

RUJAK TAPAL KUDA AMBON: ANALISIS SWOT DAN STRATEGI TRANSFORMASI DIGITAL UNTUK PEMBERDAYAAN UMKM

Hok Yizreel Breemer Souisa Go¹, Jian Veren Kanony², Sabra Satillah Yandra³,
Chrallita Olivia Sinay⁴, Hesty Tasidjawa⁵, Anggun Nurlette⁶

¹⁻⁶Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas pattimura, Indonesia
*e-mail: yizreelbreemer2015@gmail.com¹, jianverenn@gmail.com²,
rarayandra23@gmail.com³, chrallitaolivia@gmail.com⁴, hestytasidjawa@gmail.com⁵,
anggunnurlette0@gmail.com⁶

Abstrak

Tujuan utama pengabdian ini adalah untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) melalui analisis dan membuat strategi transformasi digital untuk pemberdayaan UMKM Rujak Tapal Kuda Ambon. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara terstruktur dengan pemilik usaha dan pelanggan, serta pengabdian literatur. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa meskipun produk UMKM ini memiliki rasa unik dan lokasi strategis, terdapat masalah seperti ketergantungan pada cuaca, inovasi produk yang rendah, dan kurangnya pemanfaatan media digital. Rekomendasi strategis adalah untuk meningkatkan inovasi produk, bekerja sama dengan industri pariwisata, dan meningkatkan pemasaran digital.

Kata kunci: Analisis SWOT, Rujak Tapal Kuda, Transformasi Digital, UMKM, Wawancara

Abstract

The main purpose of this service is to determine strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) through analysis and create a digital transformation strategy for the empowerment of Rujak Tapal Kuda Ambon MSMEs. Data collection was carried out through direct observation, structured interviews with business owners and customers, and literature service. The results of the SWOT analysis show that although these MSME products have a unique taste and strategic location, there are problems such as dependence on the weather, low product innovation, and lack of use of digital media. The strategic recommendation is to increase product innovation, cooperate with the tourism industry, and improve digital marketing

Keywords: SWOT Analysis, Rujak Tapal Kuda, Digital Transformation, MSMEs, Interviews

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian nasional (Alma, 2013). Berdasarkan data dari kementerian koperasi dan UKM yang dikutip oleh (Andinii, 2024) UMKM menyumbang sekitar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional atau setara dengan Rp9.580 triliun, serta menyerap 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Dengan jumlah mencapai 65,5 juta unit usaha atau

sekitar 99% dari total unit usaha yang ada. UMKM tidak hanya memberikan lapangan kerja bagi Masyarakat, tetapi juga memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan penguatan sektor informal.

Namun, di era transformasi digital yang semakin masif, UMKM menghadapi tantangan yang tidak sedikit. Literasi digital yang rendah, keterbatasan akses terhadap teknologi dan minimnya strategi pemasaran berbasis digital menjadi hambatan utama dalam meningkatkan daya saing UMKM (Andinii, 2024), oleh karena itu diperlukan Langkah-langkah konkret dan strategis untuk memperkuat kapasitas UMKM, baik dari sisi manajemen, promosi, maupun inovasi. Maksimalkan penggunaan platform media sosial dan digital untuk promosi dan pertimbangkan untuk menggunakan aplikasi online (Kotler, p., & Keller, 2016). Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah sektor kuliner lokal. Produk khas seperti rujak , yang merupakan bagian dari kekayaan kuliner Maluku, dapat menjadi ikon daerah dan menarik bagi wisatawan jika dikelola secara profesional dan inovatif.

