

## Strategi peningkatan kapasitas usaha pengolahan sukun pada BUMDes Temmappettue Teamalala Kabupaten Bone

Ramadhan Ramadhan \*, Syamsul Rahman, Helda Ibrahim  
Universitas Islam Makassar

\*Corresponding author: [ramadhansp78mappeare@gmail.com](mailto:ramadhansp78mappeare@gmail.com)

### Abstrak

Sukun (*Artocarpus altilis*) asal Bone telah lama dikenal khususnya di Sulawesi Selatan, dan wilayah ini merupakan salah satu sentra produksi utama nasional. Upaya peningkatan nilai tambah sukun dilakukan melalui usaha kecil menengah (UKM) yang bergerak dibidang pengolahan. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Temmappettue di Kecamatan Ulaweng merupakan salah satu inisiatif lokal yang berfokus pada pengolahan sukun menjadi produk turunan seperti keripik dan tepung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penguatan kapasitas pada UKM berbasis sukun yang dikelola oleh BUMDes Temmappettue dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta merumuskan prioritas strategi yang tepat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan tinjauan pustaka. Analisis data dilakukan dengan pendekatan SWOT, dilanjutkan dengan konstruksi matriks IFAS dan EFAS untuk mengetahui posisi strategis perusahaan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada reputasi sukun Bone yang mapan dan kepemilikan legalitas bisnis dan sertifikasi produk, sementara kelemahan utama meliputi sumber daya manusia terampil yang terbatas dan penggunaan pemasaran digital yang tidak optimal. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi dukungan pelatihan dan pendampingan dari para pemangku kepentingan dan kemitraan dengan bisnis kuliner, sedangkan ancaman utama adalah kemampuan beradaptasi perusahaan yang terbatas terhadap tren pemasaran yang dinamis dan sifat musiman sukun sebagai bahan baku. Pemetaan SWOT menempatkan perusahaan di Kuadran I (strategi agresif), menunjukkan bahwa strategi pengembangan harus fokus pada diversifikasi produk, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, optimalisasi pemasaran digital dan penguatan merek melalui sertifikasi produk dan legalitas bisnis. Studi ini menyimpulkan bahwa penguatan UKM berbasis sukun di bawah BUMDes Temmappettue di Kabupaten Bone berpotensi untuk meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, dan berkontribusi pada ketahanan pangan lokal dan kesejahteraan masyarakat pedesaan.

Kata Kunci: peningkatan kapasitas, pengolahan sukun, BUMDes Temmappettue

### Abstract

*Breadfruit (Artocarpus altilis) from Bone has long been recognized, particularly in South Sulawesi, and the region is one of the main national production centers. Efforts to enhance the added value of breadfruit are carried out through small and medium enterprises (SMEs) engaged in processing activities. The Village-Owned Enterprise (BUMDes) Temmappettue in Ulaweng Subdistrict represents one of the local initiatives focusing on processing breadfruit into derivative products such as chips and flour. This study aims to analyze capacity-strengthening strategies for breadfruit-based SMEs managed by BUMDes Temmappettue by*

*identifying internal and external factors and formulating appropriate strategic priorities. The research employs a descriptive qualitative method, with data collected through in-depth interviews, observation, documentation, and literature review. Data analysis was conducted using a SWOT approach, followed by the construction of IFAS and EFAS matrices to determine the enterprise's strategic position. The findings reveal that the main strengths lie in the strong reputation of Bone breadfruit and the possession of business legality and product certifications, while the major weaknesses include limited skilled human resources and suboptimal use of digital marketing. Opportunities that can be leveraged include training and mentoring support from stakeholders and partnerships with culinary businesses, whereas the primary threats are the company's limited adaptability to dynamic marketing trends and the seasonal nature of breadfruit as raw material. The SWOT mapping places the enterprise in Quadrant I (aggressive strategy), indicating that development strategies should focus on product diversification, human resource capacity building, optimization of digital marketing, and brand strengthening through product certification and business legality. The study concludes that strengthening breadfruit-based SMEs under BUMDes Temmappettue in Bone Regency has the potential to enhance competitiveness, expand market access, and contribute to local food security and rural community welfare.*

*Keywords: capacity strengthening, breadfruit processing, BUMDes Temmappettue*

## **1. Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor yang memberikan kontribusi sangat signifikan terhadap perekonomian nasional, Kontribusi itu terutama pada penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Selain itu sektor UMKM juga memberikan sumbangsih besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Monalisa et al., 2025). Menurut Rizky et al, (2024) perekonomian Indonesia sangat dipengaruhi oleh sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang menyumbangkan lebih dari 97% tenaga kerja nasional dan sekitar 60% PDB. Hal ini menunjukkan sektor UMKM perlu mendapat perhatian serius dari semua pemangku kepentingan.

