuman strategi yang akan menjadi tahap awal pengembangannya (Hladchenko, 2014). Analisis SWOT dilakukan agar pengrajin UMKM industri knalpot memiliki strategi atau langkah-langkah dalam mengembangkan usaha tersebut.

Maksud dan tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dilakukan oleh industri knalpot Bapak Akhmad Sultoni Desa Pesayangan Purbalingga Lor Jawa Tengah berdasarkan analisis SWOT. Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) STUDI KASUS PADA INDUSTRI KNALPOT BAPAK AKHMAD SULTONI (MUSCLE POWER) DESA PESAYANGAN PURBALINGGA LOR".

B. Definisi Operasional

Untuk memandu operasionalisasi penelitian ini secara lebih tepat, maka ada beberapa kata kunci yang perlu didefinisikan secara operasional. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini. Untuk itu, penulis kemukakan beberapa istilah tentang beberapa kata kunci yang terkandung dalam judul penelitian tersebut.

1. Strategi Pengembangan UMKM

a. Strategi

Strategis merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. (Wheelen J. D., 2003) Sedangkan menurut para ahli strategi mempunyai berbagai pengertian diantaranya yang dikemukakan oleh Chandler (1961:13) yang menyebutkan bahwa “Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.” Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. (Rangkuti, Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis , 1997)

Sedangkan manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajemen yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategs meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategis, dan evaluasi serta pengendalian. (Wheelen J. D., 2003). Dengan melihat beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui menuju target yang diinginkan. Strategi yang baik akan memberikan gambaran tindakan utama dan pola keputusan yang akan dipilih untuk mewujudkan tujuan organisasi. Strategi juga sebagai perumusan visi dan misi suatu organisasi atau perusahaan. (Arifin, Strategi Komunikasi, 1984)

b. Pengembangan

Menurut Sudarmayanti (2007), pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang atau yang akan datang dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap atau kecakapan. Dengan kata lain pengembangan adalah setiap kegiatan untuk merubah perilaku yang terdiri dari pengetahuan, kecakapan, dan sikap. Pengembangan merupakan proses perubahan ke arah yang lebih baik, maju atau lebih dewasa secara fisik dan umur. (Azis f. A., 2012)

Menurut Mohammad Jafar Hafsah pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Ia juga menambahkan bahwa pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada hakekatnya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. (hafsah, 2004)

Sedangkan pengembangan menurut Undang Undang tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah pasal 1 butir 10. Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah. (Susilawati R. F., Strategi dan Pengembangan UMKM, 2016)

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pengembangan adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, ataupun masyarakat melalui pelatihan dan pemberian bantuan guna menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil yang lebih maju.

Adapun dalam penelitian ini strategi pengembangan yang dimaksud adalah sasaran dan tujuan jangka panjang serta arah tindakan dari Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni Desa Pesayangan Purbalingga Lor guna meningkatkan nilai produksi yang diperoleh setiap perusahaan serta cara memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang ada.

c. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). (Agustina, Kewirausahaan (Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UKM di Indonesia), 2015) Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai berikut :

1) Usaha Mikro

Adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2) Usaha Kecil

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3) Usaha Menengah

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh seorang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan

sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. (Undang-Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Th 2013)

4) Usaha Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni

Desa Pesayangan Purbalingga Lor, adalah kegiatan usaha yang merubah bentuk dari bahan mentah menjadi barang jadi yang siap dipakai, misalnya pabrik gerabah, pabrik tahu, kerajinan tanan liat, dan sebagainya.

2. Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power) Desa Pesayangan Purbalingga Lor

Industri knalpot Bapak kahmad Sultoni merupakan industri yang kegiatan usahanya merubah bentuk dari bahan mentah menjadi barang jadi yang siap dipakai dengan bahan dasar stanless atau galvanis menjadi knalpot. Berawal dari usahanya membuat dandang kuningan, lalu Bapak Akhmad Sultoni berinovasi membuat knalpot karena mengalami peurunan penjualan. Oleh sebab itu muncul suatu jenis mata pencaharian baru yang dibawa oleh Bapak Akhmad Sultoni. Beliau merupakan seorang pencetus usaha knalpot di Purbalingga. Usahanya mulai berdiri selama 71 tahun sejak 1949. Bahkan sebagai tanda untuk mengenang jasa beliau, pemerintah kabupaten Purbalingga memberikan piagam penghargaan, bantuan alat produksi knalpot berupa las argon, dan dibuatkannya patung knalpot berukuran besar yang dijadikan simbol bahwa Purbalingga produsen knalpot terbesar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang perlu dikemukakan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dilakukan oleh pengusaha industri knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power) Desa Pesayangan Purbalingga Lor Jawa Tengah berdasarkan analisis SWOT ?

D. Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan masalah yang telah penulis ajukan, maka dengan adanya penelitian mengenai Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi kasus pada industri knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power) Desa Pesayangan Purbalingga Lor Jawa Tengah berdasarkan analisis SWOT). Maka akan diperoleh tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dilakukan oleh industri knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power) Desa Pesayangan Purbalingga Lor Jawa Tengah berdasarkan analisis SWOT).

E. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi pada masyarakat luas, khususnya kepada :

1. Penulis

Menambah wawasan mengenai Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi kasus pada industri knalpot Bapak Akhmad Sultoni Desa Pesayangan Purbalingga Lor Jawa Tengah berdasarkan analisis SWOT).

2. Pembaca

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas, khususnya kepada para pelajar dan pengusaha yang membutuhkan penyelesaian suatu permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai strategi-strategi yang digunakan untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan hal-hal yang diperlukan untuk bahan evaluasi industri knalpot Bapak Akhmad Sultoni.

F. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka adalah tinjauan tentang hasil-hasil penelitian yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti, baik kegiatan mendalami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang ada dan belum ada. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa literatur yang menjadi rujukan untuk berpikir.

Tabel 3.3

No.	Judul Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Novi Anggraini, jurnal " <i>Analisis Usaha Mikro dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC)</i> ". Dalam Jurnal " <i>Ekonomi dan Bisnis Vol. 6, No.2, 2019, 139-156</i> "	Untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman berdasarkan 9 elemen Bisnis Model Kanvas dan memetakan strategi-strategi baru dalam rangka meningkatkan penjualan produk. Metode yang digunakan pada penelitian ini melalui pendekatan Bisnis Model Kanvas (BMK) dan analisis SWOT.	Menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam pengembangan usahanya.	Jurnal tersebut mengambil 4 variabel yaitu; UMKM, Analisis SWOT, Bisnis Model Kanvas, Strategi Bisnis dan mengambil objek soal perikanan
2.	Rizki Adityaji, jurnal " <i>Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan Menggunakan Metode Analisi SWOT (Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya)</i> ". Dalam "Jurnal Pariwisata Pesona" Volume 03 No 1, Juni 2018: hal. 19-32	Menjelaskan tentang Kawasan pecinan Kapasan memiliki potensi yang cukup besar untuk menjadi sebuah destinasi wisata yang bisa menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Namun pada kenyataannya, jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara ke kawasan pecinan Kapasan masih sangat rendah bila dibandingkan dengan	Menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam pengembangan usahanya.	Jurnal tersebut mengambil objek Kawasan Pecinan Surabaya atau destinasi pariwisata, sedangkan penelitian penulis mengambil objek UMKM Knalpot Bapak Akhmad Sultoni Purbalingga.

