



# Analisa Strategi Pengembangan UMKM Flamboyan Menggunakan Metode SWOT

**Langgeng Widodo<sup>1✉</sup>, Hendra Uloli<sup>1</sup>, Idham Halid Lahay<sup>1</sup>**

<sup>(1)</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Gorontalo

DOI: 10.31004/jutin.v8i3.46281

✉ Corresponding author:  
[[langgengwidodo263@gmail.com](mailto:langgengwidodo263@gmail.com)]

Article Info	Abstrak
<p><b>Kata kunci:</b> <i>Usaha Mikro Kecil dan Menengah; UMKM Flamboyan; Analisis SWOT; Kinerja Usaha</i></p>	<p>Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan nilai produk domestik bruto (PDB). Potensi di Desa: UMKM di desa memiliki prospek yang baik untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, memberdayakan individu, dan mengurangi angka pengangguran. Banyak UMKM yang tidak dapat bertahan lama disebabkan oleh kurangnya strategi bisnis yang tepat. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM Flamboyan, dengan tujuan merancang strategi pengembangan yang tepat. <b>Kekuatan dan Kelemahan:</b> UMKM Flamboyan memiliki nilai skor kekuatan internal sebesar 3,44, menunjukkan bahwa usaha ini berada di atas rata-rata dalam hal kekuatan. <b>Peluang dan Ancaman:</b> Faktor eksternal menunjukkan bahwa peluang terbesar berasal dari kecenderungan konsumen yang sehat, dengan nilai bobot 0,14286 dan rating 3,7. <b>Rekomendasi Strategi:</b> Penelitian merekomendasikan agar UMKM Flamboyan mengembangkan strategi yang memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengurangi ancaman untuk meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan usaha.</p>
<p><b>Keywords:</b> <i>Micro Small and Medium Enterprises; MSMEs Flamboyan; SWOT Analysis; Business Performance</i></p>	<p><b>Abstract</b> <i>Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in national economic development, contributing greatly to job creation and gross domestic product (GDP) value. Potential in the Village: MSMEs in the village have good prospects for increasing community income, empowering individuals, and reducing unemployment. Many MSMEs cannot survive long due to the lack of appropriate business strategies. This study uses SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by Flamboyan MSMEs, with the aim of designing appropriate development strategies. Strengths and Weaknesses: Flamboyan MSMEs have an internal strength score of 3.44, indicating that this business is above average in terms of strength. Opportunities and Threats: External</i></p>

*factors indicate that the greatest opportunity comes from healthy consumer tendencies, with a weighted value of 0.14286 and a rating of 3.7. Strategy Recommendations: The study recommends that Flamboyan MSMEs develop strategies that utilize strengths, overcome weaknesses, take advantage of opportunities, and reduce threats to improve performance and achieve business goals.*

---

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan. UMKM berpotensi untuk menanggulangi kemiskinan, jika sektor UMKM dikembangkan. UMKM memiliki andil yang besar dalam penyerapan tenaga kerja yaitu lebih dari 99,45% dan sumbangan terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) kurang lebih 30%. Akan menyerap lebih banyak tenaga kerja jika ada upaya untuk mengembangkan dan memajukan sector UMKM, dan tentu saja dengan cara tersebut para pekerja yang terlibat di dalam dapat meningkatkan kesejahteraannya sehingga angka pengangguran pun berkurang (Gunawan et al., 2020)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, hal ini akan terus berkembang dan memberikan peluang usaha yang menguntungkan bagi mereka yang menyukai dunia wirausaha. Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM) yang ada di negara kita ini menyumbang sekitar 60% dari PDB (Product Domestic Bruto) dan juga memberikan kesempatan kerja pada banyak masyarakat kita. Namun, Salah satu alasan banyaknya UMKM yang tidak dapat bertahan lama dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah karena kurang tepatnya strategi bisnis yang dilakukan. Upaya mempertahankan perlu ada strategi yang diterapkan. Dengan melihat permasalahan yang dihadapi maka dibutuhkan suatu strategi agar perkembangan UMKM berjalan dengan cepat dan stabil, permasalahan yang dihadapi dapat direduksi dan UMKM mempunyai keunggulan yang lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan bisnis (Pua et al., 2021).

