
STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM GULA SEMUT DALAM PENINGKATAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DESA OEBOU DAN DESA OETEFU KABUPATEN ROTE NDAO

Oleh

Jeko Jermias Salle¹, Maria Indriyani Hewe Tiwu², Cicilia A. Tungga³

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang

E-Mail: sallejeko03@gmail.com

Article History:

Received: 17-08-2025

Revised: 22-08-2025

Accepted: 20-09-2025

Keywords:

UMKM, Gula Semut, Strategi Pengembangan, Perekonomian Desa, Rote Ndao

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) gula semut dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Oebou dan Desa Oetefu, Kabupaten Rote Ndao. UMKM gula semut memiliki potensi besar sebagai sumber ekonomi lokal karena ketersediaan bahan baku berupa pohon lontar yang melimpah dan telah menjadi bagian dari kearifan lokal masyarakat setempat. usaha ini masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, teknik pengolahan yang masih sederhana, kualitas produk yang rendah, serta akses pemasaran yang terbatas. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM gula semut yang efektif meliputi peningkatan kapasitas produksi melalui pelatihan dan inovasi teknologi, penguatan akses permodalan, perbaikan kualitas produk dan kemasan, serta perluasan jaringan pemasaran melalui kolaborasi dengan instansi terkait. Dengan penerapan strategi yang tepat, UMKM gula semut dapat berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal di Kabupaten Rote Ndao.

PENDAHULUAN

Wirausaha merupakan salah satu pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian, karena bidang wirausaha mempunyai kebebasan untuk berkarya. Jika seseorang mempunyai kemauan dan keinginan serta siap untuk berwirausaha berarti seseorang itu mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, dan tidak perlu mengandalkan orang lain maupun perusahaan lain untuk mendapatkan pekerjaan (Ranto, 2007). Faktor pengembangan industri sangat ditentukan oleh kemampuan berwirausaha

yang bersangkutan, motivasi, lingkungan kerja, penambahan modal dan pemberian intensif pada karyawan. Apabila seorang pengusaha mampu memadukan 4 (empat) hal tersebut dalam satu kesatuan, maka dapat dikatakan usahanya akan dapat mengalami kemajuan dan perkembangan yang cukup pesat. Setidaknya dari keempat faktor tersebut seorang pengusaha harus mampu mengembangkan kemampuan berwirausahanya, terlebih lagi pada situasi krisis multidimensi dewasa ini.

Pertumbuhan dunia usaha di Indonesia yang semakin berkembang tidak lepas dari peranan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, yaitu sebesar 99,6 persen. Sementara itu, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 56,7 persen. UMKM merupakan salah satu pendukung pertumbuhan ekonomi terbesar. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (2008), Indonesia memiliki 51,4 juta unit UMKM atau sekitar 99,91 persen dari total pelaku usaha bergerak di sektor UMKM (2009). Terdapat 97,1 persen (sekitar 90,9 juta) tenaga kerja di negeri ini yang bergantung pada sektor UMKM. Dengan jumlah penduduk 237,6 juta (2010) dan SDA yang dimiliki seharusnya Indonesia memiliki basisbasis UMKM yang kuat (Adiwinansa, 2015).

Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Rote Ndao dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat setempat. Namun demikian sampai saat ini masih terdapat permasalahan signifikan yang harus dihadapi UMKM yaitu pada aspek permodalan, baik kemampuan penyediaan modal maupun pengelolaannya. Usaha kecil menengah yang ada di Kabupaten Rote Ndao memiliki peran dan kontribusi yang cukup besar dalam perekonomian.

Tabel 1 Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Rote Ndao 2022-2024

Lapangan Usaha	Jumlah Usaha dan Tenaga Kerja Berdasarkan Lapangan Usaha					
	Jumlah Usaha			Tenaga Kerja		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Sandang	682	813	823	846	967	977
Makanan dan Minuman	1.504	1.509	1.548	5.288	5.499	5.611
Logam dan Elektronik	19	22	22	50	52	52
Kimia dan Bahan Bangunan	153	159	159	503	534	534
Kerajinan	109	111	119	124	196	204
Jumlah	2.467	2.614	2.671	6.811	7.248	7.378

Sumber; BPS Kabupaten Rote Ndao 2024

Salah satu jenis UMKM yang ada di Kabupaten Rote Ndao adalah usaha gula semut. Gula semut merupakan suatu produksi pengolahan pangan, yaitu yang berasal dari lontar. Pohon ini banyak tumbuh liar di lahan perkebunan masyarakat dan menjadi salah satu sumber mata pencaharian. Dengan adanya pohon lontar masyarakat membangun sejumlah kearifan lokal. Berdasarkan data Dinas Pertanian, Tanaman Pangan Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Rote Ndao, terdapat perkebunan lontar seluas 15.398 Ha dengan kapasitas produksi 5.213 ton per tahun yang dihasilkan oleh 25.530 rumah tangga

perkebunan. Kemampuan yang dimiliki masyarakat Desa Oebou dalam memproduksi gula semut, dapat meningkatkan nilai jual dari sumber daya nira yang melimpah. nira tersebut di produksi kemudian menjadi gula merah dan gula semut yang memiliki nilai jual lebih tinggi.

