

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan usaha UMKM Alishamarsya ditinjau dari aspek sumber daya manusia, produksi, keuangan, dan pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Data penelitian diperoleh dari responden yang terdiri atas pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan UMKM Alishamarsya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Alishamarsya memiliki 5 faktor kekuatan, 5 faktor kelemahan, 5 faktor peluang, dan 5 faktor ancaman. Berdasarkan hasil analisis faktor internal (IFAS), diperoleh skor total sebesar 3,352, sedangkan hasil analisis faktor eksternal (EFAS) memperoleh skor total sebesar 3,408. Nilai tersebut menghasilkan titik koordinat SWOT sebesar (0,096; 0,042) yang menempatkan UMKM Alishamarsya pada **Kuadran I**, sehingga menunjukkan bahwa usaha berada pada kondisi yang menguntungkan untuk menerapkan strategi *Strength–Opportunity* (SO) atau strategi agresif. Strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan kualitas sumber daya manusia, mempertahankan kualitas dan inovasi produk berbasis kain tradisional Palembang, mengoptimalkan pengelolaan keuangan berbasis digital, serta memperluas pemasaran melalui media sosial, marketplace, dan penguatan kerja sama dengan berbagai pihak. Penerapan strategi tersebut diharapkan mampu mendukung pertumbuhan usaha, meningkatkan daya saing, serta memperkuat keberlanjutan UMKM Alishamarsya di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: UMKM, SWOT, Pengembangan Usaha, IFAS, EFAS

ABSTRACT

The purpose of this study is to understand and analyze the business development strategies of Alishamarsya MSMEs in terms of human resources, production, finance, and marketing. The method used in this research is SWOT analysis. Research data were obtained from respondents consisting of business owners, employees, and customers of Alishamarsya MSMEs. The results of the study show that Alishamarsya MSMEs have 5 strength factors, 5 weakness factors, 5 opportunity factors, and 5 threat factors. Based on the internal factor analysis (IFAS), a total score of 3.352 was obtained, while the external factor analysis (EFAS) gave a total score of 3.408. These values result in a SWOT coordinate point of (0.096; 0.042), placing Alishamarsya MSMEs in Quadrant I, indicating that the business is in a favorable condition to implement a Strength–Opportunity (SO) or aggressive strategy. The recommended strategies include improving human resource quality, maintaining the quality and innovation of Palembang traditional fabric-based products, optimizing digital-based financial management, and expanding marketing through social media, marketplaces, and strengthening collaboration with various parties. Implementing these strategies is expected to support business growth, increase competitiveness, and strengthen the sustainability of Alishamarsya MSMEs amidst an increasingly competitive market.

Keywords: MSMEs, SWOT, Business Development, IFAS, EFAS