

RELEVANSI ANALISIS SWOT STRATEGI PENGUATAN UMKM DI ERA INDUSTRI 5.0

Mohamad Afrizal Miradji *¹
Ananda Cahya Adi Putra ²
Kurniaga Pratiwi ³

^{1,2,3} Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

*e-mail: afrizal@unipasby.ac.id¹, anandacahya055@gmail.com², kurniagapратиwi@gmail.com³

Abstrak

Revolusi Industri 5.0 merupakan sebuah kajian yang masih dalam tahap evaluasi serta diskusi, namun secara global merujuk pada peningkatan teknologi digital yang mengarah pada peningkatan otomatisasi dan digitalisasi di sektor perindustrian dan manufaktur.

Fokusnya adalah pada integrasi digitalisasi dan bakat serta keperluan peningkatan pengembangan sistem yang lebih responsif dalam lingkungan produksi.

Perkembangan digital akan sangat membantu UMKM untuk berkembang ke setiap daerah. Salah satunya adalah platform belanja yang saat ini beredar atau lebih dikenal dengan e-commerce. Ini adalah solusi tepat untuk platform pemasaran yang aman dan andal yang dapat mengubah psikologi pembelian konsumen ketika mereka bisa berbelanja tanpa harus jauh-jauh dan tinggal memegangnya.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan teknik yang biasa digunakan para pebisnis untuk menganalisis status strategis bisnis suatu perusahaan dengan cepat dan mudah. Berdasarkan analisis tersebut, para pelaku UMKM juga dapat menggunakannya untuk merumuskan strategi sebelum menjalankan usahanya.

Kata Kunci : Analisis Swot, UMKM, Industri 5.0

Abstract

The Industrial Revolution 5.0 is a concept that is still under evaluation and discussion, but generally refers to technological advances that lead to increased automation and digitalization in the industrial and manufacturing sectors.

The focus is on the integration of technology and talent and the need to develop more adaptive and responsive systems in the production environment.

Digital developments will greatly assist MSMEs to develop in every region. One of them is the shopping platform that is currently circulating or better known as e-commerce. This is the right solution for a safe and reliable marketing platform that can change the psychology of consumer purchasing when they can shop without having to go far and just hold it.

SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) is a technique commonly used by business people to analyze the strategic status of a company's business quickly and easily. Based on this analysis, MSME actors can also use it to formulate strategies before running their business.

Keywords: SWOT analysis, MSMEs, Industry 5.0

PENDAHULUAN

Sebuah teknologi dan digitalisasi bisa berupa akselerator untuk meningkatkan potensi usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM). Di Indonesia, usaha mikro kecil dan menengah merupakan sektor yang berdampak bagi perekonomian dan kemakmuran negara di masa depan.

Dimasa kini terdapat sekitar 62 juta UKM di Indonesia, dimana 98,75% (sekitar 61,5 juta) memerlukan dukungan untuk memperluas skala usahanya (Tirta & Prasanti, 2021).

Suatu bidang yang berubah seiring berkembangnya teknologi adalah departemen pemasaran. Ada sebuah perencanaan yang menggunakan media digital seperti website, media sosial, database, serta audio dan video digital untuk menjangkau peminat yang lebih luas.

Beberapa kendala bagi usaha kecil dan menengah diyakini menghambat ekspansi. Hal tersebut disebabkan kurangnya kreasi terhadap produk, teknologi dan daya tarik pasar (Indrawati, 2012). Ada berbagai macam tujuan pemasaran yang dapat dicapai dengan memakai media digital.

Hal ini mencakup membangun kesadaran merek-merek tertentu, dapat berkembangnya suatu prospek penjualan, dan berkembangnya layanan pelanggan untuk mendorong sikap customer yang positif (Misirlis & Vlachopoulou, 2018; Wood & Khan, 2016).

Oleh karena itu, penelitian ini membuktikan bahwa media digital merupakan alat penting bagi usaha kecil dan menengah untuk perkembangan suatu usahanya.

Misalnya, media sosial dapat meningkatkan keterpaparan bagi usaha kecil, memungkinkan mereka dapat memasarkan barang dan jasa mereka serta dapat mengembangkan kesadaran di kalangan customer. Selain itu, penting untuk membuat konten media sosial Anda menarik dan meningkatkan kesadaran merek. Sehingga media digital seperti sosmed adalah alat periklanan yang sangat potensial untuk menarik perhatian pada usaha kecil serta produk dan layanan mereka.