Salah satu sektor yang mendominasi kegiatan UMKM di Indonesia adalah sektor agribisnis, terutama pada kegiatan pengolahan makanan dan minuman. Menurut Primadhita et al, (2023) bahwa sektor UMKM makanan dan minuman merupakan salah satu bidang ekonomi masyarakat yang tumbuh dengan cepat, didorong oleh beragam inovasi, terutama dalam pemasaran digital. Faktor seperti kualitas produk, inovasi pemasaran, dan penerapan inovasi hijau terbukti berpengaruh signifikan dan memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM, baik secara terpisah maupun bersamaan. Diantara faktor-faktor tersebut, kualitas produk memiliki pengaruh paling besar terhadap keberhasilan UMKM di sektor ini.

Sulawesi Selatan adalah merupakan daerah dengan potensi agribisnis yang sangat besar. Berbagai komoditi pertanian seperti tanaman pangan, hortikultura dan tanaman perkebunan yang melimpah menjadikan daerah ini sebagai salah satu lumbung pangan nasional. Kabupaten Bone adalah Salah satu daerah penyumbang terbesar berbagai komoditi tersebut. Diantara komoditi pertanian unggulan dan khas di Kabupaten Bone adalah sukun (*Artocarpus altilis*). Sukun Bone sudah dikenal sejak lama khususnya di Sulawesi Selatan. Kabupaten Bone merupakan sentra penghasil utama sukun Nasional. Berdasarkan data BPS Tahun 2021, produksi sukun nasional Tahun 2020 mencapai 156.626 ton. Sedangkan data produksi sukun Kabupaten Bone mencapai 43.206 ton pada tahun 2020 (BPS,2021). Jika dibandingkan, berarti kontribusi produksi sukun Kabupaten Bone mencapai sekitar 27,5 % dari produksi nasional.

Sebagian besar produksi sukun di Kabupaten Bone dijual dalam bentuk buah mentah baik dipasar lokal hingga ke daerah sekitar. Buah sukun kerap dijadikan oleh-oleh khas dari Bone. Kondisi ini menyebabkan komoditi sukun memberikan nilai tambah yang masih rendah bagi masyarakat. Beberapa usaha pengolahan sukun yang ada umumnya masih dikelola dengan sederhana dan produk yang terbatas. Penelitian yang dilakukan Asfar, et al (2024) menjelaskan bahwa melalui pengembangan teknologi pengolahan yang tepat, komoditas sukun dapat diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah seperti tepung sukun, bolu, nugget, mie, dan makanan pendamping ASI (MPASI).

Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya potensi pengembangan yang besar dalam usaha pengolahan komoditi sukun. Akan tetapi masih diperlukan adanya kajian lanjutan untuk melihat kesiapan dan kemampuan pelaku UMKM pengolahan sukun dalam mengadopsi teknologi pengolahan yang ada. Kemampuan ini akan sangat terkait dengan kapasitas yang dimiliki masing-masing UMKM.

UMKM BUMDES Temmappettue Teamalala di Kecamatan Ulaweng merupakan salah satu usaha pengolahan komoditi sukun di Kabupaten Bone. Sebagaimana UMKM pada umumnya, kegiatan pengolahan yang dilakukan oleh UMKM BUMDES Temmappettue teamalala masih dihadapkan pada berbagai tantangan dan keterbatasan. Berbagai solusi inovatif dan upaya peningkatan kapasitas dinilai sangat membantu usaha pengolahan ini bisa tetap bertahan.

Olehnya itu penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana Strategi peningkatan kapasitas yang dilakukan oleh UMKM BUMDES Temmappettue Teamalala sebagai studi kasus yang diharapkan menjadi referensi dalam pengambilan kebijakan untuk pembinaan usaha pengolahan sukun berbasis UMKM di Kabupaten Bone.

## **2. Metode**

### **Desain Penelitian & Objek Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yakni suatu pendekatan yang juga biasa disebut pendekatan investigatif Dimana peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara mendalam (In-Depth Interview) dengan pngelola UMKM Teamalala Kecamatan Ulaweng. Wawancara juga akan dilakukan dengan para pemangku kepentingan yang terlibat dalam pembinaan, pelatihan dan mitra dalam Upaya peningkatan kapasitas UMKM Teamalala, seperti Kepala Desa, Dinas/Instansi terkait dan perguruan tinggi yang pernah terlibat dalam pembinaan atau kemitraan dengan UMKM ini. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Juli-September 2025, bertempat di Desa Teamalala Kecamatan Ulaweng Kabupaten Bone.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data Primer diperoleh dari hasil wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder diperoleh Hasil Riset/penelitian, studi literatur dan data yang diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya. Metode pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan beberapa metode seperti wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur.

