

Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Gula Dezan Berkah dengan Business Model Canvas dan Analisis SWOT

Siti Rohmawati, Fanji Wijaya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia Membangun. Bandung,

Penulis Korespondensi: fanji.wijaya@inaba.ac.id

rhmawati@student.inaba.ac.id

Article Information:

Received: June 10, 2024, Accepted: June 19, 2024, Published: June 22, 2024

Abstrak:

This study aims to provide a business strategy for developing a business for UMKM Gula Dezan Berkah to see the weaknesses that the company has and get solutions to any existing problems; in this case, UMKM Gula Dezan Berkah must be able to innovate and be able to see opportunities and threats, with SWOT Analysis and Business Model Canvas as an effort to increase sales. In conducting research, UMKM Gula Dezan Berkah applied qualitative research methods using a descriptive approach. Data collection in this study is based on direct analysis, interviews with business owners, references to scientific journals, electronic books, and several other sources confirmed to be true after being collected into data in document studies. With the business model canvas, the research results obtained several recommendations from the SWOT analysis to achieve business development targets at UMKM Gula Dezan Berkah. Some of the results of the business model canvas proposal are in the Value Proposition section to use packaging that is more attractive than before, then in the Customer Relationship section to not only market products directly but can be through social media or online store applications and so on, of course with the best service, and in the Channels section to offer street vendors, and local traditional markets to introduce products directly, and increase sales in online shop.

Keywords: Manajemen Strategi, Business Model Canvas, Analisis SWOT

1. Pendahuluan

Perkembangan usaha di Indonesia menjadi salah satu pilar terpenting bagi kestabilan serta pertumbuhan bagi perekonomian negara, salah satu industri yang berkembang di Indonesia adalah industri gula. Sejak tahun 2016 Indonesia telah menjadi negara importir gula nomor

Published by:

satu di dunia dan malampaui Tiongkok. Pada tahun 2020, Indonesia mengimpor gula hingga sebanyak 4,400 ribu MT gula mentah (Soraya et al., 2022). Keberadaan gula sebagai bahan pokok tidak dapat dipungkiri dengan meningkatnya permintaan terhadap gula yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha. Berita CNBC Indonesia (1 Maret 2023) Dirjen Industri Agro Kemenprin menyatakan bahwa kebutuhan gula nasional tahun 2023 untuk konsumsi dan industri diperkirakan mencapai 7 juta ton, sementara produksi hanya sekitar 2 juta ton (Suharyono & Hermawan, 2024). Permintaan gula yang terbilang lebih tinggi melampaui jumlah produksi harus mendapat perhatian khusus dari pemerintah sebagai Upaya menjaga keseimbangan antara konsumsi dan produksi.

Salah satu peningkatan jumlah produksi pada industri gula yang dapat diharapkan di Indonesia yaitu pada UMKM di industri gula. Keberadaan UMKM di Indonesia berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp. 8.573,89 Triliun, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 117 juta pekerja dan dapat menghimpun sekitar 60,4% total investasi (Edi Sumantri & Handayani, 2022).

Pada saat ini pengusaha di bidang gula mudah di jumpai di setiap daerah, misalnya di Kabupaten Cianjur daerah Provinsi Jawa Barat dimana sebagian besar masyarakatnya berprofesi sebagai petani gula aren yang dapat dijadikan peluang bagi pelaku UMKM di industri gula sebagai pemasok agar dapat menjaga keseimbangan permintaan gula. Selain menjaga pasokan gula seorang pengusaha di harapkan agar dapat menyusun strategi yang kompetitif untuk kelangsungan usahanya. Sebuah perusahaan harus bisa memilih strategi-strategi yang baik agar usahanya dapat berjalan dengan baik serta mencapai tujuan yang diinginkan (Hidayatulloh et al., 2021)

Untuk beberapa orang ada yang sangat selektif dalam memilih gula dimana mereka menginginkan gula asli dengan kualitas baik, tanpa bahan pengawet, pengeras/glukosa. Dalam hal ini pengusaha harus memperhatikan permintaan konsumen dan mampu menganalisis faktor lingkungan internal. Lingkungan internal terdiri dari variabel – variabel (kekuatan kelemahan) yang ada didalam organisasi tetapi biasanya tidak dalam pengendalian manajemen puncak (Wijaya, 2021).

