

## ANALISIS SWOT UMKM ANUGRAH PRINTING

**Maria A. Dear P. Saraswati<sup>1</sup>, Fefriani<sup>2</sup>, Didimus Sada<sup>3</sup>, Iknasius Ramba Mukin<sup>4</sup>,  
Adolvina Kire Pationa<sup>5</sup>, Hainal Hasnah<sup>6</sup>**

[agneciadea@gmail.com](mailto:agneciadea@gmail.com)<sup>1</sup>, [fefriani999@gmail.com](mailto:fefriani999@gmail.com)<sup>2</sup>, [didimussada@gmail.com](mailto:didimussada@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[mukinangga612@gmail.com](mailto:mukinangga612@gmail.com)<sup>4</sup>, [adilvinakire@gmail.com](mailto:adilvinakire@gmail.com)<sup>5</sup>, [hainalhasnah@gmail.com](mailto:hainalhasnah@gmail.com)<sup>6</sup>

Universitas Nusa Nipa Maumere

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kondisi internal dan eksternal UMKM Anugrah Printing menggunakan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi langsung, serta dokumentasi di lokasi usaha. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Anugrah Printing memiliki beberapa keunggulan, seperti pelayanan yang cepat, harga yang kompetitif, dan lokasi usaha yang strategis. Namun demikian, usaha ini juga memiliki sejumlah kelemahan, antara lain keterbatasan peralatan dan kenaikan harga bahan baku. Peluang usaha muncul dari meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan percetakan, sedangkan ancaman datang dari persaingan bisnis dan perkembangan teknologi yang terus berubah. Berdasarkan hasil analisis, disusun strategi pengembangan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat daya saing Anugrah Printing.

**Kata Kunci:** SWOT, UMKM, Strategi Pengembangan, Percetakan.

### ABSTRACT

*This research aims to examine the internal and external conditions of Anugrah Printing, a micro, small, and medium enterprise (MSME) operating in the digital printing sector, by applying the SWOT analysis framework. Data collection was carried out through interviews with the business owner, field observations, and documentation. The findings indicate that Anugrah Printing has several strengths, such as prompt service, reasonable pricing, and a strategic business location. Nonetheless, the enterprise still encounters weaknesses, including limited equipment capacity and fluctuating costs of raw materials. Opportunities emerge from the rising demand for printing services and potential expansion, while threats originate from competitive market conditions and rapid technological advancements. Overall, the SWOT assessment suggests that Anugrah Printing needs to leverage its strengths, address its weaknesses, and make use of available opportunities to sustain competitiveness and support long-term business development.*

**Keywords:** SWOT Analysis, MSME, Business Strategy, Digital Printing.

### PENDAHULUAN

UMKM adalah salah satu sektor yang berperan besar dalam menggerakkan perekonomian, terutama dalam memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat. Salah satu contoh UMKM tersebut adalah Anugrah Printing, sebuah usaha percetakan yang menyediakan layanan seperti pencetakan dokumen, pembuatan spanduk, undangan, hingga desain grafis. Dengan pesatnya perkembangan teknologi serta meningkatnya kebutuhan konsumen, penting bagi UMKM ini untuk memahami kondisi internal maupun eksternal usahanya agar dapat menentukan strategi pengembangan yang tepat. (Tambunan, 2019; Sari & Mulyani, 2020) Untuk itu, analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi.

UMKM memiliki posisi strategis dalam perekonomian Indonesia karena tidak hanya membuka lapangan pekerjaan, tetapi juga mendukung peningkatan pendapatan masyarakat serta pemerataan ekonomi. Meski demikian, pelaku UMKM tidak terlepas dari berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, pemanfaatan teknologi yang belum optimal, kualitas SDM yang masih perlu ditingkatkan, serta persaingan yang semakin ketat baik dengan produk lokal maupun internasional. (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021; Widystuti

et al., 2020)

