

**ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN
SANGKAR BURUNG: Studi Kasus Di Desa Dawuhan Mangli Sukowono**

Faiqotul Maghfiroh¹, Pudhak Prasetyorini², Sri Wulandari³
¹²³Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas PGRI Argopuro Jember
e-mail : 1faiqotul975@gmail.com, 2pudhak.prasetyorini@gmail.com,
3sriwulanmaritza@gmail.com

ABSTRACT

The birdcage industry in Dawuhan Mangli Sukowono Village has deep historical roots and is an integral part of the local cultural heritage. This study aims to assess the dynamics of the sector and design an efficient marketing strategy to strengthen the competitive position of businesses in an increasingly fierce market. The research methodology adopted a combination approach (quantitative and qualitative), with data collection through structured surveys and in-depth interviews with entrepreneurs and relevant stakeholders. To identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT analysis), data were analyzed using the Internal Factor Evaluation Matrix (IFE) and External Factor Evaluation Matrix (EFE). Research findings indicate that, despite promising market potential, entrepreneurs face constraints such as demand fluctuations and competitive intensity. It is hoped that this research can provide practical recommendations for businesses and related parties in formulating policies that support the progress of the handicraft industry, especially birdcages, in the region.

Keywords: SWOT Analysis, IFE and EFE Matrix, Birdcage Industry, Marketing Strategy

ABSTRAK

Industri sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli Sukowono memiliki akar sejarah yang dalam dan menjadi bagian tak terpisahkan dari warisan budaya lokal. Studi ini bertujuan untuk mengkaji dinamika sektor ini dan merancang strategi pemasaran yang efisien guna memperkuat posisi kompetitif para pelaku usaha di tengah pasar yang kian sengit. Metodologi penelitian mengadopsi pendekatan kombinasi (kuantitatif dan kualitatif), dengan pengumpulan data melalui survei terstruktur dan wawancara mendalam bersama pengusaha serta pemangku kepentingan terkait. Untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT), data dianalisis menggunakan Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE). Temuan riset mengindikasikan bahwa, meskipun potensi pasar cukup menjanjikan, para pengusaha menghadapi kendala seperti fluktuasi permintaan dan intensitas persaingan. Diharapkan, penelitian ini dapat menyajikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan pihak terkait dalam merumuskan kebijakan yang mendukung kemajuan industri kerajinan, khususnya sangkar burung, di wilayah tersebut.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Matriks IFE dan EFE, Industri Sangkar Burung, Strategi Pemasaran

A. Pendahuluan

Industri sangkar burung di Indonesia memiliki sejarah panjang dan merupakan elemen krusial dalam kebudayaan masyarakat, terutama di wilayah dengan tradisi pemeliharaan burung. Sangkar burung, sebagai wadah khusus untuk burung peliharaan, tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal, tetapi juga menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman.

Pembuatannya melibatkan beragam material seperti besi, kayu, dan plastik, disesuaikan dengan jenis burung. Di Desa Dawuhan Mangli Sukowono, industri ini telah eksis sejak 1876, dipelopori oleh Bapak Krija, kepala desa pertama. Sejak itu, sektor ini tumbuh pesat, dari 34 unit usaha pada 2012 (Disperindag 2012) menjadi 323 kepala keluarga pengrajin saat ini (Disperindag 2025). Perkembangan ini tidak hanya menjadi sumber penghasilan bagi pengrajin dan pedagang, tetapi juga merefleksikan kekayaan budaya dan nilai-nilai lokal.

Namun, di balik potensi pasar yang menjanjikan, pelaku usaha di Desa Dawuhan Mangli Sukowono menghadapi berbagai kendala. Banyak pengrajin belum memiliki izin usaha resmi, yang membatasi akses ke program pemerintah dan mengurangi kepercayaan konsumen.

