

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Komponen SWOT

Analisis SWOT terdiri dari empat komponen utama, yaitu Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threat (ancaman). Keempat komponen ini digunakan untuk mengidentifikasi posisi strategis suatu usaha berdasarkan kondisi internal dan eksternal yang dihadapinya Wheelen & Hunger, (2018).

Kekuatan (Strength) merupakan keunggulan internal yang dimiliki oleh suatu usaha, seperti kualitas produk, loyalitas pelanggan, lokasi strategis, atau efisiensi dalam proses produksi. Dalam konteks UMKM, kekuatan bisa mencakup kedekatan dengan konsumen, fleksibilitas dalam pelayanan, dan keunikan produk lokal.

Kelemahan (Weakness) adalah keterbatasan atau hambatan internal yang dapat menghambat kinerja usaha, seperti keterbatasan modal, rendahnya keterampilan tenaga kerja, sistem promosi yang belum optimal, atau penggunaan teknologi yang masih konvensional. Kelemahan ini perlu dikenali sejak awal agar dapat diperbaiki melalui strategi penguatan internal.

Peluang (Opportunity) merupakan kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja usaha, seperti tren pasar yang berkembang, dukungan kebijakan pemerintah terhadap UMKM, kemudahan akses teknologi, serta perubahan perilaku konsumen yang mendukung produk lokal. Peluang eksternal dapat menjadi modal penting bagi pertumbuhan UMKM jika dimanfaatkan secara tepat.

Ancaman (Threat) adalah faktor eksternal yang berpotensi mengganggu keberlangsungan usaha, seperti meningkatnya jumlah pesaing, fluktuasi harga bahan baku, perubahan regulasi, atau krisis ekonomi. Identifikasi terhadap ancaman penting untuk dilakukan agar pelaku usaha dapat menyiapkan langkah mitigasi yang efektif.

Menurut David (2022), dengan memetakan faktor-faktor tersebut ke dalam matriks SWOT, pelaku usaha dapat menyusun strategi pengembangan yang berbasis pada realitas kekuatan dan peluang yang dimiliki, sekaligus mengantisipasi kelemahan dan ancaman yang ada. Hal ini menjadikan analisis SWOT sebagai alat yang sederhana namun sangat strategis dalam membantu pengambilan keputusan usaha, termasuk dalam konteks UMKM seperti Molen Mini Salwa.

2.1.2 Ruang Lingkup Manajemen Operasi Produksi

Ruang lingkup manajemen produksi dan operasi mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan proses pengelolaan produksi barang dan jasa agar berjalan secara optimal. Menurut Hasibuan et al. (2023) sebagaimana dikutip oleh Hasibuan & Yunani, (2023) ruang lingkup ini terdiri atas beberapa elemen utama, yaitu perencanaan sistem produksi, pengendalian produksi, dan sistem informasi produksi.

Perencanaan sistem produksi meliputi proses perancangan produk, pemilihan metode produksi yang tepat, perhitungan kapasitas produksi, serta pemilihan lokasi dan tata letak fasilitas produksi agar proses operasional berjalan lebih efisien. Pengendalian produksi mencakup serangkaian aktivitas yang memastikan produksi berjalan sesuai rencana, seperti penjadwalan produksi, pengelolaan persediaan, pengendalian mutu, serta pemeliharaan peralatan dan mesin produksi. Sementara itu, sistem informasi produksi berperan dalam pengelolaan data yang berkaitan dengan proses produksi, seperti pencatatan stok bahan baku, jadwal produksi, dan performa mesin, hingga mampu dipakai selaku landasan untuk pengambilan keputusan yang lebih akurat dan meningkatkan koordinasi antarbagian di dalam perusahaan.

Kadim (2017) menambahkan bahwa ruang lingkup manajemen operasi dapat dikategorikan ke dalam tiga aspek utama, yakni aspek struktural, aspek fungsional, dan aspek lingkungan. Aspek struktural melibatkan unsur-unsur utama dalam produksi, seperti bahan baku, tenaga kerja, mesin, dan metode produksi yang digunakan. Sementara itu, aspek fungsional berkaitan dengan manajemen serta

pengaturan berbagai komponen struktural agar dapat bekerja secara sinergis dalam perencanaan, implementasi, pengawasan, dan evaluasi produksi guna mencapai hasil yang optimal. Adapun aspek lingkungan mencakup berbagai faktor eksternal, seperti perkembangan teknologi, kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, serta perubahan sosial dan budaya, yang dapat mempengaruhi kinerja operasional perusahaan. Pemahaman yang menyeluruh mengenai ruang lingkup manajemen produksi dan operasi sangat penting bagi perusahaan agar dapat mengelola sumber daya secara efisien dan meningkatkan daya saing dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang.