Salah satu UMKM bernama Gula Dezan Berkah yang berlokasi di Kp. Camaul, Desa Cikadu, Kecamatan Cikadu, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat Kode Pos 43286 adalah UMKM yang bergerak di industri gula. Gula yang di produksi oleh UMKM Gula Dezan Berkah memiliki kualitas yang baik bebas bahan pengawet serta pengeras/glukosa dan aman di konsumsi dikarenakan di olah dengan cara tradisional serta alami. Kesehatan adalah harta yang paling berharga dalam perjalanan kehidupan dan makanan bergizi merupakan aspek yang tidak dapat diabaikan. Makanan bukan hanya sumber energi bagi tubuh, tetapi juga merupakan salah satu hal dasar yang membentuk kesejahteraan manusia (Kasingku, 2023).

Manajemen yang dilakukan UMKM Gula Dezan Bekah dalam proses produksi gula terbilang sangat sederhana dimana penyadapan air nira sampai dengan pengolahan di lakukan oleh petani. Manajemen merupakan proses pengkoordinasian sumber daya yang dimiliki oleh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan (Marselina & Rokamah, 2022). Kegiatan manajemen tersebut menjadi rutinitas yang harus dilakukan untuk memenuhi permintaan

Published by:

para pelanggan, hal ini bertujuan agar tetap dapat menjaga pasokan gula. Rantai pasok terdiri dari beberapa elemen dan pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung (Sultan et al., 2021).

Packaging pada Gula Dezan Berkah masih tergolong sangat sederhana hanya dikemas dengan daun dan plastik yang belum tercantum merek pada kemasannya. Dalam hal ini UMKM Gula Dezan berkah di harapkan melakukan inovasi agar dapat meningkatkan penjualan. Pada dasarnya melakukan inovasi merupakan kemampuan mendayagunakan pikiran dan sumber daya yang ada untuk emnghasilkna karya dengan sentuhan kreatifitas (Widiyanti & Wisayang, 2021).

Dalam proses pemasaran UMKM Gula Dezan berkah dilakukan secara langsung kepada calon pembelinya yang kemudian menjadi keterbatasan dalam menjangkau calon konsumen. Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain (Musyawarah & Idayanti, 2022). Strategi pemasaran dan distribusi menjadi salah satu pilar penting bagi kelangsungan usaha, berkembangnya teknologi berdampak pada banyaknya pengguna aplikasi belanja online yang merasa nyaman dengan fitur yang disediakan karena mempermudah transaksi. UMKM Gula Dezan Berkah diharapkan mampu mengikuti perkembangan teknologi di era digitalisasi ini mengingat meningkatnya pengguna online shop, sosial media dan aplikasi e-commerce lainnya. Media sosial adalah salah satu alat yang dapat membawa dampak positif dan negatif terhadap kehidupan, khususnya untuk generasi Z yang kesehariannya tidak luput dari aktivitas media sosial (Saputro et al., 2023). Hal ini merupakan sebuah peluang strategi distribusi dalam mengembangkan UMKM Gula Dezan Berkah. Peluang dapat mengarahkan kegiatan organisasi sedangkan ancaman, menghambat pergerakan organisasi (Setyorini & Santoso, 2016).

Seorang pengusaha harus memiliki pengetahuan yang mumpuni agar mampu membuat strategi bisnis yang dapat bersaing dengan kompetitor pada pelaku usaha sejenis. Sebuah strategi yang dibuat oleh pelaku usaha/perusahaan harus dengan pertimbangan yang matang, dengan melakukan pengamatan terlebih dahulu dan selanjutnya melakukan penilaian terhadap apa saja yang nantinya dapat menjadi keunggulan bersaing (Wijaya & Adib, 2019). UMKM Gula Dezan Berkah diharapkan dapat dapat mengembangkan usahanya untuk meningkatkan penjualan. Dalam hal ini UMKM Gula Dezan berkah memerlukan rancangan model bisnis. Model bisnis dapat digunakan untuk menguji konsistensi hubungan antar komponen dan dapat digunakan untuk membantu menguji pasar ketika mengembangkan produk barang atau jasa (Ningsih et al., 2023).

Peningkatan penjualan pada UMKM Gula Dezan Berkah biasanya hanya saat menjelang bulan ramadhan, pada bulan-bulan biasanya penjualan gula kurang stabil dan sangat berdampak pada penghasilan usaha, hal ini dapat dilihat dari tabel 1 berikut:

Berdasarkan tabel 1, penjualan mulai meningkat dari bulan Desember 2023 dimana pada tahun baru sering meningkat permintaan bahan pokok jenis gula, kemudian disusul bulan Januari 2024 sampai dengan April 2024 peningkatan terjadi lebih dari bulan sebelumnya,

Published by:

faktor penyebab kenaikan penjualan ini adalah pengaruh datangnya bulan ramadan yang bertepatan di bulan maret 2024 sampai dengan april 2024. Agar dapat meningkatkan penjualan serta mendapat keunggulan kompetitif yang berdaya saing maka pelaku usaha perlu membuat pemetaan bisnis (Awaluddin, 2021). Dalam merancang strategi bisnis seorang pengusaha harus mempunyai gambaran dasar serta pemikiran bagaimana suatu perusahaan atau organisasi menciptakan, memberikan, serta menangkap ide bisnis dan adanya nilai melalui model bisnis. Strategi yang digunakan dalam menentukan pengambilan keputusan yaitu analisis SWOT dan Business Model Canvas sebagai gambaran model bisnisnya dengan Sembilan elemen kunci.