Persaingan yang semakin ketat, baik dari produsen lokal maupun luar daerah, menuntut inovasi produk dan strategi pemasaran yang lebih baik. Pergeseran preferensi konsumen dan kemajuan teknologi informasi juga memengaruhi metode pemasaran dan distribusi. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk melakukan evaluasi komprehensif terhadap faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan bisnis mereka.

Melalui Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation), analisis SWOT dapat dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh pengusaha sangkar burung. Studi ini

bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika industri sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli Sukowono, serta merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyoroti aspek ekonomi, tetapi juga kontribusinya terhadap pelestarian budaya dan nilai-nilai lokal. Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha, distributor, dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan industri kerajinan tangan, khususnya sangkar burung, di Desa Dawuhan Mangli Sukowono.

B. Metode Penelitian

Studi ini bertujuan untuk menganalisis industri sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli Sukowono secara menyeluruh dengan menerapkan metode gabungan yang

mengintegrasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan hibrida untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi industri tersebut. Populasi penelitian mencakup seluruh pengusaha sangkar burung di desa tersebut, dan sampel diambil secara sengaja dari pelaku usaha yang memiliki pengalaman relevan.

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui survei kuantitatif dengan kuesioner yang mengumpulkan informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh para pengusaha. Selain itu, wawancara mendalam dilakukan dengan pengusaha dan pemangku kepentingan untuk mendapatkan perspektif yang lebih kaya mengenai tantangan dalam industri ini.

Data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif serta Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE). Sementara itu, data kualitatif dianalisis melalui pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola dan isu-isu kunci. Temuan dari analisis IFE dan EFE kemudian digunakan untuk melakukan analisis SWOT, yang

bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam industri sangkar burung.

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas, kuesioner yang digunakan telah melalui uji coba, dan triangulasi data diterapkan untuk memverifikasi konsistensi informasi dari berbagai sumber. Dengan metodologi ini, diharapkan studi ini dapat memberikan gambaran yang akurat tentang kondisi industri sangkar burung serta rekomendasi untuk strategi pemasaran yang efektif. Pada bagian ini menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian yang dianggap perlu untuk memperkuat naskah yang dipublikasikan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Secara singkat dan jelas uraikan hasil yang diperoleh dan dilengkapi dengan pembahasan yang mengupas tentang hasil yang telah didapatkan dengan Bagian ini menyajikan hasil analisis industri sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli Sukowono. Dengan memanfaatkan pendekatan gabungan kuantitatif dan kualitatif, studi ini berhasil mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang

memengaruhi perumusan strategi pemasaran bagi para pengusaha.

Pembahasan akan merinci temuan dari Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), yang secara jelas menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh pelaku usaha sangkar burung. Lebih lanjut, temuan ini akan dikaitkan dengan konteks yang lebih luas, mencakup tantangan yang ada serta usulan strategi untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Dengan demikian, bagian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika industri sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli Sukowono, serta berkontribusi signifikan terhadap pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan.

**Tabel. 1 Faktor-Faktor Internal
(Usaha Sangkar Burung)**

Faktor-Faktor Internal (Usaha Sangkar Burung)

No	Kekuatan(Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
1	Kualitas baku yang baik	Permintaan pasar yang tidak stabil
2	Pengujian kualitas produk sebelum dijual	Sulitya mencari bahan baku yang berkualitas
3	Inovasi produk yang berbeda dengan pesaing	Persaingan pasar yang semakin ketat
4	Harga yang ditawarkan kompetitif dan terjangkau	Kurangnya penguasaan dalam pemasaran online
5	Pemasaran online untuk menjangkau pasar	Masalah dalam mendistribusikan produk

**Tabel. 2 Faktor-Faktor Eksternal
(Usaha Sangkar Burung)**

Faktor-Faktor Eksternal (Usaha Sangkar Burung)

