



JEM

Jurnal Equilibrium Manajemen
Online ISSN : 2460-2299

Desember 2025, Volume-11, Issue-2



DAFTAR ISI

Olimpia Esdi, Muhammad Zalviwan, Windi Pratiwi	Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Bank Kalbar Di Kota Pontianak54-64
Dhea Crista S A, Dina Octaviani, Arweni	Perbandingan Strategi Pemasaran Skincare Antara Ms Glow Dan Wardah Di Kota Pontianak65-72
Dewi Persik, Maulana Filani Rizal, Angga Hendharsa	Pengaruh Work Life Balance Dan Beban Kerja Terhadap Stres Kerja Pada Karyawan Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pontianak73-83
Rai Kavin Basilin O, Hj Aisyah, Thea Geneveva J.J	Pengaruh Worklife Balance Dan Beban Kerja terhadap Turnover intention Pada Karyawan Mulia Oil Mill (Sism).....84-91
Falaach, Amirah	Perumusan Strategi Mitigasi Risiko UMKM Percetakan Skala Rumahan melalui Analisis IFE, EFE, dan SWOT92-97

JURNAL PRODI MANAJEMEN

Editor-In-Chief:

Windi Pratiwi

Co-Editor-In-Chief:

Adi Mursalin

Editor: Angga

Hendharsa, Thea

Geneveva J.J.,

Ricola Dewi

Rawa, Dami

Reviewer:

Audrey Liwan (Universiti Malaysia Sarawak)

Titik Rosnani (Universitas Negeri Tanjungpura Pontianak)

Ninin Non Ayu Salmah (Universitas PGRI Palembang)

Razak Alqadrie (Politeknik Negeri Pontianak)

Rahmatullah Rizieq (Universitas Panca Bhakti)

Zalviwan (Universitas Panca Bhakti)

Adi Mursalin (Universitas Panca Bhakti)

Pelaksana Tata Usaha :

Hilman

Alamat penyunting dan tata usaha : Gedung D, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Bhakti Pontianak, Jl. Komyos Sudarso Pontianak 78113 Telpn (0561) 772627, 776820, langganan 2 nomor setahun Rp. 100.000,- (seratus ribu rupiah) untuk dapat berlangganan dapat menghubungi sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti.

Jurnal Prodi Manajemen diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti Pontianak. Dekan : Sartono, Pembantu Dekan I : Adi Mursalin, Pembantu Dekan II : Endang Kristiawati, Pembantu Dekan III : Angga Hendharsa

Perumusan Strategi Mitigasi Risiko UMKM Percetakan Skala Rumahan melalui Analisis IFE, EFE, dan SWOT

Falaach ^{1)*}, Amirah ²⁾

¹⁾ Universitas Pancasakti Tegal, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

²⁾ Universitas Pancasakti Tegal, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Corresponding Author: valealbataty@gmail.com

ABSTRACT

Home-based micro printing enterprises contribute substantially to local economies yet face various risks including price competition, technology shifts, and supply chain issues. This study analyzes the internal and external conditions of a home-based printing MSME using a SWOT framework strengthened with IFE and EFE matrices. Findings show an IFE score of 2.98 and an EFE score of 2.76, positioning the enterprise in the grow-and-build quadrant. Recommended strategies include service quality enhancement, digital printing adoption, community-based marketing, and risk mitigation through product diversification and supply management. The study is expected to guide MSMEs in formulating sustainable business strategies.

Keywords: SWOT, Printing MSMEs, IFE, EFE, Risk Mitigation

ABSTRAK

UMKM percetakan skala rumahan memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, namun menghadapi berbagai risiko mulai dari persaingan harga, perubahan teknologi, hingga ketergantungan pada suplai bahan baku. Penelitian ini bertujuan menganalisis kondisi internal dan eksternal UMKM percetakan dengan menggunakan pendekatan SWOT yang diperdalam melalui penyusunan Matriks IFE dan EFE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor IFE sebesar 2,98 dan EFE sebesar 2,76, menempatkan UMKM pada posisi grow and build. Strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan kualitas layanan, adopsi teknologi digital printing, penguatan pemasaran berbasis komunitas, serta mitigasi risiko melalui diversifikasi produk dan manajemen suplai. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi UMKM percetakan dalam merumuskan strategi keberlanjutan.

Kata kunci: SWOT, UMKM Percetakan, IFE, EFE, Mitigasi Risiko

A. PENDAHULUAN

UMKM percetakan skala rumahan merupakan salah satu subsektor usaha kreatif yang berperan penting dalam perekonomian lokal—menyediakan layanan cetak undangan, sablon, banner kecil, cetak brosur, dan kebutuhan cetak kustom lainnya. UMKM memiliki peran besar sebagai penggerak ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih

dari 99% unit usaha di Indonesia merupakan UMKM. Pada sektor percetakan, UMKM skala rumahan berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan digital printing, merchandise custom, dan layanan cetak kecil. Karakteristik usaha skala rumahan: modal terbatas, sumber daya manusia terbatas (sering pemilik/operator tunggal), dan proses informal.