Tabel 1. Realisasi Penghasilan Tahunan UMKM Gula Dezan Berkah (Periode bulan April 2023-2024)

Bulan	Jumlah Penjualan	Bulan	Jumlah Penjualan
Mei-2023	2,5 Kwintal	November-2023	3,3 Kwintal
Juni-2023	3,1 Kwintal	Desember-2023	3,7 Kwintal
Juli-2023	2,7 Kwintal	Januari-2024	3,9 Kwintal
Agustus-2023	2,9 Kwintal	Februari-2024	4,2 Kwintal
September-2023	3,1 Kwintal	Maret-2024	4,7 Kwintal
Oktober-2023	2,2 Kwintal	April-2024	4,1 Kwintal

Sumber : UMKM Gula Dezan Berkah, 2024

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Manajemen Strategi

Dalam buku Manajemen Strategik-Pengetahuan yang dikutip oleh Kusumadmo (2013) dalam (Mahfud & Anwar, 2022), kata strategi secara etimologis berasal dari kata Strategos dalam bahasa yunani yang terbentuk dari kata stratos atau tentara dan kata ego atau pemimpin. Dalam Oxford Learner's Pocket Dictionaries (2010), Strategy (noun) : *a plan of action designed to achieve a long-term or overall aim*. Jika diartikan kedalam bahasa Indonesia berarti rencana aksi yang dirancang untuk mencapai jangka panjang atau tujuan secara keseluruhan. Adapun pendapat lain mengemukakan bahwasannya Manajemen strategis adalah sejumlah kegiatan dan keputusan mendasar yang dibuat oleh manajemen tertinggi suatu perusahaan dimana nantinya harus diterapkan oleh seluruh anggota di perusahaan tersebut demi dapat mewujudkan tujuan Perusahaan (Jamaludin et al., 2023). Dari kedua definisi tersebut bisa disimpulkan bahwa strategi merupakan perencanaan hasil dari pemikiran dan pertimbangan yang disusun untuk mencapai suatu tujuan jangka pendek maupun jangka Panjang dalam mencapai keinginan individu dan anggota untuk keberlangsungan perusahaan.

2.2. Busines Model canvas

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) dalam (Anter et al., 2022), Business Model Canvas merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah perusahaan menciptakan, menyerahkan, dan menangkap nilai. Adapun bagian dalam Business Model Canvas tersebut meliputi *Customer Segment, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership*

Published by:

dan Cost Structure. Dalam penggunaanya *BMC* merujuk pada perancangan strategi bisnis dengan menguraikan 9 (Sembilan) elemen yang akan menjadi gambaran pada suatu bidang usaha. *BMC* berperan sebagai gambaran untuk menciptakan gambaran yang dapat menjelaskan apa saja elemen penting yang telah di capai dan gambaran elemen apa saja yang masih belum di capai oleh bisnis yang dijalankan agar mecapai taget usaha terbaik.

2.3. Analisis Swot

Menurut Freddy Rangkuti (2015;18) dalam (Awaluddin, 2021), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada faktor-faktor kekuatan (strengths), kelemahan (weakness) perusahaan serta meminimalkan peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Dari pendapat tersebut bisa disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan salah satu strategi terbaik bagi setiap individu dalam merancang usahanya dimana setiap pengusaha dapat melihat faktor keseluruhan mulai dari, kelemahan, kekuatan peluang serta ancaman yang dapat memprediksi apa saja yang bisa terjadi terhadap perusahaan perintis, perusahaan berkembang bahkan perusahaan kategori maju, untuk meminimalisir dampak yang dapat merugikan dan mempengaruhi keberlangsungan serta kesuksesan suatu Perusahaan.