Manajemen produksi dan operasi yang efektif menjadi salah satu komponen internal penting dalam analisis SWOT, terutama saat mengidentifikasi kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) dari suatu usaha. Sebagai contoh, ketepatan perencanaan produksi dan ketersediaan sistem informasi produksi dapat menjadi kekuatan, sedangkan belum adanya SOP atau kurangnya pelatihan karyawan dapat menjadi kelemahan dalam analisis internal. Hal ini sejalan dengan pendapat Hasibuan dan Yunani (2023), yang menyatakan bahwa manajemen operasi berperan penting dalam menentukan efisiensi, keteraturan proses, dan daya saing usaha. Oleh karena itu, pemahaman terhadap ruang lingkup manajemen operasi tidak hanya mendukung efisiensi produksi, tetapi juga menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM secara menyeluruh dalam kerangka manajemen strategis David & David, (2022:150–151).

Menurut Haris et al. (2023), manajemen operasi terdiri dari tiga aspek utama, yaitu aspek struktural, aspek fungsional, dan aspek lingkungan. Aspek struktural mencakup berbagai elemen inti dalam proses produksi, seperti bahan baku, sumber daya manusia, peralatan produksi, serta metode yang diterapkan dalam menghasilkan barang atau jasa.

Sementara itu, aspek fungsional berkaitan dengan pengelolaan dan koordinasi berbagai elemen produksi agar dapat berjalan secara efektif dan efisien. Hal ini mencakup perencanaan operasional, pengorganisasian proses kerja, pengawasan jalannya produksi, serta evaluasi hasil produksi untuk meningkatkan produktivitas PPM School of Management, (2024).

Di sisi lain, aspek lingkungan mencakup faktor eksternal yang berpengaruh terhadap jalannya operasional perusahaan. Faktor-faktor tersebut meliputi kemajuan teknologi, kondisi ekonomi yang berubah-ubah, kebijakan pemerintah, serta perkembangan sosial dan budaya, yang dapat memengaruhi strategi bisnis serta keberlanjutan operasional perusahaan Chandra & Hermanto, (2024).

2.1.3 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian, khususnya di Indonesia, dengan menjadi penggerak utama ekonomi lokal, penyedia lapangan pekerjaan, serta inovator dalam berbagai sektor industri. Ayyagari, Beck, dan Demircuc-Kunt (2023) dalam Hani Handayani, (2019) mengungkapkan bahwa UMKM memiliki perbedaan yang jelas dibandingkan dengan perusahaan besar, antara lain keterbatasan dalam akses terhadap modal, teknologi, dan pasar yang lebih kecil. Namun demikian, UMKM memiliki potensi untuk berkembang pesat dengan mengadopsi inovasi dan mengelola operasi secara efisien.

Schiffer dan Weder (2023) menyatakan bahwa UMKM sering kesulitan mendapatkan pembiayaan akibat terbatasnya jaminan yang mereka miliki. Oleh karena itu, UMKM membutuhkan strategi yang matang dalam manajemen operasionalnya, seperti pengelolaan arus kas yang ketat, efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya, dan penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi. Meskipun terbatas dalam hal skala dan sumber daya, UMKM dapat mengadopsi strategi yang fleksibel untuk menghadapi perubahan pasar dan kondisi bisnis.

2.1.4 Karakteristik UMKM dalam Konteks Produksi

Karakteristik khas yang dimiliki oleh UMKM secara langsung memengaruhi bagaimana proses produksi dikelola dan dikembangkan. Menurut Perdomo (2023) dalam Hasibuan & Yunani (2023), UMKM umumnya mengutamakan kualitas produk dan kedekatan hubungan dengan pelanggan. Hal ini menciptakan loyalitas konsumen yang tinggi, yang dapat menjadi kekuatan (strength) dalam analisis

SWOT. Namun, di sisi lain, keterbatasan dalam permodalan dan akses teknologi modern menjadi kendala utama dalam upaya peningkatan efisiensi dan skala produksi.

Husain dan Ali (2023) dalam Aurelly & Taher (2024) menambahkan bahwa pengelolaan kapasitas produksi dan logistik sering menjadi tantangan signifikan bagi UMKM, terutama saat menghadapi permintaan pasar yang fluktuatif. Ketidaksiapan dalam menghadapi lonjakan permintaan berisiko menyebabkan ketidakseimbangan produksi dan menurunnya kualitas layanan, yang berpotensi menjadi kelemahan internal.

