



Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Wisata Umbulrejo, Kapanewon Ponjong, Kabupaten Gunungkidul Berdasarkan Analisis SWOT

Nufa Nada Aqilah^{1)*}, Wahyu Widiyatmoko¹⁾, Yunus Aris Wibowo¹⁾, Siti Azizah Susilawati¹⁾

¹⁾Program Studi Pendidikan Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

*Correspondence: nufanadaaqilah2002@gmail.com

ABSTRAK

Desa Wisata Umbulrejo di Kapanewon Ponjong, Kabupaten Gunungkidul, memiliki potensi wisata alam dan budaya yang mendukung perkembangan UMKM. Meskipun terdapat berbagai jenis UMKM yang mencerminkan potensi ekonomi lokal, pemanfaatannya belum optimal sehingga belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi desa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dalam menentukan strategi pengembangan UMKM di Desa Wisata Umbulrejo. Terdapat 5 narasumber yang dilibatkan dalam penelitian ini, yaitu ulu-ulu (sie kesejahteraan), kepala dukuh, pengelola desa wisata, dan pelaku UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah SWOT dengan pendekatan matriks IFAS dan EFAS untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pengembangan UMKM di Desa Wisata Umbulrejo. Analisis SWOT kuantitatif menunjukkan bahwa Desa Wisata Umbulrejo lebih condong untuk meningkatkan keunggulan, kekuatan yang ada dan mengurangi kelemahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Desa Wisata Umbulrejo berada pada kuadran I atau strategi progresif, yang berarti memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal yang besar untuk berkembang. Strategi pengembangan UMKM di Desa Wisata Umbulrejo dapat dilakukan dengan mempromosikan produk khas dan unik kepada wisatawan melalui media sosial, pemasaran online, serta kerja sama dengan destinasi wisata dan toko oleh-oleh. Selain itu, pelaku UMKM perlu memastikan ketersediaan produk, mengembangkan inovasi produk dan kemasan, mengoptimalkan kapasitas produksi dan kualitas SDM, serta memperkuat citra produk lokal sebagai ciri khas Desa Wisata Umbulrejo.

Kata Kunci: UMKM; SWOT; Strategi Progresif; Desa Wisata Umbulrejo; Strategi Pengembangan

This is an open access article under the CC-BY license.



PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini menjadi salah satu industri yang mempunyai peran cukup penting dalam pembangunan nasional berbagai negara (Sihombing et al., 2023). Dengan adanya industri pariwisata dapat mengubah kehidupan masyarakat sekitar melalui pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, mempercepat pembangunan, dan mengurangi kemiskinan. Hal ini terjadi karena pariwisata Indonesia memiliki potensi yang begitu besar sehingga dapat menarik minat wisatawan. Pengertian pariwisata secara umum adalah segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan rekreasi dan hiburan yang bersifat sementara, serta didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah (Aswat et al., 2021). Dengan berkembangnya sektor pariwisata mampu memberikan kontribusi bagi pendapatan nasional melalui keindahan alam atau keanekaragaman kepada wisatawan yang berkunjung tanpa merusak alam. Adanya objek wisata dapat menumbuhkan usaha ekonomi yang menunjang kegiatannya sehingga pendapatan masyarakat dapat meningkat.

Dengan adanya objek wisata mempengaruhi munculnya pengusaha diberbagai sektor pendukung kegiatan wisata. Kegiatan yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitar objek wisata adalah dengan menggerakkan sektor UMKM sebagai pendorong pariwisata. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan usaha yang memiliki skala kecil dengan omset dan tenaga kerja yang terbatas. Hal tersebut memiliki peran yang penting dalam perekonomian, khususnya untuk perkembangan negara dengan memberikan kontribusi yang signifikan, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Bahar & Ginting, 2018). Pariwisata memegang peran penting dalam pengembangan UMKM dengan dapat mendorong

pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan dengan membuka peluang pasar yang lebih luas, mengembangkan produk lokal dengan melakukan pengembangan dan promosi produk lokal yang unik, sehingga memiliki daya jual yang tinggi.