UMKM Rujak Mama Gisel yang berlokasi di kawasan wisata Pantai Tapal Kuda Ambon. Usaha yang dijalankan oleh seorang ibu rumah tangga bernama Gisel Rutasouw, Usaha ini sudah ada sejak 2002 terhitung sudah 23 tahun berdiri dan merupakan salah satu ciri khas yang berada di lokasi wisata tersebut, Produk yang ditawarkan mencakup berbagai jenis buah segar yang dipadukan dengan bumbu kacang khas berbahan dasar gula aren dan rempah lokal, juga berbagai macam produk yang ditawarkan seperti es kelapa muda dan sarmento(sarimi telur). Keunikan Rujak terletak pada penggunaan gula aren dan rempah lokal yang menghasilkan cita rasa otentik(Indonesiakaya, 2024). Namun, seiring perkembangan teknologi dan perubahan tren konsumen, UMKM ini menghadapi tantangan dalam hal inovasi produk, persaingan ketat, serta pemasaran yang masih konvensional. Oleh karena itu, diperlukan analisis SWOT dan strategi transformasi digital agar UMKM Rujak Tapal Kuda dapat beradaptasi dan berkembang dalam era digital. Sebagai bagian dari destinasi kuliner lokal, keberadaan UMKM Rujak Tapal kuda memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Bermitra dengan agen perjalanan dan pengelola destinasi pariwisata lainnya untuk memasukkan produk dalam paket wisata di paket kuliner melakukan Kolaborasi antara sektor pariwisata dan UMKM mampu menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang saling mendukung dan berkelanjutan(Kementerian Pariwisata dan Ekonomi, 2021).

Tujuan dari dilakukannya pengabdian ini untuk Mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT) yang mempengaruhi UMKM Rujak Tapal Kuda, Menggali informasi mendalam melalui wawancara dengan pemilik usaha dan pelanggan, Merumuskan strategi transformasi digital untuk meningkatkan pemasaran dan inovasi produk, yang disajikan dalam bentuk analisis Matriks SWOT agar dapat memberikan rekomendasi pengembangan usaha yang baik agar UMKM dapat beradaptasi dengan tren dan menghadapi persaingan. Menurut (F. R. David, 2010) dalam (Wahyudin et al., 2021) matrik TWOS menyajikan maksud untuk pengembangan strategi berdasarkan kombinasi logika dari faktor-faktor berhubungan dari internal strategi dengan faktor eksternal dan internal. Matriks SWOT mengidentifikasi empat faktor konsep, yaitu *Strength-Opportunity* (S-O), *Strength-Thearts* (S-T), *Weaknesses-Opportunity* (W-O) and *Weaknesses-Threats* (W-T).

2. METODE

Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami kondisi nyata UMKM Rujak Mama Gisel Tapal Kuda Ambon secara mendalam. Metode ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan situasi, perilaku pelaku usaha, serta interaksi dengan pelanggan secara alami tanpa perlakuan eksperimental.

Adapun Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui:

1. Observasi Langsung

Kami melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan operasional UMKM di lokasi Pantai Tapal Kuda Ambon. Observasi meliputi proses penyajian rujak, interaksi penjual-pembeli, dan kondisi lingkungan tempat usaha.

2. Wawancara Terstruktur

Wawancara yang dilakukan kepada pemilik UMKM, yaitu ibu Gisel, dan beberapa pelanggan yang datang saat kegiatan berlangsung. Pertanyaan yang diajukan dirancang sebelumnya dengan topik mencakup: sejarah usaha, kendala yang dihadapi, strategi pemasaran, dan harapan pelaku usaha ke depan.

3. Studi Literatur

Literatur relevan tentang pengembangan UMKM, transformasi digital, serta analisis SWOT digunakan untuk memperkuat temuan lapangan dan memperluas kerangka berpikir dalam menganalisis kondisi UMKM.

4. Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis ini berguna untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM, Hasil dari analisis ini digunakan sebagai dasar untuk menyusun strategi transformasi digital yang sesuai

Metode yang digunakan bertujuan memberikan gambaran menyeluruh mengenai situasi UMKM dan membantu merumuskan langkah-langkah strategis untuk pemberdayaan usaha secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan menyajikan hasil observasi dan wawancara lapangan yang dilakukan terhadap UMKM Rujak Tapal Kuda Mama Gisel Ambon. Temuan dianalisis menggunakan pendekatan SWOT untuk mengidentifikasi posisi usaha dalam menghadapi tantangan internal maupun eksternal. Selain itu, hasil ini digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi transformasi digital yang disajikan dalam Matriks SWOT dan relevan dengan kebutuhan dan potensi UMKM era modern.

3.1 Analisis SWOT

Dalam merumuskan strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM dalam memaksimalkan potensi pasar adalah dengan melakukan Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode strategis untuk menilai Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) suatu bisnis (Rangkuti, 2019). Teknik ini membantu organisasi memahami posisi kompetitifnya dan merumuskan strategi pengembangan

yang efektif (Rangkuti, 2019). Adapun hasil Analisis SWOT dari UMKM Rujak Mama Gisel di Pantai Tapal Kuda Ambon pada Tabel 1. Di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk dihasilkan dari resep yang telah ada sejak dulu dan menggunakan bahan baku lokal dengan cita rasa yang khas. 2. Berada pada kawasan wisata dan disediakan di pantai Tapal Kuda Ambon, sehingga jumlah pengunjung cukup tinggi. 3. Rujak seringkali menjadi satu ikon kuliner yang dijamin ada di tempat-tempat wisata dan menjadi daya Tarik wisatawan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan sangat terikat oleh cuaca, sehingga ketika cuaca buruk, penjualan menurun 2. Daya Tahan Produk Terbatas, mengingat rujak lebih nikmat saat segar, maka tidak semua bahan bisa disajikan untuk waktu yang lama. 3. Minimnya Pemasaran Digital, dikarenakan masih menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut sehingga jangkauan pemasarannya tidak terlalu luas.
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang besar dalam pengembangan pemasaran daring untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. 2. Inovasi seperti paket rujak atau pembuatan bumbu siap saji untuk pasar modern. 3. Kerja sama dengan dinas pariwisata dan tokoh masyarakat untuk menjadikan rujak sebagai bagian dari paket kuliner. Program pemberdayaan UMKM dapat dimanfaatkan untuk pelatihan dan pengembangan usaha. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan yang ketat: penjual rujak yang berjumlah sangat banyak dan saling berdekatan di kawasan Pantai Tapal Kuda Ambon membuat harga dan kualitas menjadi komoditas bagi persaingan. 2. Perubahan tren konsumen: pergeseran selera dan tren konsumen yang mengarah pada gaya hidup sehat mungkin akan menurunkan minat dalam konsumsi rujak tradisional. 3. Dampak krisis eksternal : pandemi: dalam kondisi merebaknya pandemi atau penyakit menular, minat masyarakat untuk berbelanja ke luar rumah atau tempat publik menurun drastis. 4. arus wisatawan yang dapat berdampak negatif pada penjualan.

3.2 Analisis Matriks SWOT

Analisis SWOT tidak hanya mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi suatu bisnis, tetapi juga menghasilkan strategi yang efektif melalui kombinasi aspek Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman)(Bee.id, 2023).

Strategi ini terbagi menjadi:

1. Strategi SO (Strengths-Opportunities) :

- Memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal agar bisnis berkembang secara optimal.
2. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities) :
Mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal agar usaha lebih kompetitif.
 3. Strategi ST (Strengths-Threats) :
Memanfaatkan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal agar bisnis tetap kokoh dan adaptif.
 4. Strategi WT (Weaknesses-Threats) :
Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman agar usaha tetap bertahan.