No	Peluang (Oppirtunities)	Ancaman (Threats)
1	Daya tarik yang kuat bagi pelanggan	Kondisi ekonomi yang berdampak
2	Kolaborasi dengan toko hewan peliharaan	Inovasi produk kunci untuk bertahan dalam persaingan
3	Kolaborasi dengan komunitas pecinta burung	Aktif mencari cara untuk membedakan produk dengan kompetitor
4	Sangkar burung dengan desain yang unik dan estetik	Perubahan regulasi dapat mempengaruhi usaha
5	Kemitraan dengan influencer	Penawaran harga yang kompetitif dan inovasi yang lebih baik

Tabel. 3 MATRIKS IFE

MATRIKS IFE

No	Faktor Internal Dominan	JUM LAH	RA TIN G	BO BO T %	BO BO T X RA TIN G
	STRENG THS				
1	Kualitas baku yang baik	38	3.8	0.11	0.43
2	Pengujian kualitas produk sebelum dijual	42	4.2	0.13	0.53
3	Inovasi produk yang berbeda dengan pesaing	40	4	0.12	0.48
4	Harga yang ditawarkan kompetitif dan terjangkau	37	3.7	0.11	0.41
5	Pemasaran online untuk menjangkau pasar	36	3.6	0.11	0.39
No	WEAKNESS	JUM LAH	RA TIN G	BO BO T %	BO BO T X RA TIN G
1	Permintaan pasar yang tidak stabil	24	2.4	0.07	0.17
2	Sulitya mencari bahan baku yang berkualitas	29	2.9	0.09	0.25
3	Persaingan pasar yang semakin ketat	30	3	0.09	0.27
4	Kurangnya	33	3.3	0.10	0.33

	penguasaan dalam pemasaran online				
5	Masalah dalam mendistribusikan produk	24	2.4	0.07	0.17
TOTAL		333		1.00	3.44

Analisis Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) mengidentifikasi dua kategori utama: Kekuatan dan Kelemahan. Berikut adalah rincian evaluasi tersebut:

Kekuatan:

1. Kualitas Bahan Baku Unggul: Dengan skor 38 dan rating 3.8, faktor ini menyumbang 11% dari total bobot (0.43). Ini menegaskan bahwa kualitas bahan baku adalah aset utama yang mendukung daya saing produk.

2. Pengujian Kualitas Produk Pra-Penjualan: Faktor ini memiliki skor 42 dan rating 4.2, dengan bobot 13% (0.53). Pengujian ketat sebelum produk dipasarkan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kepuasan pelanggan dan mitigasi risiko produk cacat.

3. Inovasi Produk Diferensiatif: Dengan skor 40 dan rating 4.0, faktor ini berkontribusi 12% (0.48). Inovasi

yang dilakukan perusahaan menjadi keunggulan kompetitif, menarik perhatian konsumen dan membedakan produk dari pesaing.

4. Harga Kompetitif dan Terjangkau: Faktor ini mencatat skor 37 dan rating 3.7, dengan bobot 11% (0.41). Penawaran harga yang bersaing meningkatkan daya tarik produk, terutama bagi segmen pasar yang sensitif terhadap harga.

5. Pemasaran Online Efektif: Dengan skor 36 dan rating 3.6, faktor ini memiliki bobot 11% (0.39). Strategi pemasaran digital yang efektif memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk.

Kelemahan:

1. Volatilitas Permintaan Pasar: Faktor ini memiliki skor 24 dan rating 2.4, dengan bobot 7% (0.17). Fluktuasi permintaan pasar menjadi tantangan dalam perencanaan produksi dan distribusi.

2. Kesulitan Pengadaan Bahan Baku Berkualitas: Dengan skor 29 dan rating 2.9, faktor ini berkontribusi 9% (0.25). Kendala dalam mendapatkan bahan baku berkualitas dapat memengaruhi kualitas produk akhir.

3. Intensitas Persaingan Pasar: Faktor ini mencatat skor 30 dan rating 3.0, dengan bobot 9% (0.27). Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan strategi pemasaran agar tetap relevan.

