



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 2, No. 4, 2025

MISTER

**Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research**

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 2, No. 4, 2025

Pages: 4552-4561

Analisis Strategis Berbasis SWOT terhadap UMKM Dewi Songket
di Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar

Aisyah Febriani, Intan Denata, Shinta Ayu Wulandari, Nuzul Khaira,
Aditia Rahman

Universitas Negeri Padang

Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v2i4.3858>

How to Cite this Article

APA : Febriani, A., Intan Denata, Shinta Ayu Wulandari, Nuzul Khaira, & Aditia Rahman. (2025). Analisis Strategis Berbasis SWOT terhadap UMKM Dewi Songket di Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 2(4), 4552-4561. Retrieved from <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/article/view/3858>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



Analisis Strategis Berbasis SWOT terhadap UMKM Dewi Songket di Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar

Aisyah Febriani^{1*}, Intan Denata², Shinta Ayu Wulandari³, Nuzul Khaira⁴, Aditia Rahman⁵
Universitas Negeri Padang¹⁻⁵

*Email Korespondensi: aisyahfebriani290@gmail.com

Diterima: 07-10-2025

| Disetujui: 17-10-2025

| Diterbitkan: 19-10-2025

ABSTRACT

This study was carried out due to the absence of suitable management strategies for Dewi Songket Pandai Sikek MSMEs, resulting in the company's suboptimal development. Thus, an effective approach is required to grow the Dewi Songket Pandai Sikek company. This study is a qualitative descriptive analysis that emphasizes SWOT analysis to help the owners of Dewi Songket Pandai Sikek MSMEs enhance their business management. The methods for gathering data in this research included observation, interviews, and the examination of documents. This research employed a SWOT matrix, leading to the development of the W-T strategy, which is a method that leverages weaknesses as opportunities. The execution of this strategy involves providing training, hiring young individuals from Pandai Sikek, and creating new ideas for fashion products made from songket.

Keywords: MSMEs; Dewi Songket Pandai Sikek; SWOT analysis;

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena kurangnya strategi manajemen yang sesuai untuk UMKM Dewi Songket Pandai Sikek, yang mengakibatkan perkembangan perusahaan yang kurang optimal. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang efektif untuk mengembangkan perusahaan Dewi Songket Pandai Sikek. Penelitian ini merupakan analisis deskriptif kualitatif yang menekankan pada analisis SWOT untuk membantu pemilik UMKM Dewi Songket Pandai Sikek meningkatkan manajemen bisnis mereka. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan pemeriksaan dokumen. Penelitian ini menggunakan matriks SWOT, yang menghasilkan pengembangan strategi W-T, yaitu metode yang memanfaatkan kelemahan sebagai peluang. Pelaksanaan strategi ini melibatkan pemberian pelatihan, perekrutan individu muda dari Pandai Sikek, dan pengembangan ide-ide baru untuk produk fashion yang terbuat dari songket.

Katakunci: UMKM; Dewi Songket Pandai Sikek; analisis SWOT;

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki beragam suku, budaya, ras, dan pakaian adat Melayu yang menjadi ciri khas serta pembeda dari satu daerah ke daerah lainnya. Salah satunya adalah songket Pandai Sikek dari Nagari Pandai Sikek, Sumatera Barat. Songket ini merupakan kain tradisional khas yang dibuat dengan benang emas dan perak yang menunjukkan status sosial dan nilai estetika masyarakat Minangkabau (Yandri, 2015). Polanya dikategorikan menjadi dua jenis: cukie dan sungayang. (Putri et al., 2025).

Songket Pandai Sikek memiliki tiga motif utama: motif pohon pinang, motif biji bayam, dan motif tongkat anyaman (Putri et al., 2025). Warna utama kain ini adalah hitam, merah, dan kuning, yang masing-masing mewakili masyarakat asli, pemikir, dan akademisi (Amelia, 2023). Praktik menenun songket telah diwariskan dari generasi ke generasi, menjadi warisan budaya yang penting dalam komunitas (Saputra, 2018). Selain digunakan dalam acara adat dan sebagai pakaian pengantin, songket juga menjadi simbol kebanggaan dan identitas lokal masyarakat Pandai Sikek (Pratama & Syafrini, 2022).

UMKM Dewi Songket di Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, menjadi fokus analisis SWOT dalam laporan ini. Menurut Rangkuti (2019), analisis SWOT membantu mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) untuk merumuskan strategi pengembangan yang efektif. Pemahaman mendalam terhadap keempat elemen tersebut dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal maupun mancanegara (Amelia, 2023).

