

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MANISAN PALA DI DESA PESUCEN
KABUPATEN BANYUWANGI****Siroojan Muniro¹, Azwar Annas², Iid Mufaidah³**Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Jember

Correspondence		
Email: heiwakishan@gmail.com	No. Telp:	
Submitted: 16 Agustus 2026	Accepted: 19 Agustus 2026	Published: 20 Agustus 2026

ABSTRAK

Desa Pesucen, Kabupaten Banyuwangi, memiliki potensi komoditas pala yang melimpah dan diolah masyarakat menjadi manisan pala bernilai tambah. Namun, pengembangan usaha ini masih terhambat keterbatasan modal, pencatatan keuangan yang belum terstruktur, kemasan sederhana, serta pemasaran digital yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usaha manisan pala di Desa Pesucen, Kabupaten Banyuwangi, serta (2) merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat berdasarkan hasil analisis SWOT. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus pada usaha manisan pala di Desa Pesucen. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive karena merupakan salah satu sentra produksi manisan pala di Kabupaten Banyuwangi. Responden penelitian terdiri atas sepuluh orang produsen dan pengepul manisan pala yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka, kemudian dianalisis menggunakan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), Matriks Internal-Eksternal (IE), dan Matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha manisan pala memiliki sejumlah kekuatan, antara lain ketersediaan bahan baku di wilayah sentra produksi, kualitas produk yang telah dikenal masyarakat, pengalaman pelaku usaha, serta proses produksi yang masih mempertahankan cita rasa khas. Di sisi lain, kelemahan utama meliputi keterbatasan promosi digital, inovasi produk yang masih rendah, penggunaan teknologi produksi yang sederhana, dan keterbatasan modal usaha. Peluang usaha berasal dari meningkatnya permintaan produk olahan lokal, perkembangan pemasaran digital, dukungan pemerintah terhadap UMKM, serta berkembangnya sektor pariwisata Banyuwangi. Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan produk makanan sejenis, perubahan preferensi konsumen, fluktuasi harga bahan pendukung, serta munculnya produk substitusi. Berdasarkan analisis SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi, di antaranya meningkatkan promosi digital, melakukan diversifikasi produk, memperkuat kerja sama dengan pemerintah dan pelaku pariwisata, meningkatkan kualitas kemasan, serta memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar sehingga daya saing usaha manisan pala dapat terus meningkat.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Manisan Pala, SWOT, Banyuwangi.**PENDAHULUAN**

Indonesia sejak lama dikenal sebagai negara sumber utama rempah dunia dengan keanekaragaman yang tinggi. Data Badan Pusat Statistik (2024) menunjukkan bahwa volume ekspor rempah Indonesia terus mengalami peningkatan hingga mencapai 148,22 ribu ton sepanjang Januari-November 2023. Negara tujuan utama ekspor meliputi Tiongkok, Amerika Serikat, India, Vietnam, dan Belanda. Pemerintah terus melakukan pembinaan dan pendampingan program guna meningkatkan daya saing rempah Indonesia di pasar global (Anggrasari dkk., 2021). Pala merupakan salah satu komoditas rempah bernilai tinggi yang digunakan dalam industri makanan, minuman, serta farmasi dengan permintaan global yang terus ada (Fibriyanti dkk., 2022).

Kabupaten Banyuwangi mulai mengembangkan tanaman pala sebagai komoditas perkebunan unggulan untuk mendongkrak perekonomian daerah (Sekretariat Jendral Menpan, 2022). Desa Pesucen di Kecamatan Kalipuro bertindak sebagai sentra usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pengolahan buah pala menjadi manisan dan sirup dengan produksi mencapai 16 ton per tahun (Agustina dkk., 2025). Kepemilikan pohon pala rata-rata sebanyak 20 sampai 30 batang per rumah tangga pekarangan menjamin ketersediaan bahan baku yang stabil

(Agustina dkk., 2025). Buah pala dipanen dua kali dalam setahun dengan jumlah mencapai lebih dari 5.000 biji per pohon setiap tahunnya (Agustina dkk., 2025).

Kabupaten Banyuwangi mulai mengembangkan tanaman pala sebagai komoditas perkebunan unggulan untuk mendongkrak perekonomian daerah (Sekretariat Jendral Menpan, 2022). Desa Pesucen di Kecamatan Kalipuro bertindak sebagai sentra usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pengolahan buah pala menjadi manisan dan sirup dengan produksi mencapai 16 ton per tahun (Agustina dkk., 2025). Kepemilikan pohon pala rata-rata sebanyak 20 sampai 30 batang per rumah tangga pekarangan menjamin ketersediaan bahan baku yang stabil (Agustina dkk., 2025). Buah pala dipanen dua kali dalam setahun dengan jumlah mencapai lebih dari 5.000 biji per pohon setiap tahunnya (Agustina dkk., 2025). Produksi manisan pala di Desa Pesucen telah berkembang dan menjadi mata pencaharian bagi sebagian penduduk, terutama di RT 001 dan RT 002. Pemasaran produk tersebut telah menjangkau luar kabupaten di Provinsi Jawa Timur, seperti Surabaya, Malang, dan Pasuruan. Buah pala adalah rempah dengan rasa pedas khas serta beragam manfaat bagi tubuh (Nurdjannah, 2007). Usaha manisan pala menghadapi persaingan lokal pada jenis produk yang sama, sehingga pengemasan dan periklanan perlu dikembangkan agar lebih dikenal kaum muda (Fitriani dkk., 2021). Pengembangan strategi bisnis yang efektif, pengelolaan produksi profesional, serta inovasi produk diperlukan untuk meningkatkan daya saing usaha (Partomo & Soejoedono, 2004; Kotler & Armstrong, 2001; Huraerah & W. Achmad, 2025).

Peninjauan potensi pengembangan usaha melalui analisis SWOT sangat diperlukan untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman perusahaan. Uraian latar belakang tersebut memperlihatkan kompleksitas permasalahan dan pentingnya perumusan strategi bisnis terpadu bagi pengusaha manisan pala di Desa Pesucen. Identifikasi komprehensif terhadap berbagai aspek tersebut menentukan arah kebijakan pengembangan usaha ke depan.

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan desain studi kasus. Pendekatan tersebut dipilih karena mampu memberikan gambaran secara mendalam mengenai kondisi usaha manisan pala di Desa Pesucen serta mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan usaha. Penelitian dilakukan di Desa Pesucen, Kabupaten Banyuwangi, yang dipilih secara purposive karena merupakan salah satu sentra produksi manisan pala di daerah tersebut. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai Mei 2026.

B. Metode Penentuan Sampel

Penentuan responden dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan responden secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memahami kondisi usaha manisan pala. Jumlah responden sebanyak 10 orang yang terdiri atas produsen dan pengepul manisan pala di Desa Pesucen. Data yang digunakan dalam penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap proses produksi, wawancara menggunakan pedoman pertanyaan kepada pemilik usaha dan pelaku usaha manisan pala, serta dokumentasi kegiatan penelitian. Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, instansi terkait, jurnal ilmiah, buku, dan dokumen yang relevan dengan penelitian.

C. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) untuk mengevaluasi faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan usaha, serta Matriks External Factor Evaluation (EFE) untuk mengidentifikasi peluang dan

ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Hasil kedua matriks tersebut selanjutnya dipetakan ke dalam Matriks Internal-Eksternal (IE) guna mengetahui posisi strategi usaha. Tahap akhir dilakukan dengan menggunakan Matriks SWOT untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan yang memadukan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga diperoleh strategi yang sesuai dengan kondisi usaha manisan pala di Desa Pesucen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Lingkungan Internal Manisan Pala

Lingkungan internal usaha manisan pala di Desa Pesucen meliputi aspek manajemen, produksi, sumber daya manusia, pemodalan, pemasaran, organisasi, serta teknologi dan inovasi. Secara umum, usaha masih dikelola secara sederhana dengan sistem kekeluargaan, di mana pemilik berperan langsung dalam perencanaan, produksi, pemasaran, hingga pengawasan. Perencanaan usaha dilakukan berdasarkan pengalaman dan kondisi pasar, namun belum didukung administrasi, pencatatan, serta struktur organisasi yang tertata dengan baik sehingga pengelolaan usaha masih bersifat tradisional. Pada aspek produksi, usaha didukung oleh ketersediaan bahan baku pala yang melimpah dan kualitas produk yang telah dikenal memiliki cita rasa khas. Namun, proses produksi masih menggunakan peralatan sederhana dan tenaga kerja manual sehingga efisiensi produksi rendah serta sangat bergantung pada kondisi cuaca, terutama pada tahap penjemuran. Di sisi lain, tenaga kerja yang sebagian besar berasal dari keluarga dan masyarakat sekitar telah memiliki pengalaman dalam pengolahan manisan pala, tetapi masih membutuhkan peningkatan kompetensi melalui pelatihan manajemen usaha, pemasaran digital, dan teknologi produksi. Dari aspek pemodalan dan pemasaran, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan modal pribadi sehingga mengalami keterbatasan dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki kemasan, dan memperluas pemasaran. Penjualan dilakukan melalui konsumen langsung, toko oleh-oleh, pasar tradisional, serta pelanggan tetap hingga ke luar Banyuwangi. Meskipun produk memiliki kualitas dan harga yang kompetitif, strategi pemasaran masih didominasi promosi dari mulut ke mulut dan pemanfaatan WhatsApp sehingga penggunaan media sosial maupun marketplace belum optimal. Organisasi usaha juga masih bersifat sederhana tanpa struktur organisasi dan standar operasional prosedur (SOP) yang jelas. Pencatatan administrasi dan keuangan belum dilakukan secara sistematis sehingga berpotensi menghambat perkembangan usaha. Selain itu, penggunaan teknologi produksi masih terbatas pada peralatan tradisional sehingga diperlukan inovasi berupa penerapan teknologi yang lebih modern untuk meningkatkan efisiensi, kapasitas produksi, serta kualitas produk.

B. Faktor Eksternal Usaha Manisan Pala

Lingkungan eksternal usaha manisan pala terdiri atas berbagai peluang dan ancaman yang memengaruhi perkembangan usaha. Peluang utama berasal dari meningkatnya permintaan terhadap produk pangan tradisional, berkembangnya sektor pariwisata Banyuwangi, serta dukungan pemerintah melalui pelatihan, promosi, dan akses pembiayaan UMKM. Kemajuan teknologi informasi juga membuka peluang pemasaran yang lebih luas melalui media sosial dan marketplace sehingga produk dapat menjangkau konsumen di berbagai daerah. Selain peluang usaha juga menghadapi beberapa ancaman, seperti meningkatnya persaingan dengan produk sejenis maupun makanan ringan modern, perubahan selera konsumen, ketergantungan proses produksi terhadap kondisi cuaca, serta kenaikan harga bahan baku dan bahan pendukung. Faktor ekonomi, sosial budaya, politik, teknologi, dan kompetitif menjadi aspek penting yang harus diperhatikan agar pelaku usaha mampu menyesuaikan strategi dan mempertahankan daya saing usaha secara berkelanjutan.

C. Formulasi Strategi

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal, usaha manisan pala di Desa Pesucen memiliki kekuatan berupa ketersediaan bahan baku, kualitas produk, cita rasa khas, dan hubungan baik dengan pelanggan. Sementara itu, kelemahan yang dihadapi meliputi keterbatasan modal, penggunaan teknologi produksi yang masih sederhana, serta pemasaran yang belum optimal. Di sisi eksternal, peluang berasal dari meningkatnya permintaan produk khas daerah, perkembangan pemasaran digital, dan dukungan pemerintah, sedangkan ancaman meliputi persaingan usaha, perubahan preferensi konsumen, serta kondisi cuaca yang memengaruhi produksi. Berdasarkan kondisi tersebut, strategi yang dapat diterapkan meliputi pengembangan pasar melalui pemanfaatan media digital, peningkatan kualitas dan desain kemasan produk, inovasi variasi produk, modernisasi teknologi produksi, serta penguatan kerja sama dengan pemerintah dan lembaga pendukung UMKM. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan efisiensi usaha, memperluas jangkauan pasar, memperkuat daya saing produk, dan mendorong keberlanjutan usaha manisan pala di Desa Pesucen.

D. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) merupakan penilaian lingkungan internal perusahaan dan menilai kekuatan dan kelemahan. Penilai ini perlu dilakukan identifikasi kekuatan dan kelemahan usaha manisan pala di Desa Pesucen didasarkan pada hasil analisis lingkungan internalnya. Berikut faktor-faktor internal usaha manisan pala di Desa Pesucen.

Tabel 6. 1. Faktor-Faktor Lingkungan Internal Usaha Manisan Pala di Desa Pesucen

Faktor	Kekuatan	Kelemahan
Manajemen	1. Umur usaha tergolong lama di Desa Pesucen sehingga banyak masyarakat yang sudah tahu	1. Usaha mempunyai sistem pengambilan keputusan yang terstruktur baik
	2. Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen	2. Pengrajin minimal lulusan SMA/SMK
Pemasaran	3. Harga produk manisan pala terjangkau dikalangan konsumen	3. Kemasan produk menarik dan modern
	4. Laba terus tumbuh dari waktu ke waktu	4. Usaha memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai bagian promosi dan pemasaran
Keuangan	5. Lokasi usaha strategis	5. Penerapan pencatatan keuangan secara berkala
	6. Mengutamakan kualitas produk demi mencapai loyalitas konsumen	6. Modal usaha yang digunakan relatif besar
Produksi/Operasi	7. Tingkat kesalahan dan kerusakan produk dalam proses produksi rendah	7. Variasi manisan pala
	8. Memiliki kualitas bahan baku yang baik	
	9. Ketersediaan bahan baku pala mudah didapatkan	
	10. Sanitasi dan higienis yang terjamin	

Faktor	Kekuatan	Kelemahan
	11. Memiliki legalitas kehalalan produk yang lengkap	

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan usaha manisan pala di Desa Pesucen yaitu:

