

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Metode SWOT Kemitraan dan Inovasi Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Roti Bakar Saidi di Bago Tulungagung” ini ditulis oleh Amirudin Firdaus, Nim 12402183446 dengan Pembimbing Dra Umy Zahroh, M.Kes., Ph.D

Kata kunci: SWOT, Kemitraan, Inovasi, UMKM, Daya Saing.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih sedikitnya pola kemitraan yang dilakukan pada usaha mikro kecil dan menengah dibidang kuliner roti bakar. Selain itu, UMKM Roti Bakar Saidi merupakan UMKM yang sukses dengan sistem kemitraan dengan membuka banyak cabang sampai keluar kota. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan analisis SWOT terhadap bisnis kemitraan kuliner roti bakar di UMKM Roti Bakar Saidi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan penelitian lapangan. Sumber data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi partisipasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis metode SWOT pada bisnis kemitraan kuliner di UMKM Roti bakar Saidi. Untuk mengetahui rekomendasi strategi yang diterapkan oleh UMKM Roti bakar Saidi dalam meningkatkan daya saing usaha.

Hasil dari penelitian ini adalah (1). Analisis SWOT : menggunakan tabel IFAS, EFAS dengan melakukan pembobotan mencari skor tertinggi, kemudian menganalisis hasil dengan matrik SWOT. Bisnis kemitraan bisnis kemitraan kuliner UMKM Roti bakar Saidi berada pada kuadran 1 dengan menerapkan strategi progresif. (2). Strategi yang direkomendasikan pada UMKM Roti bakar Saidi adalah strategi SO Strengths (kekuatan) dan Opportunities (peluang), yaitu menjaga kekuatan posisi pasar, menjaga loyalitas pelanggan, membuka cabang ekspansi ke wilayah baru, melayani konsumen di tempat maupun dari online (*Delivery*) dengan baik, mempertahankan serta mengembangkan inovasi produk roti bakar yang asli dibakar, menjaga *brand awaress* yang sudah terbangun, memperluas jaringan kemitraan, menjaga hubungan baik dengan mitra, dan mempertahankan bisnis kemitraan yang terstruktur dengan jaringan yang kuat.

ABSTRACT

This thesis, entitled "SWOT Method Analysis of Partnership and Innovation as an Effort to Improve Business Competitiveness in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs): A Case Study of Roti Bakar Saidi in Bago, Tulungagung", was written by Amirudin Firdaus, NIM 12402183446, under the supervision of Dra. Umy Zahroh, M.Kes., Ph.D.

Keywords: SWOT, Partnership, Innovation, MSMEs, Competitiveness.

This research is motivated by the limited implementation of partnership models in micro, small, and medium enterprises (MSMEs) operating in the grilled bread culinary sector. Roti Bakar Saidi stands out as a successful MSME that has implemented a partnership system and expanded its outlets beyond its original location. Therefore, the researcher is interested in conducting a SWOT analysis of the partnership-based culinary business model employed by Roti Bakar Saidi.

This study employs a qualitative approach through field research. The data sources include both primary and secondary data. Data collection techniques involve participant observation, in-depth interviews, and documentation. The objectives of this research are to analyze the application of the SWOT method in the partnership-based culinary business of Roti Bakar Saidi and to identify strategic recommendations to enhance the business's competitiveness.

The results of this study are as follows: (1) SWOT analysis was conducted using IFAS and EFAS tables by assigning weights to obtain the highest scores, followed by analysis through the SWOT matrix. The partnership business model of Roti Bakar Saidi is positioned in Quadrant I, indicating the use of an aggressive (progressive) strategy. (2) The strategy recommended to Roti Bakar Saidi is the SO (Strengths–Opportunities) strategy, which includes maintaining market position, ensuring customer loyalty, expanding outlets to new regions, providing excellent services both in-store and through online delivery, sustaining and developing product innovations (e.g., authentically grilled bread), maintaining established brand awareness, expanding the partnership network, nurturing good relationships with partners, and preserving a well-structured partnership system supported by a strong network.