

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan dunia usaha pada saat ini tampak semakin meningkat, hal ini menyebabkan manajemen setiap perusahaan mendapat tantangan untuk berusaha secara kompetitif. Perusahaan yang ingin berhasil memperoleh laba serta bertahan bertahun-tahun, tumbuh dan berkembang harus mampu mengelola usahanya dengan menggunakan manajemen yang baik.² Dalam menghadapi persaingan yang semakin pesat pemimpin perusahaan dituntut agar lebih cermat dan tepat dalam menentukan strategi dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. agar dapat memenangkan persaingan, sehingga pada akhirnya perusahaan dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Perusahaan, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), harus dikelola dengan sistem manajemen yang baik agar mampu meraih laba, mempertahankan eksistensi, serta tumbuh secara berkelanjutan.³ Dalam konteks ini, pemimpin usaha dituntut untuk lebih cermat dan tanggap dalam merumuskan strategi yang adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.⁴

Seiring dengan itu, penting untuk menyoroti posisi UMKM dalam peta perekonomian nasional yang tidak hanya menjadi pelaku usaha skala kecil, tetapi

² Handoko, T. Hani. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE, 2011, hlm. 3

³ Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014, hlm. 4–5.

⁴ Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015, hlm. 12

juga sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor.UMKM memegang peranan penting dalam struktur perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi nasional, tetapi juga memiliki kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, distribusi pendapatan, serta pengentasan kemiskinan. UMKM memiliki peran vital dalam menciptakan pemerataan pembangunan ekonomi dan menjadi solusi bagi pengangguran. Namun, keberlangsungan dan daya tahan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam mengelola usaha, mengakses permodalan, serta menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.⁵ Salah satu strategi penting yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk memperkuat posisinya adalah melalui pola kemitraan usaha. Kemitraan yang sehat dan terstruktur dapat membuka akses terhadap sumber daya yang lebih luas, termasuk permodalan, teknologi, jaringan distribusi.

Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM tidak cukup hanya melalui manajemen internal, tetapi juga perlu ditunjang oleh strategi eksternal seperti kemitraan usaha yang mampu memberikan nilai tambah. Kemitraan merupakan strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dengan jangka waktu tertentu. Eko Nurmianto dan Arman Hakim Nasution mengutip Lan lion mengatakan, bahwa kemitraan adalah suatu sikap menjalankan bisnis yang diberi ciri dengan hubungan jangka panjang, suatu kerjasama bertingkat tinggi, saling percaya dimana pemasok dan pelanggan berniaga satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama.⁶

⁵ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2009), hlm. 5

⁶ Eko Nurmianto, Arman Hakim Nasution, *Perumusan Strategi Kemitraan Menggunakan*

Kemitraan usaha merupakan suatu pola hubungan kerja sama antara pelaku usaha kecil dengan usaha menengah atau besar, yang dilandasi prinsip saling memerlukan, saling mempercayai, dan saling memperkuat.⁷ Dalam praktiknya, kemitraan tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga dapat berbentuk aliansi strategis jangka panjang yang mencakup aspek produksi, pemasaran, distribusi, dan pengembangan inovasi. Hal ini menjadi sangat penting, mengingat banyak UMKM yang belum mampu berkembang secara mandiri akibat keterbatasan akses terhadap sumber daya dan pasar.⁸

Lebih lanjut, kemitraan yang dirancang dengan baik dapat membantu pelaku UMKM menghadapi tantangan globalisasi dan era digitalisasi yang menuntut efisiensi, kualitas, dan inovasi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, membangun kemitraan yang sehat dan berkelanjutan menjadi salah satu pendekatan strategis dalam membangun struktur ekonomi kerakyatan yang tangguh dan inklusif.⁹

Salah satu pendekatan strategis yang dapat digunakan untuk mengevaluasi dan merancang pengembangan UMKM adalah melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT membantu pelaku usaha mengidentifikasi kekuatan internal dan kelemahan yang dimiliki, serta menelaah peluang dan ancaman eksternal yang dapat

Metode AHP Dan SWOT, Jurnal Teknik Industry Vol, 6, No, 1, Juni 2004, 3

⁷ Sumarni, *Kemitraan Usaha Kecil dan Menengah: Konsep dan Strategi*, Yogyakarta: BPFE, 2005, hlm. 23.