1. Umur usaha tergolong lama di Desa Pesucen sehingga banyak masyarakat yang sudah tahu Usaha telah berdiri lebih dari 5 tahun sehingga dikenal luas oleh masyarakat. Pengalaman yang panjang membangun kepercayaan konsumen dan distributor, sehingga memudahkan memperoleh pesanan dalam jumlah besar tanpa perlu edukasi pasar yang tinggi.
2. Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen Produsen memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional dalam menangani pelanggan. Pelayanan yang baik menciptakan kedekatan emosional sehingga meningkatkan loyalitas konsumen. Harga produk manisan pala terjangkau di kalangan konsumen
3. Harga yang kompetitif didukung penggunaan kemasan sederhana sehingga biaya produksi lebih efisien. Strategi ini menarik konsumen serta distributor yang membeli dalam jumlah besar.
4. Laba terus tumbuh dari waktu ke waktu Keuntungan usaha terus meningkat seiring tingginya penjualan, terutama pada musim hari raya. Hal ini menunjukkan pengelolaan usaha yang efisien dan tingginya permintaan pasar.
5. Lokasi usaha strategis Lokasi yang mudah dijangkau mempermudah pengadaan bahan baku dan distribusi produk. Akses yang baik mendukung kelancaran operasional dan ketepatan waktu pengiriman.
6. Mengutamakan kualitas produk demi mencapai loyalitas konsumen Kualitas rasa, tekstur, dan daya simpan produk selalu dijaga secara konsisten. Hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong terjadinya pembelian ulang.
7. Tingkat kesalahan dan kerusakan produk dalam proses produksi rendah Kemampuan produksi yang baik menghasilkan tingkat produk rusak yang rendah. Kondisi ini meningkatkan efisiensi penggunaan bahan baku dan menjaga keuntungan usaha.
8. Memiliki kualitas bahan baku yang baik Penggunaan buah pala berkualitas menghasilkan produk dengan rasa khas, tekstur baik, dan daya simpan tinggi sehingga meningkatkan nilai jual produk.
9. Ketersediaan bahan baku pala mudah didapatkan Pasokan pala yang melimpah di wilayah setempat menjamin kelancaran produksi dan memungkinkan usaha memenuhi permintaan dalam jumlah besar.
10. Sanitasi dan higienis yang terjamin Proses produksi telah menerapkan standar sanitasi yang baik sesuai ketentuan P-IRT dan Halal. Kondisi ini menjamin keamanan pangan dan menjaga kualitas produk.
11. Memiliki legalitas kehalalan produk yang lengkap Usaha telah memiliki NIB, P-IRT, dan sertifikat Halal sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas peluang pemasaran ke pasar modern dan instansi.

Faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan usaha manisan pala di Desa Pesucen yaitu:

1. Usaha mempunyai sistem pengambilan keputusan yang terstruktur baik Pengambilan keputusan masih terpusat pada pemilik karena belum memiliki struktur organisasi yang jelas. Kondisi ini dapat menghambat operasional ketika pemilik berhalangan meskipun keputusan dapat diambil dengan cepat.
2. Pengrajin minimal lulusan SMA/SMK Sebagian besar tenaga kerja memiliki tingkat pendidikan yang relatif rendah sehingga kemampuan dalam mengadopsi teknologi, administrasi, dan standar produksi modern masih terbatas.

3. Kemasan produk menarik dan modern Kemasan masih sederhana dan belum memiliki desain yang menarik sehingga kurang mampu meningkatkan nilai tambah serta daya saing di pasar modern.
4. Usaha memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai bagian promosi dan pemasaran Promosi masih mengandalkan WhatsApp, telepon, dan sebagian Facebook sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas dan belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal.
5. Penerapan pencatatan keuangan secara berkala Pembukuan keuangan belum dilakukan secara rutin dan masih terdapat pencampuran keuangan usaha dengan rumah tangga. Hal ini menyulitkan pengelolaan keuangan, evaluasi keuntungan, dan akses permodalan.
6. Modal usaha yang digunakan relatif besar Keterbatasan modal membuat usaha kesulitan memenuhi kebutuhan pembelian bahan baku dalam jumlah besar serta menghambat investasi untuk pengembangan usaha.
7. Variasi manisan pala Produk yang dihasilkan masih terbatas pada beberapa varian sehingga inovasi produk kurang berkembang dan peluang menarik konsumen baru menjadi terbatas.

Berikut matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dari usaha manisan pala di Desa Pesucen:

Tabel 6. 2. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) Usaha Manisan Pala

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
A.	Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1.	Harga produk manisan pala terjangkau dikalangan konsumen	0,064	3	0,192
2.	Umur usaha tergolong lama di Desa Pesucen sehingga banyak masyarakat yang sudah tahu	0,0583	3	0,1749
3.	Lokasi usaha strategis	0,056	3	0,168
4.	Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen	0,051	3	0,153
5.	Memiliki legalitas kehalalan produk yang lengkap	0,069	3	0,207
6.	Laba terus tumbuh dari waktu ke waktu	0,055	3	0,165
7.	Mengutamakan kualitas produk demi mencapai loyalitas konsumen	0,065	4	0,26
8.	Tingkat kesalahan dan kerusakan produk dalam proses produksi rendah	0,053	3	0,159
9.	Memiliki kualitas bahan baku yang baik	0,061	3	0,183
10.	Ketersediaan bahan baku pala mudah didapatkan	0,063	4	0,252
11.	Sanitasi dan higienis yang terjamin	0,057	3	0,171
B.	Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
12.	Pengrajin minimal lulus SMA/SM	0,042	1	0,042
13.	Penerapan pencatatan keuangan secara berkala	0,052	1	0,052
14.	Modal usaha yang digunakan relatif besar	0,048		0
15.	Variasi manisan pala	0,049	2	0,098
16.	Kemasan produk menarik dan modern	0,050	1	0,05
17.	Usaha memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai bagian promosi dan pemasaran	0,042	1	0,042
18.	Usaha mempunyai sistem pengambilan keputusan yang terstruktur baik	0,055	2	0,11
Total		1,00		2,46

Berdasarkan Tabel 6.2 menunjukkan bahwa total skor IFE sebesar 2,46. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kondisi internal usaha manisan pala Desa Pesucen berada pada posisi rata-rata (*average*) namun cenderung sedikit di bawah rata-rata. Artinya, meskipun usaha telah berhasil mengamankan aspek legalitas formal (NIB, P-IRT, Halal) serta memiliki jaminan pasokan bahan baku lokal yang kuat, hambatan internal seperti tidak adanya pembukuan keuangan, kemasan yang terlalu sederhana, dan promosi digital yang belum menyentuh *marketplace* masih cukup berat sehingga menahan laju pertumbuhan usaha untuk berkembang lebih optimal.

Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)

Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (IFE) merupakan penilaian lingkungan eksternal perusahaan dan menilai peluang dan ancaman yang ada. Penilai ini perlu dilakukan identifikasi peluang dan ancaman usaha manisan pala di Desa Pesucen didasarkan pada hasil analisis lingkungan eksternalnya. Berikut faktor-faktor eksternal usaha manisan pala di Desa Pesucen.

Tabel 6. 3. *Faktor-Faktor Lingkungan Eksternal*

Faktor	Peluang	Ancaman
Ekonomi	1. Daya beli masyarakat meningkat	-
	2. Pertumbuhan ekonomi masyarakat yang baik.	
Sosial, Budaya, Demografi, dan Lingkungan	3. Kesadaran konsumen tentang pentingnya hidup sehat.	1. Terjadinya peristiwa alam atau wabah dapat menghambat produktivitas dari usaha.
	4. Kondisi geografis yang mendukung.	
Politik, Pemerintah, dan Hukum	5. Dukungan kebijakan pemerintah berdampak terhadap pemodalan UMKM	2. Kondisi cuaca yang tidak menentu. 3. Sumber daya alam yang dibutuhkan perusahaan terjamin dan berkelanjutan
	6. Terdapat event kuliner dari pemerintah secara reguler.	
Teknologi	7. Perkembangan teknologi yang cepat sehingga memudahkan akses sosial media dan marketplace.	-
	8. Perkembangan teknologi produksi dan distribusi.	
Kompetitif	9. Ketersediaan mitra bisnis	4. Fluktuasi harga bahan baku pala.
		5. Perkembangan persaingan dagang. 6. Munculnya usaha baru sebagai pesaing produk sejenis

7. Persaingan antara usaha dengan produk yang sama

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang bagi usaha manisan pala di Desa Pesucen yaitu:

1. Daya beli masyarakat meningkat

Tren kenaikan daya beli masyarakat secara umum menjadi peluang emas bagi pertumbuhan volume penjualan manisan pala Anda. Ketika kondisi ekonomi masyarakat membaik, alokasi anggaran belanja untuk sektor makanan ringan, camilan tradisional, dan kebutuhan hari raya otomatis akan ikut meningkat. Peluang peningkatan konsumsi ini harus dimanfaatkan usaha untuk mendongkrak omzet penjualan dengan cara memperluas jaringan kemitraan dagang di berbagai daerah.