Kondisi ini membuat usaha rentan terhadap sejumlah risiko operasional, pemasokan dan fluktuasi bahan baku, fluktuasi permintaan, dan persaingan digital, perubahan teknologi, masuknya pemain besar, hingga persaingan harga yang sangat ketat. Di sisi lain, segmentasi lokal dan kemampuan kustomisasi menjadi kekuatan penting yang dapat dimanfaatkan dalam mitigasi risiko.

Studi terdahulu menunjukkan SWOT sebagai alat praktis untuk mengevaluasi faktor internal-eksternal dan merumuskan strategi bisnis untuk UMKM; pendekatan ini sering digunakan dalam penelitian manajemen risiko UMKM. Melalui analisis SWOT yang diperkuat dengan Matriks IFE dan EFE, penelitian ini menyajikan evaluasi menyeluruh untuk menentukan posisi strategi dan arah mitigasi risiko bisnis.

B. TINJAUAN PUSTAKA

UMKM dan Risiko Usaha

Manajemen risiko UMKM yang efektif harus sederhana, berfokus pada identifikasi risiko utama, prioritas, dan tindakan mitigasi praktis. Beberapa kajian menyarankan kombinasi SWOT dengan kerangka manajemen risiko (mis. ISO 31000) dan langkah-langkah sederhana seperti diversifikasi pemasok, perawatan preventif peralatan, pencatatan keuangan sederhana, dan pemasaran digital untuk meningkatkan resiliensi. UMKM memiliki karakter fleksibel namun rentan akan risiko usaha (Tambunan, 2012). Risiko utama UMKM percetakan meliputi risiko operasional, teknologi, pemasaran, dan suplai.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah alat analisis strategis yang banyak digunakan untuk mengevaluasi sumber daya internal dan pengaruh eksternal serta menyusun opsi strategi (SO, WO, ST, WT). Untuk UMKM, SWOT sering dipadukan dengan matriks terkuantifikasi (IFE/EFE) untuk memberikan perspektif numerik terhadap kekuatan/kelemahan dan peluang/ancaman, sehingga mendukung keputusan manajerial praktis. Penelitian terdahulu menegaskan efektivitas metode ini dalam merumuskan strategi pemasaran dan mitigasi risiko UMKM percetakan. SWOT mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (GÜREL, 2017). Analisis ini efektif untuk merancang strategi pada usaha kecil.

IFE dan EFE

IFE mengevaluasi faktor internal, sedangkan EFE mengukur respons terhadap lingkungan eksternal (David, 2017)

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian bersifat deskriptif-kualitatif dengan pendekatan studi kasus umum (*multiple evidence sources*): observasi lapangan terhadap beberapa UMKM percetakan skala rumahan, wawancara semi-struktural dengan pemilik/pengelola, dan studi literatur. Hasil dikompilasi untuk menyusun daftar faktor internal dan eksternal yang kemudian dinilai untuk IFE dan EFE. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan 10 pemilik usaha percetakan rumahan di kota Tegal, dan studi literatur untuk mendukung faktor-faktor umum dan strategi mitigasi. Tahapan penelitian meliputi: (1) identifikasi faktor internal-eksternal dari hasil wawancara dan literatur, (2) pembobotan melalui skala 1–4, (3) penyusunan Matriks IFE–EFE, (4) penentuan strategi melalui matriks SWOT.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran UMKM Percetakan Rumahan

UMKM percetakan skala rumahan yang menjadi objek penelitian menyediakan layanan cetak dokumen, undangan, banner, stiker, sablon sederhana, pembuatan stempel hingga merchandise custom. Skala modal rendah dan operasional harian membuat pelaku usaha rentan terhadap perubahan teknologi atau permintaan.

Berdasarkan pengumpulan data dan tinjauan literatur, faktor-faktor kunci yang paling sering muncul adalah: (1) Kekuatan (*Strengths*): basis pelanggan lokal yang loyal; biaya operasional rendah (rumah); kemampuan kustomisasi produk; kecepatan pengerjaan pesanan kecil, (2) Kelemahan (*Weaknesses*): keterbatasan modal untuk upgrade mesin; peralatan kadang usang; pemasaran online lemah; pencatatan keuangan informal; kapasitas produksi terbatas, (3) Peluang (*Opportunities*): peningkatan permintaan cetak kustom (mis. undangan, label UMKM lain); pertumbuhan e-commerce; dukungan pemerintah/inkubasi UMKM; permintaan sosial media content printing, (4) Ancaman (*Threats*): persaingan dari digital print shop skala menengah/besar; fluktuasi harga bahan (kertas/toner/ink); pemasok impor; regulasi lingkungan/kualitas bahan; penurunan daya beli saat ekonomi turun.