Seiring perkembangan zaman, songket tidak hanya digunakan oleh kalangan bangsawan atau adat saja, tetapi kini telah menjadi produk fashion modern yang bisa dijangkau oleh kaum milenial (Yandri, 2015). Produk turunan seperti tas, dompet, dan aksesoris berbahan songket turut dikembangkan untuk menarik minat pasar baru (Pratama & Syafrini, 2022). Hal ini menyebabkan persaingan usaha semakin tajam, sehingga pelaku usaha perlu memperhatikan mutu, harga, dan strategi pemasaran yang efektif agar dapat bertahan (Kotler & Keller, 2016).

Songket Pandai Sikek telah dipasarkan tidak hanya di wilayah Sumatera Barat, tetapi juga ke berbagai daerah seperti Riau, Bandung, dan Surabaya, bahkan hingga Malaysia (Putri et al., 2025). Tradisi pewarisan keterampilan menenun songket juga menjadi nilai sosial yang penting di masyarakat Pandai Sikek. Proses transfer pengetahuan dilakukan secara personal antara pemberi warisan dan penerima, tergantung kedekatan hubungan mereka. Jika tidak serumah atau tidak berkerabat, yang diwariskan hanya teknik motif saja (Yandri, 2015). Masyarakat meyakini bahwa pelanggaran terhadap larangan mewariskan teknik menenun ke luar komunitas dapat membawa musibah atau kerugian bagi pelakunya (Saputra, 2018).

Dalam konteks ekonomi, aktivitas pemasaran merupakan proses sosial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan dan bertukar nilai dengan orang lain (Kotler dan Keller, 2016). Oleh karena itu, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat (Amelia, 2023).

Dengan melihat fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa UMKM Dewi Songket Pandai Sikek menghadapi tantangan besar dalam menjaga kelestarian budaya sekaligus meningkatkan daya saing usaha di tengah perubahan pasar dan selera konsumen. Oleh karena itu, analisis SWOT diperlukan untuk merumuskan strategi pengembangan yang efektif, agar UMKM ini mampu tumbuh berkelanjutan, memperkuat identitas budaya lokal, dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi masyarakat Pandai Sikek.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada sebuah usaha UKM Songket dari Dewi Songket yang berada di Nagari Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar. Peneliti tertarik untuk memilih analisis SWOT pada UKM songket, karena selain terlihat mewah produk songket juga memiliki proses pembuatan yang seluruhnya memerlukan keahlian khusus. Penelitian yang dilaksanakan pada tanggal 13 November 2023 berlokasi di toko atau galeri Dewi Songket itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk analisis. Metode pengumpulan data meliputi wawancara dengan individu-individu penting, seperti pemilik usaha dan pelanggan, serta melakukan observasi yang menghasilkan informasi deskriptif, baik yang dicatat secara tertulis maupun yang dikumpulkan langsung dari orang-orang atau perilaku mereka sebagai konsumen. Penelitian ini juga akan melakukan analisis SWOT terhadap usaha Dewi Songket, yang akan digunakan untuk pengolahan data dan pengembangan strategi. Peneliti tidak terlibat dalam proses produksi; sebaliknya, mereka bertindak sebagai pengamat netral yang melakukan pengamatan non-partisipatif. Metode ini dipilih agar peneliti dapat lebih fokus pada pemeriksaan subjek, sehingga menjamin keakuratan hasil yang diperoleh.

Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan teknik purposive sampling, dimana responden akan dipilih berdasarkan kriteria tertentu dalam unit sebuah usaha misalnya seperti owner atau pemilik dan konsumen. Adapun unit yang diobservasi oleh peneliti adalah situasi dan kondisi toko UMKM Dewi Songket mulai dari toko buka hingga beberapa waktu kemudian. Terdapat tiga teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nama usaha yang diakui oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah Dewi Songket Pandai Sikek, yang berlokasi di Pandai Sikek, Sepuluh Koto, dalam Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat, Indonesia, dengan kode pos 27151. Usaha ini mulai beroperasi pada tahun 2012. Usaha mikro dan kecil ini dikelola oleh Ibu Dewi, dengan bantuan suaminya. Strategi kelangsungan usaha Dewi Songket Pandai Sikek, yang dianalisis melalui analisis SWOT, merupakan kerangka kerja untuk peningkatan UMKM yang mencakup faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT berfungsi sebagai metodologi untuk pengembangan UMKM, yang melibatkan variabel internal dan eksternal. Faktor internal (Fatmawati, 2020) meliputi:

