

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TOKO BANGUNA UD. SUMBER
AGUNG KABUPATEN PASURUAN**

Indah Amalia

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
indahamaliaa71@gmail.com

Muhammad Suyanto

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Suyanto@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the business development strategy of UD. Sumber Agung, a building materials trading business, using the SWOT analysis approach. The research employed a descriptive qualitative method, with data collected through interviews, observations, and documentation. Data analysis was conducted using the IFAS and EFAS matrices to identify internal and external factors influencing the sustainability of the business. The results of the analysis indicate that UD. Sumber Agung obtained a total IFAS score of 2.85, which shows that the company's internal condition is strong, with strengths outweighing weaknesses. Meanwhile, the EFAS score of 2.65 indicates that external opportunities are more dominant than threats faced by the company. Based on these results, UD. Sumber Agung is positioned in Quadrant I of the SWOT matrix, reflecting a strong internal condition and a favorable external environment. Accordingly, the recommended strategy for UD. Sumber Agung is an aggressive strategy (Strength–Opportunity strategy), which focuses on leveraging internal strengths to capitalize on external opportunities. This strategy is expected to support sustainable business development and enhance the company's competitiveness in the building materials industry.

Keywords: *Business Development Strategy, SWOT Analysis, IFAS, EFAS, UD. Sumber Agung Building Materials Store.*

A. PENDAHULUAN

Peranan UMKM sangat signifikan bagi perkembangan ekonomi di Indonesia. Dengan proporsi yang mencapai 99% dari total usaha, menjadikan UMKM sebagai bagian yang utama dalam struktur ekonomi negara ini. Berdasarkan informasi dari kementerian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), ada sekitar 30,18 juta unit UMKM yang terdaftar di Indonesia hingga 31 Desember 2024. Namun, angka ini belum termasuk UMKM yang berasal di sektor pertanian dan perikanan.



Gambar 1. Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Sektor Usaha

Sumber: <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>

UMKM Adalah jenis usaha yang memiliki kelebihan dalam kemampuan menyerap tenaga kerja yang cukup tinggi. Oleh karena itu, fungsi UMKM tidak hanya terbatas pada peningkatan ekonomi, tetapi juga memainkan peranan penting dalam menangani isu pengangguran di Indonesia (Hidayah et al., 2019)

Salah satu sektor UMKM yang menjanjikan adalah sektor perdagangan bahan bangunan. Hal ini disebabkan semakin banyaknya pembangunan infrastruktur, perumahan, dan rekonstruksi rumah, baik di kota maupun desa. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor konstruksi memberikan kontribusi sebesar 10,29% terhadap PDB tahun 2023, yang secara tidak langsung meningkatkan permintaan terhadap bahan bangunan (BPS, 2024).

Meski demikian, bisnis toko bangunan tetap menghadapi berbagai tantangan, seperti perubahan harga material, persaingan yang semakin ketat, dan terbatasnya modal serta kemampuan promosi. Situasi ini memaksa para pelaku usaha untuk merancang strategi yang tepat agar bisa bertahan dan meningkatkan daya saing di pasar.

UD.Sumber Agung adalah salah satu contoh UMKM yang bergerak di bidang toko bangunan. Usaha ini didirikan oleh “Arifin Abd Mukti” pada tahun 2021 dan berlokasi di Dusun Gedang Klutuk, Desa Kedungboto, Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan. Meskipun masih baru, UD. Sumber Agung menghadapi beberapa permasalahan, seperti keterbatasan dalam promosi, pengelolaan stok barang, serta persaingan yang ketat dengan toko bangunan lain yang lebih besar dan lebih dikenal oleh masyarakat. Dengan kondisi tersebut, sangat penting bagi UD. Sumber Agung untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis yang dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat posisi bisnisnya di pasar lokal.

Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh (Ngurah & Gede Widiadnyana Pasek, 2023) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Toko Bangunan UD. Sinar Alam hanya fokus pada pengenalan faktor-faktor internal dan eksternal tanpa memberikan penjelasan yang mendalam tentang bagaimana strategi yang dipilih dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan dan daya saing. Demikian pula, penelitian oleh (Purnawan et al, 2025) yang terdapat dalam

Swakarya: Jurnal Penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha pada Toko Bangunan Kylea Berkah, lebih memusatkan perhatian pada elemen pemasaran dan pelayanan, namun belum mengeksplorasi aspek digitalisasi maupun efisiensi manajemen keuangan sebagai pendorong utama untuk kelangsungan usaha.