2. Pertumbuhan ekonomi masyarakat yang baik

Kondisi makroekonomi wilayah yang tumbuh dengan positif menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif bagi sektor UMKM. Pertumbuhan ekonomi yang stabil merangsang perputaran uang di pasar tradisional maupun pusat perbelanjaan tempat di mana manisan pala grosiran Anda dipasarkan. Situasi eksternal yang positif ini membuka peluang lebar bagi perluasan skala pasar usaha rumahan untuk meningkatkan kapasitas produksi harian mereka secara berkelanjutan.

3. Dukungan kebijakan pemerintah berdampak terhadap pemodal UMKM

Adanya program-program keberpihakan dari pemerintah daerah maupun pusat yang berfokus pada kemudahan akses permodalan bagi UMKM merupakan peluang strategis yang sangat besar. Melalui skema bantuan modal usaha, kredit usaha rakyat (KUR) dengan bunga rendah, atau dana hibah pembinaan, usaha rumahan ini berkesempatan untuk mengatasi kendala keterbatasan modal internalnya. Peluang pendanaan luar ini dapat dialokasikan untuk membiayai operasional pembelian bahan baku dalam jumlah besar secara mandiri tanpa ketergantungan modal dari tengulak.

4. Terdapat event kuliner dari pemerintah secara reguler

Penyelenggaraan festival budaya, pameran UMKM, dan event kuliner tahunan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi menjadi saluran promosi gratis yang sangat potensial. Keterlibatan dalam kegiatan reguler ini dapat dimanfaatkan usaha untuk memperkenalkan manisan pala Desa Pesucen sebagai salah satu produk komoditas unggulan daerah secara langsung kepada wisatawan. Peluang ini tidak hanya meningkatkan popularitas merek, tetapi juga membuka peluang bertemunya pemilik usaha dengan para investor atau distributor besar dari luar kota.

5. Perkembangan teknologi yang cepat sehingga memudahkan akses sosial media dan market place

Lompatan teknologi digital dan tingginya adopsi *e-commerce* merupakan peluang ekspansi pasar yang luar biasa besar dan belum digarap oleh usaha Anda. Mengingat saat ini promosi usaha masih sangat terbatas pada media konvensional, keberadaan platform *marketplace* (seperti Shopee atau Tokopedia) dan media sosial visual menawarkan kesempatan untuk memotong rantai distribusi panjang. Dengan mulai membuka toko digital, manisan pala grosir maupun eceran dapat dipasarkan langsung ke konsumen di seluruh Indonesia secara efisien selama 24 jam penuh.

6. Perkembangan teknologi produksi dan distribusi

Kehadiran mesin-mesin pengolahan pangan modern, seperti mesin pengering mekanis (*solar dryer dome* atau *oven dehydrator*), menjadi peluang untuk modernisasi sistem produksi. Mengadopsi teknologi tepat guna ini akan membantu usaha melepaskan ketergantungan penuh dari metode penjemuran matahari tradisional yang

tidak menentu. Penerapan teknologi produksi ini menjamin stabilitas pasokan dan kapasitas produksi massal tetap terjaga secara konsisten di semua musim.

7. Kesadaran konsumen tentang pentingnya hidup sehat

Pergeseran tren gaya hidup masyarakat yang kini lebih memilih mengonsumsi produk pangan alami dan berkhasiat menjadi peluang pasar yang sangat menjanjikan. Buah pala secara empiris dikenal memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, seperti mengatasi insomnia dan melancarkan pencernaan. Nilai fungsional kesehatan ini dapat diangkat sebagai materi promosi yang kuat untuk membedakan manisan pala Anda dari produk manisan buah lainnya yang sarat akan pewarna atau pemanis buatan.

8. Kondisi geografis yang mendukung

Letak geografis wilayah Banyuwangi, khususnya kawasan sekitar Desa Pesucen yang subur, memberikan keuntungan alamiah bagi kelangsungan usaha manisan ini. Kedekatan dengan sentra perkebunan pala membuat pasokan buah segar selalu tersedia sepanjang tahun dengan biaya angkut yang minimal. Kondisi geografis yang menguntungkan ini menciptakan efisiensi rantai pasok yang tangguh dan sulit ditandingi oleh produsen manisan dari wilayah perkotaan lain.

9. Ketersediaan mitra bisnis

Banyaknya jaringan agen, makelar grosir, pemilik toko oleh-oleh khas Banyuwangi, serta pengepul di tingkat lokal merupakan peluang kemitraan dagang yang strategis. Keberadaan para mitra bisnis ini sangat menguntungkan bagi model usaha Anda yang bergerak di bidang penjualan partai besar/curah. Dengan membangun ikatan kerja sama yang saling menguntungkan dengan para mitra eksternal ini, usaha dapat menjamin serapan hasil produksi massal berskala ton dapat terdistribusi habis ke pasar tanpa perlu membangun jaringan ritel sendiri.

Faktor-faktor eksternal yang menjadi ancaman bagi usaha manisan pala di Desa Pesucen yaitu:

1. Fluktuasi harga bahan baku pala

Ketidakstabilan harga jual buah pala segar di tingkat petani menjadi ancaman eksternal yang serius bagi profitabilitas usaha. Mengingat segmen pasar yang Anda sasar adalah grosir kiloan dengan harga jual yang cenderung dipatok murah dan stabil, kenaikan harga bahan baku secara tiba-tiba akan langsung menjepit margin keuntungan bersih usaha. Ketidakpastian harga input produksi ini menyulitkan pemilik dalam menetapkan perencanaan keuangan yang ajeg dan stabil.

2. Perkembangan persaingan dagang

Sifat perdagangan komoditas grosir yang sangat terbuka memicu terciptanya iklim persaingan dagang yang semakin ketat dan kompetitif. Persaingan antar pedagang besar di pasar tradisional sering kali berujung pada perang harga yang saling menjatuhkan margin keuntungan demi memperebutkan pelanggan grosir yang sama. Tekanan persaingan yang tidak sehat ini menuntut usaha untuk selalu waspada dan harus terus berupaya menjaga efisiensi agar tidak kalah bersaing di pasar.

3. Sumber daya alam yang dibutuhkan perusahaan terjamin dan berkelanjutan

Ancaman degradasi lingkungan, alih fungsi lahan perkebunan menjadi pemukiman, serta serangan hama tanaman pala mengancam keberlanjutan pasokan bahan baku jangka panjang. Jika kelestarian pohon pala di sekitar Banyuwangi tidak terjaga, usaha rumahan ini akan menghadapi krisis kelangkaan bahan baku yang parah di masa depan. Ketidakpastian jaminan kelestarian sumber daya alam ini menempatkan roda produksi massal berskala besar berada pada posisi yang rentan terhenti.

4. Munculnya usaha baru sebagai pesaing produk sejenis

Rendahnya hambatan masuk ke dalam bisnis manisan pala tradisional memicu ancaman konstan dari kehadiran para pelaku usaha baru. Karena metode produksi yang diterapkan masih sederhana dan kemasan produk hanya menggunakan plastik kiloan

atau mika biasa, model bisnis ini menjadi sangat mudah ditiru oleh siapa saja. Kehadiran kompetitor baru yang menawarkan produk serupa dengan harga lebih murah berpotensi menggerus pangsa pasar grosir yang sudah Anda kuasai.