Tabel 2 Data UMKM Gula Merah/Semut Di Desa Oebou dan Desa Oetefu (2023-2024)

No	Nama Desa	Tahun (Jumlah UMKM)	
		2023	2024
1	Desa Oebou	14	17
2	Desa Oetefu	15	14

Sumber: Data di Olah Peneliti, 2024.

Sebagai salah satu hasil dari alam, gula semut merupakan sektor yang memiliki peran strategis dalam perekonomian lokal, terutama di daerah penghasil lontar seperti Desa Oebou dan Desa Oetefu. Gula semut juga merupakan salah satu bahan makanan yang terkadang menjadi barang yang langka di pasaran. Mengapa demikian, karena dalam proses pembuatan gula semut cukup membutuhkan waktu yang lama. Proses pembuatan gula semut memiliki berbagai macam proses dalam pembuatannya sehingga dapat memperoleh gula semut dengan hasil yang berkualitas, dibutuhkan ketelatenan, keuletan, dan kesabaran yang tinggi untuk memproduksi gula semut yang berkualitas dapat di produksi hanya dengan cara tradisonal (Hidayat, 2021).

Nilai ekonomis yang dimiliki oleh produk gula semut berdampak pada perekonomian masyarakat desa. Namun, proses produksi gula semut ditingkat petani yang di lakukan dengan peralatan yang sangat sederhana, menyebabkan gula semut yang di hasilkan para pengrajin (petani) tidak dapat bertahan lama, kelemahan juga terletak pada harga jual gula semut yang sangat fluktuatif. Disamping itu, pemasaran gula semut hasil produksi masyarakat desa masi terkendala dengan kemasan, yang hanya menggunakan daun pisang atau di bungkus di plastik bening.

Faktor masalah yang masih dihadapi meliputi teknik pengolahan yang masih sederhana, rendahnya kualitas gula semut, akses pemasaran yang terbatas, masih adanya pembuatan tuak oleh sebagian masyarakat. Meski demikian, UMKM ini berpotensi untuk dikembangkan sebagaimana yang dinyatakan oleh Islamiyah (2020), bahwa posisi industri ini berada di posisi kordinat positif. Artinya kondisi lingkungan perusahaan didominasi oleh faktor internal yang menandakan situasi industri pengolahan gula semut sangat menguntungkan untuk dikembangkan. Berbagai faktor yang menghambat industri ini sehingga diperlukan strategi dalam pengembangannya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan diatas, peneliti merasa perlu untuk meneliti tentang “Strategi Pengembangan Umkm Gula Semut Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Desa

Oebou Desa Oetefu Kabupaten Rote Ndao”, untuk mengetahui strategi yang baik untuk penembangan UMKM gula semut yang ada di desa Oetefu dan desa Oebou.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM gula semut agar bisa

menjadi UMKM yang bisa menarik banyak pembeli dan juga untuk mengetahui komponen apa saja yang dibutuhkan dalam pengembangan UMKM gula semut. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Menurut Suguyino (2019) Metode kualitatif sering disebut metode penelitian neuralistic. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif yang bertujuan untuk mengangkat fakta, keadaan, variabel dan fenomena-fenomena yang terjadi ketika penelitian berlangsung dan menyajikan apa adanya sehingga dapat memahami bagaimana strategi dan apa komponen dalam pengembangan UMKM gula semut. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini berupa informasi tentang kebijakan apa saja yang dibuat dalam rangka pengembangan UMKM gula semut dan apa saja yang menjadi keluhan dan kebutuhan masyarakat pada masing- masing UMKM gula semut berdasarkan hasil wawancara dan kuisisioner. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan menggunakan deskriptif kualitatif yang di padukan dengan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor external peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan sehingga dari analisis tersebut dapat diambil suatu keputusan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat merumuskan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities). Namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Theats). Proses pengambilan keputusan selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan suatu strategi harus menganalisis faktor- faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini (Rangkuti, 2013:19).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Produksi Gula semut Di Desa Oebou dan Desa Oetefu