Pengembangan UMKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui penguatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi. Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan, dalam pengembangannya konsep dalam strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang memiliki pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi, strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan untuk mencapai visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maupun untuk mencapai sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek atau tujuan jangka panjang.

Gorontalo merupakan salah satu wilayah yang memiliki beberapa potensi Usaha Mikro Kecil Menengah yang bersumber dari bidang pertanian, perkebunan, bahkan kerajinan. Pada era sekarang, pihak pengusaha tidak hanya fokus pada manajemen keuangan semata tetapi juga pada manajemen pemasaran, khususnya dalam perumusan dan eksekusi strategi bersaing. Usaha ini diperlukan untuk meningkatkan hasil penjualan produk dengan melakukan penerapan strategi pengembangan UMKM yang tepat dan akurat. Dengan begitu UMKM ini diharapkan mampu bersaing dengan produk sejenis baik dari kota lain maupun dari negara lain (A. Rasyid & Rauf, 2018).

Tantangan bagi UMKM untuk memasuki pasar global yakni, pertama yang harus kita ketahui bahwa bisnis kedepannya akan semakin kompleks, dimana persaingan akan semakin ketat dan tinggi, perubahan yang sangat cepat dan dinamis karna kemajuan era teknologi. Suatu jenis usaha/perusahaan bisa dikatakan berhasil ketika ia dapat beradaptasi dengan waktu (perkembangan zaman), yang disitu melibatkan teknologi, permintaan konsumen, dan inovasi lainnya yang terus berkembang. perusahaan yang tidak memiliki kesiapan strategi dan mampu bersaing dalam menghadapi pasar global, akan tergerus dan terpinggirkan. Kepuasan konsumen akan memberikan manfaat bagi suatu perusahaan, khususnya dalam bidang kuliner. Kepuasan ini akan dirasakan oleh pelanggan apabila mereka telah mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Jika pelanggan menyukai produk yang mereka konsumsi tidak sesuai dengan kebutuhan mereka dan berpindah membeli produk lain maka pelanggan tidak merasakan kepuasan. Jika dilihat respon pelanggan terhadap perbandingan antara kinerja dan harapan sesuai dengan evaluasi ketidaksesuaian setelah pelanggan memakai suatu produk sehingga minat berkunjung kembali untuk membeli suatu produk tersebut berkembang (D. F. Rasyid et al., 2022).

Dalam menghadapi tantangan ini, maka UMKM perlu membuat perencanaan dan strategi yang jitu, agar perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Analisis ini sangat diperlukan untuk membantu mengembangkan UMKM Flamboyan dalam mengenali kekuatan dan kelemahan serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman dalam persaingan pasar. Strategi yang baru sangat diperlukan dalam menjalankan usaha pemasaran maupun strategi pengembangan usaha pada masa yang akan datang. Untuk dapat menetapkan rencana dan mencapai tujuan secara efektif dan efisien, diperlukan strategi. Menggunakan analisis SWOT adalah salah satu cara untuk menentukan pendekatan terbaik bagi UMKM. SWOT digunakan untuk menganalisa strengths (kekuatan) dan weaknesses (kelemahan) pada aspek internal serta opportunities (peluang) dan threats (ancaman) pada aspek eksternal yang tengah dihadapi. Sehingga dengan analisis SWOT memungkinkan organisasi mengimplementasikan strategi utama tahap lanjut pelaksanaan dan tujuan organisasi. Hasil analisis dapat menyebabkan dilakukan perubahan pada misi, tujuan, kebijaksanaan, atau strategi yang sedang berjalan (Lesmana & Iskandar, 2022).