		obyek-obyek wisata lainnya di Surabaya. Untuk itu diperlukan strategi pengembangan pariwisata untuk meningkatkan kualitas destinasi pariwisata di kawasan pecinan Kapasan.		
3.	Alyas dan Muhammad Rakib, jurnal “ <i>Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros</i> ”. Dalam jurnal “ <i>Sosiohumaniora</i> , Volume 19 No. 2 Juli 2017 : 114 – 120”	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Subjek penelitian yaitu pemilik usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dan analisis SWOT.	Menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam pengembangan usahanya.	Jurnal ini meneliti tentang UMKM Roti Maros di Kabupaten Maros, sedangkan penulis meneliti tentang UMKM Knalpot Bapak Akhmad Sultoni di Purbalingga.
4.	Ayu Nurfitia Daniatun, skripsi th 2018 ” <i>Strategi pengembangan UMKM Industri Keramik Purwareja-Klampok Kabupaten Banjarnegara</i>	Dengan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh industri keramik ini, baik internal maupun eksternal, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan industri keramik Purwareja-Klampok yang dapat digunakan yaitu mengembangkan keahlian para pengrajin pemula melalui pelatihan, mengembangkan pelayanan melalui	Menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam pengembangan usahanya.	Skripsi tersebut meneliti tentang UMKM Industri Keramik Purwareja-Klampok Kabupaten Banjarnegara, sedangkan penulis meneliti tentang UMKM Knalpot Bapak

		kartu IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil), mengembangkan produk kerajinan keramik dengan ciri khasnya yang berkualitas, mengembangkan sumber daya manusia yang kompeten, memperbanyak modal untuk mengembangkan usaha, memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi dan melakukan penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan kualitas, variasi, serta inovasi produk keramik.		Akhmad Sultoni di Purbalingga
--	--	--	--	-------------------------------

Penjelasan dari tabel diatas yaitu; yang pertama, yaitu jurnal “*Analisis Usaha Mikro dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC)*” yang menjelaskan tentang bagaimana penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman berdasarkan 9 elemen Bisnis Model Kanvas dan memetakan strategi-strategi baru dalam rangka meningkatkan penjualan produk. Metode yang digunakan pada penelitian ini melalui pendekatan Bisnis Model Kanvas (BMK) dan analisis SWOT. Tahap awal penelitian yaitu dengan melakukan pemetaan BMK terhadap strategi yang telah dilakukan pemilik usaha, kemudian dikombinasikan dengan analisis SWOT yang menghasilkan matriks strategi. Hasil matriks analisis SWOT tersebut dipetakan kembali ke dalam BMK. Dari hasil akhir pemetaan BMK menunjukkan beberapa tambahan strategi pada elemen-elemen yang dapat dijadikan alternatif strategi baru untuk diterapkan. Elemen-elemen tersebut antara lain: elemen Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan dengan Pelanggan, Sumber Daya Utama, dan Struktur Biaya. Perbedaan jurnal ini dengan penelitian penulis ialah, jurnal tersebut mengambil 4 variabel yaitu;

UMKM, Analisis SWOT, Bisnis Model Kanvas, Strategi Bisnis dan mengambil objek soal perikanan. Sedangkan untuk persamaannya, antara jurnal tersebut dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam pengembangan usahanya. (Anggraini, 2019)

Yang kedua, yaitu jurnal tentang “*Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan Menggunakan Metode Analisa SWOT (Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya)*”. Jurnal ini menjelaskan tentang Kawasan pecinan Kapasan memiliki potensi yang cukup besar untuk menjadi sebuah destinasi wisata yang bisa menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Namun pada kenyataannya, jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara ke kawasan pecinan Kapasan masih sangat rendah bila dibandingkan dengan obyek-obyek wisata lainnya di Surabaya. Untuk itu diperlukan strategi pengembangan pariwisata untuk meningkatkan kualitas destinasi pariwisata di kawasan pecinan Kapasan. Penelitian bertujuan untuk menemukan formulasi strategi pengembangan destinasi wisata kawasan pecinan Kapasan dengan menggunakan alat analisis SWOT. Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Kapasan sebagai salah satu destinasi wisata yang cukup lama di Surabaya dianalisis secara komprehensif. Dari hasil analisis tersebut diperoleh gambaran bahwa kawasan pecinan Kapasan dipandang memiliki daya kompetitif yang rendah untuk menghadapi ancaman dari destinasi wisata. Perbedaan dari jurnal tersebut dengan penelitian penulis terletak pada objek yang diteliti, jurnal tersebut mengambil objek Kawasan Pecinan Surabaya atau destinasi pariwisata, sedangkan penelitian penulis mengambil objek UMKM Knalpot Bapak Akhmad Sultoni Purbalingga. Untuk persamaannya antara jurnal tersebut dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam pengembangan usahanya. (Adityaji, 2018)