⁸ Eko Nurmianto & Arman Hakim Nasution, *Manajemen Kemitraan Strategis: Teori dan Aplikasi dalam Dunia Bisnis*, Yogyakarta: Deepublish, 2020, hlm. 65.

⁹ Kuncoro, Mudrajat, *Usaha Kecil di Indonesia: Profil, Masalah, dan Strategi Pemberdayaan*, Jakarta: Erlangga, 2007, hlm. 89.

mempengaruhi kelangsungan usahanya. Melalui pemetaan SWOT, UMKM dapat menyusun strategi bisnis yang lebih tepat sasaran, berbasis kondisi aktual usaha dan lingkungan sekitarnya.¹⁰

Di samping strategi internal, faktor eksternal seperti kemitraan usaha juga memegang peranan penting dalam penguatan UMKM. Kemitraan merupakan pola kerja sama antara UMKM dengan pihak lain baik sesama UMKM, perusahaan besar, lembaga keuangan, maupun pemerintah yang dilandasi prinsip saling membutuhkan dan saling menguntungkan. Dengan menjalin kemitraan, UMKM dapat memperoleh akses terhadap pasar, teknologi, pelatihan, dan pembiayaan yang sebelumnya sulit dijangkau secara mandiri.¹¹

Di sisi lain, keberhasilan penerapan strategi internal seperti SWOT akan semakin optimal jika didukung oleh kolaborasi eksternal berupa kemitraan yang saling menguntungkan. Kemitraan yang efektif akan lebih optimal jika disertai dengan inovasi yang berkelanjutan. Inovasi pada UMKM tidak selalu berarti teknologi tinggi, melainkan dapat berbentuk perubahan produk, layanan, proses bisnis, atau strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi merupakan kunci daya saing dan adaptasi UMKM terhadap dinamika konsumen dan perkembangan teknologi.¹² Melalui sinergi antara metode SWOT, kemitraan yang kuat, dan inovasi yang tepat, UMKM dapat mengembangkan usahanya

¹⁰ Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016, hlm. 19–21.

¹¹ Sumarni, *Kemitraan Usaha Kecil dan Menengah: Konsep dan Strategi*, Yogyakarta: BPFE, 2005, hlm. 23.

¹² Alma, Buchari, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, Bandung: Alfabeta, 2010, hlm. 101–102.

secara berkelanjutan dan inklusif.

Model kerjasama kemitraan UMKM Roti Bakar Saidi meliputi kerjasama pemodal dan penggerak usaha, dimana pemodal memberikan dana sejumlah tertentu yang ditentukan oleh penggerak usaha yang dipergunakan untuk penambahan outlet usaha dan untuk penyewaan lokasi atau tempat usaha serta keperluan belanja alat dan bahan untuk produksi roti bakar. Kejasama kemitraan antara para pemodal dan pemilik usaha UMKM Roti Bakar Saidi ditentukan dengan kesepakatan pembagian keuntungan yang sesuai dengan kesepakatan dalam surat perjanjian pembagian keuntungan yang ditanggung oleh pemilik UMKM Roti Bakar Saidi.

Selain kemitraan, inovasi menjadi kunci utama dalam menjaga keberlangsungan UMKM. Inovasi tidak selalu dalam bentuk teknologi canggih, tetapi dapat berupa modifikasi produk, peningkatan layanan, perubahan proses produksi, hingga strategi pemasaran yang sesuai dengan preferensi konsumen. Tanpa inovasi, UMKM berisiko tertinggal dan tidak mampu bersaing dalam pasar yang terus berubah.

