

# PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DENGAN ANALISIS SWOT DI PULAU PENYENGAT KEPULAUAN RIAU

Raja Hesti Hafriza<sup>1</sup>, Rifan Setiawan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau

e-mail: hesti@stainkepri.ac.id

## Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pengembangan usaha Kue-mue Kole-koleh Pulau Penyengat. Usaha kue-mue kole-koleh ini bergerak dibidang industri makanan yang membuat kudapan kole-koleh modern dengan perpaduan vanilla sponge cake dan filling kole-koleh kemudian ditaburi coconut scrumble yang dalam bahasa melayu disebut tai minyak/ampas minyak. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sumber data menggunakan data primer dan data skunder. Data primer diperoleh dari survei lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber publikasi. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan teknik analisa data menggunakan metode Analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk memperoleh alternatif strategi, dimana alternatif ini diperoleh dari mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal suatu usaha. Dari penggabungan faktor internal dan eksternal diperoleh hasil bahwa usaha kue-mue kole-koleh Pulau Penyengat berada dalam posisi kuadran I, dimana usaha ini dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk memperoleh peluang yang ada, dengan beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan yaitu memanfaatkan lokasi usaha yang strategis untuk menarik minat konsumen, mempertahankan mutu dan kualitas produk, aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan pemerintah serta berupaya untuk memaksimalkan promosi usaha dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi.

**Kata kunci:** Pengembangan, UMKM, SWOT, Kepulauan Riau

## Abstract

This dedication aims to find out the right strategy in developing the Kue-mue Kole-koleh business on Pulau Penyengat Kepulauan Riau. This kue-mue kole-koleh business operates in the food industry which makes modern kole-koleh snacks with a combination of vanilla sponge cake and kole-koleh filling then sprinkled with coconut scrumble which in Malay is called 'tai minyak' or dregs oil. This research is qualitative research with data sources using primary data and secondary data. Primary data was obtained from field surveys, while secondary data was obtained from various published sources. Data collection techniques are through observation, interviews and documentation, while data analysis techniques use qualitative descriptive analysis methods and SWOT analysis. SWOT analysis is used to obtain strategic alternatives, where these alternatives are obtained from identifying internal and external factors of a business. From the combination of internal and external factors, the result is that the kue-mue kole-koleh business on Pulau Penyengat is in quadrant I position, where this business can utilize its strengths to obtain existing opportunities, with several alternative strategies that can be implemented, namely utilizing location. strategic business to attract consumer interest, maintain product quality and quality, be active in activities organized by the government and strive to maximize business promotion by utilizing technological and information developments.

**Keywords:** Development, UMKM, SWOT, Kepulauan Riau

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari meningkatnya kesejahteraan suatu masyarakat yang tercermin dari meningkatnya daya beli masyarakat (Siregar R. S., 2020). Ekonomi masyarakat dewasa ini memerlukan suatu konsep yang jelas, mudah dipahami dan tepat sasaran yang tertuang secara sistematis yang disebut dengan strategi. Strategi berasal dari kata Yunani strategos, yang berarti Jenderal, strategi secara harfiah berarti "Seni dan Jenderal". Strategi adalah penempatan target perusahaan, penetapan tujuan dan sasaran organisasi dengan memanfaatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi bertujuan untuk mencapai sasaran dan mengimplementasikannya secara tepat, sehingga apa yang menjadi tujuan dan sasaran dari organisasi

akan tercapai (Antonio, 2001). Strategi yang digunakan suatu perusahaan menyesuaikan dengan tujuan, keadaan dan lingkungan perusahaan. Strategi merupakan upaya yang dilakukan secara menyeluruh untuk mencapai sasaran yang di inginkan dan pengembangan rencana pemasaran yang terperinci (Kotler, 1997).

Freddy Rangkuti mendefenisikan pemikiran Chandler tentang strategi, dimana “Strategi adalah tujuan perusahaan dalam jangka panjang, serta memanfaatkan dan mengalokasikan semua unsur penting yang dimiliki perusahaan untuk mencapai tujuan” (Rangkuti, 2016). Dengan adanya strategi, sehingga mempermudah para pelaku ekonomi dalam menjalankan kegiatan usahanya. Selain itu juga, diharapkan dapat menghasilkan para pelaku ekonomi yang memiliki daya saing dan daya juang yang tinggi untuk mengembangkan kegiatan usaha disegala keadaan ekonomi.

