

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MENDONG  
DI KECAMATAN WAJAK, KABUPATEN MALANG**

**Retno Ayu Dewi Novitawati, Farah Mutiara dan A. Yusuf Kholil**

Fakultas Pertanian, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi

Korespondensi: [retta111171@gmail.com](mailto:retta111171@gmail.com)

---

**Abstract**

*Article history:*

Received 12 October 2023

Accepted 26 December 2023

Published 31 December 2023

---

The development of the Mendong Craft Agro-Industry Center in Malang Regency has experienced several obstacles, including inadequate infrastructure conditions, low training capacity, the dominance of middlemen, non-functioning institutions, and low specialization and competitiveness of the center. This research aimed to identify characteristics and factors that influence development using multivariate factor analysis, develop concepts and strategies using SWOT and IFAS-EFAS analysis, and develop development directions (physical-spatial) for the Mendong Crafts agro-industry center, Malang Regency. The Mendong Crafts agro-industry center in Malang Regency has the characteristics of local economic development except for organizational structure, R&D, legal entities, and collaboration with capital institutions. The characteristics of clusters are spatial proximity, interaction, combination of competencies, and identity.

*Keywords: Characteristics; development; Mendong Craft Agro-Industry Center; factors, strategy.*

**Pendahuluan**

Indonesia sebagai negara yang memiliki potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang melimpah, selayaknya dapat mengolah dan memanfaatkan semaksimal mungkin potensi tersebut guna memenuhi kebutuhan hidup masyarakatnya. Berbagai macam sektor dalam bidang ekonomi terus berusaha untuk mencukupi kebutuhan tersebut dengan melakukan berbagai macam pembaharuan, salah satunya adalah kegiatan industri. Industri merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang memiliki posisi strategis dan potensial sebagai sumber penghasilan masyarakat dalam usaha

memenuhi kebutuhan hidup mulai dari makanan, minuman, pakaian, dan perlengkapan rumah tangga serta kebutuhan hidup lainnya. Sektor industri juga dapat meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan perekonomian negara.

Salah satu komoditas yang dibudidayakan untuk memenuhi kebutuhan industri adalah tanaman mendong (*Fimbristylis globulosa*). Tanaman mendong merupakan tanaman rumput-rumputan yang hidup di daerah banyak air atau pada umumnya hidup di rawa-rawa. Hasil utama tanaman mendong adalah berupa batang serta tangkai bunga yang dikenal dengan istilah mendong. Mendong digunakan sebagai bahan baku industri

kerajinan yang hasilnya dapat berupa dompet, tas, topi, taplak meja, dan tikar.

Tanaman mendong merupakan tanaman yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Keunggulan tanaman mendong adalah sekali tanam dapat dipanen berkali-kali. Menurut Listyani (2008) tanaman mendong dalam sekali tanam dapat dipanen 4 hingga 5 kali dengan menyisakan bagian bawah tanaman setinggi 3 cm tanpa membongkar perakaran sehingga tidak perlu pengadaan bibit sehabis panen. Selain itu, cara pemeliharaan tanaman ini juga relatif mudah dibandingkan dengan tanaman yang lain.

Pengembangan agroindustri sebagai prioritas industri masa depan Indonesia memerlukan pendekatan lokalitas dan menitikberatkan pada endogeneous development dengan melibatkan sumber daya lokal yang ada. Salah satu model pengembangan agroindustri dengan pertimbangan pengembangan lokalitas adalah dengan mengembangkan sentra-klaster agroindustri. Agroindustri Kabupaten Malang merupakan sektor yang potensial dimana 50,46% penduduk menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian yang merupakan penyedia input sector agroindustri. Pengembangan agroindustri diarahkan pada pembinaan industri kecil menengah dan usaha mikro, kecil dan menengah yang cukup banyak menampung tenaga kerja di Kabupaten Malang (Bappekab Malang, 2009).

Penelitian pengembangan sentra agroindustri Kerajinan Mendong Kabupaten Malang dengan pendekatan pengembangan ekonomi lokal ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik sentra UMKM Mendong, mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan sentra UMKM Mendong serta menyusun strategi dan konsep pengembangan sentra UMKM Mendong.

### Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang dimana tempat tersebut merupakan salah satu tempat sentra UMKM

Mendong yang ada di Kabupaten Malang dan mempunyai potensi ekspor. Populasi penelitian dalam penelitian ini adalah seluruh unit usaha sentra agroindustri kerajinan mendong Kabupaten Malang yang berjumlah 732 unit usaha yang tersebar di empat desa (Disperindag dan Pasar Kabupaten Malang, 2009). Sampel ditentukan dengan metode *Slovin* (Bungin, 2006) sehingga diperoleh 42 sampel. Agar sampel lebih merata di tiap desa, digunakan teknik acak terlapis (*stratified random sampling*) (Prasetyo, 2007:130) sehingga persebaran sampel tiap desa adalah: Blayu (22 responden), Kidangbang (8 responden), Sukoanyar (12 responden), Wajak (5 responden). Data yang dikumpulkan terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder (Zakiah 2014). Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari objek atau lokasi yang diteliti tersebut. Pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan cara observasi atau pengamatan langsung dan wawancara. Adapun data pendukung didapatkan dari mengumpulkan dokumen, peta, foto, atau data baik *soft copy* maupun *hard copy* yang berasal dari penelitian sebelumnya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi karakteristik sentra baik komponen PEL maupun karakteristik klaster, analisis *linkage system*, analisis potensi masalah, menganalisis perkembangan sentra-klaster dengan menggunakan penilaian skala likert, dan analisis potensi ekonomi wilayah menggunakan analisis *location quotient (LQ)* dan *shift share*. Metode analisis multivariat faktor dengan bantuan *software SPSS* untuk mengetahui faktor-faktor dalam perkembangan sentra agroindustri. Metode analisis alternatif strategi SWOT dan strategi pengembangan dalam posisi kuadran IFAS-EFAS untuk menyusun strategi pengembangan dan (fisik spasial) sentra agroindustri Kerajinan Mendong Kabupaten Malang

## Hasil Dan Pembahasan

### Analisis Lingkungan Internal UMKM Mendong

Identifikasi lingkungan internal UMKM dilakukan dengan meninjau faktor-faktor yang terdapat di dalam lingkungan UMKM Mendong. Faktor-faktor tersebut dideskripsikan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh masing-masing faktor internal UMKM Mendong. Aspek-aspek internal UMKM Mendong dibagi atas aspek sumberdaya manusia, produksi dan pemasaran. Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dihadapi UMKM Mendong. Analisis tersebut dapat dilihat dari kondisi umum UMKM Mendong dan segala faktor-faktor internal UMKM yang dimilikinya. Berdasarkan identifikasi lingkungan internal UMKM Mendong, analisis lingkungan internal untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan UMKM adalah sebagai berikut:

#### 1. Kekuatan

##### a. Banyaknya jumlah pengrajin mendong

Jumlah UMKM yang terdapat di Desa Sukoanyar terdapat kurang lebih 100 unit umkm dengan 2-3 orang pengrajin tiap UMKM. Jumlah pengrajin mendong di Desa Wajak, Kecamatan Sukoanyar, Kabupaten Malang tergolong banyak dan mampu menghasilkan produk tikar mendong untuk pemenuhan kebutuhan pasar. Dalam satu hari, seorang pengrajin dapat menghasilkan kurang lebih 8 tikar mendong. Dari sini dapat dilihat bahwa, semakin banyak jumlah pengrajin maka semakin banyak pula jumlah tikar mendong yang dihasilkan.

##### b. Keahlian pengrajin dalam menganyam

Menganyam merupakan sebuah pekerjaan yang membutuhkan keterampilan agar mendapatkan hasil yang baik. Hal itu bisa didapat dari keahlian pengrajinnya dalam menganyam agar dapat dihasilkan tikar

mendong dengan kualitas yang bagus. Anyaman tikar mendong dengan kualitas baik dapat dilihat dengan kerapian dan kerapatan hasil anyaman sehingga menghasilkan anyaman tikar mendong yang kuat.

##### c. Kualitas tikar mendong yang bagus

Pengrajin tiar mendong yang ada di Desa Sukoanyar, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang tergolong memiliki kualitas yang bagus. Hasil anyaman yang dihasilkan berupa kerapian, kerapatan dan warna tikar mendong yang cerah sehingga produk yang dihasilkan terlihat bagus.

##### d. Harga kerajinan yang ditawarkan murah.

Harga tikar mendong yang ditawarkan terbilang murah daripada UMKM lain pada umumnya yang berada dalam satu daerah di daerah penelitian. Karena, harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan pembelian anyaman tikar mendong. Konsumen pada umumnya, lebih cenderung memilih harga tikar mendong yang lebih murah. Pengrajin tikar mendong mematok harga yang murah dengan kisaran harga antara

##### e. Produk kerajinan ramah lingkungan.

Bahan baku utama yang digunakan oleh UMKM mendong di Desa Sukonyar, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang adalah mendong. Seperti yang diketahui, bahwa mendong merupakan bahan alami yang memiliki serat cukup kuat sehingga sangat cocok digunakan sebagai bahan baku kerajinan. Kerajinan tikar mendong akan mudah terdegradasi dibandingkan dengan produk tikar yang terbuat dari bahan plastik sehingga sangat ramah lingkungan.

#### 2. Kelemahan

##### a. Promosi yang masih belum intensif.

Promosi yang dilakukan UMKM Mendong dapat dikatakan belum intensif karena tidak begitu gencar melakukan promosi dan masih dalam tahap penyebaran brosur,

*leaflet* atau *booklet* serta *website*. Selain itu, promosi juga dilakukan dengan mengikuti pameran dan seminar serta *event* yang diselenggarakan UMKM.

b. Sumberdaya manusia terbilang rendah.

Rendahnya tingkat pendidikan yang dimiliki oleh para pengrajin tikar mendong membuat keterbatasan dalam hal berinovasi sehingga memerlukan pendampingan khusus untuk memberikan ide-ide baru yang kreatif dalam mengembangkannya kreasi tikar yang baru.

c. Permodalan dari dana pribadi.

UMKM Mendong merupakan usaha yang didirikan perorangan dan dimiliki perorangan. Jadi, modal dan segala sumber pendanaan berasal dari satu orang dan pemasukan dari paket-paket wisata yang ditawarkan oleh UMKM. Sampai saat ini belum ada kerjasama dari lembaga keuangan khusus untuk permodalan bagi UMKM Mendong.

d. Belum tersedianya tenaga administrasi.

Jalur laporan keuangan dikelola sendiri oleh para UMKM mendong secara sederhana. Hal tersebut dilakukan karena tidak adanya bagian administrasi dalam UMKM Mendong bahkan segala pencatatan pembukuan keuangan, daftar kunjungan, penerimaan dan pengeluaran bulanan pun dicatat secara manual. Hal ini yang menyebabkan UMKM Mendong tidak memiliki laporan keuangan yang jelas akan perkembangan keuangannya.

e. Produk UMKM yang kurang beragam.

Produk tikar mendong yang dihasilkan oleh UMKM mendong Desa Sukoanyar, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang dapat dikatakan kurang beragam, karena hanya terdiri dari dua warna saja. Hal ini disebabkan karena kurangnya kreativitas dari para pengrajin dalam memproduksi tikar mendong. Berbeda dengan pengrajin di daerah lain, mendong dapat dijadikan beragam produk lain seperti tas, sandal, dan lain-lain.

## Analisis Lingkungan Eksternal UMKM Mendong

Identifikasi lingkungan eksternal dilakukan dengan meninjau faktor-faktor yang terdapat di luar lingkungan UMKM Mendong yang dideskripsikan untuk mengetahui seberapa besar potensi yang dimiliki oleh masing-masing faktor eksternal UMKM Mendong.

Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi UMKM Mendong. Analisis tersebut dapat dilihat dari faktor-faktor eksternal UMKM. Berdasarkan identifikasi lingkungan eksternal UMKM Mendong, analisis lingkungan eksternal untuk mengetahui peluang dan ancaman UMKM adalah sebagai berikut:

### 1. Peluang

a. Adanya pelatihan dari pemerintah

Pemerintah memiliki peran penting dalam mengembangkan UMKM mendong. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para pengrajin mendong. Berdasarkan tingkat pendidikan dari responden, faktor pendidikan pengrajin yang tergolong masih rendah, memerlukan pelatihan dan pendampingan agar usahanya dapat berjalan lancar.

b. Pasokan bahan baku berlimpah

Bahan baku yang diperoleh para pengrajin mendong didapat dari para petani mendong yang berada di seluruh Kecamatan Wajak. Bahan, ada beberapa pengrajin mendong yang juga memiliki lahan budidaya mendong. Dari sini didapatkan bahwa, ketersediaan bahan baku sangat berlimpah dan mendukung untuk UMKM mendong.

c. Tawaran dari lembaga keuangan

Perkembangan UMKM Mendong dilirik oleh beberapa lembaga keuangan. Terbukti dengan adanya tawaran dari beberapa lembaga tersebut dalam penyediaan kredit. Tawaran

tersebut harusnya menjadi pertimbangan bagi pemilik dan pengelola UMKM mengingat usahanya semakin kedepan semakin membutuhkan modal yang besar untuk mempertahankan usaha selain dari modal pribadi pemilik UMKM.

## 2. Ancaman

### a. Akan tumbuh UMKM lain

Akan ada UMKM yang tumbuh dalam satu daerah seperti UMKM yang berbahan dasar mendong dengan produk lain yang akan dilakukan pesaing. Selain itu, kelompok-kelompok tani dapat melakukan kerjasama untuk mengembangkan potensi-potensi agribisnis mereka menjadi suatu UMKM. Bahkan suatu perkampungan yang mengusahakan komoditi pertanian yang khas dan menarik, akan sangat potensial jika dikembangkan sebagai kawasan UMKM.

### b. Konsumen memilih produk yang lain

UMKM pengganti merupakan UMKM yang dapat menggantikan fungsi saat ini dikembangkan dan dipasarkan oleh industri-industri. Banyak UMKM yang memanfaatkan kegiatan agribisnis dengan mewujudkan teknologi proses dan.

### c. Konsumen tidak merekomendasikan produk

Usaha UMKM bersifat jangka panjang dan hampir tidak memungkinkan sebagai usaha jangka pendek, untuk itu segala upaya perlu dilakukan dalam perspektif jangka panjang. Sekali konsumen mendapatkan kesan buruk atau tidak puas tentang produk mendong menyebabkan konsumen tidak merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk mendong tersebut.

## Analisis IFE (*Internal Factors Evaluation*)

Penentuan bobot analisis IFE (*Internal Factors Evaluation*) dilakukan dengan menggunakan matriks *urgensi*. Bobot diperoleh dengan membandingkan antara baris dan kolom dari masing-masing faktor internal UMKM kemudian dipilih faktor mana yang lebih *urgen* daripada faktor yang lain. Selanjutnya, bobot dijumlah dan dihitung pada tabel yang telah ditentukan.

Matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) dilakukan dengan menentukan total skor pada analisis lingkungan internal. Penentuan skor pada analisis lingkungan internal diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dan rating. Nilai rating ditentukan berdasarkan seberapa besar pengaruh faktor-faktor internal terhadap UMKM Mendong. Adapun hasil matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) dapat dilihat pada tabel 1.

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) (*Internal Factors Evaluation*), faktor strategis yang menjadi kekuatan terbesar dan paling berpengaruh bagi UMKM Mendong adalah Produk tiku mendong merupakan ramah lingkungan dengan skor sebesar 0,48. Sedangkan faktor strategis internal yang menjadi kelemahan terbesar dan paling berpengaruh bagi UMKM Mendong adalah permodalan dari dana pribadi dengan skor sebesar 0,36. Hasil analisis matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) untuk kekuatan dan kelemahan diperoleh total skor faktor internal sebesar 2,70. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan UMKM Mendong dalam hal mengatasi kelemahan dengan menggunakan kekuatan berada pada posisi rata-rata.