LANDASAN TEORI

Revolusi Industri 5.0 merupakan sebuah konsep yang masih tahap evaluasi dan diskusi, namun pada umumnya mengacu pada peningkatan teknologi yang mengarah pada otomatisasi dan digitalisasi yang lebih besar di sektor industri dan manufaktur. Hal ini merujuk pada integrasi teknologi digital dan sumber daya manusia serta keperluan untuk mengembangkan sistem yang lebih adaptif dan responsif dalam lingkungan produksi.

Revolusi Industri 5.0 akan lebih memfokuskan keselarasan antara teknologi canggih seperti AI, LoT, dan teknologi, serta bakat manusia untuk mengembangkan sistem produk yang lebih efisien, fleksibel, dan meningkatkan kebahagiaan.

Oleh karena itu, tujuannya adalah untuk membangun sistem produksi yang dapat beradaptasi dengan peminat pelanggan, lebih memfokuskan pada pengalaman customer, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam yang terbatas.

Secara keseluruhan, Revolusi Industri 5.0 membawa banyak dampak positif bagi industri, customer, pekerja, dan penduduk, termasuk peningkatan produktivitas, kualitas, dan keselamatan produksi, penciptaan lapangan kerja baru, dan pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan.

Manfaat Revolusi Industri 5.0 diharapkan lebih dari sekedar peningkatan produktivitas dan efisiensi terhadap biaya. Proses otomatis dapat mengefisiensi waktu kerja yang berulang, membebaskan pegawai untuk fokus pada tugas-tugas strategis dan menciptakan pekerjaan yang sangat terampil.

Berikut beberapa contoh manfaat lain dari Revolusi Industri 5.0.

1. Meningkatkan efisiensi dan produktivitas
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan
3. Meningkatkan fleksibilitas produksi
4. Meningkatkan keselamatan kerja
5. Meningkatkan keberlanjutan
6. Meningkatkan daya saing
7. Meningkatkan kualitas hidup

METODE

Studi ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif, yang menekankan melalui wawancara dengan pemilik dan karyawan suatu perusahaan. Metode penelitian ini menggunakan studi pada suatu dokumen, di mana dokumen ini dapat berupa tulisan, foto, atau beberapa karya monumental individu. Metode ini mendeskripsikan kenyataan yang ada pada perusahaan. Hasil wawancara yang dilakukan dengan dipetakan sesuai dengan kategorinya. Emtode ini juga mendeskripsikan kenyataan yang ada pada perusahaan menggunakan analisis SWOT. Obyek penelitian ini berdasarkan suatu UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Kecil Mikro dan Menengah adalah salah satu tiang ekonomi negara. Dimasa pandemi covid-19 UMKM mampu tetap bertahan guna menyongsong perekonomian yang sedang turun drastis. UMKM menjadi wajah baru yang memberikan dampak positif untuk mengubah kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang dikuasai dan dikelola secara pribadi maupun badan dengan peredaran bruto tertentu yang telah diatur dalam undang – undang.

Perkembangan digital sangat membantu pelaku UMKM untuk bisa menjangkau seluruh wilayah. Salah satunya dengan adanya platform belanja yang beredar sekarang yang lebih dikenal dengan e-commerce.

Hal tersebut menjadi solusi yang tepat sebagai wadah pemasaran yang pasti dan handal dan mampu mengubah mindset beli konsumen jika berbelanja tidak perlu jauh dan cukup dalam genggam.

Di era industri 5.0 menjadikan perubahan yang memberikan banyak kemudahan pada proses kemajuan dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Dengan peningkatan skill dan kemampuan yang memberikan dampak positif di masa yang akan datang.

Selain dari kekuatan yang dimiliki sebanding pula dengan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Dengan adanya tantangan yang beragam maka diperlukan strategi yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang timbul maupun yang akan datang. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan melakukan analisis SWOT.

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) adalah cara yang telah banyak digunakan oleh para pelaku bisnis untuk menganalisa secara cepat dan mudah tentang kondisi strategis bisnis perusahaan. Berdasarkan analisis tersebut pelaku UMKM dapat juga menggunakan hal tersebut untuk menyusun strategi sebelum menjalankan usahanya.