4. Keterbatasan Pemasaran Online: Dengan skor 33 dan rating 3.3, faktor ini memiliki bobot 10% (0.33). Kurangnya penguasaan pemasaran digital dapat menghambat jangkauan konsumen secara efektif.

5. Kendala Distribusi Produk: Faktor ini memiliki skor 24 dan rating 2.4, dengan bobot 7% (0.17). Masalah distribusi dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman, berdampak negatif pada kepuasan pelanggan.

Tabel. 4 MATRIKS EFE

MATRIKS EFE					
No	Faktor Internal Dominan	JUM LAH	RAT ING	BO BO T %	BO BO T X RAT ING
	OPPORT UNITIES				
1	Daya tarik yang kuat bagi pelanggan	35	3.5	0.10	0.34
2	Kolaborasi dengan toko hewan peliharaan	37	3.7	0.10	0.38

3	Kolaborasi dengan komunitas pecinta burung	39	3.9	0.11	0.42
4	Sangkar burung dengan desain yang unik dan estetik	42	4.2	0.12	0.49
5	Kemitraan dengan influencer	40	4	0.11	0.44
No	TREATH S	JUM LAH	RAT ING	BO BO T %	BO BO T X RAT ING
1	Kondisi ekonomi yang berdampak	37	3.7	0.10	0.38
2	Inovasi produk kunci untuk bertahan dalam persaingan	40	4	0.11	0.44
3	Aktif mencari cara untuk membedakan produk dengan kompetitor	33	3.3	0.09	0.30
4	Perubahan regulasi dapat mempengaruhi usaha	30	3	0.08	0.25
5	Penawaran harga yang kompetitif dan inovasi yang lebih baik	30	3	0.08	0.25
TOTAL		363		1.00	3.67

Analisis Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) mengidentifikasi dua kategori utama: Peluang dan Ancaman. Berikut adalah penjelasan hasil evaluasi tersebut:

Peluang:

1. Daya Tarik Konsumen yang Kuat: Dengan skor 35 dan rating 3.5, faktor ini berkontribusi 10% (0.34) terhadap total skor. Daya tarik yang signifikan ini mengindikasikan potensi peningkatan penjualan dan ekspansi pangsa pasar.

2. Kemitraan dengan Toko Hewan Peliharaan: Faktor ini mencatat skor 37 dan rating 3.7, dengan bobot 10% (0.38). Kolaborasi dengan toko hewan peliharaan dapat membuka jalur distribusi baru dan meningkatkan visibilitas produk di kalangan target konsumen.

3. Kolaborasi dengan Komunitas Pecinta Burung: Dengan skor 39 dan rating 3.9, faktor ini memiliki bobot 11% (0.42). Melibatkan komunitas pecinta burung dalam promosi dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

4. Desain Sangkar Burung yang Unik dan Estetik: Faktor ini memiliki

skor 42 dan rating 4.2, dengan bobot 12% (0.49). Desain yang menarik menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, meningkatkan daya saing produk di pasar.

5. Kemitraan dengan Influencer: Dengan skor 40 dan rating 4.0, faktor ini berkontribusi 11% (0.44). Kolaborasi dengan influencer dapat memperluas jangkauan pemasaran dan menarik perhatian audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda.

Ancaman:

1. Dampak Kondisi Ekonomi: Faktor ini memiliki skor 37 dan rating 3.7, dengan bobot 10% (0.38). Ketidakpastian ekonomi dapat memengaruhi daya beli konsumen dan berdampak negatif pada volume penjualan.

2. Inovasi Produk sebagai Kunci Persaingan: Dengan skor 40 dan rating 4.0, faktor ini berkontribusi 11% (0.44). Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk terus berinovasi agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen.

3. Kebutuhan Diferensiasi Produk dari Pesaing: Faktor ini mencatat skor 33 dan rating 3.3,

dengan bobot 9% (0.30). Upaya membedakan produk dari kompetitor sangat krusial untuk menarik perhatian konsumen dan mempertahankan pangsa pasar.

