

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Trenggalek Berdasarkan Aspek Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Tantangannya” ini ditulis oleh Septi Trianingrum, NIM 17402163154, pembimbing bapak Syamsul Umam, S.H.I.,M.H.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh cita-cita Bupati Trenggalek bapak Moch. Nur Arifin yang ingin menjadikan Kabupaten Trenggalek sebagai kota kreatif dengan ciri khasnya sendiri. Untuk mewujudkan hal tersebut setiap usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) diharuskan untuk terus mengembangkan usahanya. Dalam mengembangkan dan membangun usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berkualitas diperlukan strategi-strategi yang tepat. Penelitian ini berfokus pada, bagaimana strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek, dan juga bagaimana strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berdasarkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangannya. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah, (1) untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Trenggalek, dan juga (2) untuk mengetahui aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi UMKM kreatif di Kabupaten Trenggalek

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan 3 informan, yaitu pemilik UMKM kreatif yang menjadi subjek penelitian. Data yang diperoleh kemudian diklasifikasikan berdasarkan aspek kekuatan,kelemahan, peluang, dan tantangan lalu dilakukan analisis strategi silang menggunakan Matrik SWOT guna menentukan strategi yang dapat digunakan.

Dari hasil analisis dengan Matrik SWOT diperoleh strategi antara lain, pelatihan kepada calon tenaga kerja, pembentukan tim dan perencanaan, inovasi produk, promosi yang menarik, dan membangun komunikasi dengan konsumen.

**Kata Kunci:** UMKM, Ekonomi Kreatif

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) Development Strategy Based on Creative Economy in Trenggalek Regency Based on Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Challenges Aspects" was written by Septi Trianingrum, NIM 17402163154, mentor Mr. Syamsul Umam, S.H.I., M.H.*

*This research was motivated by the aspirations of the Regent of Trenggalek, Mr. Moch. Nur Arifin who wants to make Trenggalek Regency a creative city with its own characteristics. To achieve this, every micro, small and medium enterprise (MSME) is required to continue to develop its business. In developing and building quality micro, small and medium enterprises (MSMEs), appropriate strategies are needed. This study focuses on, how the strategy for developing micro, small and medium enterprises (MSMEs) based on the creative economy in Trenggalek Regency, and also how the strategy for developing micro, small and medium enterprises (MSMEs) based on aspects of strengths, weaknesses, opportunities and the challenges. While the objectives of this research are, (1) to determine the strategy of developing MSMEs based on creative economy in Trenggalek Regency, and also (2) to find out aspects of strengths, weaknesses, opportunities, and challenges faced by creative SMEs in Trenggalek Regency.*

*This research method uses qualitative research methods with a descriptive approach. This study uses data collection techniques through observation, interviews, and documentation. This study uses 3 informants, namely the owners of creative SMEs who are the research subjects. The data obtained is then classified based on the aspects of strengths, weaknesses, opportunities, and challenges and then a cross strategy analysis is carried out using the SWOT Matrix to determine the strategies that can be used.*

*From the results of the analysis using the SWOT Matrix, strategies are obtained, including training for prospective workers, team formation and planning, product innovation, attractive promotions, and building communication with consumers.*

**Keywords:** *MSME, Creative Economy*