### **Instrumen Penelitian & Data Analisis**

#### **Instrumen Penelitian**

Wawancara Mendalam (In – Depth Interview)

Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pengelola/Direktur BUMDes Temmappettue Teamalala sebagai informan utama yang paling mengetahui semua aspek terkait kegiatan perusahaan. Untuk triangulasi data, wawancara juga dilakukan pada pemangku kepentingan seperti Kepala Desa, dinas terkait, dan perguruan tinggi yang melakukan pendampingan/kemitraan dengan UMKM ini. Pertanyaan yang diajukan bertujuan menggali informasi tentang strategi peningkatan kapasitas usaha yang dilakukan pada usaha pengolahan

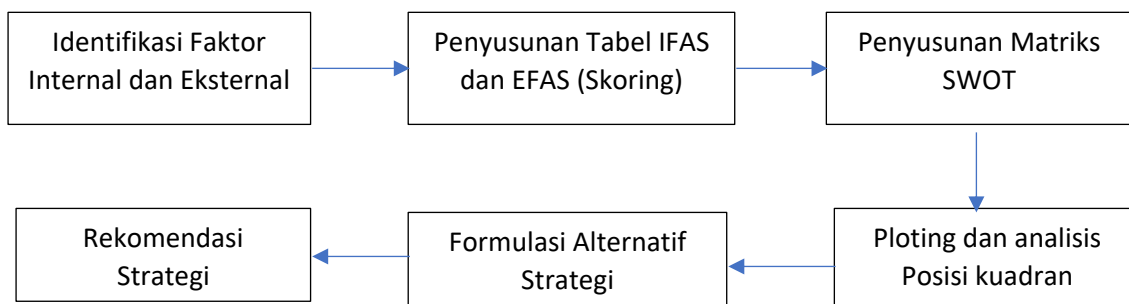
sukun ini. Selain itu juga untuk mengetahui bentuk dan peran serta dampak keterlibatan para pemangku kepentingan.

Penelitian ini juga menggunakan metode studi literatur dimana studi literatur merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi pendukung melalui penelusuran berbagai sumber sekunder, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, dan dokumen relevan lainnya. Tujuan dari studi ini adalah untuk memperkuat landasan teori, memahami perkembangan penelitian terdahulu, serta mengidentifikasi celah atau permasalahan yang belum banyak dibahas, sehingga dapat memperkaya analisis dan kerangka pemikiran dalam penelitian yang dilakukan.

Penelitian ini memperkuat argumentasi dengan metode dokumentasi dimana dilakukan kegiatan dokumentasi visual terhadap objek atau lokasi penelitian dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih rinci, konkret, dan menyeluruh mengenai konteks penelitian. Pengambilan gambar ini bertujuan untuk memperkuat deskripsi naratif, memberikan bukti visual yang mendukung analisis, serta membantu pembaca atau pihak terkait memahami situasi lapangan secara lebih jelas dan mendalam.

### **Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang berkaitan dengan objek penelitian. Metode ini membantu peneliti memahami kondisi internal dan eksternal UKM BUMDes Temmappettue Teamalala secara menyeluruh, serta mengevaluasi potensi dan tantangan yang ada. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi, solusi, atau rekomendasi yang tepat dan berkelanjutan. Prosedur dan tahapan analisis data dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Bagan Tahapan Analisis Data

Identifikasi faktor internal dan eksternal menggunakan berbagai instrumen penelitian seperti wawancara/diskusi, observasi, dan studi literatur. Aspek yang akan dianalisis pada strategi peningkatan kapasitas meliputi kapasitas SDM terkait pemanfaatan teknologi produksi, pemasaran (promosi digital, marketplace), aspek legalitas usaha, model bisnis dan skala usaha. Untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada, disusun tabel *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan tabel *Eksternas Factor Analysis Summary* (EFAS). Penentuan bobot pada pada setiap faktor dalam tabel SWOT yaitu dengan memberi bobot pada masing-masing faktor sesuai dengan tingkat kepentingan dan dampaknya. Skala yang diberikan mulai dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting). Hal sama dengan cara menentukan rating dimana Informan BUMDes memberikan rating mulai angka 1 sampai 4 pada masing-masing faktor, kemudian untuk menentukan skor dilakukan perkalian antara bobot dan rating. Penentuan bobot dan rating dalam hal ini sudah melalui hasil diskusi dan kesepakatan dengan informan untuk menentukan setiap angka yang tercantum, dengan pertimbangan faktor terpenting hingga faktor paling rendah tingkat kepentingannya. Menurut ZALSABILLA (2025), penelitian dapat dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivis. Unit Analisis dalam penelitian adalah individu yang berperan sebagai informan kunci dalam pengumpulan data. Teknik keabsahan dilakukan dengan tringulasi sumber. Hasil dari penelitian didasari wawancara mendalam, observasi, dan juga studi dokumentasi. Alternatif strategi yang dapat dirumuskan dari analisis SWOT disusun menggunakan matriks SWOT yang meliputi strategi SO, ST, WO, dan WT.

- Strategi SO, memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang sebesar mungkin.
- Strategi ST, menggunakan keunggulan internal guna menghadapi berbagai ancaman.

- Strategi WO, berupaya memanfaatkan peluang eksternal dengan tetap memperhatikan dan mengatasi kelemahan internal.
- Strategi WT, strategi bertahan yang diarahkan untuk tujuan meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari ancaman.