5. Persaingan antara usaha dengan produk yang sama

Persaingan langsung yang ketat dengan sesama produsen manisan pala lokal di wilayah Desa Pesucen maupun Banyuwangi menjadi ancaman harian yang nyata. Perebutan akses terhadap tengkulak utama yang sama atau agen-agen toko oleh-oleh besar membuat posisi tawar produsen menjadi lemah di hadapan pembeli. Jika tidak diantisipasi, ketergantungan pada kelompok pembeli grosir yang sama ini dapat membuat usaha didikte oleh kemauan pasar terkait penurunan harga jual produk.

6. Terjadinya peristiwa alam atau wabah dapat menghambat produktivitas dari usaha.

Risiko terjadinya bencana alam, serangan wabah penyakit tanaman, maupun krisis kesehatan global merupakan faktor eksternal tak terduga yang dapat melumpuhkan seluruh aktivitas bisnis secara instan. Peristiwa luar biasa ini tidak hanya berpotensi merusak fasilitas fisik tempat usaha, melainkan juga dapat memutus rantai pasokan bahan baku dari petani serta menghentikan aktivitas transportasi distribusi barang. Lebih jauh, situasi krisis akibat peristiwa alam akan menurunkan daya beli masyarakat secara drastis sehingga permintaan grosir langsung merosot tajam

7. Kondisi cuaca yang tidak menentu

Perubahan iklim global dan kondisi cuaca ekstrem berupa curah hujan yang tinggi di luar musimnya menjadi ancaman yang paling fatal bagi kapasitas produksi Anda. Karena proses pengolahan manisan pala skala rumahan ini masih mengandalkan metode penjemuran alami di bawah terik sinar matahari, ketiadaan panas matahari akibat mendung atau hujan akan memperlambat waktu pengeringan secara signifikan. Hambatan cuaca ini merusak estimasi waktu kerja dan mengancam kegagalan pemenuhan target pesanan hingga 1 ton yang harus selesai tepat waktu menjelang perayaan hari raya.

Berikut matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) usaha manisan pala di Desa Pesucen:

Tabel 6. 4. Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) Usaha Manisan Pala

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
A.	Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1.	Daya beli masyarakat meningkat	0,064	3	0,192
2.	Kondisi geografis yang mendukung	0,066	4	0,264
3.	Ketersediaan mitra bisnis	0,060	3	0,180
4.	Pertumbuhan ekonomi masyarakat yang baik	0,061	3	0,183
5.	Dukungan kebijakan pemerintah berdampak terhadap pemodal UMKM	0,065	3	0,195
6.	Terdapat event kuliner dari pemerintah secara reguler	0,062	3	0,186
7.	Perkembangan teknologi yang cepat sehingga memudahkan akses sosial media dan <i>market place</i>	0,068	4	0,272
8.	Perkembangan teknologi produksi dan distribusi	0,063	3	0,189
9.	Kesadaran konsumen tentang pentingnya hidup sehat	0,059	3	0,177
B.	Ancaman (<i>Threats</i>)			
10.	Sumber daya alam yang dibutuhkan perusahaan terjamin dan berkelanjutan	0,058	2	0,116
11.	Fluktuasi harga bahan baku pala	0,067	2	0,134

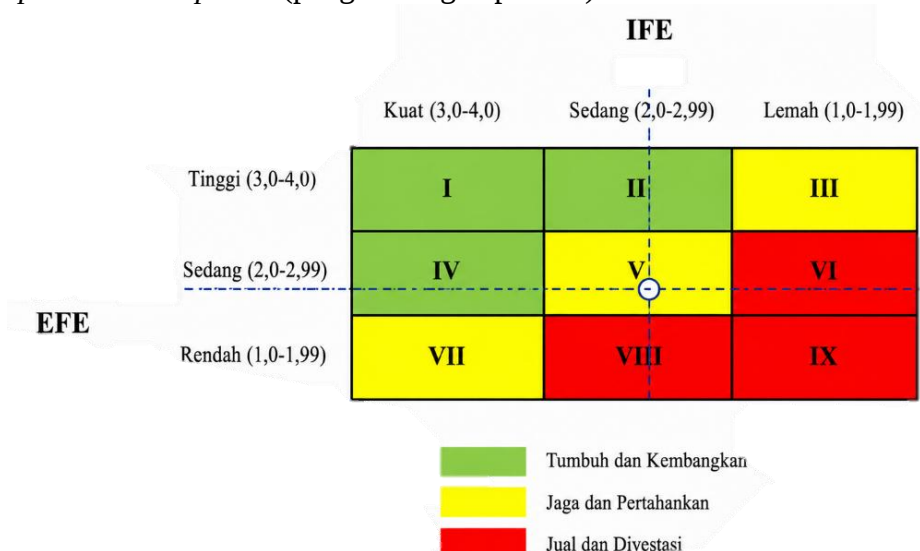
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
12	Munculnya usaha baru sebagai pesaing produk sejenis	0,61	2	0,122
13.	Persaingan antara usaha dengan produk yang sama	0,064	2	0,128
14.	Terjadinya peristiwa alam atau wabah dapat menghambat produktivitas dari usaha	0,055	1	0,055
15.	Kondisi cuaca yang tidak menentu	0,052	2	0,104
16.	Perkembangan persaingan dagang	0,062	2	0,124
Total		1,00		2,62

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan pada tabel 6.4, total skor EFE usaha manisan pala di Desa Pesucen adalah 2,62. Hal ini menunjukkan bahwa strategi eksternal usaha manisan pala di Desa Pesucen dikategorikan sedang. Kondisi ini menunjukkan bahwa manajemen usaha telah mampu merespon lingkungan luar cukup baik. Usaha manisan pala mampu memanfaatkan peluang pasar yang dominan. Faktor yang dominan tersebut seperti segi keuntungan geografis wilayah, untuk meminimalkan dampak ancaman luar seperti fluktuasi harga bahan baku maupun ketidakpastian cuaca yang tidak menentu.

Matriks Internal-Eksternal (I-E)

Dengan menggabungkan hasil analisis matriks IFE dan EFE, maka akan diperoleh matriks I-E yang menunjukkan kondisi internal dan eksternal usaha manisan pala di Desa Pesucen. Total skor IFE adalah 2,4604 yang menggambarkan bahwa usaha manisan pala di Desa Pesucen berada pada kondisi internal rata-rata atau sedang, dan total skor EFE adalah 2,6250 yang menggambarkan bahwa usaha manisan pala di Desa Pesucen berada pada kondisi eksternal sedang. Pada matriks I-E ditunjukkan bahwa posisi usaha manisan pala di Desa Pesucen berada pada sel V yang artinya usaha tersebut berada dalam kondisi internal dan eksternal rata-rata. Strategi yang dapat dikelola adalah strategi *Hold and Maintain* (pertahankan dan pelihara) dengan menerapkan strategi penetrasi pasar (*market penetration*) dan *product development* (pengembangan produk).



Gambar 6. 1 Matriks I-E Usaha Manisan Pala Desa Pesucen

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Strategi penetrasi pasar merupakan peningkatan pangsa pasar untuk produk saat ini melalui upaya yang lebih besar. Penetrasi pasar mencakup peningkatan jumlah belanja iklan atau menawarkan promosi penjualan dan penetapan harga yang kompetitif. Pengembangan prooduk adalah strategi yang ditujukan untuk mencari peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa saat ini.

Alternatif dari strategi yang dihasilkan matriks I-E masih bersifat umum dan menempatkan strateginya sebagai suatu cara sebuah usaha dalam memelihara dan mempertahankan kondisi usaha saat ini. Pada kasus pengembangan usaha manisan pala di Desa Pesucen alternatif strategi yang dihasilkan matriksk I-E kurang cocok untuk diterapkan dalam usaha UMKM, karena usaha UMKM berbeda dengan suatu perusahaan yang hanya berorientasi pada perolehan maksimasi keuntungan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap alternatif atrategi yang dihasilkan dari matriks I-E menyebabkan rawan terjadinya ketidakkonsistenan denga alternatif strategi yang dihasilkan dengan alat analisis lainnya.