- a. Manajemen
Manajemen adalah sebagai proses berulang yang digunakan untuk membantu tim mencapai tujuan organisasional mereka.
- b. Pemasaran
Pemasaran adalah proses memenuhi kebutuhan konsumen akan produk-produk yang diperlukan dalam kegiatan ekonomi.
- c. Keuangan
Keuangan adalah pemahaman tentang manajemen keuangan yang memengaruhi efektivitas individu dan perusahaan.
- d. Produksi dan inovasi
Produksi yaitu tindakan yang diambil untuk meningkatkan dan menambah nilai suatu produk guna memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Fatmawati (2020), terdapat faktor eksternal dalam analisis SWOT antara lain yaitu:

- a. Ekonomi
Ekonomi adalah sebuah disiplin ilmu yang mempelajari tindakan manusia yang terkait dengan penciptaan suatu produk, promosi produk tersebut, serta konsumsi barang dan jasa yang dihasilkan.
- b. Sosial, Budaya dan Lingkungan

Sosial yaitu cara orang berinteraksi satu sama lain dan membangun komunikasi, sementara budaya mewakili cara hidup yang berkembang seiring waktu dan dibagikan di antara suatu kelompok, yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

c. Teknologi

Teknologi memiliki pengaruh yang besar terhadap pemasaran, terutama melalui penggunaan media sosial untuk meluncurkan produk. Dampak iklan di media sosial adalah bahwa bidang pemasaran menjadi lebih luas.

d. Kompetitif

Kompetitif yaitu kemampuan suatu organisasi untuk mengembangkan strategi yang menempatkan mereka dalam posisi yang menguntungkan.

Secara bersamaan, seperti yang dijelaskan oleh Rangkuti (2018), SWOT berkaitan dengan aspek internal yang diwakili oleh Kekuatan dan Kelemahan, serta faktor eksternal yang diwakili oleh Peluang dan Ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Analisis SWOT mengevaluasi faktor eksternal seperti Peluang dan Ancaman, serta komponen internal, yaitu Kekuatan dan Kelemahan. Analisis SWOT terdiri dari mengidentifikasi faktor-faktor yang membantu dalam merumuskan strategi bisnis. Analisis ini terutama bergantung pada pola pikir yang menonjolkan kekuatan dan peluang sambil mengurangi kelemahan dan ancaman. Akibatnya, pengambilan keputusan strategis akan mempertimbangkan faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal, yang mencakup peluang dan ancaman. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penilaian SWOT secara cermat.

Analisis SWOT adalah alat analitis yang paling tahan lama dan paling sering digunakan oleh perusahaan untuk melakukan penilaian situasi dalam pengembangan strategi. SWOT mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan berkaitan dengan kemampuan untuk bersaing secara efektif dan berkembang secara kokoh. Kelemahan adalah kekurangan yang dapat menghalangi operasional bisnis yang lancar. Kekuatan dan kelemahan umumnya berasal dari internal. Peluang menawarkan kondisi yang menguntungkan untuk pengembangan. Di sisi lain, ancaman dapat menimbulkan masalah bagi bisnis, berpotensi melemahkan kekuatan, memperbesar kelemahan, dan membatasi peluang. Peluang dan tantangan muncul dari lingkungan eksternal (Siregar, 2020).

Berikut ini merupakan alternatif strategi yang tersusun berdasarkan kondisi UMKM di Dewi Songket Pandai Sikek yang berlokasi di Nagari Pandai Sikek, Kabupaten Tanah Datar melalui sajian tabel analisis SWOT meliputi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Faktor Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	Penenun dan karyawan merupakan keturunan asli dari Pandai Sikek untuk menjaga keaslian karya tenunnya	Kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang handal Keterbatasan modal untuk mengadakan event dan promosi
Faktor Eksternal	Brand telah memiliki nama besar di pasar penjualannya, juga terkenal sebagai songket yang berkualitas tinggi dan dikenal karena perbuatannya 100% <i>handmade</i> .	Kurangnya promosi dan jangkauan pemasaran. Produk yang dihasilkan bersifat musiman.