Berkembangnya pariwisata dapat menggerakkan UMKM dan memiliki potensi yang besar sebagai sarana meningkatkan perekonomian masyarakat pada desa wisata. Desa wisata merupakan suatu konsep untuk mengembangkan desa dimana dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada untuk menarik wisatawan (Amrullah & Atmoko, 2021). Desa wisata merupakan wilayah administratif yang memiliki potensi wisata berasal dari kearifan lokal, seperti budaya, istiadat, komoditas masyarakat, bentang alam, yang dikelola untuk kepentingan sosial dan ekonomi masyarakat (Irhandayaningsih, 2019). Dengan melibatkan pemberdayaan masyarakat untuk mengembangkan dan mengelola perekonomian masyarakat, dapat meningkat adanya desa wisata dengan menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat, seperti pemandu wisata, pengrajin, dan pengelola homestay. Pemberdayaan UMKM dengan mendorong perkembangan pada kerajinan tangan, kuliner dan jasa lainnya. Seringkali wisatawan mencari produk lokal sebagai buah tangan yang memiliki ciri khas dari objek wisata yang dikunjungi. Berkembangnya pariwisata dapat meningkatkan infrastruktur seperti fasilitas umum, akomodasi, dan jalan. Hal tersebut tidak hanya bermanfaat bagi wisatawan tetapi meningkatkan kualitas masyarakat.

Desa Wisata Umbulrejo di Kapanewon Ponjong, Kabupaten Gunungkidul, merupakan salah satu desa wisata yang memiliki potensi wisata alam dan budaya yang beragam, di antaranya Bendungan Beton, Goa Cokro, Goa Gremeng, Goa Plalar, dan Bukit Mardedo Melikan Wanglu (BMMW). Selain potensi alam Desa Wisata Umbulrejo juga berusaha memberdayakan potensi masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan pariwisata, seperti pengembangan UMKM, pelatihan keterampilan, dan kegiatan yang melibatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata. Dengan adanya pelatihan, para pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam mengelola usaha, sehingga bisa bersaing dengan lebih baik (Sulastini et al., 2024).

UMKM di Desa Wisata Umbulrejo sangat bervariasi tergantung dari jenis usaha dan keunikan produknya. Bagi suatu desa wisata sering kali menarik wisatawan dengan produk lokal yang ada. Di Desa Wisata Umbulrejo, UMKM menjadi potensi yang besar untuk meningkatkan perekonomian dengan melakukan pengembangan dan pemberdayaan. UMKM berperan dalam penyerapan tenaga kerja sektor informal dan pemerataan pendapatan masyarakat. Hasil produksi UMKM yang ada di Desa Wisata Umbulrejo dan beberapa memiliki keunikan antara lain teh telang, teh jara, tempe tanpa ragi, akar coklat, ice cream, thiwul coklat, permen coklat, minuman bubuk coklat, dodol coklat, telur asin, aneka kripik, ampyang dan bakpia. Berdasarkan hasil observasi usaha atau UMKM yang ada di Desa Wisata Umbulrejo memiliki potensi usaha yang lebih dominan pada kuliner lokal dengan memanfaatkan hasil atau bahan yang ada di desa dengan memberdayakan Masyarakat untuk membuat produk yang dapat menjadi makanan khas.

Seiring berkembangnya hasil UMKM di Desa Wisata Umbulrejo menghadapi berbagai tantangan sehingga dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan. Berdasarkan wawancara kepada beberapa pelaku usaha UMKM masalah yang sering terjadi di Desa Wisata Umbulrejo, seperti kurangnya promosi atau marketing yang dilakukan pelaku usaha, beberapa bahan baku yang mahal, dari segi rasa yang kurang konsisten, pelaku usaha hanya membuat saat ada suatu event dan pesanan saja, meningkatkan kualitas produk terkendala akan keterbatasan modal, kemasan produk kurang menarik karena pelaku usaha belum terampil atau memahami dalam desain, serta penjualan hasil yang tidak menentu karena pemasaran produk masih sangat terbatas.