Berdasarkan observasi awal peneliti, di Gorontalo terdapat banyak UMKM khusus nya dalam bidang makanan salah satunya yaitu UMKM Flamboyan. UMKM flamboyan sendiri memiliki permasalahan yaitu tidak ada nya srategi pemasaran sehingga proses pencarian konsumen tidak maksimal. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu peneliti ingin mengkaji lebih dalam terkait bagaimana analisis SWOT pada strategi pengembangan UMKM Flamboyan. Peneliti menggunakan analisis SWOT karena untuk menetapkan prioritas mana saja yang harus didahulukan oleh UMKM. Dengan adanya penilaian SWOT peneliti dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UMKM Flamboyan. Dengan demikian, peneliti mengangkat judul Analisa Pengembangan Strategi UMKM Flamboyan Menggunakan Metode SWOT.

## 2. METODE

Peneliti memilih pendekatan kualitatif dikarenakan peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT pada strategi pengembangan usaha kecil menengah Flamboyan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Karena penelitian ini berdasarkan pada ketertarikan peneliti terhadap analisis SWOT pada strategi pengembangan usaha kecil menengah Flamboyan.

Data yang dikumpulkan adalah data primer, data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data-data penelitian dikumpulkan peneliti langsung dari sumber atau tempat objek penelitian. Yang berupa data gambar, kata – kata, dan bukan angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan peneitian akan berisi kutipan – kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Observasi, penelitian ini menggunakan tehknik observasi non partisipatif yang mana peneliti tidak ikut di dalam kegiatan orang yang akan diobservasi, dan secara terpisah berkedudukan selaku pengamat tentang kegiatan analisis SWOT pada strategi pengembangan usaha kecil menengah kerajinan Flamboyan. Adapun yang akan diamati oleh peneliti yaitu:
  - Strategi pengembangan UMKM Flamboyan
  - Proses Pengelolaan
  - Kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan usaha kecil menengah UMKM Flamboyan
- b) Wawancara, adapun maksud dari wawancara adalah untuk memperoleh informasi tentang Analisis SWOT Pada Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Flamboyan. Pada metode ini peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data tentang:
  - Implemetasi strategi pengembangan UMKM Flamboyan
  - Kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan berdasarkan pada UMKM Flamboyan
  - Dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Faktor Eksternal

Setelah dilakukan analisis faktor-faktor penentuan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) serta peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) yang berpengaruh terhadap rumusan pengembangan usaha keripik pisang susu keju, selanjutnya dapat dilakukan identifikasi untuk menentukan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil ini digunakan sebagai input analisis internal dan eksternal dengan menggunakan matriks IFE dan EFE. Kemudian hasil analisis ini juga digunakan untuk merumuskan alternatif strategi bisnis dalam analisis SWOT.

Dalam identifikasi faktor-faktor internal terhadap faktor kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dari usaha keripik pisang susu keju. Aspek-aspek yang terdapat dalam identifikasi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

#### Kekuatan

Faktor kekuatan merupakan bagian dari strategi internal, faktor tersebut dianggap sebagai kekuatan yang mempengaruhi pengembangan usaha keripik pisang susu keju. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan harus digunakan semaksimal mungkin dengan upaya untuk mencapai tujuan pengembangan usaha keripik pisang susu keju ini, faktor-faktor tersebut terdiri dari :