	Hubungan owner dengan customernya berjalan dengan baik, baik yang berada di Indonesia maupun yang berada di mancanegara.	Saat permintaan sedang tinggi, tenaga kerja yang tersedia kurang, namun saat permintaan sedang menurun banyak tenaga kerja yang menganggur.
Opportunities (O)	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
- Meningkatnya kondisi perekonomian masyarakat - Melestarikan budaya dan ciri khas dari daerah Pandai Sikek - Membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar - Pengenalan budaya hingga ke mancanegara	Memanfaatkan sumber daya manusia yang berasal dari masyarakat asli dapat menjadikan produk terjaga kualitasnya dan tetap menjadi produk unggulan yang menunjukkan ciri khasnya.	Kondisi perekonomian masyarakat di sekitar menjadi lebih meningkat. Ciri khas dan keaslian budaya bertahan dari generasi ke generasi.
Threats (T)	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
- Munculnya pesaing dengan mutu produk baik dan daya jangkau pemasaran luas, - Kurangnya modal untuk meningkatkan produksi dan pemasaran karena perusahaan masih kepemilikan pribadi dan tidak ada sponsor dari pemerintah daerah setempat - Kurangnya manajemen perusahaan - Kurangnya bimbingan dan pembinaan usaha intensif dari pemerintah daerah	Terjaminnya kualitas produk yang dihasilkan karena cara pembuatan yang masih <i>handmade</i> 100%. Ketika permintaan sedang banyak, namun tidak memiliki tenaga kerja yang cukup, dapat meminta bantuan kepada usaha songket lainnya.	Menjaga keutuhan budaya dan menghindari adanya pesaing baru yang membuka usaha yang sama. Membuka pelatihan-pelatihan yang dapat mengarah ke usaha kecil dan menengah dengan menentukan syarat untuk menanam modal dengan nominal tertentu. Menciptakan inovasi baru dalam mengolah produk songket menjadi berbagai produk fashion kekinian seperti pakaian yang divariasikan dengan kain songket, tas, dan dompet.

Adapun penjelasan analisis strategi bertahan UMKM Dewi Songket Pandai Sikek Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar melalui analisis SWOT adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan (Strength)

UMKM Dewi Songket Pandai Sikek ini memiliki hasil karya tenun songket yang berkualitas tinggi, oleh-oleh khas dari Pandai Sikek dan bernilai jual lebih karena pembuatannya yang mengedepankan kualitas yang bagus, sehingga tenun yang dihasilkan dibuat menggunakan 100% hasil karya tangan (*handmade*) dan tidak menggunakan mesin yang modern. Sehingga songket yang dihasilkannya, cukup dilirik terutama oleh kalangan menengah keatas, hingga para petinggi dan pejabat. Hal inilah yang membuat kenaikan permintaan pun akan meningkat karena adanya promosi antar kalangan para petinggi dan pejabat tersebut. Faktor

kekuatan lain yaitu hubungan *owner* dengan para pengrajin lain pun berjalan dengan baik, sehingga *owner* sendiri pun tidak merasa adanya persaingan antara karya nya dengan pengrajin lain di pasar penjualan.

Elemen lain yang memperkuat keunggulan ini adalah ketersediaan tenaga kerja lokal dan tradisi menjaga keaslian para penenun, yang secara eksklusif direkrut dari komunitas sekitar. Tujuan dari hal ini adalah untuk memastikan bahwa komunitas dan pemuda di wilayah tersebut dapat menjaga budayanya tanpa gangguan dari pengaruh luar. Siagian (2003) mencatat bahwa dalam usaha kecil, karyawan seringkali terdiri dari anggota keluarga. Tenaga kerja keluarga merupakan bentuk tenaga kerja yang paling krusial. Di Dewi Songket MSMEs, selain anggota keluarga, karyawan juga berasal dari komunitas lokal. Pendekatan ini tidak hanya mempermudah proses perekrutan karyawan bagi perusahaan, tetapi juga memberikan kesempatan bagi komunitas lokal untuk mendapatkan pekerjaan dan berkontribusi dalam pelestarian tradisi kain songket.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Faktor yang menjadi kelemahan UMKM Dewi Songket diantaranya adalah kurangnya tenaga kerja yang memiliki keinginan untuk mempelajari produksi songket yang dimiliki. Hal ini disebabkan karena masyarakat sekitar yang generasinya sudah menurun. Banyak anak muda yang merantau dan tidak tertarik untuk pandai menenun songket. Sementara para penenun disana tetap mempertahankan budaya yang hanya menerima tenaga kerjanya yang berasal dari daerah sekitar. Fenomena ini sejalan dengan temuan Hardimanto et al., (2025) yang menjelaskan bahwa tingkat penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM sangat dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan sosial, termasuk minimnya minat kerja lokal dan pergeseran generasi. Keterbatasan tenaga kerja ini berdampak pada menurunnya produktivitas serta lambatnya regenerasi pengrajin songket di daerah Pandai Sikek.