4. Perubahan Regulasi yang Berpotensi Memengaruhi Bisnis: Dengan skor 30 dan rating 3.0, faktor ini memiliki bobot 8% (0.25). Perubahan regulasi dapat memengaruhi operasional perusahaan dan memerlukan penyesuaian strategis.

5. Penawaran Harga Kompetitif dan Inovasi Pesaing: Faktor ini memiliki skor 30 dan rating 3.0, dengan bobot 8% (0.25). Ancaman dari pesaing yang menawarkan harga lebih baik dan inovasi yang lebih menarik dapat memengaruhi posisi pasar perusahaan.

E. Kesimpulan

Analisis IFE dan EFE mengindikasikan bahwa bisnis sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli Sukowono memiliki posisi yang relatif kuat dalam menghadapi kendala dan memanfaatkan kesempatan. Dengan skor IFE sebesar 3,44 dan EFE sebesar 3,67, bisnis ini berada dalam kondisi yang kondusif untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Saran untuk pengembangan strategi pemasaran

mencakup peningkatan promosi melalui platform digital, penguatan kemitraan dengan berbagai pihak, dan inovasi produk yang berkelanjutan. Melalui upaya-upaya ini, diharapkan bisnis sangkar burung dapat meningkatkan daya saing dan mencapai pertumbuhan yang stabil di pasar.

Studi ini berhasil mengidentifikasi faktor-faktor SWOT yang memengaruhi perumusan strategi pemasaran sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli Sukowono. Rekomendasi strategi pemasaran yang dihasilkan diharapkan dapat mendukung pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing produk mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. (2019). Peran tengkulak dalam penjualan kerajinan sangkar burung di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono.
- Cahyani, R. I. (2021). Analisis SWOT terhadap prospek usaha pengerajin sangkar burung di Kampung Nunggalrejo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah.
- Chaffey, D. (2019). *“Digital marketing: Strategy, implementation and practice”*. Pearson Education Limited.
- David, F. R. (2009). *“Strategic management”*. Prentice Hall.

- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember. 2012. *Sentra Kerajinan dari Bambu Kabupaten Jember*. Jember: Disperindag Kabupaten Jember.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember. 2025. *Sentra Kerajinan dari Bambu Kabupaten Jember*. Jember: Disperindag Kabupaten Jember.
- Irwanto, E. V. (2022). *Telaah matriks internal factor evaluation (IFE) dan eksternal factor evaluation (EFE) pada beberapa brand kopi di Indonesia*.
- KKMB. (2023, Februari 18). Analisis matriks IFE dan EFE. Diakses dari <https://KKMB.co.id>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *“Principles of marketing”*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *“Marketing management”*. Pearson.
- Nur Fauziah, R. (2022, Mei 18). Analisis SWOT. Diakses dari <https://www.gramedia.com>.
- Oktrivina, A. (2023). Strategi industri kreatif sangkar burung di Kecamatan Bogor Barat menghadapi persaingan global.
- Qotrun, A. (2021). Rumus Slovin: Definisi, contoh soal, beserta pemahaman mengenai populasi dan sampel dalam penelitian. Diakses dari <https://www.gramedia.com/literasi/rumusslovin/?srsId=AfmB0orIK2KWQ3eDRlaNZYNwklY2PZvalejN8LreqMB7uHYjkGo8vrJ8>.
- Rahmi, T. (2018). Strategi pemasaran kerajinan sangkar burung di Gampong Gedong Tampung Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen.
- Rangkuti, F. (2006). “Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis”. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, R. (2020). Strategi pemasaran produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh pengembangan produk, kualitas produk, dan strategi pemasaran terhadap penjualan pada PT. ASTRAGRAPHIA MEDAN.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulasih. (2019). “Implementasi Matriks EFE, Matriks IFE, Matriks SWOT dan QSPM untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik di Keser Notog Patikraja Banyumas.” E-

Bis, diakses dari
<https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/E-Bis/article/download/115/66/>.