A. Strength (Kekuatan)

Kekuatan yang dimiliki oleh pelaku UMKM di era industri 5.0 adalah digitalisasinya yang dapat menjangkau seluruh konsumen dari jarak dekat mapupun jarak jauh sekalipun. Selain itu dengan disediakan platform dagang yang mampu menjadi wadah untuk berkembang dan bersaing para pelaku dagang UMKM. Jika dibandingkan dengan perekonomian di masa pasar tradisional maka sangat berbanding jauh. Dimasa pandemi covid-19 hingga masa pemulihan sekarang mindset konsumsi masyarakat sudah bergeser ke era digital, berawal karena keterbatasan akses menjadi kebiasaan yang menimbulkan banyak keuntungan bagi pelaku UMKM dimana sekarang masyarakat lebih memilih untuk berbelanja dari rumah tanpa harus melakukan mobilisasi.

B. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan yang memungkinkan untuk terjadi adalah dengan banyaknya pelaku UMKM yang menyebar di e-commerce maka sulit untuk menentukan peluang untuk meraih jumlah peminat yang mungkin hanya sekedar melihat produk maupun keinginan untuk membeli. Perbandingan harga juga menjadi salah satu kelemahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam pasar digital, karena kosumen dapat melihat dan membandingkan secara langsung harga barang yang dicari dari seluruh penjual di platform tersebut. Sehingga solusi yang mungkin bisa dilakukan oleh pelaku UMKM tersebut adalah melakukan survey harga pasar yang dapat digunakan untuk panutan range minimum harga yang akan ditampilkan sebelum diupload atau diiklankan.

C. Opportunity (Peluang)

Peluang yang didapatkan sebagai pelaku UMKM adalah efektivitas, efisiensi serta fleksibilitas kerja. Pelaku UMKM mampu untuk meraup untung yang besar tanpa adanya modal pemasaran yang besar. Hal tersebut dikarenakan digitalisasi mampu untuk mewujudkan kemudahan dalam hal pengiklanan dan pemasaran produk tanpa harus melakukan pameran atau pemberian produk Cuma – Cuma guna menarik konsumen. Selain itu dengan adanya digitalisasi / pasara digital membuat pelaku UMKM dapat menjual produknya sampai kelokasi terjauh tanpa harus bingung untuk biaya pengiriman barang.

D. Threat (Ancaman)

Ancaman yang dijumpai pelaku UMKM dipasar digital adalah banyaknya oknum yang memungkinkan untuk meniru atau melakukan pemalsuan produk yang mengatas namakan usaha, sehingga berdampak pada penilaian konsumen yang menurun dengan adanya isu tersebut. Selain dari hal tersebut banyaknya persaingan yang ketat dengan harga yang lebih rendah juga termasuk salah satu ancaman yang diterima.

Sebagai pelaku usaha UMKM, dengan dilakukannya terlebih dahulu analisis SWOT membuat pemula atau start up UMKM mampu mengetahui peluang dan resiko yang akan dihadapi di masa mendatang sehingga para startup mampu menemukan solusi untuk mengatasi resiko yang timbul.

KESIMPULAN

Usaha Kecil Mikro dan Menengah adalah salah satu tiang ekonomi negara. Dimasa pandemi covid-19 UMKM mampu tetap bertahan guna menyongsong perekonomian yang sedang turun drastis. UMKM menjadi wajah baru yang memberikan dampak positif untuk mengubah kesejahteraan masyarakat.

Mengacu pada peraturan perundang – undangan Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 UMKM dideskripsikan sebagai usaha produktif yang dikuasai dan dikelola secara pribadi maupun badan dengan peredaran bruto tertentu yang telah diatur dalam undang – undang.

Relevansi analisis SWOT terhadap UMKM sangat relevan karena dengan adanya analisis SWOT membuat startup UMKM mampu menyusun startegi yang tepat guna melangkah untuk mengembangkan dan meningkatkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

Siagian , Hendra Fridolin Ananda Sudater Siagian. (2023). Mengenal Revolusi Industri 5.0.

Maghfiroh, Meilinda Fitriani Nur Maghfiroh. (2022, Juli). Analisis SWOT untuk Digitalisasi Strategi Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Bambu. JATTEC, 1-11.