- Rasa yang unik, keripik ini menghadirkan cita rasa yang khas dan berbeda dari produk sejenis dipasaran, yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Perpaduan rasa pisang yang sedikit asam, susu yang creamy, dan keju yang gurih menghasilkan rasa yang tidak biasa yang membuat keripik pisang susu keju memiliki sensasi rasa yang unik dan lezat. Keunikan rasa ini menjadi keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan.
- Bahan Baku yang Berkualitas, dalam pembuatan produk pisang susu keju, pemilihan bahan baku yang berkualitas menjadi kunci utama untuk menghasilkan cita rasa yang khas dan daya simpan yang baik. Bahan utama yang digunakan adalah pisang raja matang alami, Pisang ini tidak memerlukan tambahan pemanis buatan sehingga lebih sehat dan tetap lezat. Susu yang digunakan adalah susu sapi segar full cream yang telah melalui proses pasteurisasi untuk menjamin kebersihan mikrobiologis. Susu ini memberikan kekayaan rasa dan tekstur creamy yang lembut. Untuk bahan keju, digunakan keju cheddar berkualitas, yang memiliki rasa gurih ringan, mudah meleleh, dan tidak terlalu asin yang memberikan aroma khas susu fermentasi yang menyatu harmonis dengan pisang.
- Proses Produksi yang Higienis, proses produksi yang dijalankan secara higienis menunjukkan komitmen UMKM Flamboyan terhadap standar mutu dan keamanan pangan, yang menjadi salah satu nilai tambah dimata konsumen
- Kemasan yang Menarik, kemasan yang inovatif dan menarik berperan penting dalam pemasaran, Kemasan berbentuk standing pouch berbahan kraft paper dengan lapisan dalam aluminium foil, dipilih karena memiliki sifat kedap udara dan kelembapan, sehingga dapat menjaga kesegaran dan rasa produk lebih lama. terutama untuk menarik perhatian konsumen di rak-rak toko dan dalam promosi digital melalui media sosial.

#### Identifikasi Faktor Eksternal

Aspek-aspek pada faktor peluang dan ancaman dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### Peluang

Faktor peluang adalah bagian dari strategi eksternal, faktor-faktor tersebut dianggap sebagai suatu potensi yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan keripik pisang susu keju. Potensi tersebut harus mencapai tujuan yang diharapkan. Peluang tersebut terdiri dari :

- Pertumbuhan pasar makanan ringan, permintaan terhadap makanan ringan terus meningkat, memberikan peluang besar bagi UMKM Flamboyan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.
- Kecenderungan konsumen yang sehat, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap makanan sehat dapat dimanfaatkan oleh UMKM Flamboyan untuk menawarkan produk keripik pisang susu keju yang alami dan bebas bahan pengawet.
- Penggunaan media sosial, media sosial menjadi sarana promosi yang efektif dan ekonomis, memungkinkan perusahaan menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya rendah.
- Kerjasama dengan pedagang, peluang untuk memperluas distribusi dan penjualan melalui kemitraan dengan pedagang lokal maupun ritel modern sangat terbuka, dan dapat membantu mempercepat ekspansi pasar

### Ancaman

Faktor ancaman adalah bagian dari strategi eksternal, faktor-faktor tersebut dianggap sebagai suatu potensi yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan keripik pisang susu keju. Potensi tersebut harus mencapai tujuan yang diharapkan. ancaman tersebut terdiri dari :

- Persaingan yang ketat, banyaknya produk sejenis dipasar menciptakan persaingan harga dan kualitas yang tinggi, sehingga UMKM Flamboyan harus terus berinovasi.
- Perubahan selera konsumen, dinamika preferensi konsumen mengharuskan UMKM Flamboyan untuk cepat beradaptasi dan fleksibel dalam menciptakan varian baru.
- Keterbatasan bahan baku, ketersediaan bahan baku yang tidak menentu dapat mengganggu proses produksi dan mengurangi kontinuitas suplai
- Perubahan harga bahan baku, fluktuasi harga bahan baku berdampak pada struktur biaya dan profitabilitas UMKM Flamboyan, khususnya dalam jangka panjang

### Analisis Matrix IFE dan EFE

Matriks IFE diperoleh dari hasil analisis lingkungan internal usaha keripik pisang susu keju, yaitu dengan mengidentifikasi faktor-faktor kunci internal usaha keripik pisang berupa kekuatan dan kelemahan. Kemudian dilakukan pembobotan mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), sehingga diperoleh bobot dari masing-masing faktor kunci internal usaha keripik pisang susu keju. Langkah selanjutnya adalah dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat tinggi) sampai dengan 1 (sangat rendah). Pemberian rating untuk kategori kekuatan yang besar diberikan rating 4 sedangkan jika kekuatannya kecil diberikan rating 1, pemberian rating kelemahan adalah sebaliknya, yaitu jika kelemahannya sangat besar maka diberi rating 1, dan jika kelemahannya kecil diberi rating 4, begitupun pada peluang dan ancaman. Maka dapat diperoleh hasil seperti tabel dibawah.