Untuk memperoleh ide usaha, observasi terhadap usaha yang telah ada perlu dilakukan untuk dipelajari, sehingga bisa dikembangkan untuk menciptakan peluang usaha yang baru, salah satunya dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats) (Marimin, 2004). Analisis faktor internal memiliki tujuan untuk mengetahui kinerja dan kegiatan yang bersifat strategis. Suatu usaha dapat mengetahui kinerjanya dengan melakukan analisis faktor-faktor yang bersifat tangible dan intangible. Faktor-faktor yang bersifat tangible seperti keuntungan usaha, biaya produksi, pangsa pasar, perencanaan pengembangan produk baru, dan lain sebagainya. Sedangkan faktor yang bersifat intangible adalah perilaku karyawan, budaya organisasi, keahlian dalam suatu manajemen dan sebagainya. Sedangkan analisis faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang berasal dari luar perusahaan, yang keberadaannya mampu mempengaruhi perkembangan perusahaan. Misalnya persaingan usaha, aturan pemerintah, minat dan perilaku konsumen, karakteristik konsumen dan sebagainya (Rangkuti, 2002)

UMKM merupakan kelompok usaha yang dibangun dengan tujuan meningkatkan perekonomian masyarakat. Banyak pelaku UMKM yang bergerak dibidang kuliner menciptakan inovasi baru dari jenis makanan tradisional menjadi makanan yang lebih modern dan kekinian. UMKM merupakan entitas bisnis yang telah terbukti memiliki kekuatan terhadap berbagai macam krisis perekonomian. Payung hukum yang digunakan sebagai dasar UMKM yaitu Undang-undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah: 1) Usaha Mikro merupakan usaha individu atau usaha perorangan dengan total asset maksimal sebesar 50 juta rupiah dengan jumlah omset maksimal 300 juta rupiah. 2) Usaha Kecil merupakan kegiatan usaha yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak atau cabang perusahaan tertentu dengan total asset lebih besar dari 50 juta sampai 500 juta dengan total omset lebih besar dari 300 juta hingga 2,5 miliar. 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan yang kepemilikannya dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan total asset lebih besar dari 500 juta hingga 10 miliar dan total omset lebih dari 2.5 miliar hingga 50 miliar (Rahmana, 2008).

Dengan memberikan sedikit inovasi tersebut menjadikan makanan tradisional bisa diminati lagi oleh masyarakat saat ini. Seperti halnya jenis mkanan khas melayu yaitu “Kole-koleh” yang telah di inovasi menjadi sebuah kudapan yang lebih modern. Kole-kole merupakan makanan khas melayu yang terbuat dari kacang hijau yang bertekstur lembut dan terdapat “tai minyak” istilah yang sering disebut orang melayu untuk ampas minyak yang diolah kemudian diletak kan diatas permukaan kuenya.

Di Pulau penyengat Kepulauan Riau, terdapat beberapa pelaku usaha yang masih memproduksi kudapan kole-koleh tradisional, namun hanya satu pelaku usaha yang berani melakukan inovasi terhadap kudapan ini dengan nama “Kue-mue Kole-koleh” oleh-oleh khas Pulau Penyengat. Dari observasi awal yang dilakukan diperoleh beberapa kendala yang dihadapi yaitu kurangnya minat masyarakat setempat akan kudapan ini, hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan relatif tinggi dibanding dengan kudapan-kudapan tradisional lainnya. Kudapan ini sering tidak tersedia pada hari kerja, karena jika diproduksi setiap hari sedangkan peminat masyarakat setempat kurang dan wisatawan tidak ada yang berkunjung maka pemilik usaha akan mengalami kerugian, sehingga mengakibatkan kurangnya modal usaha.

