

ABSTRACT

Achmad Shochikhu Ichsan, Micro Pottery Business Analysis in Menongo Village, Sukodadi District, Lamongan Regency under the guidance of Dr. Herry Yulistiyo, M.Si.

The purpose of this research is to understand the internal and external factors affecting micro pottery businesses in Menongo Village. This study employs a qualitative descriptive approach, with informants selected through purposive sampling technique. Primary and secondary data sources are utilized, and data validity is ensured through source triangulation. The focus of the research is on the analysis of micro pottery businesses in Menongo Village, employing SWOT analysis techniques.

The research findings indicate that the current condition of pond farming in Menongo Village presents 3 strengths, 3 weaknesses, 4 opportunities, and 4 threats. Four strategic classifications are identified: S-O Strategy, focusing on capitalizing on unmet market needs; W-O Strategy, aimed at developing motifs or products; S-T Strategy, involving business process innovation; and W-T Strategy, focusing on establishing partnerships with financial institutions.

Keywords: Micro Business, SWOT Analysis, Pottery

ABSTRAK

Achmad Shochikhu Ichsan, Analisis Usaha Mikro Gerabah di Desa Menongo Kecamatan Sukodadi Kabupaten Lamongan Dibawah bimbingan Dr.Heryy Yulistiyono, M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi faktor internal dan faktor eksternal dari usaha mikro gerabah yang ada di Desa Menongo. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling. Sumber data yang digunakan yakni data primer dan data sekunder. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Fokus penelitian ini yakni pada analisis usaha mikro gerabah di Desa Menongo. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi usaha mikro gerabah di Desa Menongo saat ini memiliki 3 faktor kekuatan, 3 kelemahan, 4 peluang dan 4 ancaman. Terdapat 4 klasifikasi strategi yaitu Strategi S-O yakni Memanfaatkan kebutuhan pasar yang belum terpenuhi, Strategi W-O yakni mengembangkan media sosial dalam memasarkan produk, Strategi S-T yakni Inovasi proses usaha. Strategi W-T yakni Menjalinkan kemitraan dengan lembaga keuangan.

Kata Kunci: Usaha Mikro, Analisis SWOT, Gerabah.