Agar mampu bertahan dan terus berkembang, UMKM memerlukan strategi yang jelas dan terarah. Salah satu pendekatan yang tepat untuk merumuskan strategi tersebut adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Melalui analisis ini, pelaku usaha dapat mengenali keunggulan dan kelemahan internal, sekaligus memahami peluang serta ancaman dari lingkungan luar. (Porter, 2008; Barney, 2020)

Dengan analisis SWOT, UMKM dapat mengetahui posisi bisnis secara lebih menyeluruh, memaksimalkan potensi yang dimiliki, dan meminimalkan risiko yang mungkin muncul. Sebagai contoh, memahami kekuatan seperti kualitas produk atau layanan tertentu akan membantu usaha menonjol di tengah persaingan. Karena itu, penerapan analisis SWOT bukan hanya mendukung penyusunan strategi bisnis, tetapi juga meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital dan globalisasi saat ini. Dengan demikian, pemahaman dan penerapan analisis SWOT menjadi langkah awal yang penting bagi UMKM dalam mengembangkan usaha secara lebih terarah dan berkelanjutan. (Andrews, 1980; Wheelen & Hunger, 2018).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkn)**

UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki peran besar dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM digolongkan sesuai dengan jumlah aset dan omzet tahunannya, dan umumnya memiliki karakteristik usaha berskala kecil dengan sistem pengelolaan yang relatif sederhana. Selain itu, UMKM dikenal memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi sehingga mampu beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan kondisi bisnis. Dalam penelitian ini, Anugrah Printing dikategorikan sebagai UMKM yang bergerak pada bidang jasa percetakan dan layanan digital printing. (BPS, 2022; Setyawan & Hariani, 2021)

### **Manajemen UMKM**

Manajemen dalam UMKM mencakup rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan untuk memastikan tujuan usaha tercapai secara efektif dan efisien (Hasibuan, 2018). Pada banyak UMKM, fungsi manajerial umumnya dijalankan langsung oleh pemilik, sehingga keputusan dapat diambil dengan cepat, meskipun sering kali belum didukung oleh perencanaan yang sistematis. Pengelolaan yang baik sangat diperlukan agar UMKM dapat tetap kompetitif serta mampu menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku, perkembangan teknologi, dan perubahan kebutuhan konsumen. (Robbins & Coulter, 2018; Griffin, 2016)

### **Konsep Wawancara dalam Penelitian**

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang bertujuan memperoleh informasi langsung dari pihak yang menjadi sumber data. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa wawancara adalah proses tanya jawab antara peneliti dan informan untuk menggali data secara lebih mendalam terkait topik penelitian. Teknik ini dapat dilakukan dengan format terstruktur, semi-terstruktur, maupun tidak terstruktur.

Pada penelitian tentang UMKM, wawancara digunakan untuk mengetahui kondisi operasional, strategi yang dijalankan, serta berbagai kendala dan peluang yang diidentifikasi oleh pemilik maupun karyawan. Data yang diperoleh melalui wawancara kemudian dianalisis untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai situasi usaha yang sedang diteliti. (Creswell, 2018; Moleong, 2017)

## **Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan salah satu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai empat aspek utama dalam sebuah usaha, yaitu Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Rangkuti (2015) menjelaskan bahwa pendekatan ini membantu mengidentifikasi faktor internal—berupa kekuatan dan kelemahan—serta faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman yang dapat memengaruhi keberlanjutan suatu bisnis.

Dalam penelitian terkait UMKM, penggunaan analisis SWOT menjadi sangat penting karena mampu memberikan arah strategi yang lebih jelas, meningkatkan daya saing, serta membantu merumuskan langkah pengembangan yang sesuai dengan kondisi pasar. Pada kasus Anugrah Printing, metode SWOT diterapkan untuk menilai situasi usaha berdasarkan temuan dari proses wawancara dan observasi. (David, 2017; Chernev, 2019)

## **Pengembangan Usaha**

Pengembangan usaha adalah upaya sistematis yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas, kualitas layanan, produktivitas, maupun jangkauan pasar. Menurut Kotler & Keller (2016), pengembangan usaha dapat dilakukan melalui inovasi produk, perluasan pasar, peningkatan kualitas pelayanan, dan pemanfaatan teknologi.

