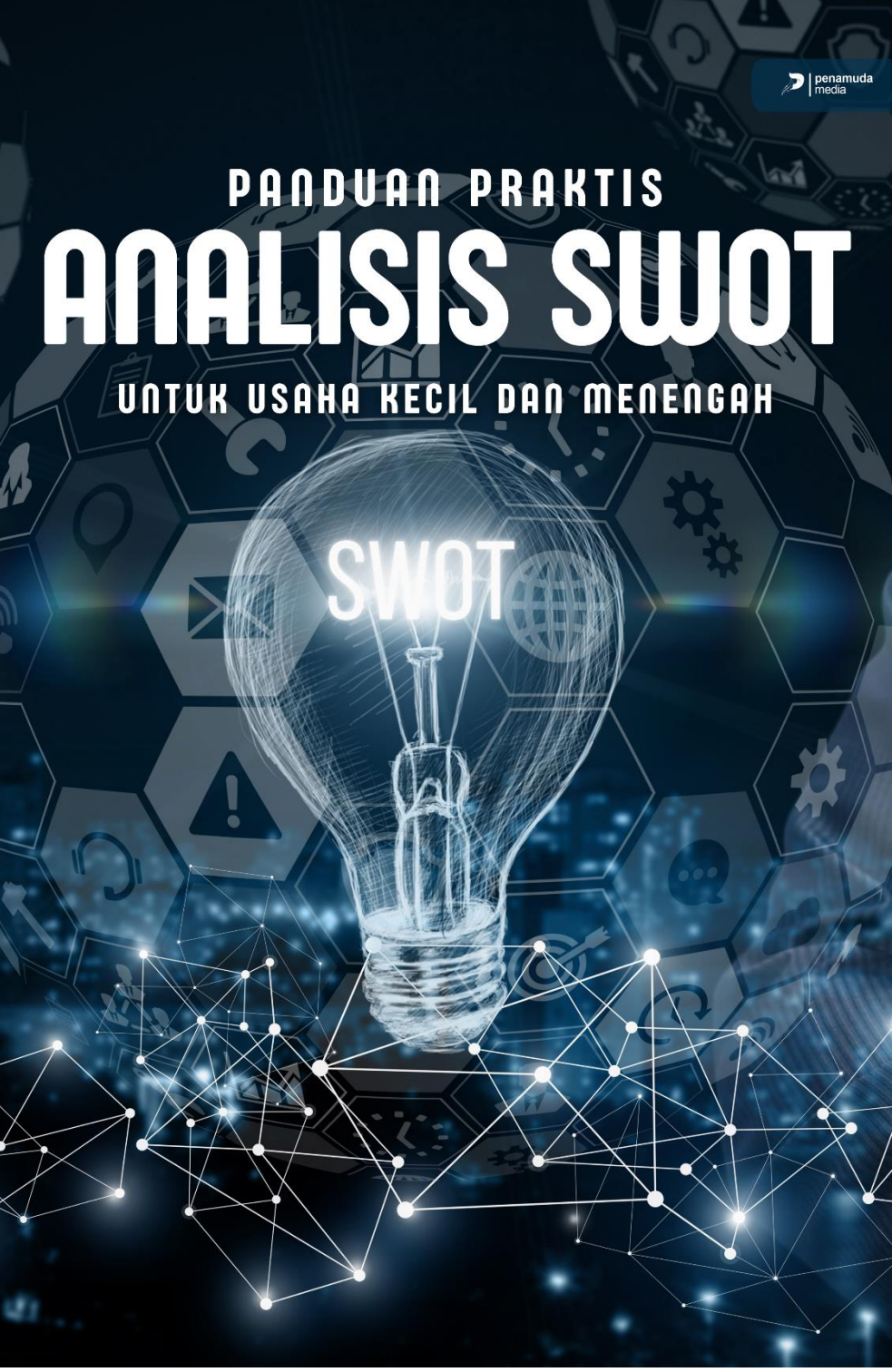


PANDUAN PRAKTIS ANALISIS SWOT

UNTUK USAHA KECIL DAN MENENGAH



SWOT

PANDUAN PRAKTIS ANALISIS SWOT UNTUK USAHA KECIL DAN MENENGAH

Oleh:

Rendy Ega Pradhana



PANDUAN PRAKTIS ANALISIS SWOT UNTUK USAHA KECIL DAN MENENGAH

Copyright © PT Penamuda Media, 2024

Penulis:

Rendy Ega Pradhana

ISBN: 978-634-7062-42-0

Penyunting dan Penata Letak:

Tim PT Penamuda Media

Desain Sampul:

Tim PT Penamuda Media

Penerbit:

PT Penamuda Media

Redaksi:

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman
Yogyakarta

Web: www.penamudamedia.com

E-mail: penamudamedia@gmail.com

Instagram: [@penamudamedia](https://www.instagram.com/penamudamedia)

WhatsApp: +6285700592256

Cetakan Pertama, Desember 2024

viii + 51 halaman; 13 x 20 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk
dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena Panduan Praktis Analisis SWOT

Panduan praktis ini dibuat sebagai panduan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memahami analisis SWOT. Panduan praktis ini akan dibagi dalam beberapa bagian dimulai dari teori dari analisis SWOT, langkah-langkah penyusunan analisis SWOT, hingga latihan untuk memberikan pengalaman nyata dalam merancang analisis SWOT.