Langkah akhir dalam analisis SWOT adalah melakukan plotting posisi perusahaan pada diagram SWOT. Pada diagram tersebut, sumbu horizontal (X) menunjukkan faktor internal (IFAS), sedangkan sumbu vertikal (Y) merepresentasikan faktor eksternal (EFAS). Bagian positif sumbu X dan Y menunjukkan kekuatan serta peluang, sedangkan bagian negatif menandakan kelemahan dan ancaman. Plotting dilakukan dengan ketentuan berikut:

1. Total skor IFAS positif pada sumbu X menunjukkan dominasi kekuatan.
2. Total skor IFAS negatif pada sumbu X menunjukkan dominasi kelemahan.
3. Total skor EFAS positif pada sumbu Y menunjukkan dominasi peluang
4. Total skor EFAS negatif pada sumbu Y menunjukkan dominasi ancaman.

Hasil dari plotting pada kuadran SWOT akan menunjukkan strategi yang paling tepat untuk diterapkan (SO, ST, WO, dan WT) dan formulasi strategi yang direkomendasikan. Menurut Nurkariani et al. (2024), Untuk menganalisis data yang diperoleh, digunakan teknik analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi. Sejalan dengan apa yang dikemukakan Kusuma & Nurkariani (2022), bahwa analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur sejauh mana faktor internal maupun eksternal berperan dalam menentukan strategi yang tepat bagi suatu Perusahaan.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

#### **Gambaran Umum Objek Penelitian**

UMKM yang menjadi objek penelitian ini bergerak di bidang pengolahan buah sukun (*Artocarpus altilis*) produk olahan khas daerah. Usaha ini dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Temmappettue, berlokasi di Desa Teamalala, Kecamatan Ulaweng, Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Temmappettue mulai beroperasi pada tahun 2018 dengan mengembangkan beberapa unit usaha, dan Pada tahun 2020 BUMDes memutuskan untuk

memfokuskan kegiatan usaha pada produksi keripik sukun sebagai produk unggulan desa. Menurut Kurniawati & Sutoyo (2021), Sukun (*Artocarpus altilis*) merupakan salah satu kekayaan sumber daya hayati Indonesia yang telah lama dimanfaatkan oleh masyarakat, sebagai bahan pangan. Dibandingkan dengan sumber karbohidrat lain seperti ubi jalar, ubi kayu, maupun kentang, dan beras sukun memiliki kandungan protein yang lebih tinggi atau sama tetapi kalorinya lebih rendah, sehingga dapat menjadi pilihan pangan yang lebih sehat (Nataliningsih et al., 2023). Pengolahan sukun juga memberikan nilai tambah bagi petani sukun di desa Teamalala dan sekitarnya sebagai pemasok bahan baku. Menurut Sulfiana et al. (2022), Petani harus diberdayakan untuk meningkatkan harkat dan martabat golongan masyarakat tani.

Keputusan ini didasarkan pada potensi ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah, nilai gizi sukun yang tinggi, serta peluang pasar yang masih terbuka. Sejalan dengan perkembangan usaha dan pendampingan dari pemangku kepentingan, serta bantuan mesin-mesin produksi sederhana pengelola mulai melakukan diversifikasi produk. Saat ini telah dikembangkan produk olahan baru berupa tepung sukun, yang memiliki daya simpan lebih lama dan dapat digunakan sebagai bahan baku berbagai produk pangan. Menurut Asfar, et al (2024), melalui pengembangan teknologi pengolahan yang tepat, komoditas sukun dapat diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah seperti tepung sukun, bolu, nugget, mie, dan makanan pendamping ASI (MPASI). Pengembangan tepung sukun ini diharapkan dapat mengatasi sifat musiman buah sukun, membuka peluang pasar baru, serta memenuhi permintaan dari industri pangan skala kecil maupun menengah. Sejalan dengan hasil penelitian Noviasari et al (2023), mengolah sukun menjadi tepung dipandang sebagai salah satu solusi efektif untuk mengatasi permasalahan keterbatasan masa simpan sukun, sekaligus tetap mempertahankan kandungan gizinya yang hampir setara dengan buah sukun segar.

Pada tahap awal, pemasaran produk hanya dilakukan di wilayah Kabupaten Bone, melalui penjualan langsung dan titip jual di toko-toko lokal. Seiring berkembangnya jaringan kemitraan, pemasaran berhasil diperluas ke kota-kota lain seperti Maros dan Makassar. Distribusi produk dilakukan melalui kerja sama dengan supermarket, pusat oleh-oleh, dan pusat perbelanjaan (mall), sehingga mampu meningkatkan brand awareness dan volume penjualan. Majid & Faizah, (2023), menyampaikan dalam penelitiannya, kolaborasi kemitraan menjadi

salah satu strategi yang direkomendasikan untuk meningkatkan daya saing disamping pemanfaatan media sosial dan digital marketing.

### Analisis Faktor Internal

*Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) adalah suatu matriks analisis yang digunakan untuk merangkum, menilai, dan mengevaluasi berbagai faktor internal yang mempengaruhi kinerja, kapasitas, atau posisi strategis suatu organisasi, usaha, atau unit bisnis. IFAS merupakan bagian dari metode SWOT, khususnya pada aspek Strengths (kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan) (Tabel 1.). Melalui IFAS, setiap faktor internal yang telah diidentifikasi dipilih berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap keberhasilan organisasi, kemudian diberi bobot, rating, dan skor tertimbang (weighted score) untuk menentukan seberapa besar kontribusi faktor tersebut secara keseluruhan.