Faktor-Faktor Produksi (sumber-sumber daya) merupakan bahan baku yang disediakan oleh alam atau yang diciptakan oleh manusia untuk digunakan memproduksi barang dan jasa. Faktor-aktor produksi yang tersedia dalam perekonomian akan menentukan sampai dimana suatu negara dapat menghasilkan barang dan jasa. Faktor-faktor produksi inilah yang digunakan sebagai input dalam kegiatan produksi. Menurut Ahmad Nasrudi (2019) Faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian dibedakan dalam 4 (empat) jenis, yaitu:

1. Sumber Daya Alam
2. Tenaga kerja
3. Modal
4. Keahlian Memproduksi Kewirausahaan
5. Produk gula semut
6. Kebijakan Pemerintah

Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Desa Oebou

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih fleksibel tentang analisis SWOT yang dilakukan, maka perlu digunakan tabel faktor internal dan eksternal berupa wawancara kepada informan. Untuk mengetahui penilaian dan pembobotan masing-masing faktor internal dan eksternal, informan diminta untuk memberikan pendapat dan penilaian tentang

setiap faktor.

Setiap jawaban diberi diberi skor secara individual dengan mengikuti aturan penilaian skala (1-4), Bobot dihitung berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing faktor. Untuk mengetahui penilaian dan pembobotan masing-masing faktor internal dan eksternal, informan diminta untuk memberikan pendapat dan penilaian tentang setiap faktor sehingga dapat diketahui prioritas dan tingkat kepentingan masing-masing faktor. Faktor Kekuatan dan peluang dinilai dari 4 hingga 1. Faktor Kelemahan dan Ancaman dari 1 hingga 4. Berdasarkan jawaban responden, nilai setiap item pertanyaan dijumlahkan dan dimasukkan ke dalam kolom total untuk dijumlahkan. Dari total nilai setiap pertanyaan dibagi dengan jumlah responden, nilai tersebut dimasukkan dalam kolom rating.

Untuk menentukan bobot setiap item pertanyaan, dilakukan dengan membagi masing-masing nilai pada kolom total dibagi dengan jumlah total keseluruhan. Selain itu, kolom skor diperoleh dari bobot setiap item pertanyaan dikalikan dengan rating setiap item pertanyaan.

Tabel 3 IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) Desa Oebou

Faktor Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan			
Keahlian diperoleh secara turun temurun	0.15	4	0.6
Ketersediaan bahan baku diperoleh	0.13	4	0.52
Produk gula semut unik dan memiliki ciri khas	0.12	3	0.36
Produksi secara <i>continue</i>	0.12	3	0.36
Kelemahan			
Pengemasan Produk Yang Masih Sedehana	0.12	3	0.36
Kurangnya media promosi	0.08	2	0.16
Produk belum dikenali lebih luas	0.08	2	0.16
Proses pengering masih menggunakan sinar matahari	0.12	3	0.36
Total	1.00	26	3.04

Sumber: Data diolah 2024

Dari tabel ini dapat dijelaskan bahwa bobot menunjukkan tingkat kepentingan relatif dari masing-masing faktor terhadap keberhasilan atau hambatan usaha produksi gula semut. Nilainya berada antara 0,00 – 1,00, dan jumlah seluruh bobot harus 1,00.

1. Semakin besar bobot, semakin penting atau dominan faktor tersebut dalam memengaruhi kondisi internal usaha.
2. Sebaliknya, semakin kecil bobot, maka faktor tersebut dianggap kurang dominan atau berdampak kecil terhadap keberlangsungan usaha.

Contoh:

- a. Faktor "Keahlian diperoleh secara turun-temurun" memiliki bobot 0,15, artinya ini dianggap faktor kekuatan paling dominan dibanding faktor lainnya.
- b. Sedangkan "Kurangnya media promosi" hanya diberi bobot 0,08, menunjukkan bahwa faktor ini masih penting tetapi dampaknya tidak sebesar faktor lainnya.

**Tabel 4 EFAS (Eksternal Strategic Factors Analysis Summary)
Desa Oebou**

Faktor Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang			
Adanya perhatian dan dukungan Pemerintah	0.13	4	0.52
Perkembangan teknologi	0.11	2	0.22
Terbukanya peluang pasar secara meluas	0.12	3	0.36
Mempunyai Pelanggan Tetap	0.09	2	0.18
Berpeluang diversifikasi produk	0.11	3	0.33
Ancaman			
Faktor cuaca tidak menentu	0.14	4	0.56
Adanya persaingan usaha	0.09	2	0.18
Produk belum dikenal luas	0.08	2	0.16
Harga produk gula semut berfluktuasi	0.13	4	0.52
Total	1.00	26	3.03

Sumber: Data diolah 2024

Dalam Tabel EFAS (External Factor Analysis Summary), bobot mencerminkan tingkat kepentingan relatif dari setiap faktor eksternal, baik itu peluang maupun ancaman, terhadap keberlangsungan usaha gula semut.