Untuk mengoptimalkan potensi UMKM yang ada di Desa Wisata Umbulrejo perlu disusun strategi yang tepat untuk pengembangan UMKM. Salah satu teknik untuk menyusun strategi yang tepat menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Khadijah et al., 2023). Belum optimalnya UMKM di Desa Wisata Umbulrejo perlu dilakukan analisis SWOT untuk memperoleh strategi yang tepat dalam pengembangan UMKM yang ada di Desa Wisata Umbulrejo. Berdasarkan masalah tersebut penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menggunakan analisis SWOT yang ada di Desa Wisata Umbulrejo.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Wisata Umbulrejo, Kapanewon Ponjong, Kabupaten Gunungkidul. Secara geografis Desa Wisata Umbulrejo terletak pada Kalurahan Umbulrejo, Kapanewon Ponjong, Kabupaten Gunungkidul, DIY, adalah sekitar 7° 54' 6,6" LS – 7° 57' 31" LS dan 110° 42' 24,7" BT – 110° 44' 16" BT. Desa Wisata Umbulrejo merupakan desa yang memiliki banyak pesona keindahan terutama pada alamnya. Selain keindahan alam Desa Umbulrejo juga memiliki beberapa UMKM yang terdapat di Dukuh Sladi, Plalar, Mardedo dan Cokro. Jenis penelitian yang di pakai adalah penelitian kualitatif dengan desain penelitian riset aksi partisipatif. Menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh yaitu berasal dari hasil observasi dan wawancara kepada pelaku usaha dan masyarakat di Desa Wisata Umbulrejo. Terdapat 5 narasumber yang dilibatkan dalam penelitian ini, yaitu ulu-ulu (sie kesejahteraan), kepala dukuh, pengelola desa wisata, dan pelaku UMKM. Produk UMKM yang memiliki keunikan antara lain teh telang, teh jara, tempe tanpa ragi, akar coklat, ice cream, thiwul coklat, permen coklat, minuman bubuk coklat, dodol coklat, aneka kripik, ampyang dan bakpia. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif menurut Miles & Huberman dan analisis SWOT. Tahapan yang dilakukan berupa pengumpulan data untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan reduksi data untuk pengelompokan data dalam satu bentuk tulisan sesuai dengan format masing-masing, display data dengan mengolah data setengah jadi ditampilkan dalam kategori sesuai dengan tema, dan penarikan kesimpulan yang menjurus pada jawaban dari pertanyaan yang mengungkap temuan dari kegiatan saat wawancara. Teknik analisis SWOT kuantitatif menggunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) untuk menentukan bobot pada strength (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunity (peluang), dan threats (ancaman) yang terdapat pada UMKM di Desa Wisata Umbulrejo. Hasil penilaian tersebut kemudian dimasukkan ke dalam grafik untuk menentukan kuadran dan prioritas strategi dalam pengembangan desa wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menyajikan hasil dalam dua bagian, yaitu potensi UMKM di Desa Wisata Umbulrejo dan analisis SWOT potensi UMKM di Desa Wisata Umbulrejo. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian diolah dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian

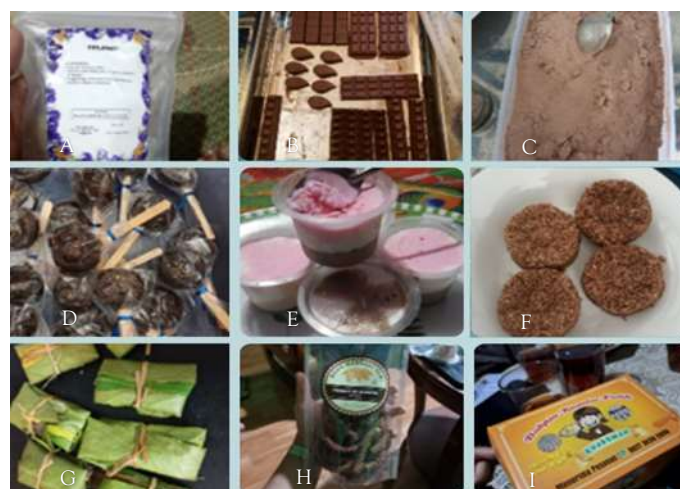
Potensi UMKM di Desa Wisata Umbulrejo

UMKM yang ada di Desa Wisata Umbulrejo memiliki ragam jenis usaha dengan karakteristik yang berbeda-beda, di mana setiap UMKM memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing dalam proses pengelolaannya. Dari sekian banyak UMKM tersebut, salah satu produk yang menjadi ciri khas desa adalah olahan dari rumah coklat, karena produk ini menggunakan bahan baku utama berupa biji kakao yang ditanam langsung di desa, sehingga ketersediaan bahan dasar mudah diperoleh sepanjang waktu. Keunggulan lain dari rumah coklat terletak pada produknya yang bervariasi, di antaranya adalah thiwul coklat, permen coklat, dodol coklat, akar coklat, minuman coklat, hingga es krim coklat, yang bisa menambah daya tarik wisata kuliner di Desa Wisata Umbulrejo. Jenis UMKM di Desa Wisata Umbulrejo disajikan secara lebih rinci pada Tabel 1.

Tabel 1. UMKM di Desa Wisata Umbulrejo

No.	Jenis UMKM	Lokasi UMKM
1.	Makanan	
	✓ Tempe tanpa ragi	✓ Dukuh Cokro
	✓ Akar coklat	✓ Dukuh Cokro
	✓ Bakpia	✓ Dukuh Plalar
	✓ Thiwul coklat	✓ Dukuh Cokro
	✓ Dodol coklat	✓ Dukuh Cokro
	✓ Ampyang	✓ Dukuh Mardedo
	✓ Permen coklat	✓ Dukuh Cokro
	✓ Ice cream	✓ Dukuh Cokro
	✓ Kripik	✓ Dukuh Mardedo
2.	Minuman	
	✓ Teh telang	✓ Dukuh Sladi
	✓ Teh jara	✓ Dukuh Sladi
	✓ Minuman bubuk coklat	✓ Dukuh Cokro

Berdasarkan data pada Tabel 1, kemudian disusun gabungan foto yang menampilkan berbagai potensi UMKM dari Desa Wisata Umbulrejo, sehingga dihasilkan Gambar 1.



Gambar 1. Potensi UMKM dari Desa Wisata Umbulrejo : A. Teh telang, B. Permen coklat, C. Bubuk coklat, D. Coklat roma, E. Es cream coklat, F. Tiwul coklat, G. Tempe tanpa ragi, H. Akar coklat, I. Bakpia.

Berdasarkan data pada Tabel 1. kemudian dilakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku UMKM serta pihak terkait di Desa Wisata Umbulrejo, sehingga diperoleh berbagai informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Hasil dari observasi dan wawancara tersebut selanjutnya diolah menjadi analisis SWOT yang disajikan pada Tabel 2.

Analisis SWOT Potensi UMKM di Desa Wisata Umbulrejo

Tabel 2. SWOT UMKM Kapanewon Umbulrejo

DESKRIPSI SWOT
STRENGTH (KELEBIHAN) ✓ UMKM memiliki beberapa keunggulan yang menjadi daya saing usaha. Produk yang dihasilkan memiliki keunikan, seperti tempe tanpa ragi dan berbagai olahan buah coklat (akar coklat, es krim coklat, thiwul coklat, permen coklat, dodol coklat, coklat roma, dan coklat bubuk). ✓ Produk memiliki cita rasa khas yang disukai konsumen, didukung oleh tenaga kerja yang terampil dan peralatan produksi yang memadai pada beberapa UMKM ✓ Tingginya permintaan terhadap produk teh telang dan teh jara serta keberagaman produk yang ditawarkan juga menjadi kekuatan yang mampu meningkatkan daya tarik dan daya saing UMKM.
WEAKNESS (KEKURANGAN) ✓ UMKM masih menghadapi beberapa kendala, seperti kesulitan memperoleh bahan baku, terutama kacang hijau untuk bakpia dan kedelai untuk tempe tanpa ragi. ✓ Dukungan modal dari dinas terkait masih terbatas, kemampuan promosi dan pemasaran belum optimal, serta penjualan masih bergantung pada kegiatan pameran atau event. ✓ Keterbatasan peralatan produksi pada beberapa produk dan kurangnya tenaga kerja juga menyebabkan proses produksi menjadi kurang maksimal.
OPPORTUNITY (PELUANG) ✓ Adanya wisatawan yang berkunjung dapat memperkenalkan produk UMKM ✓ Adanya promosi melalui sosial media dapat membuka peluang besar bagi para pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas ✓ Kecenderungan wisatawan untuk membeli oleh-oleh dapat meningkatkan penjualan produk UMKM
THREATS (ANCAMAN) ✓ Banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama seperti tempe tanpa ragi, bakpia, kripik, teh telang, dan thiwul coklat ✓ Banyaknya pesaing yang menjual produk dengan harga di bawah pasaran menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat ✓ Pengelolaan yang kurang profesional menyebabkan turunnya wisatawan dan berdampak pada penurunan penjualan produk UMKM