2.1.5 Pengelolaan Sumber Daya pada UMKM

Pengelolaan sumber daya dalam UMKM melibatkan pengelolaan tenaga kerja, bahan baku, dan modal. López-Vega (2023) mengemukakan bahwa UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam memperoleh modal serta sumber daya manusia yang terampil. Oleh karena itu, pengelolaan yang baik terhadap ketiga elemen ini sangat penting untuk mencapai efisiensi operasional. Penggunaan teknologi dalam perencanaan produksi dan pemantauan inventaris dapat membantu UMKM dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang terbatas.

Ratten (2023) menambahkan bahwa UMKM juga perlu mengembangkan kapabilitas internalnya, seperti keterampilan dan pengetahuan karyawan, yang dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas produk. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan menyediakan pelatihan yang relevan dan menerapkan praktik kerja yang efisien. Dengan pengelolaan sumber daya manusia yang baik, UMKM dapat mempercepat produksi dan mengurangi pemborosan.

2.1.6 Pertumbuhan UMKM

Pertumbuhan UMKM membahas bagaimana UMKM berkembang dari usaha kecil menuju lebih besar dan lebih efisien. Penrose (2023) dalam (Friska et al., 2024) menjelaskan bahwa pertumbuhan UMKM sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam mengelola sumber daya dengan efektif. UMKM yang

dapat memanfaatkan teknologi, berinovasi dalam produk, serta membangun jaringan bisnis memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dibandingkan dengan UMKM yang hanya mengandalkan strategi tradisional.

Davidsson (2023) dalam Suyadi, (2018) menekankan pentingnya pengelolaan kapasitas produksi yang sesuai dengan permintaan pasar dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Dengan pengelolaan kapasitas yang tepat, UMKM dapat menghindari pemborosan dan meningkatkan efisiensi produksi. Di sisi lain, menyebutkan bahwa inovasi produk adalah kunci utama dalam pertumbuhan UMKM. Inovasi yang diterapkan pada produk atau proses dapat memberi keunggulan kompetitif yang signifikan, memungkinkan UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih besar.

2.1.7 Tantangan UMKM dalam Menyusun Strategi Pengembangan

Dalam menyusun strategi pengembangan yang efektif, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang berkaitan dengan keterbatasan internal dan tekanan eksternal. Schiffer dan Weder (2023) menjelaskan bahwa keterbatasan modal, rendahnya adopsi teknologi, serta akses pasar yang terbatas merupakan kendala umum yang menghambat UMKM dalam mengembangkan daya saing. Hambatan-hambatan ini juga berdampak pada kemampuan UMKM dalam meningkatkan efisiensi dan memperkuat posisi strategis di pasar.

Masalah lain yang sering muncul adalah kesulitan dalam mengadopsi sistem manajerial yang mendukung pertumbuhan jangka panjang, seperti perencanaan strategis, sistem inventaris yang efisien, dan pemantauan kinerja berbasis data. UMKM juga sering terjebak dalam skala ekonomi kecil, yang membuat biaya produksi per unit relatif lebih tinggi dibandingkan perusahaan besar.

Sebagai respons terhadap kondisi ini, Harrison (2023) dalam Mirosea et al. (2024) menyarankan agar UMKM mulai menyusun strategi berdasarkan kekuatan dan peluang yang mereka miliki, serta secara bertahap mengatasi kelemahan internal dan mengantisipasi ancaman eksternal. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah pemanfaatan teknologi sederhana dan terjangkau, seperti aplikasi

manajemen stok atau alat bantu produksi semiotomatis, yang dapat mendukung perbaikan proses secara bertahap tanpa membutuhkan investasi besar.

2.1.8 Keterkaitan Manajemen Operasional dan Strategi Pemasaran

Manajemen operasional dan strategi pemasaran merupakan dua komponen utama yang saling mendukung dalam pengelolaan bisnis, terutama pada skala usaha kecil dan menengah (UMKM). Keduanya tidak berdiri sendiri, melainkan berperan dalam membentuk kesatuan proses bisnis yang saling melengkapi. Operasional yang efektif bertugas memastikan proses produksi berjalan efisien, berkualitas, dan tepat waktu. Sementara itu, strategi pemasaran memiliki peran dalam menyampaikan nilai dari produk tersebut kepada konsumen secara tepat dan menarik.

Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2021), keberhasilan suatu usaha sangat bergantung pada kemampuan dalam menyelaraskan proses internal dengan strategi eksternal. Dengan kata lain, kegiatan produksi dan distribusi barang harus dirancang untuk mendukung strategi pemasaran yang diterapkan, agar hasilnya dapat diterima oleh pasar secara optimal dan memberikan keunggulan kompetitif.