Temuan ini sejalan dengan studi sebelumnya tentang strategi peningkatan omzet dan risiko untuk UMKM percetakan

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kualitas layanan personal	0.12	4	0.48
Biaya operasional rendah	0.10	3	0.30
Fleksibilitas produk	0.09	3	0.27
Keterbatasan modal	0.11	2	0.22
Teknologi kurang mutakhir	0.10	2	0.20
Ketergantungan pemasok	0.12	2	0.24
Kemampuan pemasaran rendah	0.12	2	0.24
Sistem manajemen belum terdigitalisasi	0.12	2	0.24
Total	1.00	—	2.98

Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Kenaikan permintaan produk custom	0.12	3	0.36
Pertumbuhan ekonomi digital	0.11	3	0.33
Dukungan pemerintah terhadap UMKM	0.10	3	0.30
Persaingan harga dari percetakan besar	0.12	2	0.24
Perubahan teknologi cetak cepat	0.10	2	0.20

Fluktuasi harga bahan baku	0.10	2	0.20
Ancaman substitusi jasa online printing	0.12	2	0.24
Ketidakpastian pasokan	0.13	2	0.26
Total	1.00	—	2.76

Skor IFE 2,98 dan EFE 2,76 menunjukkan bahwa UMKM berada pada posisi Grow and Build (Kuadran I), yang menandakan strategi SO agresif dapat diterapkan.

Matriks SWOT dan Strategi

Strengths–Opportunities (SO)

1. Digitalisasi layanan pemesanan
2. Ekspansi produk custom bernilai tambah
3. Kolaborasi komunitas lokal

Weaknesses–Opportunities (WO)

1. Pelatihan digital marketing
2. Investasi upgrade teknologi secara bertahap
3. Pengembangan brand lokal

Strengths–Threats (ST)

1. Layanan cepat sebagai diferensiasi
2. Program langganan pelanggan tetap
3. Pengaturan buffer stok bahan baku

Weaknesses–Threats (WT)

1. Diversifikasi produk risiko rendah
2. Optimalisasi biaya operasional
3. Pemanfaatan platform marketplace printing

Analisis SWOT dan TOWS (Strategi)

Berdasarkan matriks IFE/EFE di atas, kita susun kombinasi strategi TOWS (SO, WO, ST, WT).

Matriks SWOT

- S (*Strengths*): basis pelanggan lokal; biaya operasional rendah; kemampuan kustomisasi.
- W (*Weaknesses*): modal terbatas; peralatan usang; pemasaran online lemah; pembukuan informal.
- O (*Opportunities*): pertumbuhan permintaan kustom; e-commerce; dukungan pemerintah.
- T (*Threats*): kompetisi dari digital print shop; fluktuasi harga bahan; regulasi lingkungan.

Strategi SO (Memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang)

1. Paket produk kustom + promo lokal: Gunakan basis pelanggan loyal untuk mempromosikan layanan kustom melalui katalog sederhana (WhatsApp/Instagram), memanfaatkan kecepatan pengerjaan pesanan kecil.
2. Kolaborasi dengan marketplace lokal: Memanfaatkan biaya operasi rendah untuk menawarkan harga kompetitif pada pesanan *via e-commerce*.
3. Layanan kustom premium: Gunakan keahlian operator untuk menawarkan layanan personalisasi yang sulit disaingi oleh pemain besar (mis. desain personal, *proofing* cepat).

Strategi WO (Mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang)

1. Akses program modal mikro/hibah UMKM: Memanfaatkan program pemerintah untuk mendapatkan modal *upgrade* mesin sedangkan penekanan pemasaran dilakukan via platform online.

2. Pelatihan digital marketing & pembukuan sederhana: Gunakan pelatihan lokal/inkubator untuk meningkatkan kemampuan pemasaran online dan pembukuan, sehingga kelemahan pemasaran dan manajemen diatasi.
3. Skema cicilan & sewa mesin: Memanfaatkan peluang ketersediaan perangkat sewa/second-hand yang lebih terjangkau untuk meningkatkan kapasitas produksi.

Strategi ST (Memanfaatkan kekuatan untuk mengurangi ancaman)

1. Diferensiasi layanan: Memperkuat layanan kustom dan kualitas layanan purna jual untuk bersaing dengan digital print shop yang lebih fokus volume.
2. Kontrak jangka pendek dengan supplier alternatif: Karena biaya operasional rendah, UMKM dapat menjalin kontrak pembelian dalam jumlah kecil yang fleksibel untuk mengurangi dampak fluktuasi harga.