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang sudah dituliskan pada Tabel 2. Langkah selanjutnya adalah

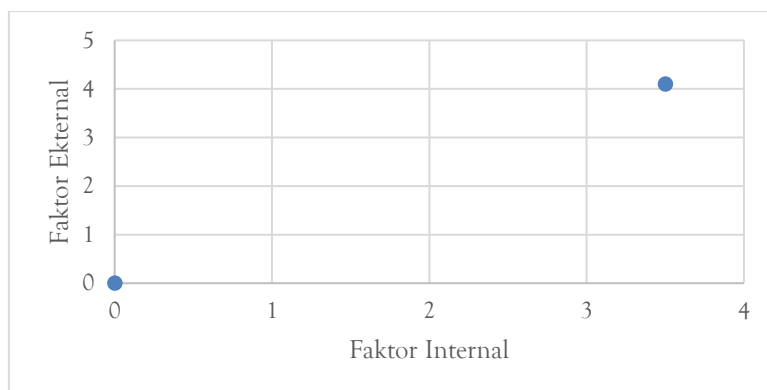
melakukan konsultasi dengan para pemangku kepentingan di Desa Wisata Umbulejo dengan narasumber sebanyak 5, yaitu ulu-ulu (sie kesejahteraan), kepala dukuh, pengelola desa wisata, dan pelaku UMKM. Masing-masing narasumber diberikan kuesioner untuk menilai bobot dari setiap faktor SWOT, setelah data diolah maka diperoleh hasil yang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis Kuantitatif Data SWOT Pengembangan UMKM di Desa Wisata Umbulejo