Matriks SWOT

Berdasarkan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan hasil analisis internal, serta faktor peluang dan ancaman yang diperoleh melalui analisis eksternal, maka dapat diformulasikan alternatif-alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh usaha manisan pala Desa Pesucen pada Tabel 6.5.

Kekuatan (<i>Strengths</i> –S)	
Faktor Internal	1. Harga produk manisan pala terjangkau dikalangan konsumen
	2. Umur usaha tergolong lama di Desa Pesucen sehingga banyak masyarakat yang sudah tahu
	3. Lokasi usaha strategis
	4. Mengutamakan kualitas pelayanan demi mencapai loyalitas konsumen
	5. Memiliki legalitas kehalalan produk yang lengkap
	6. Laba terus tumbuh dari waktu ke waktu
	7. Mengutamakan kualitas produk demi mencapai loyalitas konsumen
Faktor Eksternal	8. Tingkat kesalahan dan kerusakan produk dalam proses produksi rendah
	9. Memiliki kualitas bahan baku yang baik
	10. Ketersediaan bahan baku pala mudah didapatkan
	11. Sanitasi dan higenis yang terjamin
Kelemahan (<i>Weaknesses</i> –W)	
	1. Pengrajin minimal lulus SMA/SM
	2. Penerapan pencatatan keuangan secara berkala
	3. Modal usaha yang digunakan relatif besar
	4. Variasi manisan pala
	5. Kemasan produk menarik dan modern
	6. Usaha memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai bagian promosi dan pemasaran
	7. Usaha mempunyai sistem pengambilan keputusan yang terstruktur baik

1. Daya beli masyarakat meningkat.
2. Pertumbuhan ekonomi masyarakat yang baik.
3. Dukungan pemerintah terhadap permodalan UMKM.
4. Event kuliner pemerintah.
5. Perkembangan media sosial dan marketplace.
6. Perkembangan teknologi produksi dan distribusi.
7. Kesadaran masyarakat terhadap pangan sehat meningkat.
8. Kondisi geografis mendukung.
9. Ketersediaan mitra bisnis.

**Ancaman
(Threat-T)**

1. Fluktuasi harga bahan baku.
2. Persaingan dagang semakin ketat.
3. Ancaman keberlanjutan sumber daya alam.
4. Munculnya usaha baru.
5. Persaingan produk sejenis.
6. Bencana alam atau wabah.
7. Kondisi cuaca tidak menentu.

**Strategi SO
(Strengths–Opportunities)**

1. Memanfaatkan legalitas usaha, kualitas produk, dan reputasi usaha yang telah lama berdiri untuk memperluas pasar melalui event UMKM, toko oleh-oleh, serta menjalin kerja sama dengan mitra bisnis baru.
 2. Memanfaatkan ketersediaan bahan baku berkualitas dan lokasi strategis untuk meningkatkan kapasitas produksi ketika permintaan pasar meningkat.
 3. Memanfaatkan citra produk yang higienis, halal, dan berkualitas sebagai keunggulan promosi
- Memanfaatkan perkembangan teknologi produksi dan distribusi.

**Strategi ST
(Strengths – Threats)**

1. Mempertahankan kualitas produk, pelayanan, dan legalitas usaha untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Menjalinkan hubungan jangka panjang dengan pemasok bahan baku lokal untuk menjaga kontinuitas pasokan dan mengurangi dampak fluktuasi harga.
3. Meningkatkan efisiensi proses produksi melalui pengendalian kualitas dan meminimalkan kerusakan produk sehingga biaya produksi tetap terkendali.
4. Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis dan jaringan pelanggan lama

**Strategi WO
(Weaknesses – Threats)**

1. Memanfaatkan perkembangan media sosial dan marketplace untuk meningkatkan promosi digital serta memperluas jangkauan pasar.
2. Memanfaatkan program bantuan pemerintah dan akses pembiayaan UMKM
3. Mengembangkan desain kemasan yang lebih menarik serta menambah variasi produk
4. Meningkatkan kompetensi tenaga kerja melalui pelatihan pengolahan pangan, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan yang difasilitasi pemerintah maupun lembaga pendamping UMKM.

**Strategi WT
(Weaknesses – Threats)**

1. Memperbaiki sistem pencatatan keuangan dan pengelolaan modal agar usaha lebih siap menghadapi kenaikan harga bahan baku maupun kondisi ekonomi yang tidak stabil.
2. Mengembangkan inovasi kemasan dan variasi produk.
3. Menyusun sistem manajemen usaha dan pembagian tugas yang lebih terstruktur.
4. Meningkatkan pemanfaatan teknologi digital.

Sumber: Data primer diolah, 2026.

1. Strategi S-O (*Strengths – Opportunities*)

Strategi S-O (*Aggressive Strategy*) adalah menyusun strategi yang menggunakan kekuatan internal usaha manisan pala Desa Pesucen untuk memperoleh profit dari memanfaatkan peluang. Strategi yang dapat diterapkan pada usaha manisan pala adalah menggunakan narasi “Manisan Pala Otentik Pesucen, Hangat dan Menyehatkan” untuk membidik pasar konsumen camilan sehat melalui berbagai platform digital. Strategi ini berguna untuk menunjang pemasaran dan memfokuskan target konsumen sehingga pemasaran dapat dimaksimalkan dan sesuai sasaran yaitu konsumen yang gemar konsumsi camilan herbal atau sehat.

Strategi lain yang dapat diterapkan berupa pemanfaatan harga bahan baku yang terjangkau untuk mempertahankan harga kompetitif saat ini di berbagai toko. Kestabilan harga bahan baku yaitu buah pala dapat dimaksimalkan untuk mempertahankan harga jual pasaran manisan pala. Hal tersebut dapat menjadikan harga jual manisan pala terjangkau bagi konsumen sehingga menjadi kekuatan bagi UMKM untuk bersaing dengan produk camilan modern lainnya.

2. Strategi W-O (*Weaknesses – Opportunities*)

Strategi W-O (*Turn-around strategy*) adalah menyusun strategi yang ditujukan untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi W-O yang dapat diterapkan oleh usaha manisan pala Desa Pesucen yaitu mengikuti program pembinaan UMKM dari dinas terkait untuk mendapatkan izin PIRT dan sertifikasi Halal gratis sekaligus merombak kemasan menggunakan skema warna estetik (*capucino, latte, cream, mahogani*). Warna-warna tersebut menjadi warna ciri khas menyesuaikan dengan warna dasar produk. Momentum tersebut juga dapat digunakan untuk merombak kemasan mika sederhana menjadi kemasan standing pouch atau toples yang higienis dengan sentuhan warna bumi (*capucino, latte, cream, mahogani*) guna memenuhi tren pasar yang menyukai estetika produk lokal.

Usaha manisan pala perlu melakukan peningkatan manajemen pengelolaan keuangan yang telah menjadi kelemahan klasik yaitu pencatatan keuangan manual dan bercampur dengan uang keluarga. Hal tersebut dapat diatasi dengan memanfaatkan aplikasi pembukuan digital gratis yang ada di ponsel. Tindakan tersebut memanfaatkan tingginya penetrasi teknologi dan edukasi digitalisasi UMKM saat ini.