2.4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Tabel Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul, Jurnal	Perbedaan	Persamaan	Hasil Penelitian
1	Fanji Wijaya; “Strategi Bisnis dalam Mengembangkan Usaha pada Kelompok Tani Kopi Buntis”; Jurnal Indonesi Membangun, Vol.20, No. 1 Januari-April 2021	- BMC Berbasis lingkungan dan sosial - Data peningkatan implementasi perbaikan strategi	- Penerapan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif - Penggunaan Analisis SWOT	- Gambaran usaha kelompok tani kopi Buntis dengan analisis SWOT pada posisi kuadran VIII yang mengindikasi pertumbuhan. - Belajar meningkatkan budidaya kopi, menggaet generasi milenial dalam meningkatkan pemasaran.
2	Widiyanti, Vinsensia, Retno, Widi Wisayang; “Inovasi Dan Kreativitas Bagong Catering Semarang di Tengah Pandemi”;	- Tidak menggunakan analisis SWOT dan <i>business model canvas</i>	- Objek penelitian pada UMKM - Memakai pendekatan kualitatif - Tujuan penelitian untuk membuat inovasi pada layanan dan	- Kang Bagong catering membuat inovasi di tengah masa pandemi seperti : layanan ready to eat, pesan antar, take away, dan kreativitas kemasan / <i>packing</i> yang lebih praktis dan menarik - Pengembangan usaha

Published by:

	Jurnal Sains, teknologi, Masyarakat dan Jejaring Vol.3 No. 2 Maret 2021		pemesanan.	yang dilakukan kang bagong catering anantara lain adalah menawarkan berbagai variasi, inovasi dan kreativitas baik dalam rasa, ukuran, bentuk, jenis maupun kemasan sehingga konsumen mempunyai banyak pilihan
3	Hany Setyorini, Mas'ud Effendi, Imam Santoso; "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi kasus : Restoran WS Soekarno Hatta Malang)"; Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri Volume 5 No 1: 46-53 (2016)	-Objek penelitian pada restoran -Pembahasan fasilitas restoran -Penggunaan QSPM	- Penggunaan analisis SWOT - Bertujuan untuk mengembangkan pemasaran	- Alternatif strategi yang didapatkan dari hasil pengolahan daya menggunakan QSPM, yaitu mempertahankan citra atau image perusahaan, meningkatkan fasilitas restoran, mempertahankan kualitas dan pelayanan produk untuk menarik konsumen , meningkatkan kemampuan manajemen dan kerjasama untuk tujuan perusahaan , memberikan layanan delivery order untuk konsumen, memanfaatkan kemajuan teknologi, menjaga hubungan baik dengan pelanggan/konsumen
4	Choerul Hidayatulloh, Helena Louise Panggabean, Evi Noviaty; "Analisis Strategi Bisnis Usaha Kuliner Catering (Studi Kasus Pada Shinta catering Depok)"; Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis Volume 10 Nomor 01	- Penerapan strategi diversifikasi dengan menambah jenis produk - Objek yang diteliti di bidang kuliner	- Analisi data dengan pendekatan kualitatif	- Hasil dari analisis SWOT pada Shinta catering dari kedua matriks EFAS dan IFAS menunjukn bahwa strategi ST memiliki nilai yang paling tinggi, serta dapat diketahui bahwa posisi usaha catering di depok berada pada kuadran 2 dengan menerapkan strategi diversifikasi, yaitu dengan menambah produk baru dan melakukan inovasi

	Juni 2021			terhadap produk yg sudah ada - Kelemahan yang terjadi pada shinta catering seperti kurangnya update informasi mengenai produk yang berpengaruh pada omset penjualan, <i>packaging</i> yg belum menarik, dll- hal tersebut dapat dijadikan pembelajaran bagi seluruh pekerja shinta catering
5	Fanji Wijaya, Mokh. Adib Sultan; “Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan <i>Business Model Canvas</i>”; Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis, Volume 10 No. 2 September 2019.	- Objek yang diteliti pada usaha distro	- Penggunaan Analisis SWOT dan <i>Business Model Canvas</i> - Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	- Hasil analisis SWOT terhadap <i>Business Model Canvas</i> terletak pada beberapa elemen di antara lain pada customer segments harus mampu menjangkau pasar anak, <i>Value Proposition</i> menyediakan custom design dan <i>Key Resources</i> perlu mengembangkan kualitas

3. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian dilakukan pada UMKM Gula Dezan Berkah. Menurut (Sugiyono, 2018) penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Keakuratan data sangat penting dalam hal ini. Akurasi data merupakan komponen yang harus dipenuhi oleh kerangka data (Laiya & Manueke, 2022).

Data primer diperoleh melalui survey lapangan, pengalaman yang telah terjadi sebelumnya, serta wawancara dengan tujuan untuk mendapat jawaban dan Solusi dari gambaran rumusan masalah dan mendapat data identifikasi bisnis model kanvas pada UMKM Gula Dezan

Published by:

Berkah dimana dapat mengalisis faktor apa saja yang mempengaruhi model bisnis UMKM Gula Dezan Berkah. Analisis data yang di lakukan yaitu menggunakan analisis SWOT.