Melihat permasalahan dan kendala yang dihadapi pelaku usaha kudapan kole-kole, maka diperlukan strategi-strategi yang tepat untuk mengembangkan dan memajukan usaha ini. Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk melakukan pengabdian strategi yang tepat dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam hal ini usaha makanan “Kole-koleh” agar mampu bersaing dengan usaha sejenis. Perancangan strategi dengan baik dan tepat sasaran dapat membantu perkembangan UMKM sesuai dengan yang diharapkan sehingga mampu meningkatkan dan menumbuhkan perekonomian.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan terhadap warga masyarakat yang tinggal di Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau. Kelompok usaha UMKM yang dimaksud dalam kegiatan pengabdian ini adalah kelompok usaha kudapan kole-kole dengan nama dengan nama “Kue-mue Kole-koleh” oleh-oleh khas Pulau Penyengat. Usaha ini sudah terbentuk, namun memiliki beberapa kendala dalam pengembangannya, sehingga strategi yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah pendampingan dan pemberian sosialisasi dalam bentuk seminar dengan menghadirkan narasumber yang kompeten di bidang pengembangan UMKM. Demi memudahkan proses dalam pengabdian ini, maka dibuatkan prosedur kerja, dimana prosedur kerja ini dibuat untuk memudahkan setiap tahapan kegiatan yang akan dilakukan, mulai dari tahapan observasi, identifikasi masalah, penyusunan rencana kegiatan, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi.

Observasi awal menjadi dasar untuk mengamati secara langsung terkait kondisi subjek dan objek pengabdian, serta mencari informasi penting yang berhubungan dengan lokasi kegiatan pengabdian. Langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi masalah. Langkah ini tidak kalah penting juga dengan kegiatan sebelumnya, dimana identifikasi permasalahan sangat penting dilakukan untuk menggali informasi terkait apa saja permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Pulau Penyengat terutama masalah substansial yang berhubungan dengan kendala-kendala yang dihadapi masyarakat lebih khusus dalam pengembangan usaha UMKM di Pulau Penyengat. Setelah dilakukan identifikasi masalah dan telah didapatkan berbagai permasalahan yang dihadapi masyarakat, maka selanjutnya dilakukan penyusunan rencana kegiatan. Pada tahap ini semua kegiatan-kegiatan yang disusun adalah kegiatan yang kiranya dapat menjawab dan menyelesaikan permasalahan dan kendala yang dialami masyarakat. Setelah kegiatan-kegiatan tersebut disusun, maka agenda selanjutnya adalah pelaksanaan program. Tahapan terakhir adalah evaluasi sejauhmana program-program yang telah direncanakan dan dilaksanakan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Sedangkan analisis SWOT merupakan suatu alat analisis yang dipergunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis berdasarkan Strengths (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threats (ancaman) yang dimiliki oleh perusahaan. Matriks SWOT dapat membantu para pengusaha untuk mengembangkan empat jenis strategi dengan mencocokkan faktor internal dan eksternal (David, 2009). Penelitian ini berlokasi di Pulau Penyengat Kota Tanjungpinang Kepulauan Riau. Usaha kue-mue kole-koleh Pulau Penyengat dipilih karena ketertarikan penulis terhadap jenis usaha yang dilakukan, dimana responden telah melakukan inovasi terhadap produk usahanya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kue-mue koleh-koleh Pulau Penyengat merupakan sebuah usaha yang dijalankan oleh seorang Ibu Rumah Tangga yang memiliki kegemaran dalam membuat kudapan tradisional. Usaha ini sebelumnya merupakan usaha rumahan yang dijalankan di Kota Batam dengan nama Anggraini Cake House, proses produksi dilakukan dengan peralatan yang cukup sederhana, namun seiring berkembangnya usaha Anggraini Cake House ini mengembangkan usahanya dengan menyewa sebuah ruko di Kota Batam yang menjual berbagai macam jenis roti dan cake. Tidak berhenti sampai disini, Anggraini Cake House kemudian membuka usaha di Pulau Penyengat yang diberi nama “kue-mue koleh-koleh Pulau Penyengat”.



Gambar1. Tempat Produksi Usaha Kue-mue Kole-koleh Pulau Penyengat

Usaha kue-mue kole-koleh ini tidak hanya membuat kudapat kole-koleh tradisional saja, namun mereka melakukan inovasi dengan membuat kole-koleh yang lebih modern dengan packaging yang lebih menarik. Kole-koleh ini memiliki dua varian rasa yaitu rasa original dan coklat, dimana dalam kole-koleh ini terdapat perpaduan vanilla sponge cake dengan filling kole-koleh kemudian ditaburi coconut scrumble (dalam bahasa melayu dikenal dengan tai minyak/ampas minyak). Usaha yang telah beroperasi pada tahun 2019 ini juga menyediakan berbagai macam roti, diantaranya ada roti belauk (adonan roti yang dicampur dengan sambal lumat), roti kahicho (Adonan roti yang dicampur dengan coklat dan kacang hijau), roti toast salted dan toast sweet.