**Tabel 1 Matrix IFE**

No	Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor
	Kekuatan			
1	Rasa Yang Unik	0.14815	4	0.593
2	Bahan Baku Yang Berkualitas	0.1358	3.7	0.498
3	Proses Produksi Yang Higienis	0.1358	3.7	0.498
4	Kemasan Yang Menarik	0.1358	3.7	0.498
<b>Total</b>				<b>2.09</b>
Kelemahan				
1	Keterbatasan Produksi	0.12346	3.3	0.412
2	Biaya Produksi Yang Relatif Tinggi	0.09877	2.7	0.263
3	Keterbatasan Distribusi	0.09877	2.7	0.263
4	Keterbatasan Promosi	0.12346	3.3	0.412
				1.0
				27
				<b>1.35</b>
<b>Total</b>				<b>3.44</b>

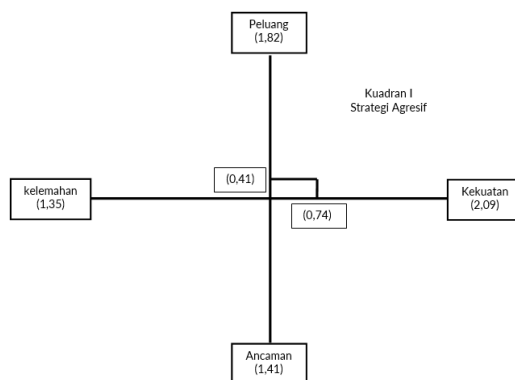
Pada tabel diatas dilihat bahwa faktor kunci internal yang mempunyai faktor kekuatan tinggi adalah rasa yang unik dan bahan baku yang berkualitas dengan nilai bobot 0.14815 dengan rating 4 dan skor sebesar 0.593.

Hasil analisis matriks IFE pada usaha keripik pisang susu keju in yang meliputi seluruh faktor kunci internal ( kekuatan dan kelemahan ) adalah nilai skor sebesar 3,44. Total nilai tersebut menunjukkan bahwa usaha keripik pisang susu keju ini berada pada level di atas rata-rata didalam kekuatan internal seluruhnya, sehingga usaha ini dituntut untuk lebih optimal dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki serta meminimalkan kelemahan yang ada dalam mencapai keberhasilan usahanya

**Tabel 2. Matrix EFE**

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang			
1	Pertumbuhan Pasar Makanan Ringan	0.12987	3.3	0.433
2	Kecenderungan Konsumen Yang Sehat	0.14286	3.7	0.524
3	Penggunaan Media Sosial	0.12987	3.3	0.433
4	Kerjasama Dengan Pedagang	0.12987	3.3	0.433
<b>Total</b>				<b>1.82</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Persaingan Yang Ketat	0.11688	3	0.351
2	Perubahan Selera Konsumen	0.12987	3.3	0.433
3	Keterbatasan Bahan Baku	0.1039	2.7	0.277
4	Perubahan Harga Bahan Baku	0.11688	3	0.351
1.0				25.7
<b>Total</b>				<b>3.23</b>

Pada tabel diatas dilihat bahwa faktor kunci eksternal yang memberikan faktor peluang ternesar adalah Kecenderungan Konsumen Yang Sehat, dengan nilai bobot 0.14286 dengan rating 3,7 dan skor sebesar 0,524.