3. Strategi S-T (*Strengths – Threats*)

Strategi S-T (*Diversification Strategy*) adalah menyusun strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Beberapa strategi S-T yang dapat dijalankan usaha manisan pala Desa Pesucen adalah menjaga hubungan baik dengan petani lokal di Desa Pesucen atau daerah lainnya untuk memastikan kestabilan pasokan buah pala, sebagai kompensasi jika harga gula pasir sedang melonjak. Terjalannya hubungan kerja sama yang baik akan memberikan keuntungan terhadap kedua belah pihak atau lebih. Hal ini karena terciptanya rasa kepercayaan dan tanggung jawab yang berdampak pada upaya dalam memberikan kinerja dan produk terbaiknya antara masing-masing pihak yang bekerja sama.

Strategi lainnya yaitu menghindari perang harga dengan menggugulkan kualitas kebersihan dan keaslian rasa pala Pesucen yang tidak menggunakan pemanis buatan dan obat kimia lainnya. Hal ini dilakukan untuk menghadapi ancaman perang harga dari sesama perajin lokal dan banyaknya camilan pabrikan. Penonjolan nilai keaslian rasa dan jaminan “tanpa pemanis buatan” akan menjadi keunggulan kualitas yang memiliki posisi tawar unik bagi pelanggan setia.

4. Strategi W-T (*Weaknesses – Threats*)

Strategi W-T (*Defensive Strategy*) adalah menyusun strategi yang ditujukan untuk mengurangi kelemahan internal yang dimiliki dan menghindari ancaman

eksternal yang ada. Strategi W-T yang dapat dijalankan usaha manisan pala Desa Pesucen yaitu menyisihkan sebagian keuntungan untuk tabunga modal membeli alat pengering mekanis rakitan lokal berskala kecil. Hal ini bertujuan agar produksi tidak berhenti total saat musim hujan.

Strategi lainnya yang dapat diterapkan yaitu efisiensi penggunaan bahan baku penolong (gula) dengan teknik pengolahan sirup pala sisa rendaman menjadi produk turunan baru agar tidak ada limbah yang terbuang. Hal ini dapat menciptakan sumber pendapatan tambahan bagi UMKM.

Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis

Implementasi strategi merupakan tahap lanjutan setelah analisis SWOT yang bertujuan menerapkan alternatif strategi ke dalam program kerja nyata. Pengembangan usaha manisan pala di Desa Pesucen disesuaikan dengan kondisi internal yang masih menghadapi keterbatasan manajemen, modal, pemasaran, dan teknologi, namun didukung oleh ketersediaan bahan baku, pengalaman usaha yang panjang, serta produk khas daerah yang memiliki nilai jual.

1. Penguatan Strategi Pemasaran Digital. Pemasaran digital dilakukan melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace seperti Instagram, Facebook, TikTok, Shopee, dan Tokopedia. Strategi ini meliputi pembuatan akun usaha, promosi rutin, penyusunan katalog digital, serta kerja sama dengan influencer dan pelaku wisata untuk memperluas jangkauan pasar.
2. Pengembangan Kemasan dan Branding Produk. Kemasan diperbaiki dengan menggunakan bahan yang lebih menarik dan aman bagi pangan, disertai identitas merek, logo, serta informasi produk yang lengkap. Pengembangan branding bertujuan meningkatkan nilai jual, kepercayaan konsumen, dan daya saing produk.
3. Peningkatan Kualitas Produksi dan Teknologi. Peningkatan produksi dilakukan melalui penerapan teknologi tepat guna, seperti penggunaan alat pengering, penyusunan SOP, penerapan Good Manufacturing Practices (GMP), serta pengawasan mutu dan sanitasi untuk meningkatkan efisiensi dan menjaga kualitas produk.
4. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM). Pengembangan SDM dilakukan melalui pelatihan kewirausahaan, pemasaran digital, manajemen keuangan, inovasi produk, dan pendampingan usaha agar pelaku usaha memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola dan mengembangkan bisnis.
5. Diversifikasi Produk Olahan Pala. Diversifikasi dilakukan dengan mengembangkan berbagai produk turunan pala, seperti sirup, permen, selai, dodol, dan minuman sari pala. Strategi ini bertujuan meningkatkan nilai tambah, memperluas pasar, dan mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk.
6. Penguatan Kemitraan dan Akses Permodalan. Penguatan kemitraan dilakukan melalui kerja sama dengan koperasi, perbankan, program KUR, pemerintah, perguruan tinggi, serta pelaku industri pariwisata untuk memperluas akses permodalan, teknologi, pendampingan, dan jaringan pemasaran.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis lingkungan internal dan eksternal menunjukkan bahwa usaha manisan pala di Desa Pesucen memiliki berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menjadi dasar dalam penyusunan strategi pengembangan usaha. Hasil analisis Matriks IFE memperoleh skor 2,4604 dan Matriks EFE 2,6250, sehingga usaha berada pada Sel V Matriks I-E (fase transisi/stabil). Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat adalah memperkuat kondisi internal, meningkatkan efisiensi operasional, dan mempertahankan pangsa pasar sebelum melakukan ekspansi yang lebih luas. Hasil analisis Matriks IFE memperoleh skor 2,4604 dan Matriks EFE 2,6250, sehingga usaha berada pada

Sel V Matriks I-E (fase transisi/stabil). Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat adalah memperkuat kondisi internal, meningkatkan efisiensi operasional, dan mempertahankan pangsa pasar sebelum melakukan ekspansi yang lebih luas.

Saran

1. Bagi pemilik usaha, perlu dilakukan penguatan manajemen internal melalui pemisahan dan pencatatan keuangan usaha, peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan, serta optimalisasi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan mengkaji rantai pasok usaha manisan pala guna mengetahui pola kemitraan antara petani dan pengrajin, serta meneliti segmentasi pasar dan preferensi konsumen agar pengembangan produk dapat dilakukan secara lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. L., Winarno, U., & Badrudin, A. (2025). Inovasi Teknologi Guna Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM Dalam Rangka Ketahanan Ekonomi. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2). <https://jmk.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/67/23>
- Ningsih, S. N. S., & Suwandi. (2025). Penerapan Teori Organisasi dalam Penguatan Kapasitas Kelembagaan UMKM di Desa Sukamaju. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 67–73. <https://ojs.indopublishing.or.id/index.php/ib/article/view/118/87>
- Santoso, G. T. (2024). Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH) Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal terhadap Kinerja Usaha Mikro (Studi pada Usaha Mikro Kecamatan Serang Kota Serang). *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora (AJSH)*, 4(2), 921–929.
- Arifin, A. L., Winarno, U., & Badrudin, A. (2025). Inovasi Teknologi Guna Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM Dalam Rangka Ketahanan Ekonomi. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2). <https://jmk.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/67/23>
- Ningsih, S. N. S., & Suwandi. (2025). Penerapan Teori Organisasi dalam Penguatan Kapasitas Kelembagaan UMKM di Desa Sukamaju. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 67–73. <https://ojs.indopublishing.or.id/index.php/ib/article/view/118/87>
- Santoso, G. T. (2024). Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH) Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal terhadap Kinerja Usaha Mikro (Studi pada Usaha Mikro Kecamatan Serang Kota Serang). *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora (AJSH)*, 4(2), 921–929.
- Abourashed, E. A., & El-Alfy, A. T. 2016. *Chemical diversity and pharmacological significance of the secondary metabolites of nutmeg (Myristica fragrans Houtt). Phytochemistry Reviews*, 15(6), 1035–1056. Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/s11101-016-9469-x>.
- Agustina, E. S., Ramadhani, S., & Cahyadi, W. T. (2019). Strategi Bersaing Terkait Dengan Era 4.0 Dalam Produk UKM Rotan Dengan Menggunakan Analisis SWOT (Kasus Pada UKM Teknik Rotan H. Muhid Hulu Sungai Utara). *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 1(2), 71-93.
- Agustina, W. D., & Fitriyah, R. D. (2025). Pemberdayaan Melalui Pengembangan Produk Sirup Pala Sebagai Strategi Peningkatan Nilai Ekonomi Buah Pala di Desa Pesucen, Kecamatan Kalipro Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(6), 3085-3094.
- Anggrasari, H., Perdana, P., & Mulyo, J. H. (2021). Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Rempah-Rempah Indonesia Di Pasar Internasional. *Jurnal Agrica*, 14(1), 9-19. <https://doi.org/10.31289/agrica.v14i1.4396>
- Arrizqiyani, T., Sumiati, S., & Meliansyah, M. (2018). Aktivitas antibakteri daging buah dan daun pala (Myristica fragrans Houtt). *Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan*, Vol. 4 No. 2.
- Assa, J.R., Widjanarko, S.B., Kusnadi, J., Berhimpon, S. 2014. *Antioxidant Potential Of Flesh, Seed And Mace Of Nutmeg (Myristica Fragrans Houtt). International Journal of ChemTech Research CODEN: 6(4):2460-2468.*

- Baba, R., Baruwadi, M., & Boekoesoe, Y. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi D'philocoffee di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 3(2), 116-124.
- Badan Pusat Statistik Banyuwangi. 2024. Kabupaten Banyuwangi Dalam Angka 2024. Banyuwangi: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi.
- Badan Pusat Statistik Kalipuro. (2025). *Kecamatan Kalipuro Dalam Angka 2025*. Banyuwangi: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi.
- David, Fred R. (2009). *Manajemen Strategis: Konsep*. Edisi ke-12. Terjemahan Ichsan, Setyo Budi. Jakarta: Salemba Empat.
- Dijetbun. (2019). Kementan: Pala Organik Indonesia Makin Melejit. <https://ditjenbun.pertanian.go.id/kementan-pala-organik-indonesia-makin-melejit-2/> Diakses pada 7 Agustus 2025.
- Fibriyanti, D., Pani, R. P. V. D., & Kardiyono. (2022). *Diversifikasi Produk Olahan Pala*. Pertanian Press.
- Gupta, A.D., Rajpurohit, D. 2011. Antioxidant and Antimicrobial Activity of Nutmeg (*Myristica fragrans*).
- Hafif, Bariot. (2021). Strategi Mempertahankan Indonesia Sebagai Produsen Utama Pala Dunia. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pertanian*, 40(1), 58-70.
- Harry, Gagan. (2022). *Minuman Lezat dari Daging Buah Pala*. Jakarta: Elementa Agro Lestari.
- Herlina. (2008). Hubungan Tipe Strategi Bisnis dan Strategi Pemasaran dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing Perusahaan dengan Menggunakan Manajemen Tenaga Jual. Jakarta: Yrama Widya.
- Huraerah, A., & W. Achmad, R. W. (2025). Pemberdayaan Perempuan Pelaku Usaha Kecil Melalui Inovasi Produk Olahan Buah Pala Di Desa Wanayasa Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 62–71.
- Jupriadi, L. 2011. Uji Aktivitas Ekstrak Etanol Daun Waru (*Hibiscus tiliaceus* L.) terhadap Jamur *Malassezia furfur*. Skripsi, Program Studi Kedokteran, Malang.
- Kotlet dan Philip Armstrong, 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jilid 1 Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Oleh Damos Sihombing, MBA. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lientje Kakerissa, A., & Hahury, H. D. (2018). Pala Booi: Prospek Pembangunan Industri Rumah Tangga Berbasis Sumberdaya Lokal. Seminar Nasional “Archipelago Engineering” (ALE).
- Lisna R.A, Reski V.A, Manfaat Kesehatan Tanaman Pala (*Myristica fragrans*) (Health Benefits of Nutmeg (*Myristica fragrans*)) Puskesmas Waode Buri, Kabupaten Buton Utara Fakultas Kedokteran, Universitas Haluoleo, Kota Kendari, 2019.
- Luh Putu Lina Kamelia, P. Yosi Silalahi. Buah Pala Sebagai Salah Satu Fitofarmaka Yang Menjanjikan di Masa Depan, RSUD Buleleng Singaraja, Bali, Program Pendidikan Dokter Universitas Pattimura Ambon.
- Marlizar, Lisnawati, & Muliahati, S.O. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Produk Olahan Pala Pada Usaha Dagang (UD) Mestika Pala Tapaktuan. *Journal of Economics Science* 10(1), 13-28. <https://doi.org/10.33143/jecs.v10i1.4032>
- Mea, C., Lolowang, T. F., Olfie, B. L., & Kumaat, R. M. (2014, February). Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Pala Di Kelurahan Aermadidi Kabupaten Minahasa Utara (Studi Kasus Di Ud. Murni). In *COCOS* (Vol. 4, No. 2).
- Mitayani, G. (2010). Uji Aktivitas Antioksidan Ekstrak Etanol dan Ekstrak Air Buah Pala (*Myristica fragrans* Houtt) dengan Metode DPPH. Skripsi, Fakultas Farmasi, Universitas Hasanuddin.
- Partomo, T., dan Soejoedono, A. 2004. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Patimang, A., & Saraswati, A. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Pala (*Myristica Fragrant Houts*). 1(1), 19-26.
- Pearce II, John A., dan Richard B. Robinson Jr. (1994). *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*. Homewood: Irwin.
- Praba Indrawati, 2009. Kajian strategi pengembangan usaha industri keripik singkong PT. Inti Sari Rasa di Bekasi, sekolah Institut Pertanian Bogor.
- Putri, S.Y., Kusumaningtyas, D., & Damayanti, S. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Alen – Alen Mbak Sripit Melalui Business Model Canvas. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8, 496-506. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3706>
- Rangkuti, F., & Analisis, S. W. O. T. (2018). Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan Ocai. Jakarta: Pt Gramedia.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Roby Darmawan, M. Eng, Dr. Ir. Anna A. S, M.Si., Rhendy Kencana Putra W, S.Si, M. AppStat., Roydatul Zikria, S. Si, M.S.E., Suyati, S.Kom, 2022. Outlook Pala, Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal – Kementerian Pertanian Tahun 2002, Jakarta Selatan.
- Safriani, & Humaira, P. (2022). Produk Olahan Buah Pala (*Myristica Fragrans*) Di Desa Padang Kecamatan Tapaktuan Kabupaten Aceh Selatan Sebagai Penunjang Perekonomian Masyarakat. *Prosiding Seminar Nasional Biotik 2022*, 10(2), 237–243.
- Sekretariat Jenderal Menpan RI. 2022. Laporan Tahunan Kinerja dan Reformasi Birokrasi Tahun 2022. Jakarta: Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia.
- Solehah, R., Destiarni, R.P., & Muti'ah, D. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Jamu Tradisional Madura Melalui Pendekatan Analisis SWOT (Studi Kasus: UMKM Jamu Tradisional Madura di Kabupaten Pamekasan). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 8(1), 480-489. <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v8i1.6931>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: penerbit Alfabeta.
- Suloi, A. F., Ramadhana, A., Nursakinah, N., & Syam, S. F. (2024). UMKM Pala Fakfak di Era Digital: Kontribusi Pemuda Papua Untuk Pembangunan Ekonomi Lokal. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kaa Mieera*, 2(2), 1–7. <https://doi.org/10.60000/jipkam.v2i2.12>
- Syifa Aulia, Sugeng Heri Suseno. (2020). Diversifikasi Produk Olahan Buah Pala (*Myristica fragrans*) di Desa Sukadamai (Diversification of Nutmeg (*Myristica fragrans*) Processed Products in Sukadamai Village). Kampus IPB Darmaga, Bogor.
- Tripomo, Tedjo dan Udan. (2005). *Manajemen Strategi*. Bandung: Rekayasa Sains.