Gambar 2. Sesi Wawancara Dengan Pengusaha Kue-mue Kole-koleh Pulau Penyengat



Gambar. Penyampaian Strategi Pengembangan Usaha Kue-mue Kole-koleh Pulau Penyengat

Dalam menentukan strategi pengembangan usaha dibutuhkan kombinasi dari faktor-faktor pendukung. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan kedalam 4 (empat) kategori, yaitu: Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunity) dan Ancaman (Threat). Analisis SWOT digunakan agar dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats) (Rangkuti, 2016). Berikut ini rekapitulasi hasil identifikasi faktor internal dan eksternal yang dirinci dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

<b>Faktor Internal</b>	
<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
1. Bahan baku dengan kualitas baik 2. Lokasi yang strategis 3. Produk yang belum ada pesaing 4. Menerima pesan antar 5. Packaging yang menarik	1. Harga kurang ekonomis 2. Tidak tersedia tester 3. Promosi yang belum efektif 4. Produksi terbatas
<b>Faktor Eksternal</b>	
<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
1. Meningkatkan ekonomi keluarga 2. Mengikuti Pelatihan dan Bazar 3. Adanya dukungan pemerintah terkait UKM 4. Bahan Baku Mudah Didapat 5. Kemajuan Teknologi dan Informasi	1. Kurangnya daya beli masyarakat 2. Adanya produk olahan tradisional dengan harga yang ekonomis

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal ini berdasarkan pada hasil wawancara dan pengamatan yang penulis lakukan. Selanjutnya setelah dilakukan identifikasi, dilakukan perincian faktor internal dan eksternal dengan rician sebagai berikut:

### 1. Rekapitulasi Rincian Faktor Internal

#### a. Kekuatan (Strengths)

1. Bahan baku dengan kualitas baik menjadi kekuatan dalam usaha ini karena kudapan kole-koleh ini bahan baku utamanya adalah kacang hijau, tepung dan telur. Bahan baku seperti kacang hijau merupakan kacang hijau pilihan dan tepung menggunakan tepung segitiga biru yang khusus untuk olahan kue.
2. Usaha kue-mue kole-koleh ini memiliki lokasi usaha yang strategis, dimana lokasinya berdekatan dengan Masjid Raya Sultan Riau Pulau Penyengat, hal ini menguntungkan pelaku usaha karena jika ada wisatawan berkunjung ke Pulau Penyengat tempat usaha ini mudah terlihat oleh wisatawan.
3. Produk yang belum ada pesaing juga merupakan kekuatan dari usaha ini, karena pemilik usaha telah melakukan inovasi terhadap kudapan kole-koleh ini karena sebelumnya yang ada di Pulau Penyengat adalah kole-koleh tradisional, kemudian di lakukan inovasi menjadi kudapan yang lebih modern, dengan mengkombinasikan kole-koleh tradisional dengan cake bolu bercitarasa original dan cokelat.
4. Menerima pesan antar dilakukan oleh pemilik usaha karena untuk memberikan kemudahan bagi konsumen yang berada di Tanjungpinang jika ingin menikmati kudapan kue-mue kole-koleh ini tidak perlu datang langsung ke Pulau Penyengat, pesanan akan diantar ke lokasi oleh kurir.
5. Packaging yang menarik merupakan kekuatan yang dimiliki pemilik usaha, karena dari tampilan packagingnya akan membuat orang yang melihat menjadi tertarik untuk mencoba kudapan ini.

#### b. Kelemahan (Weakness)

1. Harga yang kurang ekonomis menjadi salah satu kelemahan dari usaha kue-mue kole-koleh ini, karena kudapan kole-koleh modern ini bahan bakunya tidak hanya dari kacang hijau saja seperti kole-koleh tradisional pada umumnya, melainkan ada bahan baku lainnya untuk membuat cake bolu, cream dan varian rasa lainnya. Selain itu pengemasannya juga membutuhkan biaya sehingga mempengaruhi harga jual dipasaran.
2. Tidak tersedia tester juga merupakan kelemahan dari usaha ini. Konsumen yang baru mengetahui kole-koleh modern ini pada saat melihat bentuknya mereka penasaran akan rasanya, namun tidak bisa mencicipi untuk mengetahui rasanya sebelum mereka membeli.
3. Promosi yang belum efektif, sistem promosi yang digunakan hanya mengandalkan satu media sosial saja, sementara dengan kemajuan tehnologi saat ini banyak cara promosi dan pemasaran yang bisa dilakukan.
4. Produksi terbatas, kue-mue kole-koleh tidak membuat atau memproduksi kudapan setiap hari karena minat masyarakat setempat kurang terhadap kudapan ini, pangsa pasar usaha ini lebih keapada wisatawan yang berkunjung ke Pulau Penyengat, sehingga apabila kudapan ini diproduksi setiap hari namun pengunjung hanya ada pada saat akhir pekan, hal ini membuat usaha akan mengalami kerugian.