Dalam praktiknya, sinergi ini sangat dibutuhkan oleh UMKM yang memiliki sumber daya terbatas. Misalnya, kemampuan operasional untuk menghasilkan produk secara konsisten akan sangat membantu proses promosi dan distribusi, karena pelanggan akan lebih percaya pada kualitas dan ketepatan layanan. Sebaliknya, pemasaran yang aktif dan responsif terhadap kebutuhan pasar akan menjadi masukan penting bagi perbaikan proses produksi, mulai dari pengaturan volume, penjadwalan, hingga inovasi produk.

Menurut Heizer dan Render (2020), keunggulan dalam bersaing tidak semata dihasilkan oleh efisiensi produksi, tetapi juga dari kemampuan untuk menyelaraskan proses produksi dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Oleh karena itu, UMKM perlu merancang strategi operasional yang tidak hanya berorientasi pada efisiensi biaya, tetapi juga responsif terhadap informasi dari kegiatan pemasaran.

Pendekatan rantai nilai (value chain) menjadi salah satu cara untuk melihat bagaimana aktivitas internal dan eksternal perusahaan saling terkait. Dalam konteks UMKM, integrasi ini dapat diwujudkan dengan menyelaraskan kemampuan produksi harian dengan strategi promosi digital, mengatur pengadaan bahan baku berdasarkan data penjualan, serta memastikan pengemasan dan layanan konsisten dengan citra yang dipromosikan.

keterkaitan antara manajemen operasional dan strategi pemasaran merupakan fondasi penting bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan. Integrasi yang baik antara keduanya akan menghasilkan proses bisnis yang efisien sekaligus relevan dengan kebutuhan konsumen, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan jangka panjang.

2.2 Manajemen Operasional: Konsep dan Pendekatan

Manajemen operasional merupakan bidang yang memfokuskan pada proses merancang, mengelola, dan mengoptimalkan aktivitas produksi dan distribusi barang serta jasa agar berjalan secara efisien dan efektif. Dalam konteks UMKM, manajemen operasional berperan penting dalam menciptakan keunggulan internal yang dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi bisnis yang kompetitif, khususnya melalui identifikasi kekuatan dan kelemahan dalam analisis SWOT.

Menurut Heizer, Render, dan Munson (2023) dalam buku *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, kegiatan utama dalam manajemen operasional mencakup perencanaan produksi, pengelolaan rantai pasok, dan pengendalian kualitas. Ketiga aspek ini berkontribusi langsung terhadap efisiensi internal dan dapat menjadi kekuatan (strength) jika dijalankan dengan baik, atau sebaliknya menjadi kelemahan (weakness) jika belum optimal.

Stevenson (2023) juga menekankan bahwa manajer operasional harus mampu menjaga keseimbangan antara tiga tujuan utama: optimalisasi penggunaan sumber daya, konsistensi mutu produk, dan pemenuhan permintaan pelanggan secara tepat waktu. Ketiga aspek tersebut sangat relevan dalam konteks UMKM Molen Mini Salwa, yang dituntut untuk terus meningkatkan efisiensi dan kualitas operasional agar mampu bersaing di tengah persaingan pasar yang kompetitif.

2.2.1 Perencanaan dan Pengendalian Produksi

Perencanaan dan pengelolaan produksi adalah aspek penting dalam manajemen operasional. Perencanaan produksi melibatkan keputusan tentang kapan dan bagaimana produk akan diproduksi, serta bagaimana sumber daya yang tersedia dapat dimanfaatkan secara efisien untuk menghasilkan output yang optimal. Slack, Chambers, dan Johnston (2023) mengungkapkan bahwa perencanaan produksi yang efektif mencakup penentuan kapasitas produksi yang sesuai, penjadwalan yang tepat, dan pengelolaan sumber daya untuk memastikan produk dihasilkan sesuai permintaan pasar tanpa ada pemborosan.

Sementara itu, pengendalian produksi mengharuskan pemantauan yang berkelanjutan terhadap proses untuk memastikan bahwa output yang diinginkan tercapai dengan metode yang paling efisien. Salah satu aspek utama dalam pengendalian ini adalah lead time, yaitu waktu yang diperlukan untuk menghasilkan dan mengirimkan produk. Menurut Heizer, Render, dan Munson (2023) dalam Cuandra et al., (2023) mengelola lead time dengan baik dapat membantu perusahaan mengurangi biaya penyimpanan dan memastikan produk tersedia tepat waktu sesuai dengan permintaan pasar.

2.2.2 Pengelolaan Rantai Pasok

Rantai pasok merupakan rangkaian aktivitas yang melibatkan berbagai pihak dalam menyediakan bahan baku, memproduksi barang, dan mendistribusikannya ke konsumen. Pengelolaan rantai pasok yang efektif sangat penting dalam manajemen operasional, karena dapat menjamin ketersediaan bahan baku tepat waktu, mengurangi pemborosan, serta mengoptimalkan aliran barang dan informasi. Laudon dan Laudon (2023) dalam Azis et al.,(2023) menyatakan bahwa penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan koordinasi dalam rantai pasok, memungkinkan perusahaan untuk memantau bahan baku dan produksi secara real-time.