Tingkat modal yang tersedia juga mempengaruhi perkembangan bisnis. Semakin besar modal yang dimiliki, semakin luas pula pertumbuhan bisnis yang dapat dicapai. Modal juga memiliki hubungan yang erat dengan teknologi yang akan digunakan. Semakin canggih teknologi yang diterapkan, semakin besar pula modal yang dibutuhkan. Salah satu faktor yang menyebabkan keterbatasan modal pada UMKM Dewi Songket adalah kurangnya dukungan dan perhatian dari pemerintah daerah. Usaha ini sepenuhnya bergantung pada pendanaan untuk menyelenggarakan acara bekerja sama dengan para pengrajin lokal. Rambe et al., (2024) menyoroti bahwa modal kerja yang memadai memainkan peran krusial dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha kecil. Ketidakhadiran dukungan finansial dari pemerintah daerah telah membuat Dewi Songket MSMEs bergantung pada dana pribadi dan kolaborasi antar penenun untuk menyelenggarakan acara promosi atau pameran.

Batasan lain adalah bahwa produk-produk tersebut bersifat musiman dan hanya digunakan pada acara-acara tertentu, seperti pertemuan formal dan perayaan. Selain itu, promosi yang dilakukan masih belum ideal, karena hanya dilakukan di sejumlah platform media sosial yang terbatas dan mengikuti algoritma yang sedang populer saat ini cukup menantang. Kegiatan promosi dilakukan untuk memperkenalkan dan meyakinkan konsumen, menarik perhatian mereka langsung ke produk yang diproduksi. Promosi berfungsi sebagai metode yang efektif untuk menarik konsumen di pasar dan meluncurkan produk baru. Promosi yang dilakukan oleh UMKM Dewi Songket saat ini masih bergantung pada mulut ke mulut dan media sosial. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan upaya promosi yang dilakukan. Studi yang dilakukan oleh Putri et al.,(2023) menunjukkan bahwa penggunaan e-promosi sangat efektif dalam meningkatkan penjualan produk songket di Kecamatan IV Koto; namun, banyak operator UMKM belum memanfaatkannya secara optimal. Hasil serupa juga didokumentasikan oleh Irwansyah dan rekan-rekannya. Pada tahun 2024, teramati bahwa keterbatasan keterampilan karyawan dalam memanfaatkan media digital secara signifikan menghambat pertumbuhan pasar produk tenun.

Tingkat permintaan barang juga tidak menentu karena barang yang diproduksi pun merupakan barang musiman dan hanya digunakan pada acara-acara formal tertentu, seperti pada acara pesta maupun acara resmi lainnya. Hal ini mempengaruhi tingkat produksi yang dihasilkan. Kendala yang sering terjadi terkait masalah ini ialah saat tingginya permintaan pasar untuk produksi, tenaga kerja yang tersedia hanya sedikit. Sedangkan saat permintaan sedang menurun, banyak tenaga kerja yang menganggur.

c. Peluang (*Opportunities*)

Karena produk ini cukup terkenal di kalangan masyarakat, terutama di Minangkabau, salah satu UMKM songket di Pandai Sikek ini menjadi lahan bagi para masyarakat terutama yang memiliki keahlian dalam pembuatan songket untuk bekerja di perusahaannya. Barang yang diproduksi juga merupakan barang yang unik dan bernilai jual tinggi serta mengandung nilai budaya dan adat di dalamnya. Motif dan teknik

produksi juga memiliki makna tertentu, sehingga hal inilah yang menjadi tujuan utama bagi owner untuk mempertahankan ciri khas dari songket yang diciptakannya. Terutama songket ini membawa nama daerahnya hingga dikenal ke mancanegara. Hubungan baik antara owner dengan konsumennya yang terjalin dengan baik, menjadikan konsumen yang merantau ke luar negeri salah satunya di Australia tertarik untuk melakukan promosi songket UMKM ini di negara sana. Ini menjadi peluang untuk budaya dan usahanya lebih dikenal luas hingga ke mancanegara.

d. Ancaman (Threats)

Persaingan antarperusahaan dalam suatu industri terjadi ketika mereka bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar melalui strategi seperti menurunkan harga, meluncurkan produk baru, dan terlibat dalam persaingan iklan (Pearce dan Robinson, 2003). Kedatangan pesaing dapat mempengaruhi penjualan dan jumlah total pelanggan. Jika konsumen menganggap produk pesaing memiliki kualitas yang lebih baik dan lebih mudah didapatkan, mereka cenderung beralih ke penawaran pesaing tersebut dengan mudah.

Faktor lain yang menjadi ancaman bagi UMKM Dewi Songket adalah modal yang dibutuhkan lebih besar dibandingkan modal yang tersedia. Hal ini dikarenakan owner masih *menghandle* sendiri usahanya tanpa bantuan dari pihak manapun termasuk pihak pemerintah daerah. Sehingga biaya produksi, promosi dan pemasaran masih berasal dari kantong pribadi.