Tabel 1. Tabel IFAS Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha

No	FAKTOR INTERNAL Kekuatan (S)	Bobot	Rating	Skor
1	Pemahaman SDM dalam menggunakan teknologi dasar produksi	0,10	3,00	0,30
2	Legalitas Usaha dan sertifikasi produk (NIB, PIRT, Halal dan HAKI)	0,13	3,75	0,49
3	Citra sukun Bone sudah dikenal luas	0,12	3,50	0,42
4	Model bisnis berbasis BUMDes	0,11	2,75	0,30
5	Keterampilan dasar SDM dalam pengolahan pangan lokal	0,07	3,00	0,21
<b>Jumlah</b>				<b>1,72</b>
No	FAKTOR INTERNAL Kelemahan (W)	Bobot	Rating	Skor
1	SDM Terampil masih terbatas	0,12	2,50	0,30
2				

	Pemahaman teknologi pengolahan modern masih terbatas	0,08	2,00	0,16
3		0,12	3,00	0,36
4	Pemasaran digital belum optimal	0,08	1,75	0,14
5	Modal terbatas untuk adopsi teknologi modern	0,07	2,50	0,17
	Pelatihan karyawan masih minim			
	<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>1,14</b>
	<b>Selisih S-W</b>			<b>0,58</b>

Kepemilikan legalitas usaha dan sertifikasi produk seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), sertifikat halal, dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) merupakan salah satu modal strategis yang dimiliki UMKM BUMDes *Temmapettue Teamalala*. Peran pemerintah daerah cukup membantu pengelola dalam melengkapi dokumen tersebut. Keberadaan dokumen ini selain menandakan bahwa usaha telah memenuhi persyaratan hukum dan administratif yang ditetapkan pemerintah, juga memberikan berbagai manfaat dan kemudahan dalam operasional usaha seperti kemudahan pemasaran, bantuan pendampingan/pelatihan sampai bantuan peralatan/mesin. Menurut Farida et al. (2023), legalitas dan sertifikasi halal tidak hanya menjadi bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen pemasaran yang efektif untuk membangun citra positif dan kepercayaan konsumen. Sementara Nurwandri & Marzuki (2023) menyatakan bahwa Sertifikat halal, khususnya, memiliki posisi strategis di Indonesia yang mayoritas penduduknya Muslim, karena menjadi indikator bahwa produk aman dikonsumsi sesuai syariat.

Citra Sukun Bone yang sudah dikenal luas merupakan kekuatan strategis lainnya yang memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM BUMDes *Temmapettue Teamalala*. Reputasi positif ini telah terbentuk melalui sejarah konsumsi masyarakat lokal, persepsi kualitas yang baik, serta keterkaitannya dengan identitas daerah. Sebagaimana dijelaskan Rahman (2021), produk kuliner yang berbasis pada kearifan lokal dapat menarik minat konsumen. Nilai emosional ini dapat meningkatkan loyalitas konsumen karena produk tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memberikan kepuasan psikologis dan rasa bangga terhadap warisan budaya, sehingga memperoleh pengalaman kuliner yang berkesan.

Faktor strategi pemasaran digital yang masih terbatas dan keterbatasan SDM terampil menjadi kelemahan utama yang ditemukan. pemasaran digital yang dilakukan masih sangat terbatas. Hasil wawancara dengan pengelola menunjukkan bahwa pemasaran digital yang dilakukan terbatas pada promosi melalui facebook saja. Sementara penggunaan sarana pemasaran digital yang lain seperti marketplace, E-Commerce, food influencer dan lainnya sama sekali belum dimanfaatkan. Padahal menurut Yordan Hermawan Apidana, & Pradita, N. (2024), Pemasaran melalui media sosial muncul sebagai alat yang efektif bagi petani untuk menjangkau dan berinteraksi dengan lebih banyak pelanggan. Alasannya adalah tidak ada SDM karyawan yang mampu mengelola pemanfaatan platform tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan Handayani (2023) dalam penelitiannya bahwa Salah satu hambatan dalam merealisasikan transformasi digital bagi UMKM adalah masih rendahnya pemerataan tingkat literasi di kalangan pelaku usaha. Oleh karena itu, UMKM perlu mampu beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah (Syuhada et al., 2023). Pengelolaan SDM yang efektif berdampak pada peningkatan kualitas tenaga kerja, dan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang ketat. (Pajri, 2024). Maka kemampuan dalam mengelola SDM menjadi keterampilan penting bagi para pelaku usaha (Eka et al., 2022).

### Analisis Faktor Eksternal

External Factors Analysis Summary (EFAS) adalah matriks analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi, merangkum, dan mengevaluasi berbagai faktor eksternal yang memengaruhi peluang dan ancaman bagi suatu organisasi atau unit bisnis. EFAS merupakan bagian dari metode SWOT, khususnya pada aspek Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman) (Tabel 2.). Matriks EFAS membantu peneliti atau pengambil keputusan memahami bagaimana kondisi lingkungan eksternal dapat berdampak positif maupun negatif terhadap kinerja organisasi, serta seberapa besar pengaruh masing-masing faktor dalam proses perumusan strategi.