Menurut Chopra dan Meindl (2023) Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, pengelolaan hubungan yang baik dengan pemasok sangat

krusial untuk memastikan stabilitas pasokan. Kerja sama yang kuat dengan pemasok lokal dapat mengurangi ketergantungan pada bahan baku impor yang rentan terhadap fluktuasi harga dan masalah distribusi, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi produksi.

2.2.3 Pengendalian Kualitas

Pengendalian kualitas adalah salah satu elemen penting dalam manajemen operasional. Pyzdek dan Keller (2023) dalam Rifaldi & Sudarwati, (2024) di The Six Sigma Handbook menyatakan bahwa kualitas produk harus dijaga mulai dari tahap awal produksi, dengan pemantauan berkelanjutan melalui berbagai tahapan proses. Salah satu metode yang diterapkan dalam pengendalian kualitas adalah Six Sigma, yang berfokus pada pengurangan cacat atau variasi dalam proses produksi. Penerapan teknik ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan konsistensi produk dan mengurangi pemborosan, yang sangat penting bagi keberlanjutan usaha.

Dalam konteks UMKM, pengendalian kualitas dapat melibatkan pengecekan bahan baku dan proses produksi yang lebih sederhana tetapi efektif untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang tinggi. Selain itu, manajer operasional perlu menerapkan analisis mendalam untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah kualitas agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta mengurangi biaya yang timbul akibat cacat produk.

2.2.4 Teknologi dalam Manajemen Operasional

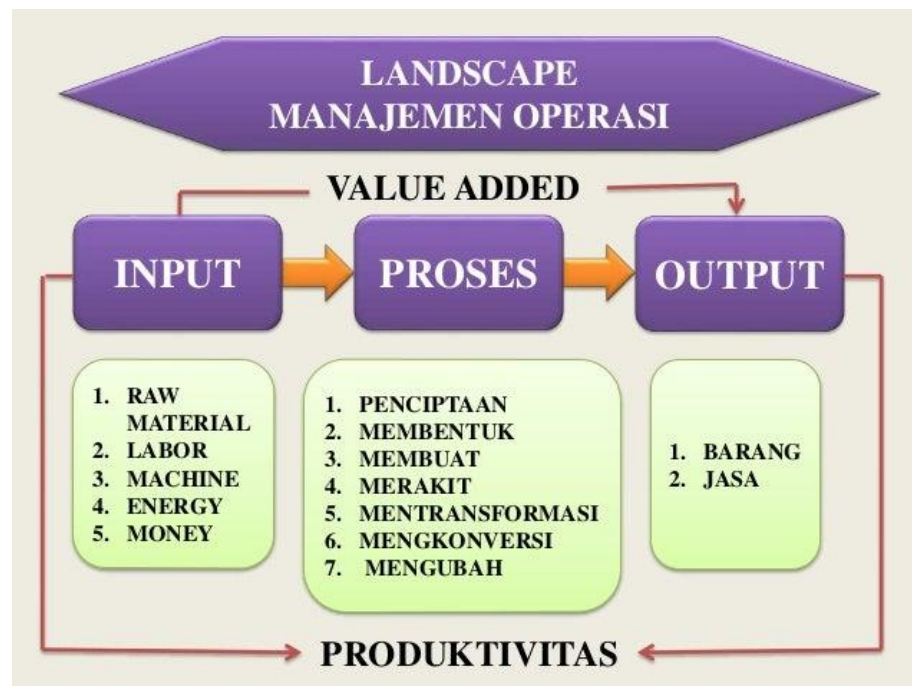
Teknologi memiliki peranan yang krusial dalam pengelolaan operasional modern. Laudon dan Laudon (2023) mengemukakan bahwa pemanfaatan teknologi memungkinkan integrasi berbagai fungsi dalam perusahaan, dari perencanaan produksi hingga distribusi, untuk menciptakan aliran informasi yang lebih cepat dan efisien. Dengan menggunakan perangkat lunak manajemen inventaris atau sistem Enterprise Resource Planning (ERP), perusahaan dapat memantau persediaan bahan baku, memprediksi permintaan, dan merencanakan produksi dengan lebih akurat.