Organisasi ini menunjukkan praktik manajemen yang tidak memadai. Tanpa manajemen yang efektif, organisasi tidak dapat mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan. Selain itu, manajemen dalam suatu perusahaan bertanggung jawab untuk mengoordinasikan tugas dan tanggung jawab setiap karyawan. Tentu saja! Untuk membantu Anda secara efektif, silakan berikan teks yang ingin Anda ubah. Terry (1997) menggambarkan manajemen dalam suatu perusahaan sebagai proses spesifik yang meliputi pengorganisasian, perencanaan, pengarahan, dan pengendalian, dengan tujuan untuk mewujudkan visi, misi, atau tujuan utama perusahaan, yang memerlukan partisipasi sumber daya manusia. Di Dewi Songket MSME, manajemen masih ditangani langsung oleh pemilik, yang mengakibatkan hasil yang kurang optimal dalam hal peningkatan kualitas perusahaan.

Faktor risiko lainnya adalah bahwa usaha ini tidak mendapatkan bantuan yang memadai dari pemerintah daerah. Pemerintah daerah tidak memberikan dukungan yang cukup bagi para penenun songket lokal untuk mengembangkan usaha mereka secara efektif. Hal ini dapat mempengaruhi stabilitas kinerja perusahaan di masa depan. Para produsen memang telah berusaha menerapkan strategi yang bertujuan untuk mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mereka. Selain mengidentifikasi strategi yang tepat dan terstruktur dengan baik, setiap pelaku usaha juga harus mempertimbangkan risiko yang ada saat ini. Pada kenyataannya, jarang sekali usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi bisnis mereka. Analisis SWOT dapat dijelaskan sebagai alat yang digunakan untuk mengembangkan strategi dan mengelola operasional dalam suatu bisnis atau organisasi.

Pendekatan yang diperoleh dari analisis SWOT disajikan dalam tabel di atas. Pendekatan-pendekatan ini bertujuan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia dengan memanfaatkan kekuatan yang ada, sambil mengurangi kelemahan dan mengatasi ancaman. Dalam melaksanakan strategi-strategi ini, peserta harus melibatkan pemangku kepentingan yang relevan, termasuk masyarakat umum atau entitas pemerintah. Melalui implementasi strategi-strategi ini, diharapkan individu yang terlibat dalam sektor bisnis dapat meningkatkan operasional mereka.

Dari paparan matriks SWOT dapat dirumuskan strategi S-O (Menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang) yang dapat direkomendasikan yaitu *pertama*, dengan meningkatkan minat pemuda-pemudi berada di Pandai Sikek untuk mempelajari dan mengembangkan keterampilan dalam pembuatan songket. Hal ini dilakukan agar produk songket tetap dilestarikan dan dipromosikan dari anak nagari pencipta songket. *Kedua*, dengan produsen yang memiliki hubungan yang baik dengan konsumen maka peneliti menyarankan agar produsen dapat memanfaatkan hubungan baik tersebut untuk berbagi mengenai informasi peminat produk songket di daerah konsumen. *Ketiga*, songket Dewi Pandai Sikek yang sudah dikenal sebagai produsen dengan kualitas tinggi dan pembuatan yang seratus persen *handmade* dapat menjadi sebuah branding yang maju dalam meningkatkan promosi.

Berdasarkan matriks SWOT dapat dirumuskan strategi W-O (Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang) : Berdasarkan dari kelemahan yang dirasakan oleh UMKM Dewi Songket, maka peneliti menyarankan kepada owner untuk yang pertama, dari keterbatasan SDM (Sumber Daya Manusia) yang dialami, ada baiknya owner memberikan lebih banyak kesempatan bagi masyarakat di Nagari Pandai Sikek

untuk mempelajari dan ikut menjadi bagian dalam industri usaha yang dimilikinya. Kedua, dalam hal keterbatasan modal, peneliti menyarankan owner untuk membuka pelatihan-pelatihan yang dapat mengarah ke usaha kecil dan menengah, dengan memanfaatkan pengalaman pelaku usaha sebagai pendukung dalam strategi ini. Sehingga hasil dari pelatihan ini nantinya akan menjadi modal baik dalam hasil material maupun sumber daya manusia yang akan bermanfaat di masa yang berlanjut. Untuk menjangkau pasar lebih luas, pelaku usaha dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dengan namun tetap mengutamakan keunggulan dalam membangun profil perusahaan. Misalnya, menggunakan *brand ambassador* sebagai *profile brand* yang diproduksi sehingga lebih dikenal luas dengan ciri khas tersendiri yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut David (2010), tantangan terbesar dalam mengembangkan matriks SWOT adalah mencocokkan faktor eksternal dan internal, yang memerlukan analisis yang mendalam. Teks berikut ini menguraikan empat pilihan strategis yang mungkin.