Dalam UMKM, strategi pengembangan sering disesuaikan dengan kemampuan modal, sumber daya manusia, serta kondisi lingkungan bisnis. Hasil analisis SWOT dapat menjadi acuan dalam menentukan strategi pengembangan yang tepat, sehingga usaha mampu beradaptasi dengan persaingan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. (Zimmerer & Scarborough, 2008; Hisrich et al., 2017).

## **Hubungan Wawancara dan Analisis SWOT dalam Penelitian UMKM**

Wawancara memberikan data primer yang sangat penting dalam penyusunan analisis SWOT. Melalui wawancara, peneliti dapat menggali informasi langsung terkait kondisi internal dan eksternal usaha, seperti proses produksi, layanan, modal, masalah operasional, hubungan pelanggan, serta tantangan kompetitif.

Data hasil wawancara kemudian dikategorikan ke dalam empat unsur SWOT. Dengan demikian, wawancara tidak hanya berfungsi sebagai pengumpul fakta, tetapi juga sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM. (Sekaran & Bougie, 2020; Yin, 2018).

## **METODOLOGI**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Creswell (2018)

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di UMKM Anugrah Printing.

### **3. Sumber Data**

Primer: Wawancara pemilik/karyawan dan observasi langsung.

Sekunder: Buku, artikel, dan sumber online.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Dilakukan dengan Wawancara, Observasi, Dokumentasi. Sugiyono (2019)

### **5. Analisis Data**

Data dianalisis menggunakan metode SWOT untuk menggambarkan kondisi internal dan eksternal usaha. Rangkuti (2015)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Hasil Wawancara (Naratif)**

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha percetakan, diketahui bahwa kekuatan utama usaha terletak pada pelayanan yang cepat, harga yang terjangkau, serta lokasi usaha yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh pelanggan. Selain itu, kualitas hasil cetakan yang baik menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepercayaan konsumen.

Namun, usaha ini masih menghadapi beberapa kelemahan, antara lain keterbatasan alat produksi, keterbatasan jumlah tenaga kerja, serta belum adanya inovasi layanan yang signifikan. Kenaikan harga bahan baku seperti kertas dan tinta juga turut mempengaruhi biaya produksi dan margin keuntungan usaha.

Dari sisi peluang, pemilik menyebutkan bahwa kebutuhan jasa percetakan terus meningkat, terutama dalam kegiatan pendidikan, usaha, dan instansi pemerintah. Peluang untuk menambah layanan seperti jasa desain grafis, pembuatan merchandise, serta pemesanan secara online juga terbuka lebar. Namun demikian, usaha ini menghadapi ancaman berupa persaingan usaha yang semakin ketat, perkembangan teknologi percetakan yang cepat, serta perubahan kebutuhan dan preferensi pelanggan. (Kotler & Armstrong, 2018; Wijaya, 2021)

### **b. Analisis SWOT**

#### **a. Strengths (Kekuatan)**

Kekuatan utama usaha percetakan ini adalah kecepatan pelayanan yang memudahkan pelanggan dalam menyelesaikan kebutuhan cetak tepat waktu. Harga yang relatif terjangkau menjadi daya tarik bagi pelanggan dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan pelaku UMKM. Lokasi usaha yang strategis memudahkan akses pelanggan, sementara kualitas hasil cetakan yang baik membuat pelanggan merasa puas dan bersedia melakukan pemesanan ulang. (Tjiptono, 2017; Prasetyo & Sutopo, 2020)