Menurut Heizer, Render, dan Munson (2023), teknologi juga membantu dalam mengotomatisasi proses produksi untuk mengurangi kemungkinan kesalahan manusia, meningkatkan akurasi data, dan mempercepat waktu produksi. Penggunaan teknologi yang tepat dapat memberikan keunggulan kompetitif, terutama bagi UMKM, dengan membantu mereka meningkatkan efisiensi dan daya saing di pasar. Dalam konteks analisis SWOT, kemampuan UMKM untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi menjadi faktor strategis. Penggunaan teknologi dapat dikategorikan sebagai peluang eksternal (opportunity) jika tersedia dukungan infrastruktur atau program digitalisasi dari pemerintah. Namun, jika belum dimanfaatkan secara optimal, hal ini juga dapat sebagai kelemahan (weakness) dalam strategi internal UMKM.

Tabel 2.1 Prinsip dan Konsep Manajemen Operasional

Prinsip Manajemen Operasional	Penjelasan
Efisiensi Proses	Mengurangi pemborosan dan meningkatkan produktivitas menggunakan sumber daya yang sama.
Pengendalian Kualitas	Memastikan standar mutu produk agar tetap konsisten dan memenuhi ekspektasi pasar.
Manajemen Rantai Pasok	Mengelola aliran bahan baku dan produk akhir dengan lebih efisien untuk menghindari keterlambatan.
Pemanfaatan Teknologi	Menggunakan inovasi dan alat bantu produksi guna meningkatkan kecepatan dan efisiensi operasional.
Manajemen SDM	Meningkatkan keterampilan tenaga kerja melalui pelatihan agar lebih produktif dan efisien.

Sumber: Heizer & Render (2022), Stevenson (2023), Krajewski et al. (2023).



Gambar 2.1 Konsep Manajemen Operasional
Sumber: Groedu International Consultant

2.3 Produksi

Produksi merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen operasional yang berkaitan langsung dengan kemampuan internal perusahaan dalam menghasilkan barang atau jasa secara efisien dan berkualitas. Dalam kerangka analisis SWOT, kinerja produksi yang baik dapat dikategorikan sebagai kekuatan (strength), sedangkan hambatan dalam proses produksi dapat menjadi kelemahan (weakness) yang perlu diperbaiki melalui strategi yang terencana.

Menurut Heizer dan Render (2022) dalam Rahman Lutfi & Sasongko (2022), efisiensi produksi dapat dicapai melalui perencanaan yang terstruktur, penerapan teknologi yang tepat, serta sistem pengendalian kualitas yang konsisten. Hal ini penting bagi UMKM agar mampu mengelola proses produksi secara hemat biaya namun tetap menjaga mutu hasil produksi. Strategi ini sangat relevan untuk membangun keunggulan kompetitif dari sisi internal.

Stevenson (2023) juga menyatakan bahwa efisiensi produksi akan optimal bila didukung oleh pengelolaan sumber daya yang baik, strategi rantai pasok yang efektif, dan metode produksi yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Bagi UMKM Molen Mini Salwa, penguatan proses produksi dapat meningkatkan kapasitas, meminimalkan kesalahan kerja, dan menjaga konsistensi produk, yang semuanya berkontribusi terhadap kekuatan internal dalam analisis SWOT.

Dalam konteks penelitian ini, aspek produksi menjadi komponen kunci yang dianalisis sebagai bagian dari faktor internal. Hambatan seperti kapasitas produksi yang terbatas dan belum adanya standar operasional prosedur (SOP) menjadi titik lemah yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM diarahkan pada perbaikan sistem produksi, pelatihan tenaga kerja, serta digitalisasi perencanaan produksi guna mendukung efisiensi dan keberlanjutan usaha.

Untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi efisiensi produksi serta strategi peningkatannya, berikut adalah tabel yang menguraikan berbagai aspek penting dalam efisiensi produksi dan langkah-langkah yang dapat diterapkan:

Tabel 2.2 Faktor-Faktor Efisiensi Produksi

Aspek	Penjelasan	Sumber
Optimalisasi Sumber Daya	Pemanfaatan bahan baku, tenaga kerja, dan peralatan secara maksimal untuk mengurangi pemborosan dan meningkatkan produktivitas.	Heizer & Render (2022)
Penerapan Teknologi	Penggunaan alat dan sistem digital dalam proses produksi untuk meningkatkan kecepatan, akurasi, dan efisiensi operasional.	Stevenson (2023)
Pengendalian Kualitas	Implementasi standar mutu yang ketat guna memastikan setiap produk memenuhi spesifikasi dan meminimalkan cacat produksi.	Krajewski et al. (2021)
Manajemen Rantai Pasok	Pengelolaan distribusi bahan baku hingga produk akhir untuk menghindari keterlambatan dan menekan biaya logistik.	Russell & Taylor (2022)

Standarisasi Proses Produksi	Pembuatan prosedur operasional standar (SOP) guna meningkatkan konsistensi dan mengurangi variabilitas dalam produksi.	Chase & Jacobs (2020)
Peningkatan Keterampilan Tenaga Kerja	Pelatihan dan pengembangan karyawan untuk meningkatkan keahlian dan efisiensi kerja dalam proses produksi.	Davis et al. (2021)

Tabel ini menguraikan berbagai faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi produksi, yang dapat diterapkan pada berbagai skala bisnis, termasuk UMKM seperti Molen Mini Salwa.