1. Nilai bobot berada pada skala 0,00 – 1,00, dan jumlah seluruh bobot harus 1,00.
2. Semakin besar bobot, berarti faktor tersebut semakin penting dan berpengaruh secara eksternal.
3. Semakin kecil bobot, berarti pengaruhnya dianggap kurang dominan terhadap kelangsungan usaha. Contoh:
 - a. Faktor cuaca tidak menentu” diberi bobot 0,14, menunjukkan bahwa ini adalah ancaman besar karena berpengaruh langsung pada proses produksi (pengeringan).
 - b. Sebaliknya, “Produk belum dikenal luas” hanya berbobot 0,08, menandakan pengaruhnya relatif lebih rendah dibanding faktor lain.

Berdasarkan dari hasil IFAS dan EFAS, maka dapat diambil tahap-tahap pengambilan keputusan untuk menyusun beberapa strategi yang digambarkan dengan diagram SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam memasarkan gula semut di Desa Oebou.

Tabel 5 Hasil IFAS dan EFAS

Kekuatan (<i>Strength</i>)	1.84
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	1.20
Peluang (<i>Opportunity</i>)	1.61
Ancaman (<i>Threat</i>)	4.41

Sumber : Data diolah 2024

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Oetefu

Tabel 6 IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) Desa Oetefu

Faktor Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan			
Keahlian diperoleh secara turun temurun	0.13	3	0.39
Ketersediaan bahan baku mudah diperoleh	0.15	4	0.6
Produk gula semut unik dan memiliki ciri khas	0.15	4	0.6
Produksi secara continue	0.13	3	0.39
Kelemahan			
Pengemasan Produk Yang Masih Sedehana	0.08	2	0.16
Kurangnya media promosi	0.08	2	0.16
Proses pengering masih menggunakan sinar matahari	0.14	4	0.56
Belum memiliki kerja sama dengan mitra usaha	0.07	2	0.14
Total	1	26	3.14

Sumber: Data diolah 2024

Bobot dalam analisis IFAS adalah nilai yang menunjukkan tingkat kepentingan relatif dari masing-masing faktor internal (baik kekuatan maupun kelemahan) terhadap keberhasilan usaha gula semut di Desa Oebou.

1. Nilai bobot berada dalam rentang 0,00 hingga 1,00, dan jumlah total bobot seluruh faktor harus sama dengan 1,00.
2. Semakin besar bobot, berarti faktor tersebut semakin penting dan dominan dalam mempengaruhi usaha.
3. Sebaliknya, bobot kecil menunjukkan faktor yang kurang berpengaruh atau relatif kurang prioritas.

Tabel 7 EFAS (Eksternal Strategic Factors Analysis Summary) Desa Oetefu

Faktor Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang			
Adanya perhatian dan dukungan pemerintah	0.14	4	0.56
Perkembangan teknologi	0.08	2	0.16
Terbukanya peluang pasar secara meluas	0.14	4	0.56
Mempunyai Pelanggan Tetap	0.12	3	0.36
Berpeluang diversifikasi produk	0.08	2	0.16
Ancamar			
Faktor cuaca tidak menentu	0.14	4	0.56
Adanya persaingan usaha	0.08	2	0.16
Produk belum dikenal luas	0.14	4	0.56
Harga produk gula semut berfluktuasi	0.08	2	0.16
Total	1	27	3.24

Sumber : Data diolah 2024

Tabel 7 diatas menunjukkan bahwa nilai total peluang dan ancaman adalah 3.24 nilai total ini menggambarkan bahwa pengembangan UMKM gula semut memiliki dukungan faktor eksternal yang sedang. Berdasarkan dari hasil IFAS dan EFAS, maka dapat diambil tahap-tahap pengambilan keputusan untuk menyusun beberapa strategi yang digambarkan dengan diagram SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam memasarkan gula semut di Desa Oetefu.