Pada penelitian ini beberapa Variabel *business model canvas* yang akan di teliti dengan analisis SWOT merupakan sembilan elemen *business model canvas* antara lain: *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership* dan *Cost Structure*.

Adapun Langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Menganalisis faktor Internal Factor Evaluation (IFE)
- b. Menganalisis Faktor External Factor Evaluation (EFE)

Setelah melakukan identifikasi faktor-faktor internal serta eksternal, selanjutnya adalah menentukan pembobotan dan ranking. Bobot dikalikan dengan rating pada setiap faktor untuk mendapatkan skor pada faktor-faktor tersebut. Bobot dihitung, 0.0 (tidak penting) sampai 1.0 (sangat penting). Jumlah bobot untuk opportunity dan threat yaitu 1.00, hal ini berlaku juga pada jumlah bobot strength dan weakness. Untuk opportunity mulai dari angka 1 yaitu (dibawah rata-rata), 2(rata-rata), 3 (diatas rata-rata) dan 4 (sangat baik). Nilai rating opportunity dan threat selalu bertolak belakang, misalnya apabila faktor threatnya lebih besar, diberi nilai 4. Berlaku juga pada pemberian nilai untuk strength dan weakness.

4. Hasil Dan Pembahasan

Penggunaan analisis SWOT merupakan bagian penting dalam metode identifikasi berbagai faktor mulai dari faktor internal sampai dengan faktor eksternal dalam menjalankan usaha untuk merumuskan strategi Perusahaan dalam mengidentifikasi berbagai resiko yang memungkinkan terjadi. Berdasarkan data yang diperoleh maka bisa disajikan dalam bentuk tabel skor faktor internal (IFE) dan tabel skor faktor eksternal (EFE).

Perhatikan tabel- tabel di berikut ini:

Tabel 3. *Internal Factor Evaluation* (IFE)

IFE	Bobot	Rating	Score
Kekuatan			
Pelayanan yang ramah	0,14	3,25	0,45
Pesan Antar/ COD	0,13	3,20	0,41
Harga relatif murah	0,15	3,35	0,50
Kulitas Gula yang bagus dan mudah larut	0,13	3,21	0,41
Tanpa Pengawet	0,16	3,22	0,51
Total kekuatan	0,71		2,28
Kelemahan			
Pendistribusian yang terbatas	0,09	1,75	0,15
Kekurangan dalam pemanfaatan teknologi	0,11	2,00	0,22
Packaging masih biasa/ kurang menarik	0,09	1,77	0,16
Total kelemahan	0,29		0,53
Total keseluruhan Kekuatan dan Kelemahan	1,00		2,81

Published by:

Pada Tabel 3 (IFE) menjelaskan bahwa UMKM Gula Dezan Berkah memiliki 5 komponen kekuatan terdapat pada pelayanan yang ramah, pesan antar/ COD, harga yang relatif murah, kualitas barang yang bagus dan mudah larut kemudian score tertinggi yaitu gula tanpa bahan pengawet tentunya menjadi standar pangan yang sangat penting. Kemudian untuk kelemahan memiliki 3 komponen yang terletak pada faktor pendistribusian, kekurangan dalam pemanfaatan teknologi dan packaging yang masih biasa jika di lihat kemasan kurang menarik.

Tabel 4. *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)

EFE	Bobot	Rating	Score
Peluang			
Distribusi sampai luar daerah	0,20	3,70	0,74
Mendistribusikan pada coffee shop/ Caffe	0,12	2,00	0,24
Menyuplai gula kepada Pedagang minuman kaki lima / boba drink	0,19	2,00	0,38
Pemanfaatan teknologi sebagai media berjualan.	0,17	3,00	0,51
Total Peluang	0,68		1,87
Ancaman			
Penawaran kompetitor lebih menarik	0,12	2,45	0,29
Banyaknya kompetitor di usaha sejenis	0,12	2,22	0,26
Pasokan gula terancam karena petani kerja sama dengan bandar lain	0,08	1,80	0,14
Total Ancaman	0,32		0,69
Total keseluruhan Peluang dan Ancaman	1,00		2,56

Pada Tabel 4 (EFE) menerangkan bahwa UMKM Gula Dezan Berkah memiliki banyak peluang serta ancaman dengan skor perbandingan dengan selisih hanya 0,14, maka diharapkan UMKM gula Dezan Berkah harus bisa memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dan meminimalisir ancaman, dalam hal ini UMKM Gula Dezan Berkah tentu jangan menutup mata pada faktor ancaman sekecil apapun. Score total peluang dan ancaman sebesar 2,5 dimana bisa dikatakan sebagai nilai rata-rata.