Yang ketiga, yaitu jurnal tentang “*Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi*

Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). Jurnal ini menjelaskan tentang Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Subjek penelitian yaitu pemilik usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dan analisis SWOT. Dimana analisis kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi sedangkan analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis serta merumuskan strategi suatu perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada usaha Roti Maros di Kabupaten Maros yang dapat digunakan yaitu pengembangan pasar dan produk, serta penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan promosi, kualitas, serta inovasi produk Roti Maros. Persamaan dari jurnal ini dengan penelitian penulis ialah sama-sama menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi pengembangan usaha, sama-sama mengambil objek tentang UMKM. Untuk perbedaannya, jurnal ini meneliti tentang UMKM Roti Maros di Kabupaten Maros, sedangkan penulis meneliti tentang UMKM Knalpot Bapak Akhmad Sultoni di Purbalingga. (Alyas, 2017)

Yang keempat, yaitu skripsi tentang “*Strategi Pengembangan UMKM Industri keramik Purwareja-Klampok Kabupaten Banjarnegara*”. Skripsi Ini menjelaskan tentang berbagai permasalahan yang dihadapi oleh industri keramik ini, baik internal maupun eksternal, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan industri keramik Purwareja-Klampok yang dapat digunakan yaitu mengembangkan keahlian para pengrajin pemula melalui pelatihan, mengembangkan pelayanan melalui kartu IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil), mengembangkan produk kerajinan keramik dengan ciri khasnya yang berkualitas, mengembangkan sumber daya manusia yang kompeten, memperbanyak modal untuk mengembangkan usaha, memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi dan melakukan

penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan kualitas, variasi, serta inovasi produk keramik.

Persamaan skripsi tersebut dengan penelitian penulis yaitu, sama-sama menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi dalam pengembangan usahanya. Sedangkan perbedaannya yaitu, skripsi tersebut meneliti tentang UMKM Industri Keramik Purwareja-Klompok Kabupaten Banjarnegara, sedangkan penulis meneliti tentang UMKM Knalpot Bapak Akhmad Sultoni di Purbalingga.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan penelitian ini agar mudah dibaca dan dipahami oleh pembaca, maka penulis akan membaginya ke dalam beberapa bagian, yaitu : bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

Bagian pertama dari penelitian ini adalah halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, dan daftar lampiran.

Penelitian ini dilaporkan secara terperinci dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, definisi operasional, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi. Bab ini adalah gambaran awal dari apa yang akan dilakukan peneliti.

BAB II LANDASAN TEORI Bab tinjauan pustaka membahas mengenai teori-teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisis penelitian ini. Selain itu, bab ini juga menjelaskan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dibuat kerangka pemikiran dan juga menjadi dasar dalam pembentukan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN Bab metodologi penelitian menjelaskan variabel penelitian dan definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Menjelaskan tentang penentuan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan penyusun dalam menulis penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN Bab ini menguraikan tentang diskriptif obyek penelitian, analisis data dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP Bab ini berisi kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian. Pada bagian akhir penelitian ini akan dicantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penyusunan, lampiran-lampiran yang mendukung serta daftar riwayat hidup penulis.