Inovasi dalam usaha UMKM saat ini penting untuk dilakukan, mengingat persaingan usaha saat ini berlangsung sangat ketat. UMKM yang tidak berinovasi dengan beradaptasi dengan zaman kebanyakan akan mengalami kebangkrutan dan tidak bisa bertahan lama. UMKM Roti Bakar Saidi menyadari bahwa inovasi sangat penting untuk mendongkrak daya saing dan keuntungan. UMKM Roti Bakar Saidi melakukan beberapa inovasi yang tidak dimiliki usaha UMKM serupa, diantaranya seperti proses pembakaran roti yang dibakar langsung tidak di panggangan, variasi rasa isian roti yang beragam dan premium, memiliki produk sampingan roti bakar kering yang tahan lama jika disimpan, serta

melayani sistem antar dan lain sebagainya.¹³

Salah satu alat analisis strategis yang efektif untuk membantu UMKM dalam menyusun arah pengembangan bisnisnya adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Melalui analisis ini, pelaku UMKM dapat mengenali posisi internal dan eksternal usahanya, serta merumuskan strategi yang paling tepat sesuai dengan potensi dan tantangan yang dihadapi. Kombinasi antara strategi SWOT, kemitraan, dan inovasi dapat menjadi formula penting untuk mendorong keberhasilan UMKM secara berkelanjutan.¹⁴

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh suatu organisasi, bisnis, proyek, atau individu dalam mencapai tujuan tertentu. Penerapan analisis SWOT pada UMKM sangat bermanfaat untuk membantu pelaku usaha memahami posisi bisnis mereka saat ini serta merumuskan strategi yang tepat untuk berkembang.¹⁵

Analisis SWOT pada UMKM Roti Bakar Saidi dapat menjadi acuan untuk mengembangkan usaha dengan mengetahui bagaimana kekuatan atau keunggulan usaha dan produk, kelemahan produk, peluang usaha kedepan, dan ancaman persaingan dan lainnya. Dengan demikian analisis SWOT yang dilakukan penulis diharapkan dapat menjadi acuan kondisi usaha UMKM Roti Bakar Saidi dan membantu menentukan langkah usaha apa saja yang dilakukan untuk memajukan

¹³ Wawancara, Bapak Diaz (Owner Roti Bakar Saidi), pada tanggal 10 Juni 2025

¹⁴ Rangkuti, Freddy. *Teknik Membedah Kasus Bisnis: Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014, hlm. 18–21

¹⁵ Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014, hlm. 19–20

usaha UMKM Roti Bakar Saidi.

UMKM Roti Bakar Saidi di Bago, Tulungagung merupakan salah satu contoh nyata keberhasilan pelaku usaha mikro dalam mengembangkan bisnis melalui strategi kemitraan dan inovasi. Usaha ini tidak hanya tumbuh secara mandiri, tetapi mampu memperluas jangkauan usahanya melalui model kerja sama yang saling menguntungkan antara pemilik usaha dan pemodal. Pola kemitraan yang dijalankan melibatkan sistem pembagian keuntungan berdasarkan kesepakatan dalam surat perjanjian, di mana pemodal menyediakan dana yang digunakan untuk membuka outlet baru, menyewa lokasi usaha, serta memenuhi kebutuhan alat dan bahan produksi. Model ini tidak hanya memberikan peluang bagi masyarakat untuk turut serta menjadi bagian dari bisnis, tetapi juga menciptakan sistem pemberdayaan ekonomi berbasis kepercayaan dan kolaborasi.¹⁶

Lebih dari sekadar ekspansi jaringan, UMKM Roti Bakar Saidi juga menunjukkan kapasitas adaptif yang tinggi melalui penerapan inovasi dalam berbagai aspek usahanya. Inovasi yang dilakukan bersifat kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan pasar lokal. Misalnya, metode pembakaran roti yang dilakukan secara langsung (bukan di atas panggangan konvensional) memberikan cita rasa khas yang menjadi pembeda dengan produk sejenis. Selain itu, variasi isian roti yang beragam dan menggunakan bahan-bahan premium memperkuat daya tarik produk di mata konsumen. Produk sampingan berupa roti bakar kering yang tahan lama juga menunjukkan adanya diversifikasi produk untuk memperluas pasar dan meningkatkan omzet. Tidak kalah penting, layanan pesan-antar yang responsif menjadi bentuk inovasi dalam aspek layanan pelanggan, yang sangat relevan di