Strategi WT (Mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman)

1. Standarisasi proses & *preventative maintenance*: Terapkan jadwal perawatan alat dan pencatatan biaya untuk mencegah *downtime* yang mahal.
2. Pembukuan dan pengendalian biaya sederhana: Implementasi sistem kas kecil (*cashbook*) dan pencatatan pesanan untuk memonitor profitabilitas.
3. Kepatuhan lingkungan dasar: Mengadopsi praktik pengelolaan limbah tinta sederhana untuk mengurangi risiko regulasi dan citra negatif.

Rekomendasi Implementasi (Roadmap praktis 6–12 bulan)

Bulan 1–2: Diagnosis & Administrasi

- Susun catatan keuangan dasar (kas masuk/keluar).
- Lakukan audit peralatan sederhana; catat kebutuhan perbaikan.

Bulan 2–4: Peningkatan Pemasaran & Digital

- Buat akun Instagram & *WhatsApp Business*; unggah portofolio produk.
- Pelatihan singkat digital marketing (kelas komunitas / webinar).

Bulan 3–6: Penguatan Operasional

- Mulai program perawatan rutin (*checklist* harian/mingguan).
- Ajukan permohonan program pembiayaan mikro atau hibah UMKM (jika tersedia).

Bulan 6–12: Skalasi & Mitigasi Risiko Lanjutan

- Jika modal tersedia: upgrade mesin kritis atau gunakan jasa sewa/lease.
- Diversifikasi pemasok (minimal dua pemasok untuk bahan kritis).
- Kolaborasi dengan pelaku UMKM lain untuk bundling produk (mis. paket cetak + desain).

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM percetakan skala rumahan memiliki ketahanan bisnis yang baik, tetapi masih menghadapi risiko pada aspek pembiayaan, modernisasi alat, dan persaingan pasar. Implementasi strategi SWOT secara terpadu dapat menjadi dasar mitigasi risiko yang efektif dan meningkatkan daya saing jangka panjang. Analisis menunjukkan UMKM percetakan memiliki kekuatan layanan personal dan fleksibilitas produk, namun lemah dalam modal dan pemasaran. Peluang masih besar melalui tren digital dan produk custom, tetapi risiko dari pesaing besar dan substitusi digital perlu dimitigasi. Strategi yang direkomendasikan mencakup digitalisasi usaha, investasi bertahap, diversifikasi produk, serta penguatan komunitas pelanggan.

Saran yang dapat peneliti sampaikan adalah; (1) UMKM perlu mengalokasikan dana untuk peningkatan mesin secara bertahap, (2) Pelaku usaha perlu meningkatkan kompetensi pemasaran digital, dan (3) Pemerintah daerah dapat memberikan pelatihan dan bantuan peralatan printing.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, M. M., Kraugusteeliana, Sipayung, B., Rustiawan, I., & Bambang. (2023). Business Risk Management Using Strengths Weaknesses Opportunities Treats in Small Business. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(1), 125–131.
- Dvorsky, J., Belas, J., Gavurova, B., & Brabenec, T. (2021). Business risk management in the context of small and medium-sized enterprises. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 34(1), 1690–1708. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1844588>
- Fred R. David, & Forest R. David. (2017). *Strategic Management*. www.ebook3000.com
- GÜREL, E., & TAT, M. (n.d.). SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 1576–1580. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Indarti, N., & Langenberg, M. (2004). Factors affecting business success among SMEs: empirical evidences from Indonesia. *Second Bi-Annual European Summer ...*, August, 1–15. <http://www.utwente.nl/mb/nikos/archief/esu2004/papers/indartilangenberg.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (Vol. 14, Issue 1).
- Krüger, N. A., & Meyer, N. (2021). The Development of a Small and Medium-Sized Business Risk Management Intervention Tool. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(7). <https://doi.org/10.3390/jrfm14070310>
- Malkan, B., & Supiandi, G. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah, (UMKM) UD. Difiy Printing, Studi Penelitian UMKM Percetakan di Kajen, Margoyoso Pati. *JORAPI: Journal of Research and Publication Innovation*, 2(4), 3170–3184. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/index>
- Maulana, R. (2025). Strategi Pengembangan Usaha UMKM dengan Analisis SWOT. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(3), 223–235. <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMBIDTER/article/view/664>
- Pratama, C. (2023). SWOT Analysis Approach in Business Risk Management for MSMEs. *JUSTBEST Journal of Sustainable Business and Management*, 3(1), 26–33. <https://doi.org/10.52432/justbest.3.1.26-33>
- Tambunan, R. (2006). *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*. 1(8), 235–243.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: isu-isu penting*. LP3ES. <https://books.google.co.id/books?id=m4huMwEACAAJ>
- Turgay, S., & Aydin, A. (2023). Risk Mitigation for SMEs: A Step-by-Step Guide to Implementing an Effective Framework. *Financial Engineering and Risk Management*, 6(8), 71–80. <https://doi.org/10.23977/ferm.2023.060808>