Tabel 2. Tabel EFAS Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha

No	FAKTOR EKSTERNAL	Bobot	Rating	Skor
	Peluang (O)			

1	Dukungan pelatihan/ pendampingan dari pemangku kepentingan	0,12	3,00	0,36
2	Perkembangan Teknologi digital yang memudahkan pemasaran	0,10	3,50	0,35
3	Mitra penjualan sudah masuk supermarket dan Mall/	0,12	2,90	0,35
4	Peluang kemitraan dengan usaha kuliner lain untuk memasok tepung sukun	0,11	3,22	0,35
5	Akses pembiayaan/bantuan peralatan untuk UMKM	0,13	2,75	0,35
<b>Jumlah</b>				<b>1,77</b>
<b>FAKTOR EKSTERNAL</b>				
<b>No</b>	<b>Ancaman (T)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
1	Ketersediaan bahan baku	0,10	1,75	0,17
2	Persaingan dengan usaha pangan besar dan modern	0,07	2,00	0,14
3	Perubahan tren pemasaran yang cepat memerlukan adaptasi berkelanjutan	0,11	2,50	0,27
4	Fluktuasi harga bahan baku dan biaya operasional	0,09	2,30	0,20
5	Persaingan produk sejenis berbahan baku lain	0,05	1,50	0,07
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>0,87</b>
<b>Selisih O-T</b>				<b>0,90</b>

Tabel EFAS menunjukkan, faktor eksternal yang menjadi peluang (O) bagi pengembangan UMKM ini memiliki skor yang hampir merata pada semua faktor. Dukungan pelatihan dan pendampingan dari pemangku kepentingan memiliki skor yang sedikit lebih tinggi. Artinya dukungan dari pemerintah dan perguruan tinggi, baik dalam bentuk pelatihan, bantuan maupun riset, juga menjadi faktor eksternal positif yang memberikan pengaruh signifikan. Kondisi ini bersesuaian dengan hasil penelitian Rizky et al (2024) bahwa kebijakan pemerintah dan

Kerjasama dengan institusi penelitian dan pengembangan menjadi strategi yang dapat diimplementasikan pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas usahanya. Sementara Andarini et al. (2024), Mengemukakan bahwa Strategi yang direkomendasikan untuk meningkatkan daya saing mencakup kolaborasi kemitraan, pemanfaatan teknologi, serta pelatihan untuk peningkatan kapasitas SDM. Kolaborasi dengan pemerintah, institusi pendidikan, dan sektor swasta memainkan peran strategis dalam menyediakan dukungan teknis maupun finansial yang dibutuhkan. (Wikansari et al., 2025)

Mitra penjualan di supermarket dan mall menjadi saluran distribusi yang menjanjikan. Hasil wawancara memberikan informasi bahwa adanya kemitraan dengan sistem titip jual pada supermarket dan pusat perbelanjaan (Mall) menjadi strategi dalam membantu memperluas jangkauan pasar dan promosi produk. Menurut Marpaung et al (2021), menerapkan strategi pemasaran yang efektif dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan menguatkan daya saing. Sejalan dengan apa yang disampaikan Ariyanti et al. (2024) bahwa adaptasi pemasaran yang relevan dan tepat dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM. Sementara Zunaidah et al. (2021) menekankan pentingnya peranan Bumdes dalam mendukung pengembangan UMKM melalui bantuan pemasaran.

Tabel 3. Matriks SWOT Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha

Internal / Eksternal	Peluang (O)	Ancaman (T)
<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Strategi SO (Agresif)</b> 1. Memfaatkan tren pangan sehat dan dukungan pemerintah dengan mengoptimalkan legalitas usaha (NIB, PIRT, Halal, HAKI) untuk memperluas pasar. 2. Mengembangkan produk diversifikasi (keripik sukun, tepung sukun, olahan turunan) untuk menjawab kebutuhan pasar dan meningkatkan daya saing.	<b>Strategi ST (Diversifikasi/Defensif)</b> 1. Menggunakan teknologi pengolahan (tepung sukun) untuk mengurangi risiko fluktuasi bahan baku musiman. 2. Mengoptimalkan keunikan produk berbasis pangan lokal untuk mengurangi risiko peniruan produk oleh pesaing. 3. Memanfaatkan jejaring mitra (pemerintah/CSR) untuk mengantisipasi ketidakpastian kebijakan mitra penjualan.