¹⁶ Wawancara, Bapak Diaz (Owner Roti Bakar Saidi), pada tanggal 10 Juni 2025

tengah meningkatnya permintaan konsumen akan kemudahan dan kecepatan layanan.¹⁷

Kombinasi antara pola kemitraan yang terstruktur dan inovasi yang berkelanjutan menjadikan UMKM Roti Bakar Saidi sebagai model bisnis lokal yang potensial untuk diteliti lebih dalam. Namun demikian, hingga saat ini belum banyak kajian akademik yang secara sistematis menganalisis strategi kemitraan dan inovasi yang dijalankan oleh UMKM seperti Roti Bakar Saidi, terutama menggunakan pendekatan analisis SWOT. Padahal, pemetaan atas kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari suatu usaha sangat penting untuk mengetahui posisi strategisnya dan merumuskan langkah pengembangan yang lebih terarah.

Penelitian terhadap UMKM Roti Bakar Saidi ini menjadi penting sebagai kontribusi ilmiah dalam pengembangan literatur mengenai strategi bisnis UMKM berbasis kemitraan dan inovasi. Kajian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan praktis bagi pelaku UMKM lainnya dalam mengembangkan usaha secara lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan pendekatan SWOT, penelitian ini akan mengungkap bagaimana sinergi antara faktor internal dan eksternal dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan daya saing di tengah ketatnya persaingan pasar kuliner saat ini.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian 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**”.

¹⁷ Wawancara, Bapak Diaz (Owner Roti Bakar Saidi), pada tanggal 15 Juni 2025

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Fokus penelitian ini diarahkan untuk mengkaji bagaimana analisis metode SWOT dapat digunakan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berkaitan dengan kemitraan dan inovasi pada UMKM Roti Bakar Saidi. Dengan memahami posisi strategis UMKM tersebut melalui pendekatan SWOT. Fokus utama tertuju pada bagaimana peran kemitraan usaha serta inovasi produk dan proses dapat mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Berdasarkan konteks dan fokus penelitian pada penelitian ini, maka dapat dijabarkan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Analisis metode SWOT pada kemitraan dan inovasi UMKM Roti bakar Saidi ?
2. Bagaimana rekomendasi strategi yang diterapkan oleh UMKM Roti bakar Saidi dalam upaya meningkatkan daya saing usaha?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Permasalahan diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui analisis metode SWOT pada Kemitraan dan inovasi UMKM Roti bakar Saidi.
2. Untuk mengetahui rekomendasi strategi yang diterapkan oleh UMKM Roti Bakar Saidi dalam upaya meningkatkan daya saing usaha.

D. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumber pengetahuan dari semua pihak yang ingin mengetahui dan mendalami ilmu mengenai metode SWOT Kemitraan dan inovasi untuk meningkatkan daya saing usaha UMKM.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah wawasan dan pengembangan keilmuan khususnya dibidang metode SWOT di jurusan Ekonomi Syariah UIN Satu Tulungagung. Serta diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian.

- b. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharap mampu memberikan masukan terhadap metode SWOT Kemitraan UMKM khususnya Karyawan dan pimpinan UMKM roti bakar Saidi.

- c. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh di bangku perkuliahan, menambah pengalaman

dan sarana latihan dalam memecahkan suatu masalah yang ada pada masyarakat sebelum terjun langsung pada dunia kerja sebenarnya, mendapatkan pengetahuan mengenai Metode SWOT Kemitraan dan inovasi untuk meningkatkan daya saing usaha.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Metode SWOT

Metode SWOT adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal suatu organisasi atau usaha melalui empat komponen utama, yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang tepat berdasarkan pemetaan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal.¹⁸

b. Kemitraan

Kemitraan adalah bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih yang didasari oleh prinsip saling memerlukan, saling mempercayai, dan saling menguntungkan, baik antara UMKM dengan sesama pelaku usaha, perusahaan besar, pemerintah,