Tabel 8 Hasil IFAS dan EFAS

Kekuatan (<i>Strength</i>)	1.98
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	1.02
Peluang (<i>Opportunity</i>)	1.8
Ancaman (<i>Threat</i>)	1.44

Sumber : Data diolah 2024

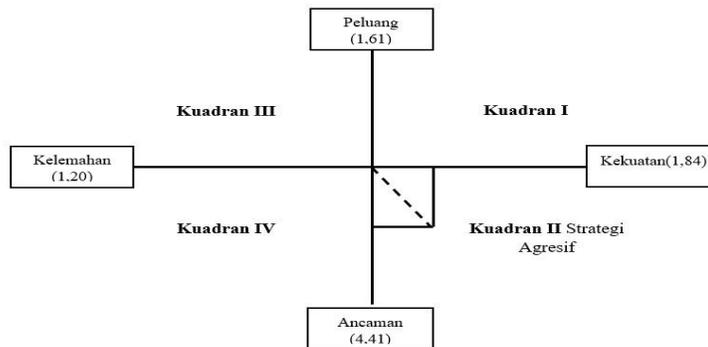
Diagram Kuadran SWOT, Matriks IE dan Matriks SWOT Desa Oebou dan Oetefu

1. Diagram Kuadran SWOT, Matriks IE dan Matriks SWOT Desa Oebou Untuk menentukan posisi organisasi, perhitungannya didasarkan pada selisih hasil sub total skor matriks faktor internal dan matriks faktor eksternal sehingga harus dicapai posisi x dan y, hasil dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{S - W}{2} = \frac{(1.84 - 1.20)}{2} = 0.32$$

$$Y = \frac{O - T}{2} = \frac{(1.27 - 1.04)}{2} = 0.12$$

Gambar 1
Diagram SWOT Desa Oebou

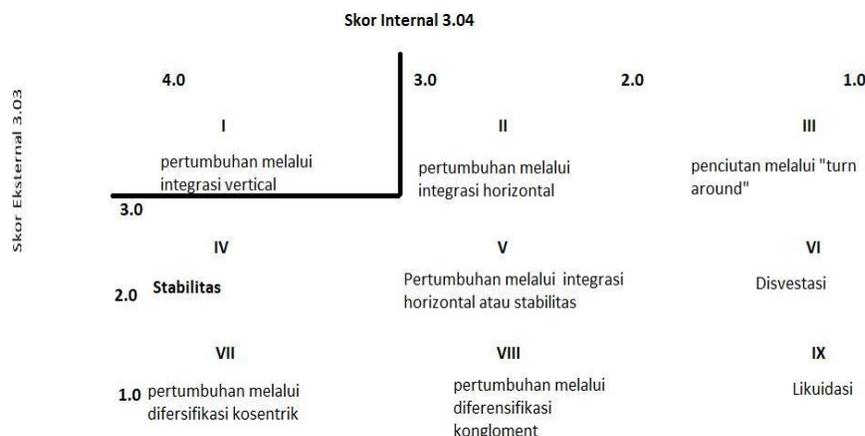


Berdasarkan Gambar 1 diatas, posisi pengembangan UMKM gula semut berada pada posisi II yang menandakan sebuah perusahaan yang kuat dan berpeluang, rekomendasi strategi yang diberikan adalah diversifikasi (Rangkuti, 2006). Meski menghadapi berbagai ancaman, pengembangan UMKM gula semut ini masih memiliki kekuatan internal. Dalam pelaksanaannya, strategi diversifikasi dapat dilakukan dengan menciptakan variasi atau inovasi produk dengan tetap menjaga kualitas produk gula semut.

Sedangkan berdasarkan hasil analisis matriks IE yang disusun dapat disusun dengan menjumlahkan sub total skor 3.04 menunjukkan bahwa kemampuan internal perusahaan tinggi dan eksternal mencapai rata-rata. Matriks IE dapat digambarkan sebagai berikut. Sedangkan berdasarkan hasil analisis matriks IE yang disusun dapat disusun dengan menjumlahkan sub total skor 3.04 menunjukkan bahwa kemampuan internal perusahaan tinggi dan eksternal mencapai rata-rata.