2.4 Strategi Pengembangan Internal dan Eksternal

Strategi pengembangan dalam sebuah organisasi, termasuk UMKM, dapat dikategorikan ke dalam dua pendekatan utama: strategi internal dan strategi eksternal. Strategi internal berfokus pada pemanfaatan sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki organisasi, seperti kualitas produk, keahlian SDM, dan sistem operasional, sedangkan strategi eksternal diarahkan untuk merespons perubahan lingkungan luar seperti tren pasar, teknologi, persaingan, serta peluang kolaborasi.

Menurut Wheelen dan Hunger (2020), strategi internal melibatkan pemetaan kekuatan dan kelemahan organisasi untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan efisiensi internal, inovasi produk, pengembangan SDM, serta manajemen operasional yang adaptif. Di sisi lain, strategi eksternal mengacu pada respon organisasi terhadap peluang dan ancaman di lingkungannya, seperti kemajuan teknologi, kebijakan pemerintah, atau perubahan perilaku konsumen.

Pendekatan ini sejalan dengan model SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), yang merupakan alat penting dalam analisis strategi. SWOT mengintegrasikan kedua perspektif ini dengan menilai faktor internal (S dan W) dan eksternal (O dan T) untuk merumuskan strategi kombinasi yang paling relevan. David dan David (2022:150–151) menjelaskan bahwa pemahaman mendalam terhadap faktor internal dan eksternal menjadi dasar dalam perumusan

strategi SO, ST, WO, dan WT, yang disesuaikan dengan posisi organisasi dalam Matriks IE (Internal–External).

Dengan demikian, pemanfaatan strategi internal dan eksternal bukan hanya mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat, tetapi juga memungkinkan UMKM untuk bertahan dan tumbuh dalam lingkungan yang dinamis.

2.5 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah tabel yang memuat penelitian terdahulu dan artikel jurnal ilmiah dalam lima tahun terakhir yang relevan dengan penelitian ini, khususnya mengenai strategi pengembangan usaha pada UMKM, yang menjadi dasar dalam menyusun kerangka strategi untuk UMKM Molen Mini Salwa:

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
Mia Rosmiati et al. (2025)	Analisis Fungsi Manajemen Operasional pada UMKM Es Teh Indonesia Cabang Serang	Kualitatif	Pengelolaan operasional yang mencakup perencanaan kapasitas, lokasi, tata letak, metode produksi, dan kualitas bahan baku
Ahmadi et al. (2023)	Analisis Manajemen Rantai Pasok pada UMKM Tahu Menggunakan Pendekatan Kualitatif Deskriptif	Kualitatif	Optimalisasi manajemen rantai pasok meningkatkan efisiensi produksi UMKM tahu
Yayah Sutisnawati et al. (2024)	Analisis Manajemen Operasional dan Persediaan Bahan Baku terhadap Produksi di Zocha graha Kriya	Kualitatif	Pegelolaan persediaan bahan baku dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas pada UMKM

