**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENENGAH UKIRAN MINIATUR BINATANG**

**DI DESA CIKOLE KECAMATAN LEMBANG**

**KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Siti Patimah,Dindin Abdurohim,Abdul Rosid,Trisa Nur Kania

**ABSTRAK**

UMKM di Indonesia masih relatif buruk bukan saja dibandingkan dengan usaha besar (UB), tetapi juga dibandingkan dengan UMKM di negara-negara maju (NM) (Tambunan, 2012). Begitu pula yang terjadi pada Usaha Menengah Ukiran Miniatur Binatang Yang terdapat di Desa Cikole Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. Mengalami permasalahan dalam pengelolaan usahanya.

Metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Deskriptif Analisis.Teknik Pengumpulan Data, Observasi, Wawancara dan studi Kepustakaan dan Dokumentasi. Teknik Analisa Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan kondisi geografis bahwa Usaha Ukiran Miniatur Binatang berada di wilayah Kabupaten Bandung Barat, yang merupakan daerah pariwisata. Sementra dilihat dari kondisi usaha, bahwa Usaha Ukiran Miniatur Binatang merupakan usaha yang memiliki prospek. Dimana usaha ini merupakan usaha yang memanfaatkan alam, dengan menggunakan kayu lame yang mudah didapat dan mudah untuk dibentuk menjadi barang yang memiliki nilai ekonomis. Strategi Pengembangan Usaha Menengah Ukiran Miniatur Binatang Di Desa Cikole Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. Berdasarkan analisis lingkungan usaha bahwa usaha Ukiran Miniatur Binatang mendapatkan peluang dan ancama dari beberapa faktor-faktor eksternal diantaranya faktor kebijakan pemerintah, faktor ekonomi, faktor sosial, budaya dan demografi serta faktor teknologi. Sementara dari faktor lingkungan industry yang mendapatkan ancama adalah masuknya pendatang baru, persaingan sesame UKM, ancaman produk substitusi. Kekutan tawar menawar pembeli serta kekuatan tawar menawar pemasok.Berdasarkan beberapa faktor –faktor internal diantaranya terkait dengan kekuatan dan kelemahan yang berkaitan dengan Faktor produksi dan Operasi, faktor sumber daya manusia, faktor keuangan dan faktor pemasaran.

**Kata Kunci : Strategi Pengembangan Usaha**