Berikut ini merupakan hasil matriks SWOT seperti pada Tabel 2. di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Matriks SWOT

<i>Strength</i>		<i>Weakness</i>
S-O		W-O
<i>Opportunities</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan pemasaran digital secara maksimal melalui media sosial dan e-commerce. 2. Membuat produk bumbu rujak siap saji dan kemasan praktis untuk meningkatkan daya tarik. 3. Mengikuti program pemerintah terkait pengembangan UMKM dan pariwisata. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan inovasi produk. 2. Membuat paket promosi wisata kuliner bekerja sama dengan agen perjalanan lokal.
S-T		W-T
<i>Threat</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menonjolkan keunikan rasa dan kekhasan lokal dalam pemasaran agar berbeda dari pesaing. 2. Mengembangkan varian produk sesuai tren konsumen, seperti bumbu rujak instan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengurangi ketergantungan pada cuaca dengan menyediakan produk dalam kemasan siap saji. 2. Melakukan riset pasar secara berkala untuk mengikuti tren konsumen dan menyesuaikan produk.

3.3 Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi kegiatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran visual mengenai pelaksanaan kunjungan lapangan ke UMKM Rujak Tapal Kuda. Foto-foto yang disertakan memperlihatkan kondisi usaha, proses produksi, serta wawancara dengan pemilik dan pelanggan. Dokumentasi ini mendukung analisis dan rekomendasi yang telah disampaikan dalam laporan ini, memberikan bukti konkret terkait kegiatan yang dilakukan.

Berikut Ini adalah beberapa Dokumentasi dari hasil observasi kami pada UMKM Rujak Mama Gisel



Gambar 1. Lokasi UMKM Rujak Mama Gisel Tapal Kuda di Pantai Tapal Kuda Ambon



Gambar 2. Wawancara dengan Pemilik Usaha mama Gisel Rutasouw



Gambar 3. Proses Pembuatan Rujak Tapal Kuda



Gambar 4. Produk UMKM Rujak Mama Gisel



Gambar 5. Foto Bersama Pemilik UMKM



Dokumentasi lainnya di Lokasi UMKM

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengabdian yang dilakukan, UMKM Rujak Tapal Kuda memiliki keunggulan dalam keunikan resep tradisional dan lokasi strategis di Pantai Tapal Kuda Ambon. Namun, terdapat kelemahan seperti ketergantungan cuaca, keterbatasan inovasi produk, dan pemasaran digital. Analisis SWOT menunjukkan ada perlu berbagai peluang

utama dalam transformasi digital dan diversifikasi produk, masing-masing dengan ancaman persaingan dan perilaku konsumen yang terus berubah. Transformasi digital menjadi solusi penting untuk memperluas pasar (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2022).

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kunjungan lapangan dan penyusunan laporan pengabdian ini. Terutama kepada pemilik UMKM Rujak Mama Gisel Tapal Kuda atas kesediaannya memberikan informasi, serta dosen pembimbing yang turut membantu dan membimbing kami dalam proses ini. Semoga laporan ini bermanfaat bagi pengembangan UMKM dan menjadi referensi untuk kegiatan serupa di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Alfabeta Bandung.
- Andinii, A. N. K. & C. T. (2024). Peran UMKM Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 3(2), 459–466.
- Bee.id. (2023). *Matriks SWOT, Strategi Penerapannya*.
<https://asana.com/id/resources/swot-analysis>
- Indonesiakaya. (2024). *Rujak, Cita Rasa Unik dari Ambon*.
<https://indonesiakaya.com/pustaka-indonesia/citarasa-khas-bumi-rempah-pada-rujak-natsepa/>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Transformasi Digital UMKM*.
<https://kemenkopukm.go.id/berita/transformasi-digital-umkm>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi. (2021). *Strategi Penguatan UMKM dalam Ekosistem Pariwisata*. <https://www.kemendparekraf.go.id/berita/strategi-penguatan-umkm-dalam-ekosistem-pariwisata>
- Kotler, p., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.
- Wahyudin, W., Herwanto, D., Nugraha, B., Hamdani, H., & Putra, C. G. G. (2021). Pemberdayaan Strategi Umkm Melalui Pengabdian Kepada Masyarakat Dengan Pendekatan Analisis Swot. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 236. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6225>