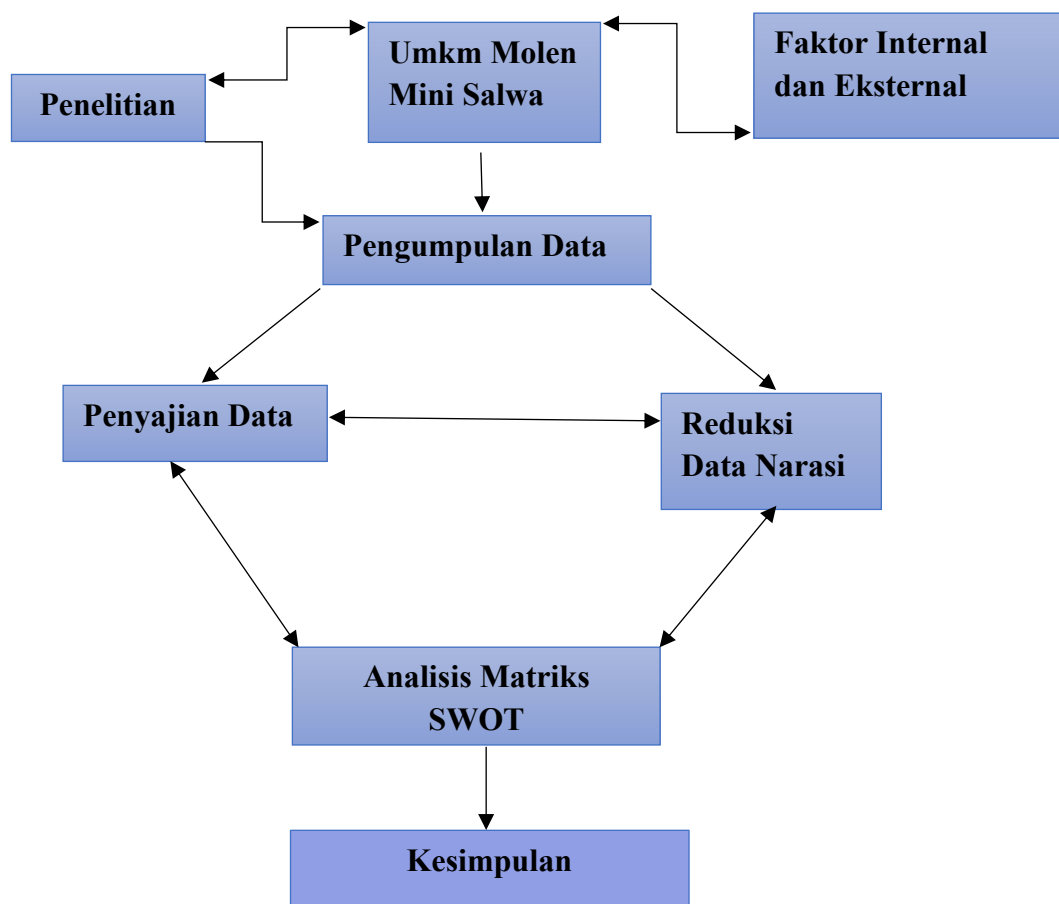
Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
Leni Yanita et al. (2024)	Pendampingan Manajemen Operasional serta Keuangan UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing	Kualitatif	Pendampingan operasional dan keuangan membantu meningkatkan daya saing dan efisiensi oprasional UMKM.
Suganda et al. (2022)	Analisis Wilayah Manajemen Operasional pada UMKM Bintang Langit	Kualitatif	Manajemen operasional pada desain produk, manajemen kualitas, desain proses, kapasitas, lokasi, dan tata letak
Dewi & Ramadhan (2023)	Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pengembangan UMKM Keripik Tempe Malang	Kualitatif	SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan berbasis kekuatan internal dan peluang pasar lokal.
Salsabila et al. (2022)	Formulasi Strategi UMKM Makanan Ringan Menggunakan Matriks IFE-EFE dan SWOT	Kualitatif	Strategi SO dan WO dihasilkan berdasarkan skor SWOT dan posisi kuadran IE, sebagai arah pengembangan bisnis secara bertahap.

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian kualitatif memiliki peranan yang krusial dalam membantu peneliti memahami fenomena sosial secara mendalam melalui interpretasi data yang bersifat deskriptif. Menurut Atichasari (2023), "kerangka ini memberikan landasan filosofis dan teoretis yang membentuk cara peneliti memahami dunia sosial serta menginterpretasikan data yang diperoleh." Dengan adanya kerangka ini, peneliti dapat merumuskan pertanyaan penelitian, memilih

metode pengumpulan data yang tepat, dan menganalisis hasil dengan lebih efektif. Selain itu, kerangka pemikiran juga memungkinkan peneliti untuk mempertimbangkan berbagai perspektif, sehingga interpretasi data menjadi lebih kaya dan mendalam.

Ini sangat penting dalam penelitian kualitatif, di mana kompleksitas dan nuansa pengalaman manusia sering kali tidak dapat dijelaskan hanya dengan angka atau statistik.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Sumber: Penulis (2025)

Kerangka pemikiran dalam penelitian kualitatif dapat diperluas dengan menerapkan analisis SWOT, yang terdiri dari empat elemen: kekuatan, kelemahan,

peluang, dan ancaman. Kekuatan mencakup kemampuan untuk memahami konteks sosial secara mendalam, sedangkan kelemahan mungkin terkait dengan subjektivitas dalam proses pengumpulan data. Peluang dapat muncul dari kemampuan untuk mengidentifikasi tren baru, sementara ancaman dapat timbul dari potensi bias peneliti yang dapat memengaruhi interpretasi data. Seperti yang diungkapkan oleh Atichasari (2023), "analisis SWOT dapat memberikan kerangka yang lebih komprehensif dalam memahami dinamika penelitian kualitatif." Dengan demikian, penerapan analisis ini dapat memperkaya pemahaman peneliti terhadap fenomena sosial yang sedang diteliti.