

Strategi Ampuh Pengembangan UMKM dengan Cerdas: Analisis Usaha Pisang Kembang Nona Acha di Ambon Melalui Pendekatan SWOT

Glodia Elisye Lesnussa^{1*}, Hok Yizreel Breemer Souisa Go², Quinta de Lima³

¹⁻³Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura,
Indonesia

e-mail: glodiaelisye81@gmail.com*

Abstract

MSMEs play an important role in the Indonesian economy, especially in the formation of Gross Domestic Product (GDP) and employment. MSMEs are one of the economic sectors that can withstand the shocks of the economic crisis (Sony Hendra). In the midst of global competition today, innovation and the right strategy are needed, so that it can be the key to developing MSMEs that have competitiveness. This article examines and analyzes the development of one of the MSMEs, namely Nona Acha's Puffed Banana business in Ambon through a SWOT approach. This is done by identifying the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by the business, so that this article develops strategies that have a correlation to strengthen competitiveness.

Keywords: *SWOT, Ambon, MSMEs, Development Strategy*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kini menjadi tulang punggung perekonomian di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini merupakan penyumbang terbesar pada produk domestik bruto (PDB) yaitu sekitar 60% dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja nasional (Hamdani, 2020). Dari sini bisa kita lihat bahwa UMKM juga berperan dalam menggerakkan perekonomian lokal melalui terciptanya banyak pusat ekonomi baru yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Salah satu jenis usaha yang banyak diminati dan digeluti oleh masyarakat adalah usaha pada bidang kuliner. Usaha kuliner lokal ini terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya minat dan ketertarikan masyarakat terhadap jajanan unik. Salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang sedang naik daun dan terkenal di kalangan masyarakat kota Ambon adalah Pisang Kembang Nona Acha, yang dimana pisang kembang ini terkenal akan pisang gorengnya yang garing di taburi topping yang melimpah ruah. Tidak dapat di pungkiri kerasnya arus persaingan yang ada sehingga

penting untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi usaha ini dalam mempertahankan eksistensinya. Pendekatan SWOT merupakan strategi yang dapat digunakan untuk mempertahankan keunggulan dan menghadapi tantangan dalam usaha pisang kembung nona acha dengan tepat sasaran melalui wawancara langsung.

2. METODE

Metode yang dipergunakan dalam penulisan artikel ini adalah metode wawancara langsung dengan bagian internal usaha pisang kembung nona acha. Wawancara dilakukan secara kualitatif dengan melontarkan pertanyaan terbuka yang sudah mencakup empat aspek SWOT yaitu Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Data yang didapatkan dalam bentuk naratif dan dianalisis sehingga mendapatkan gambaran mengenai kondisi serta strategi bisnis yang dijalankan dalam usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Profil Usaha Pisang Kembung Nona Acha

Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2024 dan diberi nama Pisang Kembung Nona Acha yang di ambil dari nama sang pemilik yaitu Acha. Sejak didirikannya usaha pisang kembung ini hingga sekarang telah terdapat 2 outlet. Pisang Kembung Nona Acha menyajikan pisang kembung dengan berbagai varian rasa dan toping yang menarik, serta beberapa minuman yang segar. Tentu saja produk ini telah memiliki pasaran lokal yang cukup luas dan stabil.

3.2. Analisis SWOT pada usaha Pisang Kembung Nona Acha

Analisis swot merupakan suatu teknik perencanaan strategis yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (strength) dan kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek (David, 2010). Analisis SWOT penting dilakukan pada suatu perusahaan atau usaha untuk mendapatkan perkembangan yang baik. Selain itu tujuan menggunakan analisis swot adalah untuk mengetahui faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan ada analisis SWOT yang dapat di paparkan dari pisang kembung nona acha.

3.2.1. Strengths

Keunggulan utama yang dimiliki oleh pisang kembung nona acha adalah menyajikan pisang yang garing dan toping yang melimpah, sehingga pada saat konsumen membeli dan mengkonsumsi pisang kembung tersebut ada kepuasan sendiri yang dirasakan dari pisang yang masih hangat dan toping yang lumer di mulut. Dari situlah Acha memanfaatkan usahanya dengan menjadikan hal itu sebagai branding dari

usaha pisang kembang nona acha. Melalui platform seperti tiktok dan instagram, pisang kembang nona acha dikenal luas dengan kekuatan brandingnya yaitu pisang kembang yang memiliki toping melimpah. Dari kekuatan (strengths) yang dimiliki usaha ini dapat diukur efektivitasnya dengan pembeli yang ramai berdatangan pada kedua outlet pisang kembang nona acha, ataupun padatnya pesanan online di Grabfood dan Gofood.

3.2.2. Weaknesses

Tentu saja di balik keunggulan atau kekuatan pisang kembang nona acha, ada beberapa kelemahan yang di temukan. Misalnya dari segi karyawan, pisang kembang nona acha hanya memiliki 2 karyawan di tambah sang pemilik usaha yang melayani pada kedua outlet pisang kembang ini sehingga sering kali ketika ramai pembeli mereka menjadi kewalahan dalam melayani pembeli. Hal ini kadang menimbulkan ketidakpuasan pembeli akibat pelayanan yang lama.

3.2.3. Opportunities

Peluang yang paling dimanfaatkan oleh pisang kembang nona acha adalah dengan melihat perilaku dan kebiasaan anak muda mengkonsumsi makanan manis serta minat mereka pada jajanan yang mengklaim toping melimpah, sehingga dari situ pisang kembang nona acha mengambil kesempatan dengan membuat branding yang kuat tentang pemberiang toping melimpah dengan harga yang terjangkau sehingga menarik pembeli yang lebih banyak dibandingkan pisang kembang lain. Selain itu pisang kembang nona acha juga melihat peluang yang besar pada platform media seperti instagram dan tiktok untuk mempromosikan usaha mereka sehingga dapat di kenal oleh pasar lokal yang lebih luas. Dari platform media sosial ini juga membantu Acha selaku pemilik usaha untuk terus berinovasi pada usahanya dengan mengedepankan tren serta keinginan dari target pasar melalui media sosial.

3.2.4. Threats

Ada beberapa ancaman yang dihadapi seperti, persaingan dari usaha dengan produk serupa sehingga membuat pisang kembang nona acha harus tetap mempertahankan eksistensinya, ketersediaan bahan baku yang terkadang karena faktor cuaca sehingga sulit mendapatkannya. Misalnya terkadang ada saat dimana mendapatkan pisang yang manis dan berkualitas bagus sulit, akibatnya berpengaruh pada cita rasa pisang kembang yang dibuat. Atau bisa saja datang dari konsumen atau pembeli yang kurang ramah sehingga dibutuhkan kesabaran ekstra dari karyawan sendiri.

3.3. Strategi Pengembangan

Matriks SWOT sendiri merupakan sebuah alat pencocokan yang penting dan membantu mengembangkan empat jenis strategi yaitu SO, WO, ST dan WT. Berdasarkan

matriks SWOT dapat dilihat strategi pengembangan usaha pisang kembung nona acha sebagai berikut:

3.3.1. Strengths – Opportunities

Pisang kembung nona acha dapat menggunakan platform media sosial sebagai digitalisasi pemasaran dan wadah untuk promosi memperkuat branding lebih lagi.

3.3.2. Weaknesses – Opportunities

Pisang kembung nona acha bisa membuka lowongan pekerjaan untuk menambah beberapa pekerja, sehingga dapat membantu proses produksi dan operasional dengan baik, bisa memanfaatkan peluang yang ada melalui media sosial agar mendapat kandidat pekerja yang berkualitas.

3.3.3. Strengths – Threats

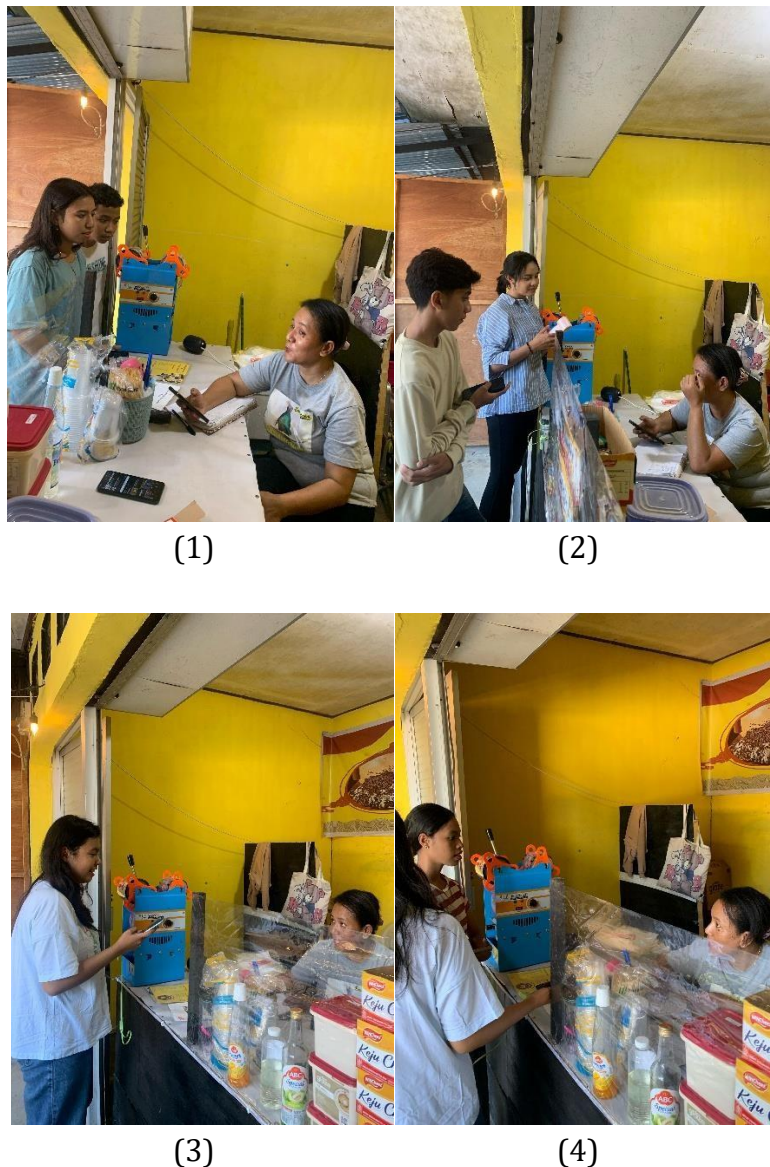
Acha sebagai pemilik usaha , harus terus menjalankan insting sebagai seorang pengusaha yaitu ber inovasi. Buat inovasi yang lebih kreatif dan mengikuti tren serta keinginan pasar untuk pisang kembung ini agar tidak kalah saing dari usaha yang lain. Selain itu juga perlu ada diversifikasi produk agar tidak semata mengandalkan pisang kembung, namun juga menyajikan menu lain yang tentu saja menarik.

3.3.3. Weaknesses – Threats

Perlu dikembangkan kemitraan yang strategis dengan memperkuat jaringan distribusi dan pemasaran dengan umkm lain ataupun distributor

3.4. Dokumentasi

Dokumentasi ini disusun sebagai bentuk laporan penelitian yang telah dilakukan, dengan tujuan untuk merekam seluruh proses, data, serta hasil yang diperoleh selama pelaksanaan. Melalui dokumentasi ini, diharapkan seluruh pihak yang berkepentingan dapat memperoleh gambaran menyeluruh mengenai jalannya kegiatan serta capaian yang telah didapatkan. Berikut merupakan dokumentasi dari penelitian Analisis SWOT pada UMKM Pisang Kembung Nona Acha.



Gambar (1,2,3,4) . Wawancara Usaha Pisang Kembung Nona Acha

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha, dapat disimpulkan bahwa Pisang Kembung Nona Acha dapat memiliki potensi yang besar untuk dapat berkembang pada pasar lokal menjadi UMKM yang unggul. Pemanfaatan kekuatan internal dan peluang harus dilakukan secara optimal, namun kelemahan ancaman baik dari dalam maupun luar harus segera diantisipasi melalui strategi yang baik dan berkelanjutan. Penguatan branding usaha, inovasi, serta digitalisasi usaha merupakan kunci dalam pengembangan UMKM yang cerdas serta mempunyai daya saing di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. (2010). Strategic Management. Manajemen Strategis Edisi Keduabelas.
- Hamdani. (2020). Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah Lebih Dekat.
- Sony, H. P. (2017). *STRATEGI PENINGKATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA Strategy of Enhancement on the Small and Medium-Sized Enterprises (SMES) in Indonesia*
- Ulfa, R. N. J., & Frances, R. S. T. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739-746.