FAKTOR INTERNAL				
No	KEKUATAN	SKOR	BOBOT	TOTAL
1	Produk yang dijual memiliki keunikan dibanding pesain seperti produk tempe tanpa ragi dan produk yang berbahan dasar coklat	0,8	3,6	2,9
2	Produk yang dijual memiliki ciri khas rasa yang enak seperti thiwul coklat, tempe tanpa ragi dan ampyang	0,9	3,6	3,36
3	Produk yang dijual memiliki dukungan dari tenaga yang terampil dalam pengolahan bahan misalnya produk UMKM dari rumah coklat	0,8	3,6	2,9
4	Produk yang telah didukung dengan alat produksi yang memadahi sehingga dapat mempercepat proses produksi seperti pada tempe tanpa ragi dan produk dari rumah coklat	0,7	3	2,2
5	Permintaan pasar yang tinggi dikarenakan produk teh telang dan teh jara banyak diminati konsumen	0,9	3	2,6
6	Produk yang dijual beraneka ragam seperti ada akar coklat, ice cream coklat, thiwul coklat, permen coklat, dodol coklat, coklat roma, tempe tanpa ragi, coklat bubuk, kripik, ampyang, teh telang, teh jara dan bakpia.	0,8	4	3,2
TOTAL				17,1
KELEMAHAN				
1	Kesulitan dalam memperoleh bahan baku, khususnya pada produk bakpia dalam mendapatkan kacang hijau dan tempe tanpa ragi dalam mendapatkan kacang kedelai	-0,6	-2,6	1,6
2	Kurangnya dukungan dari dinas terkait, khususnya dalam hal penyediaan modal usaha	-0,6	-3	1,8
3	Terdapat kendala serius dalam mempromosikan produk UMKM, karena kurangnya pemahaman yang efektif, minimnya dukungan dalam pendanaan serta pelatihan promosi	-0,6	-3,8	2,3
4	Kesulitan dalam melakukan penjualan produk karena pemasarannya masih minim dan hanya mengandalkan event saja	-0,6	-3,8	2,3
5	Alat yang digunakan dalam proses produksi masih kurang memadahi dalam pembuatan produk dari teh telang dan teh jara.	-0,5	-3,6	1,9
6	Kurangnya tenaga kerja yang tersedia menyebabkan proses produksi menjadi lebih lama dalam pembuatan produk teh telang, teh jara, dan tempe tanpa ragi	-1	-3,8	3,8
TOTAL				13,6
FAKTOR EKSTERAL				
PELUANG		SKOR	BOBOT	TOTAL
1	Adanya wisatawan yang berkunjung dapat memperkenalkan produk UMKM	1	3,6	3,6
2	Adanya promosi melalui sosial media dapat membuka peluang besar bagi para pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas	0,9	3,4	3,1
3	Kecenderungan wisatawan untuk membeli oleh-oleh dapat meningkatkan penjualan produk UMKM	0,8	3	2,3
TOTAL				8,9
ANCAMAN				
1	Banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama seperti tempe tanpa ragi, bakpia, kripik, teh telang, dan thiwul coklat	-0,3	-2,4	0,7
2	Banyaknya pesaing yang menjual produk dengan harga di bawah pasaran menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat	-0,5	-2,8	1,4
3	Pengelolaan yang kurang profesional menyebabkan turunnya wisatawan dan berdampak pada penurunan penjualan produk UMKM	-0,9	-3,2	2,7
TOTAL				4,8

Pada Tabel 3. menunjukkan hasil analisis kuantitatif SWOT. Faktor kekuatan memiliki total skor 17,1

dengan skor tertinggi 3,3 dan terendah 2,2. Faktor kelemahan memperoleh total skor 13,6 dengan skor tertinggi 3,8 dan terendah 1,6. Faktor peluang memiliki nilai 8,9 dengan skor tertinggi 3,6 dan terendah 2,3. Sedangkan faktor ancaman bernilai 4,8 dengan skor tertinggi 2,7 dan terendah 0,7. Dari hasil tersebut, selisih antara kekuatan dan kelemahan adalah (+)3,5, sedangkan selisih antara peluang dan ancaman adalah (+)4. Berdasarkan analisis tabel 3. kedua nilai tersebut bernilai positif, kemudian kedua nilai selisih tersebut diplotkan dalam sebuah diagram katresia yaitu pada sumbu x dan y karena kedua nilai positif maka strategi utama pengembangan berada pada kuadran I yaitu strategi progresif. Strategi progresif yaitu pemanfaatan kekuatan dan peluang yang ada untuk meningkatkan keuntungan. Grafik strategi pengembangan UMKM yang ada di Desa Wisata Umbulrejo disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Grafik Perhitungan SWOT Kuantitatif untuk UMKM di Desa Wisata Umbulrejo

Berdasarkan Gambar 2. Bahwa UMKM di Desa Wisata Umbulrejo berada pada posisi kuadran I dalam analisis SWOT dengan menerapkan strategi progresif. Strategi progresif adalah pendekatan atau rencana yang bersifat bertahap, berkembang, dan berorientasi ke depan untuk mencapai tujuan tertentu. Rekomendasi strategi pada posisi ini adalah progresif (*Growth Oriented Strategy*), artinya usaha dalam kondisi baik untuk melakukan ekspansi dan meraih kemajuan secara maksimal (Nasruddin & Aidil, 2022). Strategi ini menekankan pada kekuatan dan peluang yang perlu ditingkatkan untuk mencapai keuntungan. UMKM tersebut memiliki peluang dan keuntungan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan sesuai dengan strategi progresif dapat diuraikan sebagai berikut :

- Mempromosikan produk UMKM yang unik dan beragam di Desa Wisata Umbulrejo kepada wisatawan yang berkunjung, dapat memanfaatkan tenaga terampil dan alat produksi yang memadai untuk memenuhi permintaan.
- Menggunakan platform media sosial untuk mempromosikan produk UMKM di Desa Wisata Umbulejo, terutama produk yang memiliki unik dan memiliki permintaan pasar tinggi seperti teh telang dan teh jara.
- Memastikan ketersediaan bahan baku produksi, terutama pada tempe tanpa ragi dan produk rumah coklat dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi potensi permintaan untuk produk UMKM di Desa Wisata Umbulrejo.
- Mengembangkan inovasi produk dan desain kemasan untuk UMKM di Desa Wisata Umbulrejo agar mampu bersaing dengan produk sejenisnya dari daerah lain.
- Memperluas sistem pemasaran dengan melakukan kerjasama Desa Wisata Umbulrejo dengan destinasi wisata lain di Gunungkidul atau melalui pemasaran online dan toko oleh-oleh.
- Mengoptimalkan kapasitas produksi dan kualitas SDM yang ada di Desa Wista Umbulrejo agar mampu memenuhi permintaan pasar.
- Memperkuat citra produk lokal yang ada di Desa Wisata Umbulrejo sebagai ciri khas dengan menghubungkan promosi pariwisata dan produk lokal bersamaan.

Strategi progresif terbukti dapat diterapkan pada UMKM di desa wisata dengan melakukan penguatan kegiatan promosi dan pemanfaatan media sosial. Keunggulan strategi ini terletak kemampuan pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan promosi sehingga produk lokal dapat dikenal oleh masyarakat luas. Strategi progresif yang dilakukan oleh pelaku UMKM bersama pengelola desa wista melalui pemanfaatan potensi lokal berupa produk khas yang terbuat dari bahan baku coklat sebagai daya tarik wisata. Sedangkan strategi progresif

yang dilakukan oleh (Suprobawati et al., 2022) di Desa Wisata Dewi Kano menggunakan strategi ini karena memiliki potensi lokal berupa komoditas unggulan durian dan manggis serta mendapat dukungan masyarakat yang dapat memberikan manfaat ekologis, sosial, dan ekonomi. Penerapannya dilakukan melalui penguatan kelompok tani dan masyarakat serta peningkatan promosi produk unggulan.

KESIMPULAN

Dalam strategi pengembangan UMKM di Desa Wisata Umbulrejo, terdapat beberapa aspek penting yang menjadi perhatian, yaitu kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan, serta kelemahan dan ancaman yang harus diantisipasi. Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa strategi utama pengembangan UMKM menggunakan strategi progresif, yaitu strategi yang harus memanfaatkan potensi kekuatan dan peluang yang ada untuk meningkatkan keuntungan bagi pelaku UMKM di Desa Wisata Umbulrejo. Berdasarkan strategi yang telah dirumuskan, pengembangan UMKM di Desa Wisata Umbulrejo dapat dilakukan melalui peningkatan promosi produk lokal, pemanfaatan media sosial, penguatan kualitas dan inovasi produk, serta perluasan jaringan pemasaran. Pelaku UMKM perlu memastikan ketersediaan produk, mengembangkan inovasi produk dan kemasan, mengoptimalkan kapasitas produksi dan kualitas SDM, serta memperkuat citra produk lokal sebagai ciri khas Desa Wisata Umbulrejo.