Matriks IE dapat digambarkan sebagai berikut:

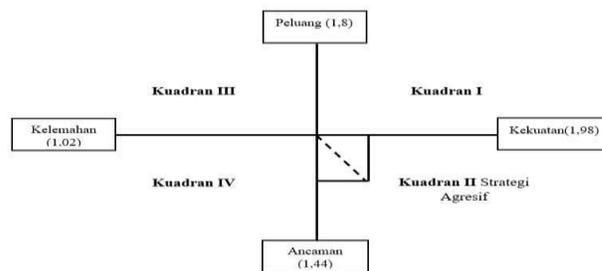
Gambar 2 Matrix IE Desa Oebou



2. Diagram Kuadran SWOT, Matriks IE dan Matriks SWOT Desa Oetefu

Untuk menentukan posisi organisasi, perhitungannya didasarkan pada selisih hasil sub total skor matriks faktor internal dan matriks faktor eksternal sehingga harus dicapai posisi x dan y, hasil dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

Gambar 3 Diagram SWOT Desa Oetefu



Berdasarkan Gambar 3 diatas, posisi pengembangan UMKM gula semut berada pada posisi II yang menandakan sebuah perusahaan yang kuat dan berpeluang, rekomendasi strategi yang diberikan adalah diversifikasi (Rangkuti, 2006). Meski menghadapi berbagai ancaman, pengembangan UMKM gula semut ini masih memiliki kekuatan internal. Dalam pelaksanaannya, strategi diversifikasi dapat dilakukan dengan menciptakan variasi atau inovasi produk dengan tetap menjaga kualitas produk gula semut.

Gambar 4 Matrix IE Desa Oetefu



Alternatif Strategi Desa Oebou dan Desa Oetefu

Rangkuti (2009) menjelaskan bahwa matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan 4 kemungkinan alternatif strategis.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM gula semut dalam peningkatan perekonomian masyarakat Desa Oebou dan Desa Oetefu Kabupaten Rote Ndao. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan UMKM gula semut di kedua desa tersebut dapat dilakukan dengan menerapkan strategi yang tepat.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM gula semut di Desa Oebou dan Desa Oetefu memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan usaha. Kekuatan yang dimiliki oleh UMKM gula semut adalah kualitas produk yang baik, pengalaman produksi yang lama, dan potensi pasar yang besar. Kelemahan yang dimiliki adalah keterbatasan modal, kurangnya kemampuan pemasaran, dan kurangnya teknologi produksi. Strategi pengembangan UMKM gula semut di Desa Oebou dan Desa Oetefu dapat difokuskan pada:

1. Meningkatkan kualitas produk dan diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah dan meningkatkan daya saing.
2. Mengembangkan pemasaran yang efektif, seperti pemasaran online dan offline, untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk gula semut.
3. Meningkatkan kemampuan manajemen keuangan dan operasional UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas usaha.
4. Mengembangkan kemitraan dengan stakeholders, seperti pemerintah dan lembaga keuangan, untuk memperoleh dukungan dan sumber daya yang diperlukan untuk meningkatkan usaha.

Dengan menerapkan strategi pengembangan yang tepat, UMKM gula semut di Desa Oebou dan Desa Oetefu dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dengan cara meningkatkan pendapatan masyarakat melalui peningkatan penjualan dan produksi gula semut dan Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengembangan usaha dan meningkatkan kemandirian masyarakat.

Pemasaran gula semut di kedua desa masih bersifat lokal dan tradisional. Penjualan umumnya dilakukan langsung dari rumah produksi ke konsumen, atau biasa di jual di pasar-pasar tradisional terdekat. Keterbatasan jangkauan pemasaran di kedua desa sangatlah kurang, meskipun sudah memiliki pelanggan tetap. Namun jangkauan pemasarannya masih belum meluas. Kurangnya media untuk mempromosikan gula semut menjadi salah satu kelemahan yang menghambat produk dikenal lebih luas. Peluang pasar yang meluas dan perkembangan teknologi yang bisa dimanfaatkan seperti pemasaran online. Peluang ini menunjukkan bahwa potensi pasar sebenarnya ada, namun belum diterapkan secara optimal oleh para pelaku UMKM.

Dalam keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM gula semut di Desa Oebou dan Desa Oetefu dapat dilakukan dengan menerapkan strategi yang tepat dan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan demikian, UMKM gula semut dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan mencapai tujuan jangka panjang.

Berdasarkan teori strategi yang dikemukakan oleh Anthony, Parrewe, dan Kacmar (2013) serta David (2011), pengembangan UMKM gula semut di Desa Oebou dan Desa Oetefu dapat dilakukan dengan merumuskan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi ini dapat berupa perluasan geografis untuk memperluas jangkauan pasar ke wilayah baru meliputi riset pasar tujuan untuk memahami preferensi konsumen, penyesuaian kemasan dan branding, serta penggunaan label yang sesuai untuk meningkatkan daya saing di pasar baru, diversifikasi produk Gula semut yang awalnya berbentuk batok atau cetakan padat, digunakan untuk memasak tradisional dan makanan khas daerah. Namun, dengan diversifikasi menjadi gula semut, produk ini menjadi lebih

praktis, higienis, dan mudah larut dalam air, sehingga cocok untuk pasar modern, ekspor, dan industri makanan/minuman kemasan, pengembangan produk baru, atau penetrasi pasar.