**Gambar 1 Nilai Skor Analisis SWOT**

Gambar diatas menjelaskan bahwa nilai skor untuk faktor kekuatan adalah sebesar 2,09 dan untuk faktor kelemahan sebesar 1,35 maka selisih dari nilai tersebut adalah 0,74. Sedangkan nilai skor untuk faktor peluang adalah sebesar 1,82 dan nilai skor untuk faktor ancaman adalah sebesar 1,41, maka selisih dari nilai tersebut adalah 0,41. Nilai- nilai selisih tersebut dapat membentuk titik koordinat (0,74 : 0,41), sehingga didapatkan posisi UMKM Flamboyan berada pada posisi kuadran I yang merupakan suatu situasi yang sangat menguntungkan karena masih memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada. Dengan mempertimbangkan kekuatan dan peluang yang ada, umkm flamboyan dapat mengembangkan strategi untuk memanfaatkan peluang dan meningkatkan kekuatan.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Flamboyan memiliki potensi yang signifikan dalam pengembangan usaha keripik pisang susu keju. Dengan nilai skor 3,44 untuk faktor kunci internal, usaha ini berada di atas rata-rata dalam hal kekuatan, yang menunjukkan perlunya optimalisasi dalam memanfaatkan kekuatan yang ada serta meminimalkan kelemahan. Selain itu, faktor eksternal yang paling menguntungkan adalah kecenderungan konsumen yang sehat, yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pemasaran produk. Posisi UMKM Flamboyan yang berada pada kuadran I menandakan situasi yang menguntungkan, di mana peluang dan kekuatan dapat dimanfaatkan untuk strategi pengembangan yang lebih baik. Oleh karena itu, disarankan agar UMKM Flamboyan mengembangkan strategi yang memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, serta memprioritaskan langkah-langkah yang dapat meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian ini memberikan panduan yang jelas bagi UMKM Flamboyan untuk menghadapi tantangan pasar dan meningkatkan daya saing mereka.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengumpulan dan pengolahan data yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor kunci internal ( kekuatan dan kelemahan ) adalah nilai skor sebesar 3,44. Total nilai tersebut menunjukkan bahwa usaha keripik pisang susu keju ini berada pada level di atas rata-rata didalam kekuatan internal seluruhnya, sehingga usaha ini dituntut untuk lebih optimal dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki serta meminimalkan kelemahan yang ada dalam mencapai keberhasilan usahanya. Faktor kunci eksternal (Peluang dan ancaman) yang memberikan faktor peluang ternesar adalah Kecenderungan Konsumen Yang Sehat, dengan nilai bobot 0.14286 dengan rating 3,7 dan skor sebesar 0,524.
2. Posisi UMKM Flamboyan berada pada posisi kuadran I yang merupakan suatu situasi yang sangat menguntungkan karena masih memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada. Dengan mempertimbangkan kekuatan dan peluang yang ada, umkm flamboyan dapat mengembangkan strategi untuk memanfaatkan peluang dan meningkatkan kekuatan.

#### 5. REFERENCES

- Gunawan, B., Mubarak, M. S., Anbar, N., & Sanjaya, R. (2020). Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce Umkm Rumah Sayur Lembang Menggunakan Metode Analisis Swot. *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 1–13.
- Lesmana, T., & Iskandar, Y. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Industri Penginapan Berbasis Masyarakat Dengan Metode Swot (Studi Literatur). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 1(01), 50–56.
- Pua, W., Wunarlani, I., & Uloli, H. (2021). Perencanaan Persediaan Produk Keripik Pisang Dengan Menggunakan Metode Distribution Requirement Planning (DRP) Di UKM Flamboyan Gorontalo. *Jambura Industrial Review (JIREV)*, 1(2), 74–82.
- Rasyid, A., & Rauf, F. A. (2018). Model Peran Pemerintah pada Pengembangan Inovasi UKM dengan Pendekatan Structural Equation Modeling (SEM). *Jurnal Teknik*, 16(2), 93–99. <https://doi.org/10.37031/jt.v16i2.31>
- Rasyid, D. F., Niode, I. Y., & Isa, R. A. (2022). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Sore Drink di Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...*, 5(1), 295–304.