1. Strategi SO: memanfaatkan kekuatan internal organisasi untuk memanfaatkan peluang eksternal.
2. Strategi WO: fokus pada perbaikan kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
3. Strategi ST: memanfaatkan keunggulan organisasi untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
4. Strategi WT: metode hati-hati yang bertujuan untuk mengurangi kerentanan internal dan melindungi dari ancaman eksternal.

Berdasarkan matriks SWOT dapat dirumuskan strategi S-T (Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman) *Pertama*, Meskipun timbul ancaman dari pesaing yang baru peneliti menyarankan produsen untuk tetap mempertahankan kualitas yang diunggulkan dan menciptakan ciri khas tersendiri bagi produsen agar produknya dapat dikenal lebih luas dan mendalam. *Kedua*, Membentuk manajemen perusahaan agar manajemen perusahaan lebih tertata serta memiliki visi misi yang jelas. *Ketiga*, Mengikuti pelatihan yang disediakan oleh pemerintah untuk pengalaman dan relasi untuk meningkatkan promosi agar dilirik oleh pemerintah daerah.

Berdasarkan matriks SWOT, dapat dirumuskan strategi W-T (Mengatasi kelemahan untuk mengantisipasi ancaman). Usaha untuk mengatasi kelemahan dalam mengantisipasi ancaman yang akan menghambat jalannya perusahaan ini: *Pertama*, Perekrutan yang hanya mengambil pemuda-pemudi daerah Pandai Sikek bertujuan untuk menjaga keutuhan budaya dan menghindari adanya pesaing baru yang membuka usaha yang sama. *Kedua*, membuka pelatihan-pelatihan yang dapat mengarah ke usaha kecil dan menengah dengan menentukan syarat untuk menanam modal dengan nominal tertentu sesuai kesepakatan yang sudah diajukan sehingga promosi dapat dikembangkan lebih luas dibandingkan hanya mengandalkan produsen. *Ketiga*, menciptakan inovasi baru dalam mengolah produk songket menjadi berbagai produk fashion kekinian seperti pakaian yang divariasikan dengan kain songket, tas, dan dompet.

Strategi yang digunakan diatas merupakan strategi yang penting dalam membangun jalannya UMKM yang dibangun oleh pemilik usaha. Dengan menganalisis berbagai strategi dalam membangun usaha tersebut dapat membantu pelaku usaha dalam mengantisipasi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi jalannya usaha untuk beberapa waktu kemudian. Diantara semua strategi yang telah dijabarkan diatas maka strategi yang paling dibutuhkan oleh UMKM Dewi Songket ini adalah strategi manajemen dan pengelolaan perusahaan serta pembentukan struktur agar lebih tertata dan terkelola dengan baik.

Secara garis besar, dari hasil analisis yang telah dilakukan peneliti merekomendasikan kepada produsen UKM Dewi Songket untuk mengembangkan struktur manajemen berupa manajemen perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*leading*) dan pengawasan (*controlling*).

Dengan adanya manajemen perencanaan (*planning*), produsen dapat menentukan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang yang akan dicapai oleh UMKM Dewi Songket. Terlebih dengan keadaan usaha yang belum memiliki visi dan misi yang jelas maka dengan adanya manajemen perencanaan diharapkan produsen mampu meraih target dan mencapai tujuan yang diinginkan. setelah strategi dibentuk, maka alokasi sumber daya yang dimiliki produsen dapat berjalan secara optimal.

Selanjutnya, manajemen pengorganisasian (*organizing*) yang ditugaskan untuk membentuk tim/organisasi yang tepat dalam menjalankan rencana yang telah disusun. Tahap ini merupakan tahap pengalokasian. Dengan dibentuknya tim/organisasi, diharapkan mereka dapat bekerja sama dan kooperatif guna tercapainya tujuan perusahaan. Dengan hambatan yang terjadi, dimana UMKM ini memiliki hambatan dalam mendapatkan sumber daya yang handal, maka pada tahap ini dapat dilakukan dengan perantara tenaga ahli/profesional dalam melakukan perekrutan. Nantinya, pekerjaan yang dibagi juga disesuaikan dengan

mempertimbangkan karakteristik, dan kemampuan dari tiap individu tersebut agar tercapai kinerja yang optimal. Dalam manajemen ini, pengelolaan keuangan juga diserahkan kepada salah orang yang mampu, terpercaya dan paham akan manajemen keuangan dalam perusahaan. Sehingga dapat dilakukan pembukuan, agar perusahaan dapat mempertimbangkan modal yang akan digunakan dan keuntungan yang akan didapatkan.