## 2. Rekapitulasi Rincian Faktor Eksternal

### a. Peluang (Opportunity)

1. Meningkatkan ekonomi keluarga, dari hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan diketahui bahwa usaha ini dapat membantu perekonomian keluarga jika berkembang dengan baik.
2. Baik pemilik maupun pengelola pernah mengikuti pelatihan dan bazar yang dilakukan pemerintah setempat, hal ini dilakukan untuk menambah pengetahuan, wawasan dan relasi usaha kue-mue kole-koleh untuk mengembangkan usaha yang dijalankan.
3. Adanya dukungan pemerintah terkait UKM, pemerintah sangat memberikan apresiasi kepada pelaku usaha salah satunya usah kue-mue kole-koleh ini dengan mengikutsertakan usaha ini dalam pelatihan dan bazar yang diselenggarakan pemerintah.
4. Bahan Baku Mudah Didapat, Usaha kue-mue kole-koleh ini memiliki bahan baku utama adalah kacang hijau, tepung dan telur. Hampir disetiap warung yang ada di Pulau Penyengat menjual bahan baku ini, sehingga pengelola usaha tidak merasa kesulitan dalam memperoleh bahan baku.
5. Kemajuan Teknologi dan Informasi menjadi peluang bagi usaha kue-mue kole-koleh ini karena, pemilik dan pengelola usaha dapat memanfaatkan kemajuan teknologi ini untuk memasarkan dan mempromosikan produk yang ada sehingga dapat diketahui masyarakat secara luas.

### b. Ancaman (Threat)

1. Kurangnya daya beli masyarakat, karena masih sulitnya perekonomian pasca pandemic covid-19 membuat daya beli masyarakat berkurang dan harga yang ditawarkan kurang ekonomis bagi masyarakat setempat.
2. Adanya produk olahan tradisional dengan harga yang ekonomis, di Pulau Penyengat kudapan kole-koleh tradisional masih diminati, karena harga yang ditawarkan relatif lebih ekonomis dan memiliki cita rasa kacang hijau yang lebih kental.

## Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Setelah diidentifikasi faktor internal suatu usaha, langkah selanjutnya menyusun IFAS (Internal Factor Analysis Summary). IFAS ini dilakukan untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal kedalam kerangka kekuatan dan kelemahan usaha.

Tabel 2. Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Matriks Faktor Internal				
No	Kekuatan (Strengths)	Bobot	Rating	Score
1	Bahan baku dengan kualitas baik	0,12	3	0,36
2	Lokasi yang strategis	0,15	4	0,60

3	Produk yang belum ada pesaing	0,15	3	0,45
4	Menerima pesan antar	0,10	2	0,20
5	Packaging yang menarik	0,10	3	0,30
<b>Sub Total</b>				<b>1,91</b>
<b>No</b>	<b>Kelemahan (Weakness)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>
1	Harga kurang ekonomis	0,13	3	0,36
2	Tidak tersedia tester	0,11	2	0,22
3	Promosi yang belum efektif	0,12	3	0,36
4	Produksi terbatas	0,10	2	0,20
<b>Sub Total</b>				<b>1,14</b>
<b>Total</b>				<b>3,05</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

**Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)**

Setelah diidentifikasi faktor internal suatu usaha, langkah selanjutnya menyusun EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary). EFAS ini dilakukan untuk merumuskan faktor-faktor strategis eksternal tersebut kedalam kerangka peluang dan ancaman usaha.

Tabel 3. Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

<b>Matriks Faktor Eksternal</b>				
<b>No</b>	<b>Peluang (Opportunity)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>
1	Meningkatkan ekonomi keluarga	0,20	4	0,80
2	Mengikuti Pelatihan dan Bazar	0,15	3	0,45
3	Adanya dukungan pemerintah terkait UKM	0,15	2	0,30
4	Bahan Baku Mudah Didapat	0,10	3	0,30
5	Kemajuan Teknologi dan Informasi	0,12	3	0,36
<b>Sub Total</b>				<b>2,21</b>
<b>No</b>	<b>Ancaman (Threat)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>
1	Kurangnya daya beli masyarakat	0,12	3	0,36
2	Adanya produk olahan tradisional dengan harga yang ekonomis	0,11	3	0,33
<b>Sub Total</b>				<b>0,69</b>
<b>Total</b>				<b>2,90</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

**Matrik IE (Internal Eksternal)**

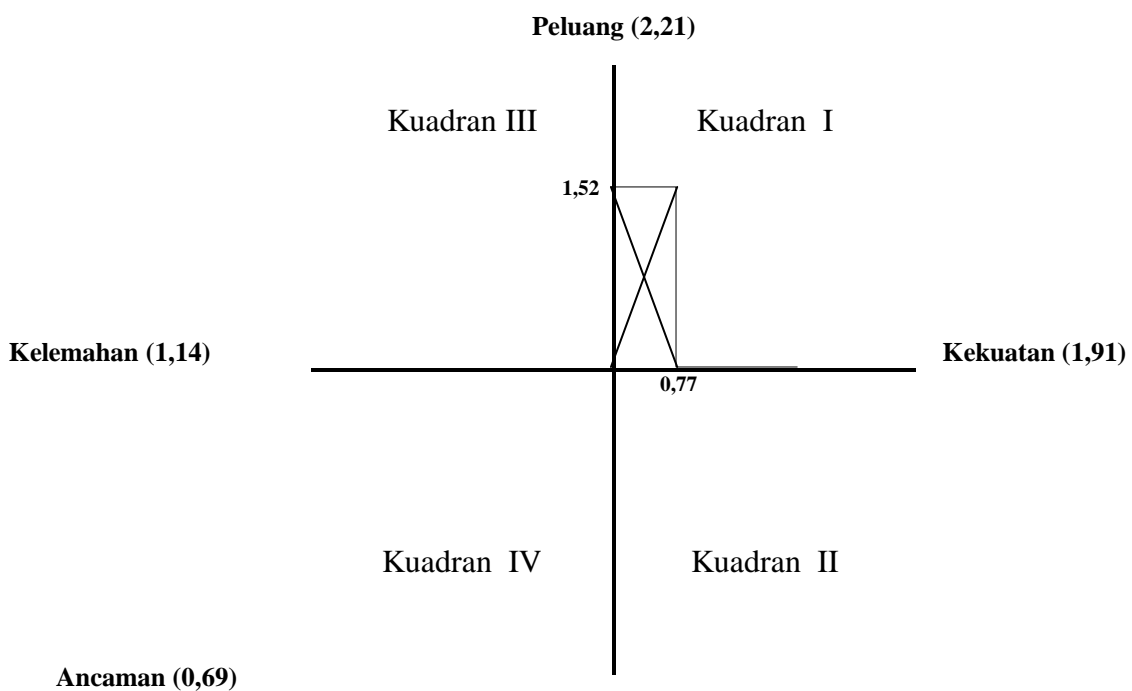
Penggunaan matriks IE yaitu penggabungan nilai dari IFAS yaitu 3,05 dan nilai EFAS 2,90 untuk mendapatkan strategi, matriks dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Matriks Internal Eksternal (IE)

<b>IFAS</b>	<b>3,05</b>	<b>EFAS</b>	<b>2,90</b>
-------------	-------------	-------------	-------------

Total Skor Kekuatan (S)	1,91	Total Skor Peluang (O)	2,21
Total Skor Kelemahan (W)	1,14	Total Skor Ancaman (T)	0,69
$X = S - W$	0,77	$Y = O - T$	1,52

Berdasarkan tabel di atas bisa dikatakan bahwa usaha kue-mue kole-koleh Pulau Penyengat memiliki kekuatan yang cukup baik. Hal ini dapat dijadikan gambaran bagi pemilik dan pengelola usaha kue-mue kole-koleh dalam menetapkan kebijakan-kebijakan usaha yang baru dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dengan baik dan meminimalisir kelemahan yang ada. Pada analisis EFAS point peluang yang dimiliki usaha kue-mue kole-koleh ini bisa dikatakan cukup besar untuk sebuah usaha walaupun pada dasarnya suatu usaha yang berkembang mampu memiliki peluang yang jauh lebih besar lagi. Hal ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha untuk lebih cerdas dalam memanfaatkan peluang dan mencari peluang lain untuk mengembangkan usaha yang telah dijalankan serta mampu meminimalisir ancaman yang ada.



Gambar 1. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Dari gambar diagram cartesius diatas, menunjukkan bahwa kue-mue kole-koleh menempatkan posisi pada kuadran I dimana berada diantara sumbu kekuatan dan peluang. Posisi kuadran I ini berarti kue-mue kole-koleh berada pada situasi yang sangat menguntungkan. Usaha kue-mue kole-koleh ini disarankan untuk melakukan strategi progresif dimana bisa memanfaatkan kekuatan (Strength) yang dimiliki untuk mengembangkan dan memperoleh keuntungan dari peluang (Opportunity) yang ada agar pertumbuhan usaha dapat meningkat dengan baik.

Matriks SWOT merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal usaha. Matriks SWOT ini setelah dilakukan analisis dapat menghasilkan empat jenis alternatif strategi, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Analisis Matrik SWOT

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	1. Bahan baku dengan kualitas baik 2. Lokasi yang strategis 3. Produk yang belum ada	1. Harga kurang ekonomis 2. Tidak tersedia tester 3. Promosi yang belum efektif



<p>EFAS</p>	<p>pesaing 4. Menerima pesan antar 5. Packaging yang menarik</p>	<p>4. Produksi terbatas</p>
<p><b>OPPORTUNITY (O)</b> 1. Meningkatkan ekonomi keluarga 2. Mengikuti Pelatihan dan Bazar 3. Adanya dukungan pemerintah terkait UKM 4. Bahan Baku Mudah Didapat 5. Kemajuan Teknologi dan Informasi</p>	<p><b>STRATEGY (SO)</b> 1. Memanfaatkan lokasi yang mudah dijangkau konsumen untuk membeli produk sehingga dapat meningkatkan penjualan (S2, O1) 2. Mempertahankan mutu produk dengan memanfaatkan kemudahan dalam memperoleh bahan baku (S1, O4) 3. Memanfaatkan produk yang belum ada pesaing untuk menjadikan produk sebagai oleh-oleh khas Pulau Penyengat, dengan cara mengikuti kegiatan yang diadakan pemerintah untuk menambah wawasan, relasi dan guna memajukan usaha serta menunjukkan kualitas produk yang ditawarkan (S3, O2, O3) 4. Memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menggunakan berbagai media sosial untuk mempromosikan produk secara maksimal (S1, S2, S3, S4, S5, O5)</p>	<p><b>STRATEGY (WO)</b> 1. Berupaya meminimalisir biaya operasional agar dapat mengurangi harga jual sehingga dapat meningkatkan permintaan akan produk (W1, O1) 2. Menggencarkan sistem promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan mengikuti pelatihan serta pameran yang diadakan oleh pemerintah (W3, O2, O3, O5) 3. Meningkatkan jumlah produksi dengan memanfaatkan kemudahan dalam memperoleh bahan baku (W4, O4)</p>
<p><b>THREAT (T)</b> 1. Kurangnya daya beli masyarakat 2. Adanya produk olahan tradisional dengan harga yang ekonomis</p>	<p><b>STRATEGY (ST)</b> 1. Membuat promo harga atau discount untuk menarik konsumen membeli produk tersebut (S2, S4, T,1) 2. Melakukan continuous improvement untuk varian produk dan pemasaran produk (S3, T2)</p>	<p><b>STRATEGY (WT)</b> 1. Berupaya untuk mengurangi harga jual produk agar dapat meningkatkan daya beli masyarakat (W1, T1) 2. Menyediakan tester produk sehingga konsumen bisa mencicipi produk sebelum membeli (W2, T1) 3. Meningkatkan sistem promosi dengan memanfaatkan inovasi produk (W3, T2)</p>

**SIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha kue-mue kole-koleh Pulau Penyengat Kepulauan Riau menempatkan posisi pada kuadran I yang berarti bahwa usaha ini berada dalam situasi yang menguntungkan, dimana usaha ini bisa memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengembangkan dan memperoleh keuntungan dari peluang yang ada.