Tabel 5. *Internal-Eksternal Matriks* (IE)

<i>Internal-Eksternal Matriks</i>			IFE Score		
			Tinggi 3,00-4,00	Medium 2,00-2,99	Rendah 1,00-1,99
EFE Score	Tinggi	3,00-4,00	Tumbuh dan kembangkan	Tumbuh dan kembangkan	Bertahan dan Memperbaiki
	Medium	2,00-2,99	Tumbuh dan kembangkan	Bertahan dan Memperbaiki	Strategi Divestasi
	Rendah	1,00-1,99	Bertahan dan Memperbaiki	Strategi Divestasi	Strategi Divestasi

Pada Tabel 5 (IE) Berdasarkan akumulasi dari Tabel 3 dan Tabel 4 maka kesimpulan pada Tabel 5 yaitu UMKM Dezan Berkah memiliki skor diatas 2, artinya Bertahan dan Memperbaiki. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan Hasil dari analisis SWOT, kemudian setelah diketahui keadaan kondisi bisnis serta strategi bisnisnya, langkah selanjutnya adalah merancang *business model canvas* dengan strategi yang dibutuhkan pada tabel berikut :

Berikut adalah hasil penelitian awal *Bussines Model Canvas* yang di terapkan pada UMKM Gula Dezan Berkah sebagai berikut :

Tabel 6. *Business Model Canvas*

Key Partnerships	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
- Petani Aren - Pemasok Kayu Bakar - Supplier Kemasan (Pelastik dan karung)	- Penyadapan pohon aren agar menghasilkan air nira - Proses pengolahan air nira menjadi gula - Proses penyaringan gula - Proses packaging	- Kualitas barang yang bagus/ premium - Aman dikonsumsi/ tanpa pengawet - Tanpa pengeras/ Glukosa	-Discount -Potongan harga setiap pembelian di atas 10 kg	- Penjual Minuman dan Makanan UMKM (warteg) - Penjual Minuman kaki lima/ boba drink -Penjual Kolak
	Key Resources		Channels	
	- Pohon aren - Kayu Bakar - Kualiti/ Wajan besar - Cetakan Gula		-Media sosial (Whatsapp, Facebook) -Bisa pakai gosend dan <i>COD</i>	
Cost Structure		Revenue Streams		
- Biaya produksi - Biaya kayu bakar - Biaya pemasaran - Upah & biaya makan karyawan		- Penjualan gula merah Membuka cabang di dekat pelaku UMKM		

Setelah mendapatkan gambaran *Business Model Canvas* pada UMKM Gula Dezan Berkah tahap selanjutnya ialah melakukan analisis SWOT untuk sembilan elemen *BMC* pada UMKM Gula Dezan Berkah, upaya ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat berdampak positif maupun negatif terhadap UMKM Gula Dezan Berkah. Analisis SWOT diterapkan agar bisa menyempurnakan serta membantu mengembangkan gambaran *Business Model Canvas* yang dimiliki oleh UMKM Gula Dezan Berkah. *Business Model Canvas* UMKM Gula Dezan Berkah yang baru bertujuan agar dapat membantu menentukan

strategi selanjutnya dalam mengembangkan usaha dan meminimalisir kesalahan serta kekurangan sebelumnya.

4.1. Analisis SWOT Terhadap Business Model Canvas UMKM Gula Dezan Berkah

Untuk dapat mengetahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pada UMKM Gula Dezan Berkah diperlukan identifikasi kepada 9 elemen *business model canvas* dengan melakukan analisis SWOT. Hasil analisis SWOT terhadap sembilan elemen *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah sebagai berikut :

1. Customer Segments

Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi customer segment UMKM Gula Dezan Berkah teridentifikasi bahwa segmen pelanggannya yaitu Penjual makanan/ minuman UMKM misalnya warteg, penjual minuman kaki lima/ penjual boba drink, dan penjual kolak.

2. Value Propositions

Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi *value propositions* dimana perlu menjaga kualitas gula premium, tidak menggunakan pengawet dan pengeras gula/ Glukosa, berinovasi untuk memberikan nilai tambah pada kemasan.

3. Customer Relationships

Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, yaitu membangun serta menjaga hubungan antara pelanggan dan pemasok gula juga memperbaiki packaging lebih baik dan menarik serta memberikan discount dan potongan harga untuk pembelian di atas 10 kg.