**Internal /  
Eksternal**

**Peluang (O)**

**Ancaman (T)**

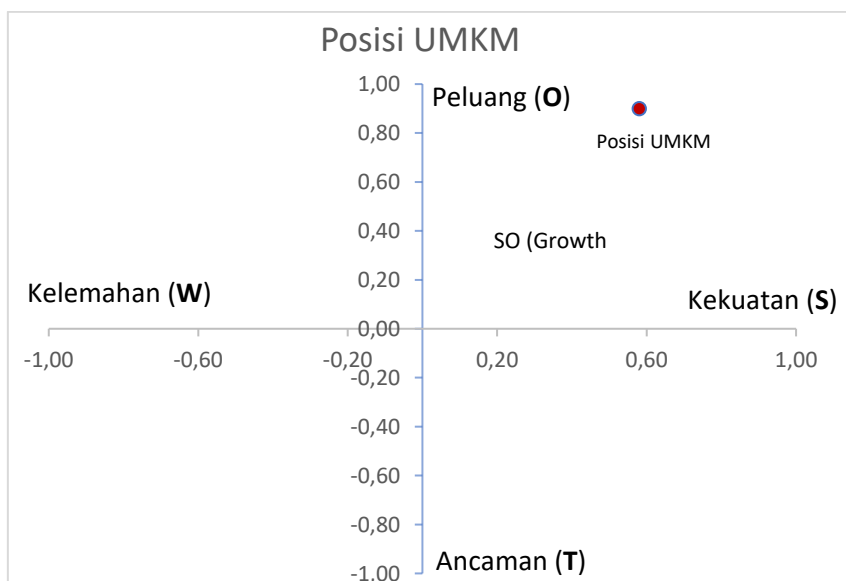
Memanfaatkan pemasaran digital dan e-commerce untuk meningkatkan visibilitas produk lokal dan menembus pasar regional/nasional.

**Strategi WO (Turnaround) 1.**

Peningkatan kapasitas SDM melalui **Strategi WT (Defensif/Survival) 1.** pelatihan digital marketing dan Menyusun manajemen risiko rantai pasok manajemen usaha agar mampu dengan sistem penyimpanan bahan baku mengoptimalkan peluang pasar. 2. (pascapanen) untuk mengurangi

**Kelemahan (W)**

Memperbaiki sistem produksi dan ketergantungan pada musim panen. 2. manajemen kualitas agar dapat Melakukan efisiensi produksi agar tetap memenuhi standar pasar modern dan bertahan menghadapi fluktuasi harga permintaan konsumen yang bahan baku. 3. Mengadopsi inovasi meningkat. 3. Mengembangkan sederhana dalam produksi untuk menjaga kemitraan dengan keberlanjutan usaha meski sumber daya UMKM/komunitas lokal untuk terbatas. memperluas jaringan distribusi.



Gambar 2. Posisi UMKM pada Diagram SWOT Peningkatan Kapasitas Usaha

## Interpretasi Kuadran SWOT UMKM BUMDes Teamalala

Hasil analisis matriks IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa nilai selisih faktor internal (S–W) sebesar 0,58 dan selisih faktor eksternal (O–T) sebesar 0,90, sehingga titik koordinat posisi usaha berada pada (0,58 ; 0,90). Titik ini menempatkan UMKM BUMDes Teamalala pada Kuadran I (Strategi Agresif/Growth). Posisi ini menggambarkan bahwa usaha pengolahan sukun memiliki kekuatan internal yang relatif tinggi serta lingkungan eksternal yang penuh dengan peluang, sehingga strategi pengembangan usaha yang paling tepat adalah strategi agresif, yaitu dengan memaksimalkan kekuatan untuk mengeksploitasi peluang yang tersedia..

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan posisi usaha yang berada pada Kuadran I (agresif), UMKM BUMDes Temmappettue memiliki kekuatan serta peluang yang besar untuk berkembang. Kondisi ini menjadi dasar bagi penerapan strategi utama yang berfokus pada ekspansi dan diversifikasi produk, pemanfaatan teknologi, serta pengembangan kemitraan dengan pihak eksternal. Selain itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan optimalisasi pemasaran digital juga menjadi prioritas penting. Pendekatan strategis ini diharapkan mampu mendorong UMKM BUMDes Temmappettue untuk berkembang menjadi pusat pengolahan pangan lokal unggulan berbasis sukun yang berdaya saing tinggi.

## Daftar Pustaka

- Andarini, S., Ikaningtyas, M., Putri, R. K., Fitria, A. D., & Kartika, R. W. (2024). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 698–707.
- Ariyanti, M., Farida, A. L., Sugestie, P. F., & Prasetyo, A. (2024). Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pengembangan Usaha Berbasis Digital. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 15(1), 149–153.
- Asfar, M., Hasizah, A., Sukmawati, A., Mangkona, A.L., Ramadhan, Bulla, M.N., Adriansyah, A.R., & Irhas. (2024). Peningkatan Nilai Tambah Hasil Pertanian dan Perkebunan Melalui Teknologi Pengolahan Berbasis UMKM di Kabupaten Bone. *Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Bone*.
- Eka, D., Diah, Y. M., Taufik, T., Bunga, C. A. C., Putriana, V. N., Febianti, D., Sari, D. P., Rosalinda, R., & Arifuddin, Z. (2022). Peranan Kompetensi SDM dalam Meningkatkan Industri UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Palembang. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 3(1), 39–44.
- Farida, N., Kurniastuti, T., & Septiawan, B. (2023). Pelatihan dan pendampingan legalitas usaha produk makanan UMKM berbasis produk halal. *Jurnal Altifani Penelitian Dan*

- Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(5), 706–713.
- Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi umkm: peningkatan kapasitas melalui program literasi digital. *Jurnal Signal*, 11(1), 104–119.
- Kurniawati, I. F., & Sutoyo, S. (2021). Review Artikel: Potensi Bunga Tanaman Sukun (Artocarpus Altilis [Park. I] Fosberg) Sebagai Bahan Antioksidan Alami: Article Review: The Potention Of Breadfruit Flowers (Artocarpus Altilis [Park. I] Fosberg) As Natural Antioxidant. *Unesa Journal of Chemistry*, 10(1), 1–11.
- Kusuma, G. P. E., & Nurkariani, N. L. (2022). SWOT Analysis as The Basis of The Marketing Mix in Increasing Income in PT. Elteha International Singaraja. *International Journal of Social Science and Business*, 6(1), 72–76.
- Majid, A., & Faizah, E. N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(2), 52–63.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 294–300.
- Monalisa, I., Sidabutar, R. T. Y., Ardana, T. N., & Situmorang, F. D. (2025). Pengembangan Kapasitas Manajerial UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Melalui Inovasi Teknologi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 102–110.
- Nataliningsih, N., Suseno, G. P., & Juliana, E. (2023). Penyuluhan Pengolahan Sukun Menjadi Beberapa Jenis Olahan Makanan pada Kelompok Tani Amanah, Desa Cipanileman, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung. *E-Coops-Day*, 4(1), 139–148.
- Noviasari, S., Rahma, Y. H., Nilda, C., & Safriani, N. (2023). Peluang dan potensi sukun (Artocarpus altilis) sebagai ingredient pangan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 8(1), 221–229.
- Nurkariani, N. L., Permoni, N. L. E. A., & Juli, P. N. A. (2024). Pengembangan Strategi Promosi UMKM: Studi Kasus pada UD. Kharisma Produsen Kue Tradisional. *ABDI SATYA DHARMA*, 2(2).
- Nurwandri, A., & Marzuki, D. (2023). Sosialisasi sertifikasi produk halal bagi pelaku umkm di desa air teluk hessa, kecamatan air batu, kabupaten asahan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 3(3).
- Pajri, M. (2024). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 2(4), 226–236.
- Primadhita, Y., Budiningsih, S., Wicaksana, I., & Melani, A. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital, Kualitas Produk, Dan Inovasi Hijau Terhadap Kinerja UMKM Makanan Dan Minuman. *Jurnal Manajemen & Bisnis Digital*, 2(1), 49–61.
- Rahman, S. (2021). *Pengembangan industri kuliner berbasis makanan tradisional khas Sulawesi*. Deepublish.
- Rizky, C., Anwar, Y., Ardian, N., & Suharsono, R. P. (2024). STRATEGI PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA PELAKU UMKM DESA MELALUI OPTIMASI PLATFORM DIGITAL DALAM ASPEK PRODUKSI, PEMASARAN DAN PERMODALAN. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambei Manoktok Hitei*, 4(2), 235–241.
- Sulfiana, S., Deoni, A. S. A. R., & Ibrahim, H. (2022). Pemberdayaan Petani Kakao Melalui Kegiatan Program READSI (Rural Empowerment And Agricultural Development Scaling-Up Initiative)(Studi Kasus di Desa Kalotok Kecamatan Sabbang Selatan Kabupaten Luwu Utara). *Tarjih Agriculture System Journal*, 2(1), 67–79.
- Syuhada, W., Nugraha, A. T., Sugianto, H., & Hardikusuma, A. (2023). Strategi peningkatan

- kualitas pelaku UMKM di kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 8(01), 73–82.
- Wikansari, R., Kurniawati, R., Prasaja, D., & Helvianto, A. W. (2025). PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF OLAHAN TEMPE UNTUK PASAR EKSPOR: STUDI KASUS UMKM DI BOGOR, JAWA BARAT. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 8(1), 19–30.
- Yordan Hermawan Apidana, & Pradita, N. (2024). Faktor Penentu Adopsi Pemasaran Media Sosial di Kalangan Petani Milenial Kabupaten Banyumas: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmu Agribisnis dan Pembangunan Pedesaan*, 3 (2), 1-26.
- Yustika, Y., Apnilawati, Y., & Jayusman, S. F. (2022). Peningkatan Kapasitas UMKM Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital. *Journal Liaison Academia and Society*, 2(1), 33–38.
- ZALSABILLA, K. D. (2025). *GAYA KEPEMIMPINAN GENERAL MANAGER UNIT KEGIATAN MAHASISWA (UKM) BADAN PENYELENGGARA RADIO SIARAN (BPRS) "EDUCATIONAL RADIO" ERAFMUNJ PERIODE KEPENGURUSAN 2024-2025*. UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA.
- Zunaidah, A., Askafi, E., & Daroini, A. (2021). Peran usaha bumdes berbasis pertanian dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, 21(1), 47–57.