Meskipun demikian, hasil telaah literatur menunjukkan bahwa kajian mengenai strategi pengembangan usaha pada sektor toko bangunan masih relative terbatas. Sebagian besar penelitian lebih berfokus pada UMKM di bidang kuliner, kerajinan dan jasa, sementara usaha toko bangunan jarang dijadikan objek penelitian, padahal sektor ini memiliki kontribusi signifikan dalam penyediaan material konstruksi dan Pembangunan infrastruktur.

Oleh karen itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan (gap) tersebut dengan mengkaji secara mendalam strategi pengembangan usaha pada UD. Sumber Agung Kab. Pasuruan. Dengan penelitian ini, diharapkan diperoleh temuan baru yang dapat memperkaya kajian akademis mengenai strategi pengembangan usaha UMKM, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan usaha toko bangunan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berfokus pada “Strategi Pengembangan Usaha Toko Bangunan (UD. Sumber Agung) Kabupaten Pasuruan” dengan menggunakan metode analisis SWOT melalui pendekatan kualitatif. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan arahan strategis bagi UD. Sumber Agung serta memberikan kontribusi dalam studi akademik tentang strategi pengembangan UMKM di bidang toko bangunan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan adalah suatu konsep yang sangat krusial dalam pengembangan ekonomi karena menjadi pendorong utama untuk menciptakan pekerjaan, meningkatkan efisiensi, serta mendorong inovasi dalam masyarakat. Secara luas, kewirausahaan dapat diartikan sebagai kemampuan individu untuk mengidentifikasi peluang, mengelola aset, dan menghasilkan nilai tambahan melalui usaha yang inovatif dan berfokus pada hasil. Menurut Richard Cantillon (dalam jurnal Mukhyar & Puspita, 2022), kewirausahaan adalah aktivitas seseorang yang membeli produk dengan harga tertentu dan menjualnya kembali di masa depan dengan harga yang tidak dapat dipastikan. Penjelasan ini menekankan bahwa seorang wirausahawan perlu dapat menghadapi risiko dan ketidakpastian dalam aktivitas ekonomi yang mereka jalani.

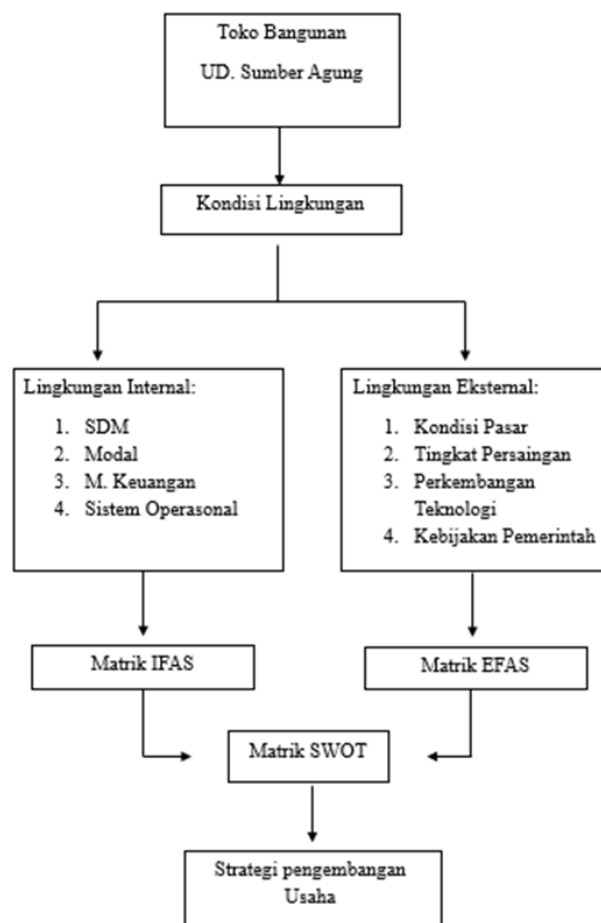
Manajemen strategi adalah elemen krusial dalam pengelolaan organisasi masa kini karena berperan sebagai panduan bagi para manajer dalam menetapkan arah, kebijakan, dan tindakan jangka panjang guna meraih sasaran organisasi. Menurut (Nawawi, 2003) Manajemen strategi merujuk pada proses perencanaan yang luas dengan fokus pada pencapaian tujuan jangka panjang dan visi untuk masa mendatang. Ini merupakan keputusan krusial yang membantu organisasi dalam menjalankan misi serta memproduksi barang atau jasa dengan cara yang efisien demi mencapai tujuan strategis.

Pengembangan usaha adalah langkah yang diambil oleh pelaku bisnis untuk meningkatkan kapasitas, memperbaiki performa, dan memperluas kesempatan dalam mengatasi persaingan di pasar. (Tambunan, 2012) menjelaskan bahwa

pengembangan usaha merupakan rangkaian proses yang bertujuan untuk menambah nilai dari suatu bisnis melalui inovasi produk, ekspansi pasar, peningkatan mutu layanan, dan penguatan manajemen. Di sisi lain (Zimmerer, 2008) menggambarkan pengembangan usaha sebagai sekumpulan Langkah yang dirancang untuk memaksimalkan potensi Perusahaan agar dapat bertahan dan berkembang dalam waktu yang lama.

Strategi pengembangan bisnis Adalah serangkaian Langkah yang dilakukan oleh Perusahaan untuk memperbesar kapasitas, daya saing, dan kelangsungan usaha. Menurut (David, 2011), strategi tersebut Adalah Kumpulan Keputusan dan Tindakan yang dirancang untuk meraih tujuan jangka Panjang, dengan memperhatikan kekuatan internal dan eksternal Perusahaan.

Lingkungan usaha merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu organisasi dalam merumuskan dan menjalankan strategi. Setiap Perusahaan beroperasi dalam ekosistem yang slalu berubah, di mana variasi dari lingkungan sekitarnya dapat berdampak pada arah kebijakan dan Keputusan yang diambil oleh manajemen. Menurut (Kotler,P, Keller, 2016) lingkungan usaha terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu Internal dan Eksternal. Unsur-unsur lingkungan Internal mencakup : SDM, Modal, Struktur Organisasi dan Sistem Operasional. Sedangkan unsur-unsur lingkungan Eksternal Adalah: Kondisi Pasar, Tingkat Persaingan, Perkembangan Teknologi, Kebijakan Pemerintah.



Gambar 2. Kerangka Konseptual

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif, dengan menggunakan SWOT Metode ini dipilih karena penelitian kualitatif dapat menawarkan pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang fenomena yang diteliti, khususnya terkait strategi pengembangan usaha di UD. Sumber Agung. Sumber data penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang didapatkan secara langsung dari subjek penelitian melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan operasional serta strategi pengembangan usaha di toko bangunan. Selanjutnya data yang di peroleh akan di analisis menggunakan Matriks IFAS dan EFAS.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Matriks IFAS

Matriks IFAS digunakan untuk menilai kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dari faktor internal perusahaan. Bobot ditentukan berdasarkan Tingkat kepentingan masing-masing faktor (0,0-1,0) dan total bobot harus berjumlah 1,00.

Tabel 1. Matriks IFAS

FAKTOR INTERNAL					
No	Kekuatan (S)	Signifikasi	Bobot	Rating	Skor
1.	Pengalaman usaha (SDM)	3	0,15	4	0,60
2.	Hubungan Pelanggan (SDM)	3	0,15	4	0,60
3.	Kelengkapan Produk (Sistem Operasional)	2	0,10	3	0,30
4.	Pelayanan Keluarga (Sistem Operasional)	2	0,10	3	0,30
5.	Lokasi Strategis (Kondisi Pasar)	2	0,10	3	0,30
Jumlah		12			2,1
No	Kelemahan (W)	Signifikasi	Bobot	Rating	Skor
6.	Keuangan Manual (M. Keuangan)	2	0,10	2	0,20
7.	Keuangan Belum Terpisah (M. Keuangan)	2	0,10	2	0,20
8.	Tenaga Kerja Terbatas (SDM)	2	0,10	2	0,20
9.	Teknologi Rendah (Perkembangan Teknologi)	1	0,05	1	0,05
10.	Struktur Belum Formal (Sistem Operasional)	1	0,05	2	0,10
Jumlah		8			0,75
Total		20	1,00		2,85

Berdasarkan hasil analisis IFAS, diperoleh total skor sebesar 2,85, yang menunjukkan bahwa kondisi internal UD. Sumber Agung berada pada posisi yang kuat. Nilai tersebut berada di atas nilai rata-rata 2,50, yang mengindikasikan bahwa kekuatan internal perusahaan lebih dominan dibandingkan kelemahan yang dimiliki. Kekuatan utama UD. Sumber Agung terletak pada pengalaman usaha yang cukup lama, hubungan baik dengan pelanggan, kelengkapan produk, serta lokasi usaha yang strategis. Sementara itu, kelemahan seperti pencatatan keuangan yang

masih manual, keterbatasan tenaga kerja, dan rendahnya pemanfaatan teknologi belum memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja usaha secara keseluruhan. Dengan kondisi internal yang relatif kuat, UD. Sumber Agung memiliki kemampuan yang memadai untuk mendukung pengembangan usaha dan menghadapi tantangan eksternal.

Matriks EFAS

Matriks EFAS digunakan untuk menilai peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dari faktor eksternal. Bobot menunjukkan Tingkat kepentingan masing-masing faktor terhadap usaha (jumlah total bobot = 1,00)

Tabel 2. Matrik EFAS
FAKTOR EKSTERNAL

No	Peluang (O)	Signifikasi	Bobot	Rating	Skor
1.	Pertumbuhan Pembangunan (Kondisi Pasar)	3	0,15	4	0,60
2.	Kebutuhan Keberlanjutan (Kondisi Pasar)	3	0,15	3	0,45
3.	Perkembangan Teknologi	2	0,10	3	0,30
4.	Kerja Sama Kontraktor (Kondisi Pasar)	2	0,10	3	0,30
5.	Dukungan Pemerintah (Kebijakan Pemerintah)	1	0,05	3	0,15
Jumlah		11			1,8
No	Ancaman (T)	Signifikasi	Bobot	Rating	Skor
6.	Persaingan Usaha (Tingkat Persaingan)	3	0,15	2	0,30
7.	Fluktuasi Harga (Kondisi Pasar)	2	0,10	2	0,20
8.	Daya Beli Menurun (Kondisi Pasar)	2	0,10	2	0,20
9.	Toko Modern & Online (Perkembangan Teknologi)	1	0,05	1	0,05
10.	Ketergantungan Pemasok (Sistem Operasional)	1	0,05	2	0,10
Jumlah		9			0,85
Total		20	1,00		2,65

Berdasarkan hasil analisis EFAS, diperoleh total skor sebesar 2,65, yang menunjukkan bahwa lingkungan eksternal UD. Sumber Agung berada pada kondisi yang cukup menguntungkan. Nilai tersebut berada di atas nilai rata-rata 2,50, yang mengindikasikan bahwa peluang eksternal yang dihadapi perusahaan lebih besar dibandingkan ancaman yang ada. Peluang utama berasal dari pertumbuhan pembangunan dan kebutuhan bahan bangunan yang bersifat berkelanjutan, sementara ancaman seperti persaingan usaha dan fluktuasi harga bahan bangunan masih dapat dihadapi dengan strategi yang tepat. Dengan demikian, UD. Sumber Agung memiliki peluang yang cukup besar untuk mengembangkan usahanya apabila mampu memanfaatkan kondisi eksternal secara optimal.

Strategi SWOT

Analisis SWOT merupakan tahap lanjutan dari matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) yang telah

disusun sebelumnya. Tujuan analisis ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan usaha dengan memperhatikan kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dimiliki oleh UD. Sumber Agung.

Tabel 3. Matriks Kombinasi Strategi SWOT UD. Sumber Agung

Internal/ Eksternal	Peluang (O)	Ancaman (T)
Kekuatan (S)	Strategi SO Memanfaatkan pengalaman usaha dan pemahaman pasar lokal untuk memenuhi meningkatnya permintaan bahan bangunan akibat pertumbuhan pembangunan dan renovasi rumah. Mengoptimalkan hubungan baik dan loyalitas pelanggan tetap untuk meningkatkan volume penjualan secara berkelanjutan. Memanfaatkan kelengkapan produk sebagai keunggulan kompetitif untuk menarik konsumen dan menjalin kerja sama dengan tukang bangunan dan kontraktor lokal. Menggunakan pelayanan yang cepat dan personal sebagai nilai tambah dalam menghadapi peluang pasar yang berkembang.	Strategi ST Memanfaatkan loyalitas pelanggan dan pelayanan personal untuk mempertahankan konsumen di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Menggunakan pengalaman usaha dalam menyesuaikan stok dan harga guna menghadapi fluktuasi harga bahan bangunan. Mengoptimalkan lokasi usaha yang strategis untuk bersaing dengan toko bahan bangunan lain dan toko modern.
Kelemahan (W)	Strategi WO Memanfaatkan dukungan pemerintah terhadap UMKM untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan dan manajemen usaha. Mengadopsi teknologi digital secara bertahap sebagai sarana promosi dan pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar. Memanfaatkan peluang kerja sama dengan kontraktor atau tukang bangunan guna mengatasi keterbatasan tenaga kerja.	Strategi WT Memperbaiki sistem pengelolaan keuangan untuk mengantisipasi dampak fluktuasi harga dan penurunan daya beli masyarakat. Mengurangi ketergantungan pada pemasok tertentu dengan mencari alternatif pemasok bahan bangunan. Meningkatkan efisiensi operasional dan pemanfaatan teknologi agar tidak tertinggal dari pesaing dan penjualan online.

Grafik Kuadran SWOT



Gambar 3. Grafik Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS, posisi UD. Sumber Agung berada pada Kuadran I (Strength–Opportunities / SO). Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang dominan serta peluang eksternal yang besar untuk dikembangkan.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pengembangan usaha toko bahan bangunan UD. Sumber Agung, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut. Hasil analisis lingkungan internal menunjukkan bahwa UD. Sumber Agung memiliki kekuatan utama pada aspek sumber daya manusia dan sistem operasional, seperti pengalaman pemilik usaha, keterlibatan langsung keluarga dalam pelayanan, hubungan baik dengan pelanggan tetap, kelengkapan produk, serta lokasi usaha yang strategis. Kekuatan tersebut mendukung keberlangsungan usaha dan menjadi modal penting dalam menghadapi persaingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atthoriq, D N; Andrian; Sulastri, F D; Meilany, W D; Elfa, Y. (2024). Strategi Pemasaran Melalui Inovasi dan Kreasi Guna Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bangunan Mandala. *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, Vol. 2, No, 42–48.
- Badru T, M; Pudyaningsih, R; Akramiah, N. (2023). Penerapan Bauran Pemasaran Berbasis SWOT terhadap Loyalitas Pelanggan dan Efisiensi Promosi pada Toko Melati Pasuruan. *EMA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 5, No.
- Cahyo, B D; Sari, M I; Hermawan, H. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Toko Bangunan Bima Jaya. *Growth: Jurnal*

Ilmiah, Vol. 1, No.

- Creswell, J W; Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- David, F. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (Edisi ke-1). Pearson Education.
- Fahrozi, R, Karimah,N, Muldani, N. (2023). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Toko Mulia Mart. *Journal of Tax and Business, Vol. 4, No*, 421–426.
- Fortune, J. . (2020). SWOT Analysis Problems and Solutions: Practitioners' Feedback into the Ongoing Academic Debate. *Journal of Intelligence Studies in Business, Vol. 10, N*.
- Ghaleb, B. (2024). Pentingnya Menggunakan Analisis SWOT dalam Kesuksesan Bisnis. *Universitas Sakarya, Volume 3*, 557–564.
- Hidayah, U., Mulatsih, S., & Purnamadewi, Y. L. (2019). Analisis Kinerja Dan Strategi Pengembangan Umkm Alas Kaki Di Desa Pagelaran. *Jurnal Benefita*, 4(3), 435. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4232>
- Hunger, JD & Wheelen, T. (2003). *Strategic Management and Business Policy* (Edisi ke-9). Prentice Hall.
- Karim, M A; Ratnaningtyas, E M; Jumadi; Susilawati, D. (2023). Analisis SWOT Sebagai Dasar Penentuan Strategi Pemasaran Produk Pada Toko Frensy Sport. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi (JMAE)*, 39–45.
- Kotler,P, Keller, K. (2016). *Marketing Management* (Edisi ke-1). Pearson Education.
- Miles, M B; Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE Publications, Inc.
- Moleong, L. . (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mukaila Ayanda, A., & Sidikat Laraba, A. (2011). Small and Medium Scale Enterprises as A Survival Strategy for Employment Generation in Nigeria. *Journal of Sustainable Development*, 4(1), 200–206. <https://doi.org/10.5539/jsd.v4n1p200>
- Mukhyar, & Puspita, Y. (2022). Analisis Ekonomi Entrepreneurship (Studi Literatur Perbandingan Pemikiran Richard Cantillon dengan Mark Casson-Casson, M dan Joseph Schumpeter - Schumpeter, J. A). *Jurnal Ar-Ribhu*, 5(2), 372–384.
- Nawawi, H. (2003). *Manajemen Strategik: Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*. Gadjah Mada University Press.
- Ngurah, N. thendes, & Gede Widiadnyana Pasek. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Toko Bangunan Ud. Sinar Alam. *Jnana Satya Dharma*, 11(1), 55–66. <https://doi.org/10.55822/jnana.v11i1.315>
- Purnawan,D, Kurniawan, Khoirotun, S, N. (2025). *Strategi Pengembangan Usaha Pada Toko Bangunan Kylea Berkah Desa Pandan Jaya Tanjung Jabung Timur*. 4, 22–32.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*No Title. LP3ES.
- Zimmerer, T. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (Edisi ke-5). Pearson Prentice Hall.