¹⁸ Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016, hlm. 19.

maupun lembaga lain. Dalam konteks penelitian ini, kemitraan dimaknai sebagai strategi eksternal yang dilakukan UMKM untuk meningkatkan kapasitas usaha melalui dukungan akses pasar, teknologi, pelatihan, dan pendanaan.¹⁹

c. Inovasi

Inovasi adalah proses pembaruan atau pengembangan ide, produk, layanan, metode produksi, atau model bisnis yang bertujuan meningkatkan nilai dan daya saing usaha. Dalam lingkup UMKM, inovasi tidak selalu bersifat teknologi tinggi, tetapi mencakup perubahan yang relevan dengan kebutuhan pasar dan kemampuan usaha. Dalam penelitian ini, inovasi didefinisikan sebagai segala bentuk pembaruan yang dilakukan oleh UMKM untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis.²⁰

d. Daya saing

Daya saing adalah kemampuan suatu usaha dalam menciptakan nilai tambah melalui produk atau jasa yang berkualitas, sehingga dapat bersaing secara efektif di pasar lokal maupun global. Daya saing tidak hanya berkaitan dengan harga, tetapi juga dengan kecepatan pelayanan, kemampuan inovasi, serta pemanfaatan sumber daya secara efisien. Dalam konteks

¹⁹ Sumarni. *Kemitraan Usaha Kecil dan Menengah: Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: BPFE, 2005, hlm. 23.

²⁰ Alma, Buchari. *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta, 2010, hlm. 101

UMKM, daya saing mencerminkan kapasitas usaha untuk tumbuh, bertahan, dan beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi.²¹

2. Penegasan Operasional

a. Metode SWOT

Metode SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal UMKM Roti Bakar Saidi. Kekuatan dan kelemahan dianalisis sebagai faktor internal, seperti kualitas produk dan sistem kemitraan, sedangkan peluang dan ancaman mencerminkan faktor eksternal, seperti tren pasar dan persaingan. Hasil identifikasi SWOT digunakan untuk menyusun strategi pengembangan usaha melalui matriks SWOT, dengan fokus pada penguatan kemitraan dan inovasi sebagai upaya meningkatkan daya saing.

b. Kemitraan

Dalam penelitian ini, kemitraan dioperasionalkan sebagai bentuk kerja sama antara pemilik UMKM Roti Bakar Saidi dengan pihak lain, seperti investor, mitra outlet, atau pemasok, yang bertujuan mendukung pengembangan usaha. Kemitraan mencakup aspek pembagian peran, tanggung jawab, dan keuntungan yang saling menguntungkan. Fokus analisis diarahkan pada bagaimana pola kemitraan ini diterapkan dalam praktik operasional UMKM

²¹ Sukirno, Sadono. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010, hlm. 347

serta kontribusinya terhadap efisiensi, ekspansi, dan peningkatan daya saing usaha.

c. Inovasi

Dalam penelitian ini, inovasi dioperasionalkan sebagai upaya UMKM Roti Bakar Saidi dalam menciptakan dan menerapkan pembaruan pada produk, proses, maupun pelayanan guna meningkatkan nilai tambah dan daya saing usaha. Inovasi yang dimaksud mencakup pengembangan varian rasa, teknik pembakaran langsung, kemasan menarik, serta layanan pemesanan dan distribusi. Inovasi dianalisis berdasarkan sejauh mana pembaruan tersebut memberi dampak terhadap kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

d. Daya Saing

Dalam penelitian ini, daya saing dioperasionalkan sebagai kemampuan UMKM Roti Bakar Saidi untuk mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar melalui keunggulan produk, kualitas layanan, inovasi, dan efisiensi usaha. Daya saing diukur dari faktor-faktor seperti kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, pertumbuhan penjualan, serta keunggulan dibandingkan pesaing sejenis di wilayah yang sama. Fokus analisis diarahkan pada strategi dan faktor pendukung yang menjadikan usaha tetap kompetitif dalam jangka panjang