Tabel 1. Matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*)

No.	Faktor Internal Kunci	Bobot	Rating	Skor Bobot
	<b>Kekuatan (S)</b>	( $A_i$ )	( $B_i$ )=1,2,3,4	( $A_i \times B_i$ )
A.	Banyaknya jumlah pengrajin mendong	0,11	3	0,33
B.	Keahlian pengrajin dalam menganyam	0,12	3	0,36
C.	Kualitas tikar mendong yang bagus	0,09	2	0,18
D.	Harga yang ditawarkan murah	0,08	3	0,24
E.	Produk merupakan ramah lingkungan	0,12	4	0,48
<b>Total Skor Kekuatan</b>		<b>0,53</b>	<b>15</b>	<b>1,59</b>
	<b>Kelemahan (W)</b>			
A.	Promosi yang masih belum intensif	0,1	3	0,30
B.	Sumberdaya manusia pengrajin masih tergolong rendah	0,09	2	0,18
C.	Permodalan dari dana pribadi			
D.	Belum tersedianya tenaga administrasi	0,09	4	0,36
E.	Produk UMKM yang kurang beragam	0,08	2	0,16
		0,11	1	0,11
<b>Total Skor Kelemahan</b>		<b>0,47</b>	<b>12</b>	<b>1,11</b>
<b>Total Skor Faktor Internal</b>		<b>1,0</b>	<b>27</b>	<b>2,7</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

### Analisis EFE (*External Factors Evaluation*)

Penentuan bobot analisis EFE (*External Factors Evaluation*) dilakukan dengan menggunakan matriks *urgensi*. Bobot diperoleh dengan membandingkan antara baris dan kolom dari masing-masing faktor eksternal UMKM kemudian dipilih faktor mana yang lebih *urgen* daripada faktor yang lain. Selanjutnya, bobot dijumlah dan dihitung pada tabel yang telah ditentukan.

Matriks EFE (*External Factors Evaluation*) dilakukan dengan menentukan total skor pada analisis lingkungan eksternal. Penentuan skor pada analisis lingkungan eksternal diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dan rating. Nilai rating ditentukan berdasarkan seberapa besar pengaruh faktor-faktor eksternal terhadap UMKM Mendong.

Adapun hasil matriks EFE (*External Factors Evaluation*) dapat dilihat pada tabel 2.

Berdasarkan hasil perhitungan matriks EFE (*External Factors Evaluation*), faktor eksternal yang menjadi peluang terbesar bagi UMKM Mendong adalah pasokan bahan baku berlimpah dengan skor sebesar 1,00. Sedangkan faktor eksternal yang menjadi ancaman terbesar bagi UMKM Mendong adalah Konusmen memilih produk mendong yang lain dengan skor sebesar 0,20. Hasil analisis matriks EFE untuk peluang dan ancaman diperoleh total skor faktor eksternal sebesar 2,04. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan UMKM Mendong dalam merespon peluang untuk menghindari ancaman tergolong rata-rata.

Tabel 2. Matriks EFE (*External Factors Evaluation*)

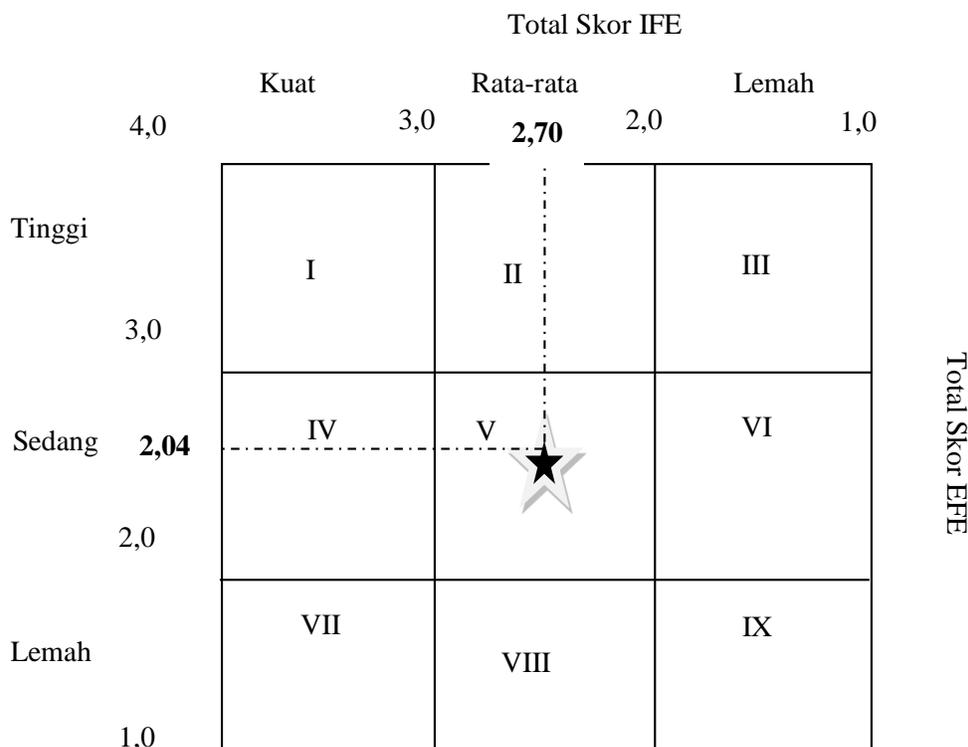
No.	Faktor Eksternal Kunci	Bobot	Rating	Skor Bobot
	<b>Peluang (O)</b>	(Ai)	(Bi)=1,2,3,4	(Ai x Bi)
A.	Pelatihan dari pemerintah	0,21	2	0,42
B.	Pasokan bahan baku berlimpah	0,25	4	1,00
C.	Tawaran dari Lembaga keuangan	0,16	1	0,16
<b>Total Skor Peluang</b>		<b>0,62</b>	<b>7</b>	<b>1,58</b>
	<b>Ancaman (T)</b>			
A.	Akan tumbuh UMKM lain	0,10	1	0,10
B.	Konsumen memilih produk mendong yang lain	0,20	1	0,20
C.	Konsumen tidak merekomendasikan produk ke orang lain	0,08	2	0,16
<b>Total Skor Ancaman</b>		<b>0,38</b>	<b>4</b>	<b>0,46</b>
<b>Total Skor Faktor Eksternal</b>		<b>1,00</b>	<b>11</b>	<b>2,04</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2023.

### Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Untuk mempermudah dalam memberikan pemilihan alternatif strategi, maka dibuat matriks internal-eksternal (I-E). Karena dari matriks I-E dapat diketahui posisi

perusahaan saat ini. Pemetaan posisi perusahaan sangat penting dalam pemilihan strategi yang akan diterapkan. Gambar analisis matriks internal-eksternal (I-E) dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini:



Gambar 1. Analisis matriks internal-eksternal (I-E)

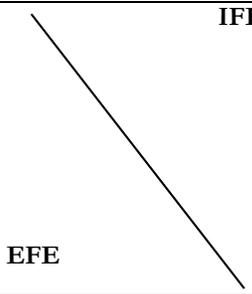
Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matriks IFE dan matriks EFE, maka dapat disusun matriks I-E. Total skor bobot IFE sebesar 2,56 dan EFE sebesar 2,30. Menempatkan UMKM Mendong berada pada sel V. Posisi ini menggambarkan UMKM Mendong dalam kondisi internal rata-rata dan respon perusahaan terhadap faktor-faktor eksternal yang dihadapinya tergolong sedang. Strategi yang dapat dilaksanakan adalah *growth and stability* atau strategi pertumbuhan dan stabilitas. Untuk divisi seperti ini strategi yang paling tepat adalah melaksanakan strategi intensif dan integrasi (David, 2002). Strategi intensif terdiri dari strategi penetrasi pasar (*Market Penetration*), Pengembangan Pasar (*Market Development*) dan Pengembangan

Produk (*Product Development*).

**Analisis Matriks SWOT**

Berbagai alternatif strategi dapat dirumuskan berdasarkan analisis matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*). Keunggulan dari matriks ini adalah mempermudah untuk memformulasikan strategi berdasarkan gabungan faktor internal dan eksternal. Empat strategi utama yang disarankan yaitu SO, WO, ST dan WT. Analisis ini menggunakan data yang telah diperoleh matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) dan EFE (*External Factors Evaluation*) sebelumnya. Hasil matriks analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) dapat dilihat pada tabel 3:

Tabel 3. Matriks SWOT

<p><b>IFE</b></p>  <p><b>EFE</b></p>	<p><b>Kekuatan (S)</b></p>	<p><b>Kelemahan (W)</b></p>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Banyaknya jumlah pengrajin mendong</li> <li>Keahlian pengrajin dalam menganyam</li> <li>Kualitas yang bagus</li> <li>Harga yang ditawarkan murah</li> <li>Produk merupakan ramah lingkungan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Promosi belum intensif</li> <li>Sumberdaya manusia masih tergolong rendah</li> <li>Permodalan dari dana pribadi</li> <li>Belum tersedianya tenaga administrasi</li> <li>Produk UMKM yang kurang beragam</li> </ol>
<p><b>Peluang (O)</b></p>	<p><b>Strategi SO</b></p>	<p><b>Strategi WO</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Adanya pelatihan dari pemerintah</li> <li>Pasokan bahan baku berlimpah</li> <li>Tawaran dari lembaga keuangan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Menciptakan dan mengorientasikan UMKM Mendong sebagai UMKM yang baru dengan mengoptimalkan potensi dan keunggulan yang dimiliki. <b>S1, S2, S5, O1, O2, O3.</b></li> <li>Memanfaatkan selera konsumen yang berbasis lingkungan dengan mengoptimalkan produk yang bernuansa alam. <b>S1, S3, S5,, O2, O3.</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan kegiatan promosi secara optimal dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. <b>W1, W5, O5.</b></li> <li>Meningkatkan kualitas Sumberdaya Manusia dengan pelatihan untuk meningkatkan kinerja serta mengaktifkan peran litbang. <b>W3, W4, W5, O2, O3.</b></li> <li>Bekerjasama dengan instansi terkait atau UMKM lain. <b>W5,O2,O3.</b></li> </ol>
<p><b>Ancaman (T)</b></p>	<p><b>Strategi ST</b></p>	<p><b>Strategi WT</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Akan tumbuh UMKM lain</li> <li>Konsumen memilih produk yang lain</li> <li>Konsumen tidak merekomendasikan produk ke orang lain</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Menciptakan citra baik dimata konsumen. <b>S2, S4, S5, T2, T3.</b></li> <li>Memanfaatkan kualitas produk UMKM mendong dan mempertahankan kualitasnya <b>S2, S4, S5, T1.</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pelatihan khusus untuk meningkatkan produktivitas karyawan. <b>W2, W4, W5, T3</b></li> <li>Mengikutsertakan UMKM pada pameran untuk mempromosikan tikar mendong agar lebih dikenal. <b>W1, W5, T2, T3,</b></li> </ol>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan hasil pada analisis matriks SWOT, maka dapat diperoleh empat alternatif strategi yang dapat diambil dalam pengembangan UMKM Mendong antara lain sebagai berikut:

a. Strategi SO

Strategi SO yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada, terdiri dari:

1. Menciptakan dan mengorientasikan UMKM Mendong sebagai UMKM yang baru dengan mengoptimalkan potensi dan keunggulan yang dimiliki (S1, S2, S5, O1, O2, O3).
2. Memanfaatkan selera konsumen yang berbasis lingkungan dengan mengoptimalkan produk yang bernuansa alam (S1, S3, S5, O2, O3).

b. Strategi WO

Strategi WO yaitu strategi yang memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada, terdiri dari:

1. Meningkatkan kegiatan promosi secara optimal dengan memanfaatkan perkembangan teknologi (W1, W5, O5).
2. Meningkatkan kualitas Sumberdaya Manusia dengan pelatihan untuk meningkatkan kinerja serta mengaktifkan peran litbang (W3, W4, W5, O2, O3).
3. Bekerjasama dengan instansi terkait atau UMKM lain (W5, O2, O3).

c. Strategi ST

Strategi ST yaitu strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, terdiri dari:

1. Menciptakan citra baik dimata konsumen untuk mengantisipasi adanya pemilihan produk lain (S2, S4, S5, T2, T3).
2. Memanfaatkan kualitas produk UMKM mendong dan mempertahankan kualitasnya (S2, S4, S5, T1).

d. Strategi WT

Strategi WT yaitu strategi meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman, terdiri dari:

1. Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dan manajemennya dengan pelatihan khusus untuk meningkatkan produktivitas karyawan (W2, W4, W5, T3).
2. Mengikutsertakan UMKM pada pameran untuk mempromosikan tikar mendong agar lebih dikenal (W1, W5, T2, T3).

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis matriks SWOT maka dapat diperoleh empat alternatif strategi yang dapat diambil dalam pengembangan UMKM Mendong antara lain sebagai berikut yaitu Strategi SO yakni dengan menciptakan dan mengorientasikan UMKM Mendong sebagai UMKM yang baru dengan mengoptimalkan potensi dan keunggulan yang dimiliki, WO Meningkatkan kegiatan promosi secara optimal dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan ST melalui menciptakan citra baik dimata konsumen untuk mengantisipasi adanya pemilihan produk lain serta WT dengan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dan manajemennya dengan pelatihan khusus untuk meningkatkan produktivitas karyawan

## Ucapan Terimakasih

Terimakasih diucapkan pada semua pihak yang telah membantu dalam terlaksananya penelitian.

## Daftar Pustaka

- Ariestyati, R.D. 2019. Analisis Pendapatan Dan Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Apel Di Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Astungkoro, R.M. 2010. Kebijakan dan Strategi Pemberdayaan UMKM di Provinsi DIY. Materi Diskusi, Diskusi Tengah Tahun 2010 Kerjasama FE UAJY dan ISEI Cabang Yogyakarta. Yogyakarta 29 Juni 2010.

- Bahtiar, S.A., Muayyad, A., Ulfaningtias, L., Anggara, J., Priscilla, C. & Miswar, M., 2016. Pemanfaatan Kompos Bonggol Pisang (*Musa Acuminata*) untuk Meningkatkan Pertumbuhan dan Kandungan Gula Tanaman Jagung Manis (*Zea Mays* L. *Saccharata*). *Agritop: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian (Journal of Agricultural Science)*, 14(1).
- Hanke, J.E. and Reitsch, A.G. 1998. *Business Forecasting. Sixth Edition.* London: Prentice-Hall International Ltd.
- Kountur, R. 2003. *Metode Penelitian untuk Penelitian Skripsi dan Tesis, Cetakan 1.* Jakarta: Penerbit PPM.
- Krisnadewara, P.D., dan Sri Susilo, Y. 2006. *Permasalahan Industri Kecil Pascagempa Bumi: Survei pada Beberapa Industri di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah.* *Kinerja*, Vol. 10, No. 2, hal. 162–171.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*, Edisi 3, Cetakan 1. Jakarta: Erlangga.
- Ningsih, I. M., Dwiastuti, R., & Suhartini. 2014. Analisis Efisiensi Ekonomis Usahatani Kedelai Dalam Rangka Mendukung Keanekaragaman Pangan (kasus di Desa Mlorah, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk). *Habitat*, 25(3).
- Priyatno, D. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS.* Yogyakarta:MediaKom
- Pickton, D.W., and Wright, S. 1998. *What's SWOT in Strategic Analysis?*, *Strategic Change*, 7 (1998), pp. 101–109.
- Rangkuti, F., (2002), *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cetakan III, PT. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.*
- Sekaran, U., and Bougie, R. 2010. *Research Method for Business: A Skill Building Approach, 5th Edition.* USA: John Wiley and Sons Inc.
- Singarimbun, M., dan Effendi, S., (Editor). 1989. *Metode Penelitian Survei, Edisi Revisi, Cetakan 1.* Jakarta: LP3ES.