Strategi yang dapat dilakukan usaha kue-mue kole-koleh Pulau Penyengat berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan adalah dengan memanfaatkan lokasi yang strategis agar memudahkan bagi konsumen dalam membeli produk, mempertahankan mutu dan kualitas produk, menjadikan produk sebagai oleh-oleh khas Pulau Penyengat dengan memanfaatkan produk yang tidak memiliki pesaing, mengikuti pelatihan dan pameran yang diadakan pemerintah guna menambah wawasan dan relasi, berupaya untuk mengurangi harga jual agar permintaan dan daya beli masyarakat meningkat, serta melakukan promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi.

## SARAN

Adapun saran yang dapat disampaikan untuk pengabdian selanjutnya adalah masih banyak bentuk-bentuk pengabdian yang dapat dikembangkan lagi dari bidang usaha atau produksi kue tradisional, karena banyaknya potensi dan inovasi yang dapat dilakukan oleh setiap daerah. Terkhusus di Kepulauan Riau, peningkatan produksi kue-kue tradisional tidak terlalu berkembang, karena masih banyak pelaku usaha yang belum bisa dikembangkan potensinya dan melakukan inovasi sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli produksi kue tersebut, selain itu harus berani memberikan harga yang rendah dibandingkan kudapan-kudapan tradisional lainnya, sehingga bisa dijual kapan saja baik di hari kerja, maupun di hari libur. Oleh karena itu, perlu pendampingan dan edukasi secara terus menerus sehingga produksi kue tradisional di Kepulauan Riau bisa meningkat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam program pengabdian ini, tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat dan membantu proses penyelesaian pengabdian ini. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada Ketua STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau yang telah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian untuk menyelesaikan pengabdian ini, sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan baik. Begitu juga dengan izin yang diberikan sangat berarti bagi tim pengabdian, yang mana selama pengabdian, ada banyak hal yang didapat oleh tim pengabdian yang sebelumnya tidak terlalu paham dan mengerti mengenai pengembangan sumber daya manusia. Dengan pengabdian ini akhirnya tim pengabdian tahu bagaimana mengembangkan sumber daya manusia, sehingga dapat dirasakan oleh masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin. (2010). Pengantar Administrasi Pembangunan. Bandung: CV. Alfabeta.
- ahmad. (2021). ekonomi kreatif. prada.
- Alyas, & Rakib, M. (2017). strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. *Sosiohumaniora*, 114-120.
- Antonio, S. (2001). Bank Syariah dari Teori ke Praktek Cetakan 1. Jakarta: Gema Insani.
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan praktik. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Brown, L., La Fond, A., & Macintyre, K. (2001). Measuring Capacity Building, *Carolina Population*.
- Compobasso, L., & Davis, D. (2001). Reflection on Capacity Building. *The California Wellness Foundation Journal*.
- David, F. (2009). Konsep Manajemen Strategi (Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.
- Edward J. Blocher, e. (2007). Manajemen Biaya. Jakarta: Salemba Empat.
- Hafsah, M. (2004). Upaya Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Infokop*.
- Kotler, P. (1997). Marketing Management. Jakarta: Pren Hallindo.
- Marimin. (2004). Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk. Bogor: Grasindo.
- Moleong. (2014). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rosda.
- Pangestika, P., Santoso, I., & Astuti, R. (2016). Strategi Pengembangan Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Dukungan Kucuran Kredit (Studi Kasus: UMKM Kabupaten XYZ). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 84-95.
- Rahmana. (2008). Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi Terdepan tentang Usaha Kecil Menengah.
- Rangkuti, F. (2002). Creating Effective Marketing Plan: Teknik Membuat Rencana Pasar. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Siregar, R. S. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 133-142.
- Siregar, R. T., Silitonga, H. P., & Putri, J. A. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Mikri Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 133-142.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Cetak IX. Bandung: Alfabeta.
- Syastra, M., & Amrizan. (2019). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menjadi Inovatif dengan Menggunakan Teknologi Smartphone. *Snistek 2*.
- Tadjudin, & Mayasari, N. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo. *DINAMIS-Journal of Islamic Management and Bussines*.
- Tambunan, T. (2009). *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia.
- Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran, Cetakan Ke-II*. Yogyakarta: Andi.