Perencanaan strategis merupakan proses analisis, perumusan, dan evaluasi strategi-strategi yang meliputi pengamatan persaingan, peraturan, dan faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman (Rangkuti, 2014). Dalam pengembangan UMKM gula semut, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dapat dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM tersebut.

Tahapan proses strategi menurut David (2011) dapat diterapkan dalam pengembangan UMKM gula semut, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi dan pengawasan. Perumusan strategi meliputi pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, analisis kekuatan dan kelemahan internal, serta merumuskan tujuan jangka panjang. Implementasi strategi meliputi pengembangan strategi pendukung, seperti pengembangan produk, pemasaran, dan manajemen keuangan. Evaluasi strategi dan pengawasan meliputi pengawasan terhadap seluruh aktivitas UMKM untuk memastikan bahwa strategi yang dipilih efektif dan efisien.

Dalam konteks penelitian ini, strategi pengembangan UMKM gula semut dapat difokuskan pada meningkatkan kualitas produk, diversifikasi produk, mengembangkan pemasaran yang efektif, dan meningkatkan kemampuan manajemen keuangan dan operasional UMKM. Dengan menerapkan tahapan proses strategi yang tepat, UMKM gula semut di Desa Oebou dan Desa Oetefu dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan mencapai tujuan jangka panjang.

Pengembangan UMKM gula semut di Desa Oebou dan Desa Oetefu juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang ada. Misalnya, dengan meningkatkan kualitas produk dan mengembangkan pemasaran yang efektif, UMKM gula semut dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Selain itu, dengan mengembangkan kemitraan dengan *stakeholders*, seperti pemerintah dan lembaga keuangan, UMKM gula semut dapat memperoleh dukungan dan sumber daya yang diperlukan untuk meningkatkan usahanya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian strategi pengembangan UMKM gula semut di Desa Oebou dan Desa Oetefu Kecamatan Rote Barat Daya Kabupaten Rote Ndao maka dapat disimpulkan:

1. Strategi pengembangan UMKM gula semut di Desa Oebou yaitu produk Keahlian diperoleh secara turun temurun, Ketersediaan bahan baku diperoleh, Produk gula semut unik dan memiliki ciri khas, Produksi secara continue sedangkan, kelemahannya yaitu Pengemasan produk yang masih sederhana, Kurangnya media promosi, Produk belum dikenali lebih luas, Proses pengering masih menggunakan sinar matahari, Belum memiliki kerja sama dengan mitra usaha. Dari permasalahan tersebut strategi pengembangan UMKM gula semut harus berfokus pada meningkatkan kualitas produk, diversifikasi produk, mengembangkan pemasaran yang efektif, dan meningkatkan kemampuan manajemen keuangan dan operasional UMKM. Dengan menerapkan

- tahapan proses strategi yang tepat, UMKM gula semut di Desa Oebou dan Desa Oetefu dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan mencapai tujuan jangka panjang.
2. Peluang pada pengembangan UMKM gula semut di Desa Oebou yaitu Adanya perhatian dan dukungan pemerintah, Perkembangan teknologi, Terbukanya peluang pasar secara meluas, Mempunyai Pelanggan Tetap, diversifikasi produk sedangkan ancamanya yaitu Faktor cuaca tidak menentu, Adanya persaingan usaha, Produk belum dikenal luas, Harga produk gula semut berfluktuasi.
 3. Alternatif strategi dalam pengembangan gula semut di Desa Oebou dan Desa Oetefu antara lain: Strategi (SO)
Mempertahankan persediaan bahan baku agar produksi terus dilakukan dan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mencapai produk yang berkualitas dan dapat bersaing dipasar internasional.

Strategi (WO)

Membuat kemasan produk yang menarik dan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yaitu platform media sosial seperti Facebook (Marketplace) Twitter mempromosikan produk gula semut guna membantu promosi untuk menarik pelanggan.

Strategi S-T

Menjaga ketersediaan bahan baku untuk mengantisipasi cuaca yang berubah-ubah, dan mempertahankan kualitas produk agar mampu bersaing dengan produk lain dan menjaga kestabilan harga apabila harga tidak menentu.