Daftar Pustaka

- Amrullah, Y. A., & Atmoko, A. D. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Desa Wisata Pentingsari. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), 155-168. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p155-168>
- Aswat, H., Onde, M. K. L. O., B, F., Sari, E. R., & Muliati, M. (2021). Analisis Pelaksanaan Penguatan Karakter Religius Selama Masa Distance Learning Pada Siswa Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4301-4308. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1446>
- Bahar, H., & Ginting, D. (2018). Evaluasi Pengendalian Internal Dalam Pengelolaan Sistem Penerimaan Dan Pengeluaran Kas Pada Pelaku Umkm Di Kota Batam. *Jurnal Benefita*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i1.2454>
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 117-226. <https://doi.org/10.22146/kawistara.3976>
- Galieno, R., Rahmawati, V., & Mettan, S. V. (2021). Peran Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Coklat. *Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies*, 1(2), 259-272. <https://doi.org/10.34149/jebmes.v1i2.57>
- Irhandayaningsih, A. (2019). Strategi Pengembangan Desa Gemawang Sebagai Desa Wisata Eko Budaya. 3(3), 283-290.
- Khadijah, A., Dhamara, W., & Wijaya, H. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Kerupuk Mawar di UMKM Citra Dengan Metode SWOT Dan QSPM. *Jurnal InTent*, 6(2), 60-73.
- Lesmana, T., & Iskandar, Y. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Industri Penginapan Berbasis Masyarakat Dengan Metode Swot (Studi Literatur). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 01(01), 50-56. <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws/article/view/13>
- Mahakam, I., Aji, L., Webliana, K., Fahrussiam, F., Prasetyo, A. R., & Lestari, D. (2023). Strategi Dalam Mengembangkan Minat dan Bakat Mahasiswa Melalui Analisis SWOT (Studi Kasus : Program Studi Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Mataram).
- Murniawaty, I., Wangiyanti, T., & Farliana, N. (2022). Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Olahan Nanas : Pendekatan Analisis SWOT dan MATRIKS IFAS-EFAS
- Nasruddin, N., & Aidil, H. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Multi Kue Palopo. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 5(2), 94-104. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v5i2.72>

- Noorcahyo, D., & Ali, H. (2025). *Analisis SWOT IFAS , EFAS dan SPACE Matriks dalam Memperkuat Keunggulan Produk Sepatu Lokal di Era Digital pada Toko XYZ*. 3(1), 31–40.
- Permadi, N. A., Yulianti, R., Berthanilla, R., Marthalena, & Sukendar. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata (Studi Pada Desa Wisata Cikolelet, Kecamatan Cinangka, Kabupaten Serang Banten). *Sawala : Jurnal Administrasi Negara*, 10(2), 281–291. <https://doi.org/10.30656/sawala.v10i2.5761>
- Riannada, R., & Madliyah, S. (2021). Peran Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kencana Dalam Pengembangan Desa Wisata Adat Osing Kemiren. *Jurnal Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah*, 10(1), 315–328. <https://www.academia.edu/download/71404072/33103.pdf>
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.118>
- Sihombing, W. M. S., Hutahaean, M., & Panjaitan, M. (2023). Langkah Strategis Badan Pelaksana Otorita Danau Toba Dalam Mewujudkan Danau Toba Sebagai Pariwisata Super Prioritas Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 3(2), 257–273. <https://doi.org/10.51622/jispol.v3i2.2167>
- Sudibya, B. (2018). Wisata Desa dan Desa Wisata. *Jurnal Bappeda Litbang*, 1(1), 22–25. <https://doi.org/10.51172/jbmb.v1i1.8>
- Sulastini, S., Surya, A., Husnurrofiq, H., Rahayu, A., & Renaldi, M. (2024). Pelatihan Manajemen Pemasaran Digital-Pendaftaran Merek Dan Sertifikat Halal Produk Makanan UMKM Di Lingkungan Kelurahan Telaga Biru Kota Banjarmasin. *Tekso: Jurnal Pengabdian Teknik, Ekonomi Dan Sosial*, 1(1), 1–6.
- Suprobawati, D., Sugiharto, M., & Miskan. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Kreatif Berbasis Masyarakat Kearifan Lokal Hendrosari Gresik. *Manajemen Publik San Kebijakan Sosial*, 6(1), 53–68. <https://doi.org/10.35965/ursj.v5i1.1961>
- Widowati, I., Riany, D. A., & Andrianto, F. (2022). Analisis Swot Untuk Pengembangan Bisnis Kuliner. *Jurnal Teknologika (Jurnal Teknik-Logika-Matematika)*, 1–11.
- Yuni, H. K., Ardani, N. N., Bili, M. Y., & Kurnia, T. I. (2023). Pemberdayaan UMKM Berbasis Potensi Alam dalam Menunjang Pengembangan Desa Wisata Taro Menuju Pariwisata Berkelanjutan. *Bhakti Persada*, 9(1), 16–25. <https://doi.org/10.31940/bp.v9i1.16-25>