Ketiga, manajemen pengarah (*leading*) yang bertujuan untuk mengkomunikasikan visi dari UMKM Dewi Songket. Produsen sebagai manager harus menunjukkan kuasanya, kepribadian, pengaruhnya, juga keterampilan komunikasi dalam mengelola karyawannya. Terakhir manajemen pengawasan (*controlling*), dimana produsen mengevaluasi kinerja dalam tercapainya tujuan serta target yang sudah ditetapkan diawal. Produsen selaku manajer perusahaan mengevaluasi kinerja baik dalam tingkat individu, tim maupun organisasi secara keseluruhan melalui standar yang telah ditetapkan. Kemudian hasilnya nanti akan menjadi tolak ukur peforma perusahaan bisnis secara akurat, serta dapat menjadi visi baru bagi perkembangan perusahaan di masa yang akan datang.

KESIMPULAN

Strategi bertahan melibatkan pemanfaatan kekuatan, penanganan kelemahan, eksploitasi peluang, dan mitigasi ancaman. Pentingnya adaptasi terus-menerus terhadap perubahan pasar dan penguatan manajemen internal menjadi kunci keberhasilan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan UMKM Dewi Songket Pandai Sikek diharapkan dapat memahami hasil dari analisis SWOT dan juga menerapkan Strategi dengan cara mengatasi kelemahan untuk mengantisipasi ancaman (WT) serta dapat menghadapi tantangan dengan lebih baik dan meraih kesuksesan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, H. R. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Songket di Nagari Pandai Sikek Sumatera Barat. *Jurnal Geografi, Lingkungan dan Kesehatan*, 1(2). <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/jglk/article/view/12086>
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Fatmawati, L., SYaiful, Y. and Wirateruna, E. S (2020). 'Kunyit Asam (*Curcuma Domestica* Vall) Menurunkan Intensitas Nyeri Haid. *Journals of Ners Community*, 11 (1).
- Hardimanto, Z. Z., Syafiah Azzahra, R., & Maharani, N. A. (2025). Analisis determinan penyerapan tenaga kerja UMKM di Indonesia: Peran PDB UMKM, suku bunga, dan upah minimum. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2). <https://journal.sinov.id/index.php/jurimbik/article/view/1110>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Pearce, A. J. I. and Richard B. Robinson, J. (2014). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba.
- Pratama, D. A., & Syafrini, D. (2022). Upaya Konservasi Tenun Songket oleh Masyarakat Nagari Pandai Sikek. *Culture & Society: Journal of Anthropological Research*, 7(1). <https://culture.ppj.unp.ac.id/index.php/csjar/article/view/155>
- Putri, I. P., Ismi, H., & Firmanda, H. S. (2025). Perlindungan Hukum Potensi Indikasi Geografis Tenun Songket Pandai Sikek Sebagai Bagian Dari Kekayaan Intelektual Komunal. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(1D), 150–158. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11378>
- Putri, P., Annas, F., & Koto, N. A. (2023). Pengembangan e-promosi songket Minangkabau untuk optimalisasi pemasaran UMKM di Kecamatan IV Koto. *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy*, 2(2), 453–464. <https://journal.makwafoundation.org/index.php/jovishe/article/view/377>
- Rambe, A. P., Nurbaiti, N., & Jannah, N. (2024). Pengaruh teknologi informasi dan modal kerja terhadap daya saing UMKM Labuhan Batu Selatan. *Jurnal Edueco*, 8(1). <https://jurnal.peko.uniba->

bpn.ac.id/index.php/Edueco/article/view/303

- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, H. (2018). Rejection Penggunaan ATBM dan ATBMTT dalam Pembuatan Songket Pandai Sikek. *Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 5(1).
<https://socius.ppj.unp.ac.id/index.php/socius/article/view/109>
- Siagian, M. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siregar, R.S et al. (2020) “Studi Literatur tentang Pemanfaatan Tanaman Obat Tradisional, in *Seminar of Social Sciences Engineering & Humaniora*. Medan.
- Terry, George R. 1997. *Principle of Management*. Ontario: Richard D. Irwin ING. Homewood Illinois. Irwin-dorsy Limited.
- Yandri, Y. (2015). Tenun Songket Pandai Sikek Dalam Budaya Masyarakat Minangkabau. *Humanus: Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Humaniora*, 13(1). <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/humanus/article/view/4094>