#### **c. Weaknesses (Kelemahan)**

Kelemahan usaha ini terletak pada keterbatasan alat produksi yang menyebabkan kapasitas cetak menjadi terbatas. Selain itu, jumlah sumber daya manusia yang sedikit menghambat pelayanan saat terjadi lonjakan pesanan. Layanan yang belum banyak inovasi juga membuat usaha ini kurang unggul dibandingkan kompetitor yang menawarkan layanan lebih beragam. Kenaikan harga bahan baku turut memengaruhi efisiensi operasional dan keuntungan usaha. (Umar, 2019; Salim & Susanto, 2021)

#### **d. Opportunities (Peluang)**

Peluang usaha ini cukup besar seiring meningkatnya kebutuhan jasa percetakan, khususnya untuk kebutuhan pendidikan, promosi usaha, dan kegiatan organisasi. Kesempatan untuk mengembangkan layanan baru seperti desain grafis, cetak merchandise (mug, kaos, gantungan kunci), serta pemesanan berbasis online dapat memperluas pangsa pasar. Selain itu, kerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta berpotensi meningkatkan volume pesanan dan stabilitas pendapatan. (Kotler & Keller, 2016; Nugroho, 2020)

#### **e. Threats (Ancaman)**

Ancaman utama berasal dari persaingan yang semakin ketat antar usaha percetakan baik skala kecil maupun besar. Perkembangan teknologi yang pesat menuntut usaha untuk terus melakukan pembaruan alat dan sistem kerja. Ketidakstabilan harga bahan baku juga berisiko menekan keuntungan, sementara perubahan kebutuhan pelanggan menuntut fleksibilitas dalam layanan dan inovasi produk. (Porter, 2008; Yusuf, 2021)

## 1. Matriks Strategi SWOT (Ringkasan)

Strategi	Rumusan Strategi
<b>SO</b>	Manfaatkan lokasi strategis untuk promosi layanan baru seperti desain grafis dan online order
<b>WO</b>	Mengembangkan SDM melalui pelatihan desain dan teknologi cetak
<b>ST</b>	Menjaga kualitas dan kecepatan pelayanan untuk menghadapi persaingan
<b>WT</b>	Efisiensi biaya produksi dan bertahap mengganti alat lama

(Wheelen & Hunger, 2018; Fred R. David, 2017)

## KESIMPULAN

Anugrah Printing memiliki potensi untuk berkembang karena didukung oleh kualitas layanan, harga bersaing, dan lokasi strategis. Namun, usaha ini perlu mengatasi kelemahan seperti keterbatasan alat dan SDM. Peluang di pasar percetakan sangat besar, tetapi ancaman seperti persaingan dan teknologi yang cepat berubah harus diantisipasi. Analisis SWOT menunjukkan bahwa pengembangan usaha dapat dilakukan melalui peningkatan layanan, pembaruan alat, dan diversifikasi produk. (Suryana, 2017; Sugiyono, 2018)

## Saran

1. Melakukan pembaruan peralatan secara bertahap.
2. Menambah layanan seperti desain grafis dan merchandise.
3. Mengelola bahan baku dengan lebih efisien.
4. Menambah atau melatih karyawan untuk meningkatkan produktivitas.
5. Meningkatkan upaya pemasaran lewat media sosial dan memperkuat kemitraan dengan instansi. Rahmawati & Putra, 2020; Wibowo, 2019)

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamat Percetakan Anugerah Sikka Nusa Tenggara Timur. (n.d.). Diakses dari <https://idalamat.com/alamat/508443/percetakan-anugerah-sikka-nusa-tenggara-timur>
- David, F. R. (2017). Strategic Management: Concepts and Cases (16th ed.). Pearson.
- Griffin, R. W. (2016). Management (12th ed.). Cengage Learning.
- Hasibuan, M. S. P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.
- Penerbit Litnus. (n.d.). Analisis SWOT. Diakses dari <https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/418/1/SWOT.pdf>
- Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Edisi Revisi). Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2019). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Suryana. (2017). Kewirausahaan: Kiat Sukses Menjadi Pengusaha (4th ed.). Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan. Ghalia Indonesia.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability (15th ed.). Pearson.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (6th ed.). Pearson.

## LAMPIRAN