IAIN PURWOKERTO

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka maupun studi dokumentasi yang dilakukan di Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni. Maka dapat diketahui analisis lingkungan internal dan eksternal berupa kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni. Analisis lingkungan strategis dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dapat mengembangkan empat jenis strategi, yaitu Strategi S-O, Strategi W-O, Strategi S-T, dan Strategi W-T. Dalam hal ini, analisis SWOT dapat memberikan alternatif pilihan pada strategi untuk pengembangan UMKM Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni.

Menurut beberapa literasi yang penulis baca seperti jurnal dan skripsi, maka strategi yang dianggap paling efektif untuk mengembangkan perusahaan adalah *Strenght-Opportunities* atau kekuatan-peluang, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang ada dengan sebesar-besarnya. Adapun strateginya adalah sebagai berikut :

1. Terus meningkatkan mutu dan kualitas knalpot untuk mendapatkan kepercayaan konsumen. (S1-O1)
2. Meningkatkan promosi dengan mengandalkan teknologi berupa *e-commerce* (S5-O6)
3. Melakukan pelatihan kepada para karyawan untuk menambah kreatifitas serta inovasi dalam membuat knalpot. (S6-O4).

B. Saran

Saran yang dapat peneliti kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Para pengusaha lebih meningkatkan lebih meningkatkan promosi agar industri knalpot lebih dikenal masyarakat umum dan menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat bersaing dengan industri yang sejenis dari daerah lain.
2. Meningkatkan inovasi dan kualitas produk dengan meningkatkan control kualitas atas bahan baku yang digunakan, pengawasan proses produksi yang lebih ketat, serta pengiriman produk yang lebih cepat.
3. Perlu adanya pembinaan mengenai manajemen terutama manajemen keuangan supaya perusahaan lebih paham mengenai posisi keuangan yang ada, seperti pengeluaran, pendapatan, modal, kas, laba dan rugi.

Perlu adanya pelatihan untuk karyawan untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasi dalam membuat produk supaya mearik daya beli konsumen.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

Bibliography

- Adityaji, R. (2018). Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 19-32.
- Afandi, B. H. (2019, 25 Desember Rabu). Wawancara Gambaran UMKM. (U. T. Agustin, Interviewer)
- Afandi, B. H. (2020, 19 April Monday). Wawancara mengenai Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan. (U. T. Agustin, Interviewer)
- Afandi, H. (2019, Desember Rabu). UKM Knalpot Mbah Sultoni. (U. T. Agustin, Interviewer)
- Afrizal. (2015). Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu. In *Metode Penelitian Kualitatif* (p. 12). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Agustina, T. S. (2015). *Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Agustina, T. S. (2015). *Kewirausahaan (Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UKM di Indonesia)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Agustina, T. S. (2015). *Kewirausahaan: Teori dan penerapan pada Wirausaha dan UKM di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Alfi Amalia, W. H. (2011). Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada UKM Batik Semarang . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis e-journal3.undip.ac.id*, 1.
- Alyas, M. R. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Sosiohumaniora, Volume 19 No. 2*, 114-120.
- Anggraini, N. (2019). Analisis Usaha Mikro dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Ekonomi dan Bisnis Vol. 6, No.2*, 139-156.
- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armilo.
- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi* . Bandung : Armilo.
- Azis, F. A. (2012). *Manajemen dalam Perpektif Islam*. Cilacap: Pustaka El Bayan.
- Azis, f. A. (2012). *Manajemen dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Aziz, F. A. (2012). *Manajemen dalam Perspektif Islam* . Majenang: Pustaka El-Bayan.