Penulis berharap panduan praktis ini akan memberikan pengetahuan dan petunjuk aplikasi praktis kepada UMKM yang dapat membimbing mereka ketika merumuskan strategi dengan menggunakan analisis SWOT sebagai dasarnya.

Semarang, Desember 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	II
DAFTAR ISI	V
BAB 1 PENGANTAR ANALISIS SWOT	1
BAB 2 KONSEP DASAR ANALISIS SWOT	7
2.1. Konsep Dasar Analisis SWOT	8
2.1.1. Sejarah dan Definisi SWOT	8
2.1.2. Mengapa SWOT Relevan Bagi UMKM	11
2.2. Komponen Analisis SWOT	14
2.2.1. Strenght (Kekuatan)	15
2.2.2. Weakness (Kelemahan).	17
2.2.3. Opportunity (Kesempatan)	18
2.2.4. Threat (Ancaman)	20
BAB 3 APLIKASI PRAKTIS	22
3.1. Langkah-langkah penyusunan SWOT untuk UMKM	23

3.1.1.	Langkah Pertama : Persiapan tim penyusun SWOT.	23
3.1.2.	Langkah Kedua : Menetapkan Tujuan Analisis SWOT	25
3.1.3.	Langkah Ketiga: Pengisian bagian Strenght (kekuatan).....	26
3.1.4.	Langkah Keempat : Pengisian bagian Weakness (kelemahan).....	29
3.1.5.	Langkah Kelima : Pengisian bagian Opportunity (Kesempatan).....	32
3.1.6.	Langkah Keenam : Pengisian bagian Threat (ancaman).	35
3.2.	Penyusunan Strategi dari Analisis SWOT.	38
3.2.1.	Strategi SO (Strenght Opportunity)	40
3.2.2.	Strategi ST (Strenght Threat).....	42
3.2.3.	Strategi WO (Weakness Opportunity)	44
3.2.4.	Strategi WT (Weakness Threat)	45
BAB 4 KESIMPULAN.....		47
DAFTAR PUSTAKA.....		50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Matriks SWOT	14
Gambar 2 Pengisian Streght pada SWOT,	28
Gambar 3 Pengisian Bagan Streght dan Weakness,	31
Gambar 4 Pengisian bagan Opportunity,.....	34
Gambar 5 Pengisian Threat,.....	37
Gambar 6 TOWS Matrix, Sumber : Escapethevillage.com	38

BAB 1

PENGANTAR ANALISIS

SWOT



Strategi saat ini menjadi sesuatu yang wajib dimiliki setiap wirausaha dalam menjalankan berbagai aspek bisnisnya. Dalam berbagai tujuan seperti memenangkan persaingan pasar, melakukan efisiensi pada biaya, atau rencana jangka panjang seperti investasi atau pengembangan usaha, peran strategi sangat penting untuk menjadi pembeda yang menentukan apakah tujuan setiap kegiatan akan tercapai atau tidak. Strategi sendiri diartikan sebagai sekumpulan aksi untuk mengkoordinasikan sumber daya dan komitmen untuk meningkatkan performa sebuah bisnis (Lognecker, 2012), memilih sebuah strategi untuk diterapkan pada suatu rencana atau situasi merupakan suatu langkah awal untuk mencapai peningkatan performa yang signifikan dari sebuah bisnis.

Mengamati perubahan eksternal dan internal dalam industri merupakan bagian

PANDUAN PRAKTIS ANALISIS SWOT

UNTUK USAHA KECIL DAN MENENGAH

Buku ini dirancang untuk menjadi panduan strategis bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memahami dan menerapkan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Dengan pendekatan yang terstruktur dan aplikatif, buku ini memberikan langkah-langkah praktis untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal bisnis, serta menyusun strategi yang berorientasi pada pengembangan daya saing. Dilengkapi dengan teori mendalam, studi kasus, dan panduan penggunaan matriks TOWS, buku ini mempermudah pelaku UMKM untuk mengambil keputusan strategis yang efektif. Cocok untuk mahasiswa, wirausahawan, dan profesional, buku ini memberikan wawasan dan keterampilan yang relevan untuk mendukung keberlanjutan bisnis di tengah dinamika persaingan pasar. Panduan ini menjadi alat yang esensial untuk merumuskan strategi inovatif dan proaktif dalam membangun kesuksesan UMKM.

ISBN 978-634-7062-42-0



9

786347

062420



PT Penerbit Panamuda Media Godean,
Yogyakarta
085700592256
@panamuda.media
panamuda.com