Strategi W-T

Menjaga kestabilan harga produk di psar agar dapat bersaing dengan para pesaing dan membuat kemasan yang menarik sehingga produk dapat bersaing dengan kemunculan produk sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al Islamiyah, S. (2020). Analisis faktor potensi pengembangan industri pengolahan gula merah lontar di Kabupaten Jeneponto. *Journal Of Agritech Science (JASc)*, 4(1), 1-12.
- [2] AL ISLAMIYAH, Syahmidarni. Strategi Pengembangan Industri Gula Merah Lontar Sebagai Resource Based Industry di Kabupaten Jeneponto. *AGRITEKNO: Jurnal Teknologi Pertanian*, 2021, 10.1: 36-44.
- [3] Arianti, Y. S., & Waluyati, L. R. (2019). Analisis nilai tambah dan strategi pengembangan agroindustri gula merah di Kabupaten Madiun. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(2), 256-266.
- [4] Arianti, Y. S., & Waluyati, L. R. (2019). Analisis nilai tambah dan strategi pengembangan agroindustri gula merah di Kabupaten Madiun. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(2), 256-266.
- [5] Arseto, D. D., Mardayanti, I., Haratikka, H., Gunawan, D., Khairunnizar, M. A.,
- [6] Arfah, Y., ... & Sarwoto, S. (2024). Pendampingan Pengemasan dan
- [7] Pemberian Label Merek pada UMKM Gula Merah di Desa Paya Lombang. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 288- 294.
- [8] *Biologi*), 12(1), 101. <https://doi.org/10.24127/bioedukasi.v12i1.3760>
- [9] *Ekonomi Universitas Tanjungpura*), 8(2), 67-76.

- [10] Fahrizal, F., Jasman, J., & Nggandung, Y. (2019, December). Kajian Alat dan Mesin Dalam Perencanaan Industri Gula Semut Lontar Skala Rumah Tangga Di Provinsi Nusa Tenggara Timur. In *Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M)* (Vol. 4, No. 1, pp. 50-55).
- [11] Firdausi, M. F. (2022, November). Peningkatan Market Value Usaha Kecil Menengah (UKM) Gula Merah Melalui Desain Brand Labelling dan Kemasan.
- [12] Gula Reduksi Pada Gula Semut Dari Nira Aren Yang Dipengaruhi Ph Dan
- [13] Kadar Air. *BIOEDUKASI (Jurnal Pendidikan)*
<https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- [14] In *Progress Conference* (Vol. 5, No. 2, pp. 268-274). Indonesia. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 63-83. Kemasan Pontianak. *JAACFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas*
- [15] Maemonah, S. (2015). Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di
- [16] Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. *Economics Development Analysis Journal*, 4(4), 414426.
- [17] Mustafa, A. (2020). PERBAIKAN PRODUKSI GULA SEMUT UKM MAMA GARDEN DENGAN APLIKASI MESIN PENGERING DAN MESIN
- [18] pada era new normal untuk pertumbuhan ekonomi di Sumatera, PENGHALUS (DISK MILL). *Jurnal Dinamika Pengabdian (JDP)*, 6(1), 71- Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di “Mas Pack” Terminal
- [19] Sabuna, D., & Ruslan, K. (2023). Analisis Pengaruh Dana Desa Terhadap Kemiskinan di Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Statistika Terapan (ISSN 2807-6214)*, 3(01), 27-36.
- [20] Suciati, R., Utami, K., & Jaya, B. P. M. (2021). Analisa SWOT strategi digitalisasi
- [21] Suwanti, S., Amalia, A., & Rasyid, R. A. (2021). Pengelolaan gula merah dalam peningkatan perekonomian masyarakat desa papalang kabupaten mamuju.
- [22] *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 18(2), 370-377. Universitas Tanjungpura, 8(2), 67-76. Wahyuni, S., Hermanto, B., & Yani, F. (2020). Pengolahan Gula Semut di Desa Mabar Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Serdang Bedagai. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 69-74.
- [23] Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) di “mas pack” terminal kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis*
- [24] Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran
- [25] Wilberta, N., Sonya, N. T., & Lydia, S. H. R. (2021). ANALISIS KANDUNGAN
- [26] Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah
- [27] Keputusan Presiden Nomor 127 Tahun 2001 tentang Bidang/Jenis Usaha yang dicadangkan untuk Usaha Kecil dan Bidang/ Jenis Usaha yang Terbuka untuk Usaha Menengah atau Besar dengan Syarat Kemitraan Energi
- [28] Keputusan Presiden Nomor 56 tahun 2002 tentang Restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah
- [29] Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- [30] Peraturan Menteri Negara BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan

- Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
- [31] Peraturan Menteri Negara BUMN Per-05/MBU/ tentang Program Kemitraan
 - [32] Badan Usaha Milik Negara
 - [33] Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan
 - [34] Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN