

**ANALISIS SWOT UMKM GULA: STUDI KASUS TEMPAT USAHA MILIK  
PAK AGUNG**  
***SWOT ANALYSIS OF SUGAR MSME: A CASE STUDY OF MR. AGUNG'S  
BUSINESS***

Oleh:

**Nugraha Jatimurti<sup>1</sup>**  
**Indria G, S.E., M.M, M.AB<sup>2</sup>**  
**Dhiptya R. A, S.A.B., M.A.B<sup>3</sup>**

Universitas Islam Balitar

Alamat: W52M+HCH, Sananwetan, Kec. Sananwetan, Kota Blitar, Jawa Timur  
(66137).

Korespondensi Penulis: [nugrahajati8@gmail.com](mailto:nugrahajati8@gmail.com), [indriaguntarayana@gmail.com](mailto:indriaguntarayana@gmail.com),  
[tyaheni19@gmail.com](mailto:tyaheni19@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze the internal and external conditions of the sugar distribution business owned by Pak Agung in Blitar Regency using the SWOT analysis approach (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). The research adopts a descriptive qualitative method, with data collected through direct observation, documentation, and semi-structured interviews. The findings reveal that the business possesses several strengths, such as a loyal customer base, flexible packaging services, and long-term relationships with suppliers. However, weaknesses include limited distribution tools, dependence on a single supplier, and fully manual production processes. Externally, the business faces promising opportunities such as seasonal demand surges, potential product diversification, and the utilization of digital technology for marketing. Meanwhile, it is also challenged by price fluctuations, competition from branded products, and unstable consumer purchasing power. Based on the SWOT factors, several development strategies are formulated, including investment in distribution equipment, supplier diversification, product quality enhancement, and optimization of social media for promotion and market expansion. This research is*

**ANALISIS SWOT UMKM GULA: STUDI KASUS TEMPAT USAHA MILIK  
PAK AGUNG  
*SWOT ANALYSIS OF SUGAR MSME: A CASE STUDY OF MR. AGUNG'S  
BUSINESS***

*expected to serve as a practical reference for other MSMEs in developing adaptive and sustainable business strategies.*

**Keywords:** *Msmes, Sugar Distribution, SWOT Analysis, Business Development Strategy, Micro Enterprise*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal pada usaha distribusi gula milik Pak Agung di Kabupaten Blitar dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi langsung, dokumentasi, dan wawancara semi-terstruktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini memiliki sejumlah kekuatan, antara lain jaringan pelanggan yang loyal, fleksibilitas dalam pengemasan produk, dan hubungan jangka panjang dengan pemasok utama. Namun demikian, ditemukan pula sejumlah kelemahan seperti keterbatasan alat distribusi, ketergantungan pada satu pemasok, serta proses produksi yang masih dilakukan secara manual. Di sisi eksternal, peluang usaha meliputi meningkatnya permintaan musiman, diversifikasi produk kebutuhan pokok lain, serta potensi pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Adapun ancaman yang dihadapi meliputi fluktuasi harga gula, persaingan dari produk bermerek, dan daya beli masyarakat yang tidak stabil. Berdasarkan kombinasi faktor SWOT tersebut, dirumuskan strategi pengembangan usaha yang mencakup investasi alat distribusi, diversifikasi pemasok, penguatan kualitas produk, serta optimalisasi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan perluasan pasar. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi pelaku UMKM serupa dalam menyusun strategi pengembangan yang adaptif dan berkelanjutan..

**Kata Kunci:** UMKM, Distribusi Gula, Analisis SWOT, Strategi Pengembangan, Usaha Mikro

## **LATAR BELAKANG**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Dalam situasi krisis ekonomi, UMKM terbukti sebagai sektor yang tangguh dan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Data Kementerian

Koperasi dan UKM tahun 2023 menunjukkan bahwa lebih dari 64 juta UMKM berkontribusi terhadap 61,07% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% total tenaga kerja nasional (KemenkopUKM, 2023). Ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM tidak hanya menopang ekonomi nasional, tetapi juga menjadi wadah pemberdayaan ekonomi masyarakat bawah.

Secara umum, UMKM memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dan daya adaptasi yang tinggi, namun di sisi lain, mereka juga menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, keterampilan manajerial yang belum optimal, serta terbatasnya akses pasar dan teknologi (Anggraeni, 2012). Oleh karena itu, upaya penguatan UMKM perlu dilakukan tidak hanya melalui akses pembiayaan, tetapi juga melalui peningkatan kapasitas strategi bisnis dan manajemen.

Salah satu sektor usaha yang memiliki prospek menjanjikan di tingkat lokal maupun nasional adalah distribusi bahan pangan pokok, khususnya gula pasir. Gula adalah salah satu komoditas strategis yang dibutuhkan hampir di setiap rumah tangga dan sektor usaha, mulai dari makanan, minuman, hingga farmasi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), konsumsi gula rumah tangga di Indonesia mencapai rata-rata 1,4 juta ton per tahun. Tingginya permintaan ini membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk terlibat dalam rantai pasok dan distribusi gula, baik dalam bentuk curah maupun eceran.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai lebih dari 64 juta unit, di mana sekitar 97% tergolong dalam kategori usaha mikro. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sangat besar, yakni lebih dari 60 persen, serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah signifikan. Namun, di tengah kontribusinya yang besar, UMKM masih menghadapi berbagai persoalan, terutama terkait keterbatasan akses distribusi, daya saing pasar, dan keterbatasan teknologi.

Beberapa studi terdahulu menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan faktor signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan (Kartika & Siburian, 2021; Rahmawati & Suryanto, 2022). Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan antara ketepatan waktu dan kepuasan pelanggan pada layanan logistik milik negara seperti Pos Indonesia masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk

**ANALISIS SWOT UMKM GULA: STUDI KASUS TEMPAT USAHA MILIK  
PAK AGUNG**  
***SWOT ANALYSIS OF SUGAR MSME: A CASE STUDY OF MR. AGUNG'S  
BUSINESS***

dilakukan sebagai upaya mendukung peningkatan kualitas pelayanan publik berbasis data.

Di daerah seperti Kabupaten Blitar, UMKM berbasis pangan seperti usaha pengemasan dan distribusi gula sangat tergantung pada jaringan distribusi lokal dan metode pemasaran konvensional. Pelaku usaha di sektor ini masih sering menemui kendala, mulai dari keterbatasan alat transportasi hingga fluktuasi harga bahan baku. Di sisi lain, meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk dalam kemasan praktis dan terjangkau menjadikan sektor ini tetap relevan dan potensial untuk dikembangkan.

Usaha milik Pak Agung yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan contoh nyata UMKM yang mampu bertahan dan berkembang meski dengan keterbatasan. Hal ini menegaskan pentingnya strategi pengembangan usaha, termasuk dalam pengelolaan distribusi, agar UMKM mampu bersaing dan berkembang secara berkelanjutan. Oleh karena itu, analisis SWOT menjadi pendekatan yang relevan untuk mengkaji faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha, serta merumuskan strategi pengembangan yang dapat diterapkan sesuai konteks lokal.

Namun, dalam praktiknya, bisnis gula tidak lepas dari tantangan. Fluktuasi harga bahan baku, kelangkaan pasokan, serta ketergantungan pada pemasok besar dapat menjadi hambatan serius bagi pelaku UMKM. Oleh karena itu, dibutuhkan pemahaman yang baik terhadap kondisi internal dan eksternal usaha agar dapat dirumuskan strategi yang tepat. Di sinilah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) menjadi relevan untuk diterapkan.

Usaha milik Pak Agung di Desa Margomulyo, Kabupaten Blitar, merupakan salah satu contoh UMKM lokal yang bergerak di bidang distribusi gula ecer. Usaha ini dimulai dengan modal terbatas dan dikelola secara sederhana, namun kini telah menjangkau pasar di berbagai toko di Kota Blitar. Pak Agung tidak hanya melakukan produksi kemasan gula ecer dalam ukuran kecil (1/4 kg, 1/2 kg), tetapi juga mendistribusikannya secara langsung ke berbagai konsumen, baik perorangan maupun grosir. Produk dipasarkan dalam dua jenis kemasan berbeda—dengan dan tanpa tali karet—dengan harga yang disesuaikan.

Keberhasilan UMKM ini tidak terlepas dari konsistensi dan kerja keras dalam membangun jaringan distribusi dan menjaga kualitas produk. Namun, usaha ini juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan alat transportasi, ketersediaan stok dari pemasok, serta kendala dalam menjaga kualitas gula agar tetap layak edar. Dari sinilah urgensi analisis SWOT muncul, untuk mengidentifikasi potensi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman dari luar yang perlu diantisipasi.

Melalui analisis SWOT, pelaku UMKM dapat menyusun strategi bisnis yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan. Pendekatan ini akan membantu mengoptimalkan potensi yang ada, mengatasi hambatan, serta menangkap peluang yang relevan dengan perubahan pasar. Strategi yang dihasilkan nantinya dapat menjadi dasar dalam menyusun rencana pengembangan usaha yang lebih matang dan adaptif terhadap dinamika lingkungan bisnis (David, 2011).

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Landasan Teori**

Dalam sebuah penelitian, landasan teori memegang peran penting sebagai fondasi konseptual yang mengarahkan seluruh proses penelitian. Landasan teori berfungsi untuk menjelaskan konsep-konsep utama dan hubungan-hubungan teoritis yang relevan dengan masalah yang diteliti. Berikut landasan teori yang peneliti gunakan :

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan salah satu alat strategis yang paling umum digunakan dalam dunia bisnis untuk mengidentifikasi dan memahami berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan suatu organisasi atau usaha. SWOT merupakan singkatan dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Menurut Rangkuti (2015), analisis SWOT adalah suatu metode sistematis yang digunakan untuk menilai kondisi internal dan eksternal suatu organisasi agar dapat merumuskan strategi yang tepat dan efektif.

Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang berasal dari dalam organisasi atau usaha itu sendiri. Kekuatan (strengths) dapat berupa keunggulan produk, efisiensi proses, loyalitas pelanggan, atau kualitas pelayanan. Sebaliknya, kelemahan (weaknesses) mencakup keterbatasan sumber daya, rendahnya kapasitas produksi, kurangnya akses pasar, atau kelemahan dalam manajemen keuangan. Dengan memahami

# ANALISIS SWOT UMKM GULA: STUDI KASUS TEMPAT USAHA MILIK PAK AGUNG

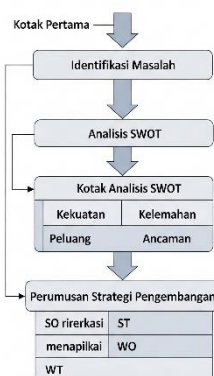
## *SWOT ANALYSIS OF SUGAR MSME: A CASE STUDY OF MR. AGUNG'S BUSINESS*

faktor internal ini, pelaku usaha dapat mengenali keunggulan yang bisa dikembangkan dan kendala yang harus diatasi.

Sementara itu, faktor eksternal terdiri dari peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang berasal dari lingkungan luar usaha. Peluang merupakan kondisi eksternal yang dapat memberikan keuntungan bagi usaha jika dimanfaatkan secara optimal, seperti pertumbuhan pasar, dukungan pemerintah, atau perubahan tren konsumsi. Ancaman mencakup hal-hal yang dapat menghambat kinerja usaha, seperti persaingan yang tinggi, fluktuasi harga bahan baku, atau perubahan regulasi.

Analisis SWOT merupakan alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi organisasi. Menurut Rangkuti (2015), analisis SWOT membantu organisasi dalam menyusun strategi yang realistis dan efektif.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun untuk menunjukkan alur logis dari identifikasi masalah hingga perumusan strategi pengembangan usaha menggunakan pendekatan SWOT. Penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian lokal, namun dalam praktiknya sering kali menghadapi berbagai kendala baik dari aspek internal maupun eksternal.

Melalui analisis SWOT, peneliti mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari dalam usaha (internal), serta peluang dan ancaman dari luar (eksternal). Selanjutnya, dari kombinasi keempat faktor tersebut, dapat dirumuskan alternatif strategi SO, WO, ST, dan

WT yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus pada usaha gula milik Pak Agung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik, serta dokumentasi kegiatan usaha. Analisis data dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan usaha.

Metode deskriptif dipilih karena sesuai dengan jenis penelitian studi kasus yang berfokus pada satu unit analisis, yaitu UMKM gula milik Pak Agung. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Dengan metode ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh usaha tersebut, yang nantinya dianalisis menggunakan pendekatan SWOT.

### **Obyek dan subyek Penelitian**

Objek penelitian dalam studi ini adalah kegiatan usaha distribusi gula eceran yang dijalankan oleh Pak Agung sebagai pelaku UMKM. Fokus utama penelitian adalah pada analisis SWOT terhadap aspek internal dan eksternal usaha tersebut. Subjek penelitian adalah Pak Agung selaku pemilik usaha, serta beberapa pihak pendukung seperti pekerja borongan dan konsumen tetap yang relevan untuk memberikan informasi tambahan melalui wawancara.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan secara kualitatif dengan tiga metode utama, yaitu dokumentasi, observasi, dan wawancara. Ketiga metode ini dipilih untuk memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai kondisi usaha gula milik Pak Agung. Menurut Sugiyono (2017), teknik pengumpulan data dalam pendekatan kualitatif bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam dan kontekstual sesuai dengan realitas di lapangan.

1. Dokumentasi

**ANALISIS SWOT UMKM GULA: STUDI KASUS TEMPAT USAHA MILIK  
PAK AGUNG**  
***SWOT ANALYSIS OF SUGAR MSME: A CASE STUDY OF MR. AGUNG'S  
BUSINESS***

Teknik ini dilakukan dengan menelaah dokumen yang relevan, seperti laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL), catatan kegiatan usaha, dan dokumen penunjang lainnya. Studi dokumentasi berguna untuk memahami latar belakang dan aktivitas rutin dalam usaha tersebut.

2. Observasi

Pengamatan langsung dilakukan terhadap proses produksi, pengemasan, dan distribusi gula. Observasi dilakukan secara partisipatif agar peneliti dapat memahami kondisi nyata di lapangan serta interaksi antar elemen dalam proses usaha.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pemilik usaha. Teknik ini bertujuan menggali pandangan, pengalaman, serta persepsi mereka terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi usaha tersebut.

**Uji Keabsahan Data**

Penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran objektif. Karena validitas data dalam penelitian kualitatif sangatlah penting. Melalui keabsahan data, kredibilitas atau kepercayaan penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Menurut Moleong (2007), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Menurut Wijaya (2018), triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Analisis SWOT Usaha Gula Ecer Milik Pak Agung**

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk memahami kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam sebuah usaha. Dengan analisis ini, usaha dapat direncanakan dan dikembangkan secara lebih terarah.

### **Kekuatan (Strengths)**

Salah satu kekuatan utama usaha ini adalah tingginya loyalitas pelanggan yang terbentuk melalui pendekatan personal dan pelayanan cepat tanggap. Hubungan jangka panjang dengan berbagai segmen konsumen, mulai dari pengecer kecil hingga grosir, menjadi nilai kompetitif tersendiri. Selain itu, usaha ini menunjukkan fleksibilitas tinggi dalam pengemasan, dengan menyesuaikan ukuran dan bentuk sesuai kebutuhan konsumen. Kemitraan jangka panjang dengan pemasok utama juga menjadi kekuatan lain, di mana adanya layanan pengantaran langsung membantu menekan biaya operasional dan meningkatkan efisiensi distribusi.

### **Kelemahan (Weaknesses)**

Beberapa kelemahan masih menjadi hambatan dalam operasional usaha. Salah satunya adalah keterbatasan sarana distribusi, yang masih bergantung pada sepeda motor sehingga kurang efisien untuk pengiriman dalam jumlah besar. Ketergantungan pada satu pemasok juga berisiko mengganggu kelancaran pasokan bahan baku, terutama saat terjadi gangguan kualitas atau keterlambatan pengiriman. Selain itu, proses produksi masih dilakukan secara manual, tanpa dukungan peralatan modern, sehingga produktivitas sangat bergantung pada tenaga kerja dan waktu kerja yang tersedia.

**Tabel 1 Analisis SW**

| <b><i>Strengths (Kekuatan)</i></b>                                     | <b><i>Weaknesses (Kelemahan)</i></b>                                         |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Memiliki jaringan pelanggan tetap dan loyal di berbagai wilayah.    | 1. Alat distribusi masih menggunakan sepeda motor dengan kapasitas terbatas. |
| 2. Pelayanan pelanggan fleksibel dan cepat tanggap terhadap kebutuhan. | 2. Ketergantungan pada satu pemasok gula sebagai sumber utama bahan baku.    |
| 3. Kemampuan pengemasan produk dalam berbagai                          | 3. Kualitas gula tidak selalu konsisten (sering                              |

**ANALISIS SWOT UMKM GULA: STUDI KASUS TEMPAT USAHA MILIK  
PAK AGUNG**  
***SWOT ANALYSIS OF SUGAR MSME: A CASE STUDY OF MR. AGUNG'S  
BUSINESS***

|                                                                                |                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| ukuran sesuai permintaan konsumen.                                             | menggumpal atau lembab).                                                                |
| 4. Kerja sama jangka panjang dengan pemasok yang mendukung efisiensi logistik. | 4. Seluruh proses produksi masih dilakukan secara manual, membatasi kapasitas produksi. |

*Sumber : Dari tempat usaha milik Pak Agung*

**Peluang (Opportunities)**

Usaha ini memiliki sejumlah peluang strategis yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan. Lonjakan permintaan saat momen tertentu seperti hari raya dan acara sosial menjadi potensi pendapatan yang signifikan, dengan volume pesanan yang dapat mencapai satu ton per minggu. Diversifikasi produk seperti beras dan minyak juga membuka ruang untuk menjadi penyedia kebutuhan pokok secara menyeluruh bagi konsumen, terutama bagi toko-toko kecil. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital seperti WhatsApp untuk pemesanan menunjukkan potensi besar dalam memperluas jangkauan pasar melalui platform daring lainnya.

**Ancaman (Threats)**

Usaha ini dihadapkan pada sejumlah tantangan eksternal yang perlu diantisipasi. Fluktuasi harga gula yang tidak menentu menjadi ancaman utama karena dapat menekan margin keuntungan, sementara penyesuaian harga jual tidak selalu dapat dilakukan secara langsung. Selain itu, persaingan dari produk bermerek yang dipandang lebih higienis dapat memengaruhi persepsi konsumen dan mengancam loyalitas pelanggan. Penurunan daya beli masyarakat juga berdampak terhadap volume penjualan, karena konsumen menjadi lebih selektif dan cenderung membeli dalam jumlah yang lebih kecil.

**Tabel 2 Analisis OT**

| <i><b>Opportunities (Peluang)</b></i> | <i><b>Threats (Ancaman)</b></i> |
|---------------------------------------|---------------------------------|
|---------------------------------------|---------------------------------|

|                                                                             |                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Lonjakan permintaan saat musim arisan dan hari raya besar.               | 1. Harga gula di pasar tidak stabil dan sulit diprediksi.                          |
| 2. Diversifikasi usaha ke produk bahan pokok lain seperti beras dan minyak. | 2. Persaingan dari produk gula bermerek yang tampak lebih profesional.             |
| 3. Pemanfaatan teknologi digital untuk menerima pesanan dan promosi usaha.  | 3. Daya beli konsumen yang dapat menurun akibat kondisi ekonomi yang tidak stabil. |

*Sumber : Dari tempat usaha milik Pak Agung*

### **Pembahasan Analisis SWOT Usaha Gula Ecer Milik Pak Agung**

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Fadhillah et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pemahaman terhadap kekuatan internal dan peluang eksternal memungkinkan UMKM merancang strategi adaptif. Usaha Pak Agung, misalnya, berhasil memanfaatkan loyalitas pelanggan dan fleksibilitas pengemasan untuk merespons lonjakan permintaan serta memperluas jenis produk.

Namun, seperti diungkap Fitriani dan Sutaryo (2020), pemanfaatan teknologi digital masih menjadi tantangan. Saat ini, usaha baru menggunakan WhatsApp untuk pemesanan, dan belum mengoptimalkan media sosial sebagai saluran promosi. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi masih memiliki potensi besar.

Selain itu, menurut Andriyani dan Santosa (2022), kolaborasi dengan pelaku usaha lain dapat meningkatkan daya saing UMKM. Dalam konteks ini, belum adanya kemitraan formal pada usaha Pak Agung menjadi peluang pengembangan ke depan.

**Tabel 3 Tabel Matriks SWOT**

| <b>Faktor Internal / Eksternal</b> | <b>Peluang (Opportunities)</b> | <b>Ancaman (Threats)</b> |
|------------------------------------|--------------------------------|--------------------------|
|                                    |                                |                          |

**ANALISIS SWOT UMKM GULA: STUDI KASUS TEMPAT USAHA MILIK  
PAK AGUNG**  
***SWOT ANALYSIS OF SUGAR MSME: A CASE STUDY OF MR. AGUNG'S  
BUSINESS***

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kekuatan<br/>(Strengths)</b>   | <b>Strategi S–O<br/>(Strength-<br/>Opportunities)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Gunakan jaringan pelanggan tetap untuk menangkap lonjakan permintaan musiman.</li> <li>Kembangkan diversifikasi produk dengan promosi dari pelanggan loyal.</li> <li>Gunakan fleksibilitas pengemasan untuk memenuhi kebutuhan pasar baru.</li> </ol> | <b>Strategi S–T<br/>(Strength-Threats)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jaga hubungan baik dengan pemasok agar bisa tetap kompetitif saat harga pasar naik.</li> <li>Tingkatkan kebersihan &amp; tampilan produk untuk menyaingi brand besar.</li> <li>Edukasi konsumen soal keunggulan lokal dan fleksibilitas produk.</li> </ol> |
| <b>Kelemahan<br/>(Weaknesses)</b> | <b>Strategi W–O<br/>(Weakness-<br/>Opportunities)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Investasi kendaraan pengangkut untuk distribusi besar saat permintaan naik.</li> </ol>                                                                                                                                                                | <b>Strategi W–T<br/>(Weakness-Threats)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Automasi sederhana untuk mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja.</li> <li>Buat sistem manajemen stok &amp; pencatatan harga</li> </ol>                                                                                                                |

|  |                                                                                                                                        |                                                                                              |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 2. Gunakan keuntungan dari diversifikasi produk untuk memperbaiki alat produksi.<br>3. Tambah jumlah pemasok untuk memperkuat pasokan. | untuk antisipasi fluktuasi<br>3. Jalin kolaborasi dengan UMKM lain untuk distribusi bersama. |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|

*Sumber : Dari tempat usaha milik Pak Agung*

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa usaha gula ecer milik Pak Agung memiliki potensi pertumbuhan yang baik, didukung oleh jaringan pelanggan yang kuat, pelayanan responsif, fleksibilitas pengemasan, dan hubungan yang solid dengan pemasok. Namun, usaha ini masih menghadapi kendala internal seperti keterbatasan distribusi, ketergantungan pada satu pemasok, serta proses produksi manual yang kurang efisien.

Peluang pengembangan cukup besar, terutama dari tingginya permintaan musiman, peluang diversifikasi produk, dan potensi pemanfaatan teknologi digital. Sementara itu, ancaman seperti fluktuasi harga, persaingan produk bermerek, dan penurunan daya beli perlu diantisipasi.

Strategi pengembangan yang dirumuskan meliputi peningkatan layanan dan efisiensi operasional, perluasan produk, serta mitigasi risiko pasokan dan harga. Dengan langkah tersebut, usaha ini diharapkan dapat tumbuh lebih kompetitif dan berkelanjutan di tengah dinamika pasar.

### Saran

Untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha, terdapat beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan oleh pemilik UMKM gula milik Pak Agung. Pertama, disarankan untuk berinvestasi pada kendaraan distribusi yang lebih memadai guna

**ANALISIS SWOT UMKM GULA: STUDI KASUS TEMPAT USAHA MILIK  
PAK AGUNG  
*SWOT ANALYSIS OF SUGAR MSME: A CASE STUDY OF MR. AGUNG'S  
BUSINESS***

meningkatkan kapasitas dan efisiensi pengiriman. Kedua, diversifikasi pemasok perlu dilakukan agar pasokan gula tetap stabil meskipun terjadi gangguan dari satu pihak. Ketiga, proses produksi sebaiknya ditingkatkan dengan penggunaan alat bantu sederhana atau semi-otomatis, khususnya untuk menghadapi lonjakan permintaan pada momen tertentu. Keempat, strategi pemasaran digital perlu diperkuat melalui media sosial dan platform daring agar jangkauan pasar lebih luas dan posisi produk lebih kompetitif. Terakhir, penerapan pencatatan keuangan dan pemantauan harga pasar secara berkala akan membantu pemilik usaha dalam mengelola harga jual dan menjaga profitabilitas. Dengan penerapan strategi tersebut secara konsisten, usaha diharapkan dapat berkembang secara berkelanjutan dan lebih siap menghadapi dinamika pasar.

**DAFTAR REFERENSI**

- Ainiyah, A. R. (2021). Distribusi zakat produktif dalam pemberdayaan UMKM. *Journal of Islamic Management*, 45-55.
- Andriyani, R. &. (2022). Strategi penguatan daya saing UMKM berbasis komunitas. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 33-41.
- Anggraeni, D. (2012). Peranan UMKM dalam Ketahanan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ekonomi*.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases (13th ed.)*. Pearson Education.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases (13th ed.)*. Pearson Education.
- Fachreza, M. (2012). Nilai Energi Gula dan Perilaku Konsumsi Rumah Tangga. *Jurnal Ketahanan Pangan*.
- Fadhillah, P. R. (2023). Analisis SWOT dalam pengembangan UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 77-84.
- Fitriani, D. &. (2020). Strategi pemasaran UMKM berbasis pangan lokal pada masa pandemi. *Jurnal Manajemen Usaha Mikro*, 21-28.
- Harwikarya, A. .. (2020). Ketahanan UMKM di Masa Krisis: Perspektif Adaptasi Strategis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 77-88.

- Husaseni, D. &. (2019). Karakteristik dan Tantangan UMKM Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- KemenkopUKM. (2023). *Laporan Kinerja Sektor UMKM Indonesia*. KemenkopUKM.
- Kotler, P. &. (2007). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P. &. (2009). *Marketing Management (13th ed.* Pearson Education.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Van Nostrand.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahayu, P. (2016). Peran UMKM dalam Pemerataan Ekonomi Nasional. *jurnal Sosial Ekonomi*.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Resa, N. D.-9. (2021). 4(2). *Optimasi jumlah produksi dan distribusi pada UMKM menggunakan model linier. Media Teknik & Sistem Industri*, 88-97.
- RI., K. K. (n.d.). *Profil UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- \Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. . Harvard University Press.
- Statistik., B. (. (2022). *Konsumsi Gula Rumah Tangga Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif, K. d. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. H. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. LP3ES.
- Wheelen, T. L. (2015). *Strategic Management and Business Policy (14th ed.)*. Pearson.
- Zimmerer, T. W. (2005). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (4th ed.)*. Pearson Education.