- David Hunger dan Thomas L, W. (2003). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta : Andi
- faozi, I. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Kerajinan Genteng UD. Press Super Soka Masinal Analisis SWOT*. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Hadi, S. (2004). *Metedologi Research Jilid I*. Yogyakarta : Andi Offset.
- hafsa, I. M. (2004). *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)* . Infokop Nomor 25 Tahun XX.
- Herdiansyah, H. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial* . Jakarta: Salemba Humaika.
- Indrawijaya, A. (1989). *Perubahan dan Pengembangan Organisasi*. Bandung: Sinar Baru.
- Morris, M. (1984). *Kait Sukses Mengembangkan Usaha Kecil*. Jakarta: Arcan.
- Muhammad, S. (2013). *Strategi Pemerintah: Manajemen Organisasi Publik*. Jakarta: Erlangga.
- Nurnajamuddin, M. H. (2014). *Manajemen Produksi Modern : Operasi Manufaktur dan Jasa* . Jakarta : PT Bumi Aksara .
- Pinayani, A. (2006). Strategi Pengembangan Jurnal Pendidikan Ekonomi Koperasi. *Strategi Pengembangan Jurnal*, 11.
- Prawironegoro, D. (2017). *Kewirausahaan Abad 21*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis* . Jakarta : PT Gramedia .
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.
- Rangkuti, F. (1997). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama .
- Sochim. (2016). *Kewirausahaan Teori Aplikatif dan Praktik*. Purwokerto: STAIN Press.
- Sochim. (2016). *Kewirausahaan Teori Aplikatif dan Praktik*. Purwokerto: STAIN Press.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Bandung: Erlangga.

- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Bandung: Erlangga.
- Sudantoko, P. A. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sudantoko, P. A. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sudantoko, P. A. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sudantoko, P. A. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta : PT Rineka Cipta .
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulasih. (2019). Implementasi Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik SWOT dan QSPM untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik di Keser Notog Patikraja Banyumas. *Sulasih IAIN Purwokerto*, 31-32.
- Susanto, A. (2014). *Manajemen Strategi Komprehensif*. Jakarta: Erlangga.
- Susilawati, r. F. (2016). *Strategi dan kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: PT Refika Aditama .
- Susilawati, R. F. (2016). *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: PT Refika Aditama .
- Susilawati, R. F. (2016). *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Susilawati, R. F. (2016). *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM* . Bandung: PT Refika Aditama .
- Susilawati, R. F. (2016). *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM* . Bandung: PT Refika Aditama .
- Susilawati, R. F. (2016). *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM* . Bandung: PT Refika Aditama .
- Susilawati, R. F. (2016). *Strategi dan Pengembangan UMKM*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Susilawati, R. F. (2016). *Strategi dan Pengembangan UMKM*. Bandung: PT Refika Aditama.

Susilo, E. S. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Privinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2, No. 1.

Tika, M. P. (2006). Metode Riset Bisnis . Jakarta : Bumi Aksara.

Undang, U. (2013). *Undang Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Pustaka Mahardika.

Wheelen, J. D. (1996). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI.

Wheelen, J. D. (2003). *Manajemen Strategis* . Yogyakarta : ANDI.

Bibliography

Dinperindagkop, B. I. (2020, Juli Selasa). Wawancara mengenai industri knalpot di Purbalingga. (U. T. Ayu, Interviewer)

Hladchenko, M. (2014). SWOT Analisis as the first stage of the process of the strategic management of the European higher education institutions . *Economic Journal* .

Lestari, Y. W. (2018). Analisis keterkaitan usaha industri knalpot di kecamatan purbalingga kabupaten purbalingga . *skripsi*, 5.

Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Remus, S. P. (2015). Penerapan SWOT sebagai dasar penentuan strategi pemasaran pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kabanjahe . *Jurnal Ilmiah Methonomi* , 10.

Sulasih. (2019). Implementasi Matrik IFE, EFE, Matriks SWOT dan QSPM untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik di Keser Notog Patikraja Banyumas. *Jurnal Ekonomi* .

Wijaya, A. (2015). Analisis Kesiapan Industri Knalpot Kelurahan Kebaran Kulon sebagai One Village One Product (OVOP) di Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah. *Skripsi*.