4. Channels

Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi *channels* agar melakukan promosi untuk memperluas distribusi tidak hanya pembelian secara langsung namun juga melalui media sosial (Whatsapp, Facebook) dan melalui seluruh *online shop* untuk promosi produk dan menawarkan produk pada *caffe/ coffe shop*, tidak lupa pada usaha minuman kaki lima seperti usaha *Bobba drink* yang sedang *trend* di semua kalangan tentu menjadi nilai tambah tersendiri, dan pendistribusian dengan Gosend maupun COD.

5. Key Partnerships

Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi *key partnerships* untuk menjaga hubungan baik dengan partner yaitu petani gula aren, pegawai, pemasok kemasan serta reseller.

Published by:

6. Key Activities

Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, didapat evaluasi pada *key activities* untuk memperbanyak penjualan produk, menjaga dan mengatur aktivitas produksi gula dalam pengolahan air nira menjadi gula agar tetap terjaga kualitasnya, serta dalam proses pencetakan di harapkan tidak dengan model cetakan yang sama bisa dengan ukuran yang bervariasi. selain itu UMKM Gula Dezan Berkah juga harus berinovasi memperbaiki packaging agar menarik perhatian konsumen untuk memperoleh rasa percaya pada konsumen hanya dengan melihat packagingnya saja.

7. Key Resources

Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi pada *key resources* yaitu memberikan arahan kepada petani agar menjaga keaslian gula pada kualitas dan konsistensi dalam produksi, menjaga kebersihan wajan dalam pengolahan air nira dan selalu membersihkan cetakan gula agar tidak terkontaminasi dalam hal ini standar mutu gula harus terjaga agar layak di konsumsi.

8. Cost Structure

Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi *cost structure* untuk Struktur biaya operasional yang harus dikeluarkan UMKM Gula Dezan Berkah dibagi menjadi 2 (dua) kategori yaitu *fixed cost* dan *variable cost*.

- a. *Fixed cost* yaitu gaji karyawan.
- b. *variable cost* yaitu dari biaya bahan baku dan biaya makan karyawan. Pengusaha harus memiliki manajemen biaya yang bagus agar tidak mencampur uang pribadi dan uang usaha demi mempertahankan kelangsungan serta kemajuan usahanya.

9. Revenue Streams

Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi untuk memperluas distribusi barang ke warung - warung, pedagang kaki lima/ penjual minuman boba drink, penjual makanan UMKM (warteg), pasar tradisional, sosial media, caffe/coffee shop, dan membuka cabang penjualan di dekat pelaku UMKM guna meningkatkan penjualan produk serta meningkatkan pendapatan agar tidak hanya meningkat di bulan ramadan saja namun juga stabil di bulan - bulan lainnya.

Melalui penyesuaian dari hasil analisis SWOT terhadap *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah diharapkan dapat melihat peluang serta meminimalisir ancaman dengan strategi yang dinamis dan mampu menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan. Dengan data yang di peroleh dari referensi penelitian terdahulu permasalahan yang umum terjadi yaitu

Published by:

mengenai inovasi, serta pemasaran yang kemudian hal itu persis seperti yang di alami UMKM Gula Dezan Berkah yang kemudian membantu dalam membuat strategi bisnis.

5. Kesimpulan

Hasil dari penelitian untuk formulasi perancangan strategi dengan analisis SWOT terhadap *business model canvas* bahwasannya 9 (Sembilan) elemen *business model canvas* dapat di kolaborasikan dengan analisis SWOT untuk mendapatkan jawaban serta Solusi terbaik yang dihadapi setiap perusahaan dari kelas bawah, menengah maupun kelas atas. Dimana Langkah pertama yaitu untuk meneliti dan memperoleh data yang kemudian dapat di terapkan pada elemen-elemen *business model canvas* agar dapat memperoleh gambaran dari usaha tersebut. Langkah selanjutnya yaitu menentukan faktor apa saja yang menjadi permasalahan serta hambatan pada usaha tersebut agar mendapat solusi dengan analisis SWOT terhadap data dari gambaran elemen *business model canvas* pada *UMKM Gula Dezan Berkah* sebagaimana telah memperoleh Solusi melalui *business model canvas* dan analisis SWOT berupa menjaga kualitas, memperbaiki packaging, memperluas distribusi kepada warung-warung, pedangan minuman kaki lima/ boba drink, caffe/ coffee shop, penjual makanan UMKM misalnya warteg dan tidak hanya distribusi secara langsung juga lebih memanfaatkan teknologi di era digitalisasi seperti *online shop*. Dalam mendistribusikan juga memanfaatkan aplikasi Gojek dengan fitur Gosend, saat menerima pesanan melalui sosial media tertentu juga tidak lupa menawarkan COD untuk daerah yang mudah di jangkau, dalam hal ini pelaku usaha tentu harus dapat menjaga hubungan baik dengan partner serta pelanggannya agar usaha yang di jalankan bisa mencapai kesuksesan.

Daftar Pustaka

- Anter, R. E., Bin, A., Jan, H., Pondaag, J. J., Manajemen, J., Ekonomi, F., Anter, R., Jan, A. B. H., & Pondaag, J. J. (2022). *R . Anter . , A . B . H . Jan . , J . J . Pondaag Analisis Business Model Canvas Pada Ud . Perdana Motor Analysis Of The Business Model Canvas At Ud. Prime Motor Oleh : Universitas Sam Ratulangi Jurnal EMBA Vol . 10 No . 2 April 2022 , Hal . 144-153. 10(2), 144–153.*
- Awaluddin, R. (2021). *Analisis Swot Dan Business Model Canvas Di Desa*. Society: Social Science Conference Series. 04, 116–125. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/empowerment/article/download/4043/2728>
- Edi Sumantri, P., & Handayani, T. (2022). *Micro, Small and Medium Enterprises As Economic Strengthening*. WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 1(1), 111–114. <https://wikuacitya.unwiku.ac.id/>
- Hidayatulloh, C., Pangabean, H. L., & Noviaty, E. (2021). *Analisis strategi bisnis usaha kuliner catering (studi kasus pada shinta catering depok)*. KOMPLEKSITAS: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis. 10 (01).
- Jamaludin, N., Imanika, M. S., Azzahra, P. R., & Nisa, R. (2023). *Manajemen Strategik*. MUFAKAT: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi ISSN : 2986-609X. 07

Published by:

(02)

- Kasingku, J. D. (2023). *Peran Makanan Sehat Dalam Meningkatkan Kesehatan Fisik dan Kerohanian Pelajar*. Jurnal Pendidikan Mandala. 8(3), 853–859.
- Laiya, J. W., & Manueke, S. (2022). Pentingnya Akurasi Data Dalam Mempertahankan Kinerja Perusahaan Pada PT . Massindo Solaris Nusantara. *Jurnal MABP*, 4(0431), 38–51.
- Mahfud, Y., & Anwar, C. (2022). *Strategi Guerilla Marketing Amazone Laundry*. Journal of Economic, Business and Engineering. 3(2), 219–230.
- Marselina, E., & Rokamah, R. (2022). *Manajemen Produksi Home Industry Keripik GALIH*. Niqosiya: Journal of Economics and Business Research. 2(1), 105–120.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju Analysis of Marketing Strategy to Increase Sales at Ibu Bagas ' s Business in Mamuju District*. 1(1), 1–13.
- Ningsih, R., Wijaya, F., & Herlinawati, E. (2023). *Analysis of business development using a business model canvas approach*. Journal of Management Science (JMAS) 6(1), 117–124.
- Saputro, A. H., Suryaningprang, A., Wijaya, F., Muttaqin, R., & Tawaqal, R. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Melalui Tiktok Shop Untuk Peningkatan Penjualan Bagi Pelaku Usaha Di Virageawie. *Jurnal abdi insani*. 10(September), 1291–1306.
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus : Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study : WS Restaurant Soekarno Hatta Malang)*. Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri. 5(1), 46–53.
- Soraya, B., Hartoyo, S., Siregar, H., & Harianto, H. (2022). Proteksi, Ekspansi, dan Subsidi: Upaya Indonesia Menghadapi Tekanan Pasar Gula Dunia. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(2), 681.
<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.02.31>
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung
- Suharyono, J. F. S. L. R. S. S., & Hermawan, E. A. S. H. (2024). *Prospek pengembangan industri gula nasional*. https://psekp.setjen.pertanian.go.id/web/wp-content/uploads/2024/01/2.3.-Paparan_Prospek-Gula_Dr.-Julia-F-Sinuraya.pdf
- Sultan, M. A., Furqon, C., & Wijaya, F. (2021). Desain Kanvas Model Bisnis Tiga Lapis Rantai Pasok Agroindustri Kopi Arabika di Kabupaten Bandung. *International*

Published by:

Journal of Entrepreneurship and Sustainability Studies, 1(2), 19–23.
<https://doi.org/10.31098/ijeass.v1i2.744>

Widiyanti, & Wisayang, V. R. W. (2021). *Inovasi Dan Kreativitas Kang Bagong Catering Semarang*. Praxis : Jurnal Sains, Teknologi, Masyarakat dan Jejaring. 3(2).

Wijaya, F. (2021). *Strategi Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Pada Kelompok Tani Kopi Buntis*. Jurnal Indonesia Membangun, 20(1), 1–15.

Wijaya, F., & Adib, M. (2019). *Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis 10(2), 205–211.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



Published by:

