

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA UMKM MAKANAN RINGAN IDULFITRI IBU RIZKI DARI USAHA MUSIMAN MENUJU BERKELANJUTAN DI DESA CIKIDANG, KECAMATAN LEMBANG, KABUPATEN BANDUNG BARAT

Analysis of Business Development Strategies for Ibu Rizki's Eid al-Fitr Snack MSME: From a Seasonal Business to a Sustainable Business in Cikidang Village, Lembang District, West Bandung Regency

Alvin Naya Koswara^{1*}, Yoki Oktorian Sukardi²

¹Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Indonesia

²Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Indonesia

*Penulis korespondensi, e-mail: Alvinnivla2332@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis kondisi usaha, faktor pendukung-penghambat, dan strategi pengembangan UMKM makanan ringan Idulfitri milik Ibu Rizki di Desa Cikidang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, pada aspek pengelolaan keuangan dan inovasi produk, guna mengarahkan usaha dari musiman menuju berkelanjutan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi terhadap tiga informan purposive: Ibu Rizki, Bapak Koswara, dan mitra penjual. Analisis data menggunakan Analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan pengelolaan keuangan masih manual dan rentan nombok akibat pencatatan tidak terstruktur, meski pemisahan uang usaha-pribadi sudah konsisten. Usaha menjual sekitar 40 jenis produk berkualitas unggul; variasi produk sempat bertambah sekitar 3-5 jenis hingga tahun 2021, namun inovasi varian dan kemasan minim sejak saat itu. Faktor pendukung meliputi konsistensi pemisahan keuangan, jaringan mitra berbasis kepercayaan, dan kualitas produk; faktor penghambat meliputi pencatatan tidak terstruktur, keterlambatan setoran mitra, belum adanya pembiayaan eksternal, dan persaingan produk sejenis. Berdasarkan analisis SWOT, dirumuskan empat strategi (SO, WO, ST, WT) berupa perbaikan pencatatan keuangan, pengelolaan setoran mitra, pengembangan kemasan, dan perluasan distribusi, sebagai langkah awal menuju usaha berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM; usaha musiman; usaha berkelanjutan; pengelolaan keuangan; inovasi produk; analisis SWOT

ABSTRACT

This study analyzes the business condition, supporting-inhibiting factors, and development strategies for Ibu Rizki's Eid al-Fitr snack MSME in Cikidang Village, Lembang District, West Bandung Regency, focusing on financial management and product innovation, to guide the business from seasonal toward sustainable. A descriptive qualitative case study approach was used, with observation, semi-structured interviews, and documentation involving three purposive informants: Ibu Rizki, Mr.

Article History

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Koswara, and a reseller partner. Data were analyzed using SWOT Analysis. Findings show financial management remains manual and prone to shortfalls due to unstructured recording, despite consistent separation of business and personal funds. The business sells around 40 product types of superior quality; product variants grew by roughly 3-5 items up to 2021, but variant and packaging innovation has been minimal since then. Supporting factors include consistent fund separation, a trust-based reseller network, and product quality; inhibiting factors include unstructured records, delayed partner remittances, lack of external financing, and competition from similar products. Based on the SWOT analysis, four strategies (SO, WO, ST, WT) were formulated: improving financial recordkeeping, managing partner remittances, developing packaging, and expanding distribution, as an initial step toward sustainability.

Keywords: MSME; seasonal business; sustainable business; financial management; product innovation; SWOT analysis

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat sebagai penggerak aktivitas ekonomi lokal, pembuka lapangan kerja, dan penopang pendapatan rumah tangga. Secara nasional, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit usaha, mencakup sekitar 99% dari seluruh unit usaha, serta berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyerap hampir 97% tenaga kerja (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2025). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) nasional juga menunjukkan tren perbaikan, menurun dari 6,26% pada Februari 2021 menjadi 4,76% pada Februari 2025 (BPS, 2021-2025), yang menegaskan relevansi UMKM sebagai sektor penopang perekonomian dan penyerapan tenaga kerja.

Salah satu bidang UMKM yang dekat dengan kehidupan masyarakat adalah usaha makanan ringan, karena produknya mudah diterima berbagai kalangan dan lekat dengan kebiasaan konsumsi sehari-hari. Industri makanan dan minuman menempati posisi penting dalam struktur ekonomi nasional, tercermin dari dominasinya sebesar 38,4% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas pada triwulan II tahun 2024 (Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka Kementerian Perindustrian, 2024). Peluang pasar usaha makanan ringan semakin besar menjelang Hari Raya Idulfitri, ketika masyarakat membutuhkan kue kering, camilan, dan bingkisan hari raya. Hasanah dan Makki (2023) menunjukkan bahwa usaha kue Lebaran berbasis home industry memiliki potensi ekonomi, namun rentan mengalami penurunan penjualan setelah musim berakhir, sehingga Idulfitri menjadi momentum ekonomi yang menciptakan peluang usaha musiman bagi pelaku UMKM makanan ringan. Meskipun peluangnya besar, usaha makanan ringan Idulfitri umumnya hanya aktif menjelang hari raya dan menurun tajam setelahnya, sehingga pendapatan usaha tidak stabil dan hubungan dengan pelanggan tidak terjaga sepanjang tahun (Hasanah & Makki, 2023).

UMKM makanan ringan Idulfitri milik Ibu Rizki di Desa Cikidang telah dijalankan sejak tahun 2009, berawal dari pengamatan terhadap peluang pasar yang saat itu belum banyak digarap masyarakat sekitar. Usaha ini berperan dalam penyediaan, pengemasan ulang, dan penjualan produk makanan ringan seperti keripik singkong, keripik kentang, keripik pisang, soes kering isi coklat, sumpia, ekado, dan samosa yang dibeli dari pemasok di sekitar Kota Bandung, bukan produksi dari bahan mentah, sehingga usaha memiliki fleksibilitas menyesuaikan ukuran produk dengan permintaan konsumen. Meski sempat bertambah sekitar 3-5 varian baru serta diperluas

ke mitra penjual di desa lain hingga sekitar tahun 2021, jenis dan varian produk yang ditawarkan relatif belum banyak berubah sejak saat itu, dan usaha ini sampai saat ini masih bersifat musiman: kegiatan usaha hanya berjalan menjelang Idulfitri, sedangkan sisa barang yang tidak habis terjual biasanya disimpan untuk konsumsi sendiri.

Kendala lain yang dihadapi adalah pengelolaan keuangan yang masih sederhana dan belum berbasis pencatatan transaksi yang terstruktur, sehingga kenaikan harga barang dari pemasok dan setoran pembayaran dari mitra penjual yang terkadang macet sulit diantisipasi secara sistematis dan mengganggu arus kas usaha. Kondisi ini sejalan dengan fenomena umum UMKM di Indonesia: data Sistem Informasi Data Tunggal UMKM (SIDT-UMKM) tahun 2025 mencatat baru sekitar 3,51% unit usaha yang tercatat memiliki laporan keuangan. Selain itu, variasi produk yang dijual Ibu Rizki belum mengalami penambahan varian baru selama lebih dari satu dekade, padahal terdapat indikasi permintaan konsumen terhadap produk di luar momentum Idulfitri yang dapat menjadi peluang pengembangan, sejalan dengan temuan Kementerian UMKM RI bahwa kurangnya penerapan standar, sertifikasi, teknologi, dan inovasi pada wirausaha dan UMKM menjadi salah satu persoalan mendasar yang melemahkan daya saing UMKM nasional. Kesenjangan antara potensi usaha Ibu Rizki (pengalaman usaha yang cukup lama, produk yang sudah dikenal konsumen, serta indikasi permintaan di luar musim) dengan kondisi usaha yang masih musiman, pengelolaan keuangan yang belum tertata, dan inovasi produk yang minim inilah yang menjadikan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha ini penting dilakukan.

Kerangka teoretis penelitian ini disusun secara bertingkat: Administrasi Bisnis digunakan sebagai grand theory, karena pengelolaan keuangan dan inovasi produk dipandang sebagai bagian dari fungsi-fungsi bisnis yang harus direncanakan, diorganisasikan, dilaksanakan, dan dikendalikan secara terpadu (Wayong dalam Indika & Adia, 2021; Solihin dalam Indika & Adia, 2021). Pengelolaan UMKM dan Manajemen Strategi digunakan sebagai middle theory yang menjembatani pemahaman umum administrasi bisnis dengan gambaran operasional UMKM, mencakup Manajemen Strategi (Fadlurrahman dkk., 2023), Orientasi UMKM berupa dimensi innovativeness, proactiveness, dan risk-taking (Lumpkin & Dess, 1996), serta literasi keuangan dan digital UMKM (Cahyono & Suarantalla, 2024) dan inovasi usaha kuliner (Yuhendri, 2022). Analisis SWOT (Rangkuti, 2016; Fadlurrahman dkk., 2023) digunakan sebagai applied theory untuk membaca kondisi internal dan eksternal usaha sebagai dasar perumusan strategi pengembangan.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) bagaimana kondisi usaha Ibu Rizki saat ini pada aspek pengelolaan keuangan dan inovasi produk; (2) apa saja faktor pendukung dan penghambat pada kedua aspek tersebut; dan (3) bagaimana strategi pengembangan usaha yang tepat agar UMKM ini dapat berkembang dari usaha musiman menuju usaha berkelanjutan. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha, mengidentifikasi faktor pendukung-penghambat, dan merumuskan strategi pengembangan usaha pada aspek pengelolaan keuangan dan inovasi produk. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi teoretis bagi kajian strategi pengembangan usaha musiman berskala rumah tangga, serta kontribusi praktis berupa rekomendasi konkret bagi Ibu Rizki dan pelaku UMKM musiman sejenis.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, karena ketiga rumusan masalah pada dasarnya menuntut peneliti menggambarkan fenomena apa adanya, bukan menguji hubungan sebab-akibat secara terukur (Sugiyono, 2020). Studi kasus

dipilih karena penelitian difokuskan pada satu unit usaha yang spesifik dan perlu dikaji secara utuh dalam konteksnya sendiri (Fiantika dkk., 2022), yaitu UMKM makanan ringan Idulfitri milik Ibu Rizki yang telah berjalan sejak 2009 namun masih bertumpu pada satu momentum penjualan tahunan.

Subjek penelitian dipilih secara purposive, terdiri atas tiga informan: Ibu Rizki sebagai informan kunci (pemilik usaha), Bapak Koswara sebagai informan utama (pelaksana operasional), dan Teh Marla sebagai informan pendukung (mitra penjual), sebagaimana disajikan pada Tabel 1. Ketiganya dipilih karena menguasai informasi yang berbeda namun saling melengkapi mengenai kondisi usaha (Creswell & Creswell, 2018). Objek penelitian adalah strategi pengembangan usaha pada aspek pengelolaan keuangan dan inovasi produk.

Tabel 1. Subjek Penelitian

Kedudukan	Informan	Peran
Informan Kunci	Ibu Rizki	Pemilik usaha (owner)
Informan Utama	Bapak Koswara	Pelaksana operasional
Informan Pendukung	Teh Marla	Mitra penjualan (reseller)

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2026

Jenis data terdiri atas data primer (wawancara mendalam dan observasi lapangan) dan data sekunder (catatan penjualan, bukti transaksi, dokumentasi promosi, dan foto produk) yang berfungsi memverifikasi keterangan informan (Chand, 2025). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, yang saling melengkapi untuk menghasilkan pemahaman yang utuh dan kontekstual. Peneliti berperan sebagai instrumen utama (Yoon & Uliassi, 2022), didukung pedoman wawancara, lembar observasi, catatan lapangan, alat perekam, dan telepon genggam. Operasionalisasi parameter disusun ke dalam dua dimensi penelitian, yaitu Tata Kelola Keuangan dan Inovasi Produk, masing-masing dijabarkan ke dalam parameter kondisi usaha, kekuatan-kelemahan, peluang-ancaman, dan arah strategi pengembangan, mengacu pada kerangka teori Administrasi Bisnis, Pengelolaan UMKM, Manajemen Strategi, dan Analisis SWOT.

Teknik analisis data menggunakan analisis tematik enam tahap (Ahmed dkk., 2025): membaca ulang data, memberi kode awal, mengelompokkan kode menjadi tema sementara, meninjau kembali tema, mendefinisikan dan menamai tema, serta menyusun laporan hasil analisis. Proses koding turut dibantu perangkat lunak NVivo 12 Pro untuk memvisualisasikan pola data (word cloud dan matrix coding query) antar-kasus dan antar-dimensi. Keabsahan data dijaga melalui empat teknik yang memenuhi kriteria trustworthiness (Ahmed, 2024): triangulasi teknik (membandingkan wawancara, observasi, dan dokumentasi pada topik yang sama), triangulasi sumber (membandingkan keterangan ketiga informan pada isu yang sama), member checking (mengonfirmasi ulang ringkasan wawancara kepada informan) (McKim, 2023), dan reflektivitas peneliti (mencatat sadar posisi dan asumsi peneliti selama proses penelitian) (Morgan, 2024). Penelitian dilaksanakan di Kp. Cireyod, Desa Cikidang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, selama periode April-Agustus 2026.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Objek dan Informan Penelitian

UMKM makanan ringan Idulfitri milik Ibu Rizki berlokasi di Desa Cikidang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, dan telah dirintis sejak tahun 2009. Usaha ini berfokus pada penyediaan makanan ringan yang umum dikonsumsi saat Idulfitri, diperoleh dari pemasok di sekitar Kota Bandung kemudian dikemas ulang sesuai kebutuhan konsumen. Ketiga informan penelitian, yaitu Ibu Rizki, Bapak Koswara, dan Teh Marla, memberikan perspektif yang saling melengkapi terhadap dua dimensi utama penelitian ini: Tata Kelola Keuangan dan Inovasi Produk.

3.2 Tata Kelola Keuangan

Usaha ini dirintis Ibu Rizki bersama suami pada tahun 2009 dengan modal awal sekitar dua juta rupiah, ditambah hasil panen sayuran dari kebun pribadi sebagai modal tambahan. Dalam praktik sehari-hari, Ibu Rizki menerapkan sistem pencatatan manual menggunakan buku catatan, dengan pemisahan tegas antara uang usaha dan uang pribadi, yang dikonfirmasi melalui dokumentasi foto buku catatan berisi rincian tagihan mitra dan pengeluaran belanja bahan (triangulasi teknik).

"Selama ini cara saya mencatat uang usaha itu sederhana saja, pakai buku catatan biasa. [...] untuk uang usaha dan uang rumah tangga, saya selalu pisahkan, uang usaha saya simpan di tas khusus supaya tidak tercampur dengan uang pribadi."

(Ibu Rizki, wawancara)

Dari sisi literasi digital, ketiga informan menunjukkan tingkat adopsi yang berbeda: Ibu Rizki sudah beralih ke transfer sebagai cara bertransaksi yang paling sering digunakan, namun pembayaran ke pemasok oleh Bapak Koswara masih didominasi tunai mengikuti kebiasaan pasar, sementara Teh Marla belum pernah menggunakan e-wallet maupun QRIS dalam menyetorkan hasil penjualan. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi digital pada usaha ini berada pada tahap transisi parsial: transfer bank sudah cukup diterima, tetapi instrumen yang lebih baru seperti e-wallet dan QRIS belum diadopsi oleh siapa pun dalam jaringan usaha.

Kekuatan yang teridentifikasi antara lain konsistensi pemisahan uang usaha-pribadi, kebiasaan verifikasi ulang setoran mitra, serta jaringan mitra penjual yang dipilih berdasarkan kepercayaan personal, yang tumbuh dari 3 mitra pada awal usaha menjadi 6 mitra saat ini. Kelemahan utama terletak pada pencatatan yang masih manual dan tidak konsisten, sehingga pengeluaran kerap terlewat dan berujung pada kondisi nombok, diperberat oleh keterlambatan setoran mitra secara berkala.

"Tapi terus terang, kadang saya suka lupa mencatat pengeluaran, jadi di akhir periode suka jadi nombok karena saya sendiri sudah tidak ingat uangnya terpakai untuk apa saja."

(Ibu Rizki, wawancara)

Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah keterbukaan Ibu Rizki untuk mengikuti pendampingan sederhana soal pencatatan keuangan, sementara ancaman yang dihadapi adalah usaha ini belum pernah mengakses pembiayaan eksternal dalam bentuk apa pun, ditambah fluktuasi harga pemasok yang tidak menentu antar-periode. Pada dimensi orientasi kewirausahaan, ditemukan indikasi risk-taking yang terukur (Lumpkin & Dess, 1996): Ibu Rizki mengaku bersedia mencoba peluang baru meski hasilnya belum pasti, namun juga bersedia menghentikannya bila

tidak berjalan sebagaimana diharapkan, sebagaimana tercermin dari pengalamannya menutup usaha warung yang kurang berhasil di masa lalu.

3.3 Inovasi Produk

Usaha ini menjual sekitar 40 jenis produk dengan variasi rasa (dokumentasi daftar harga "Paket Kue Lebaran" mencatat 46 jenis produk bernomor). Sumber ide inovasi yang benar-benar berjalan hanya diskusi informal dengan produsen dan usulan internal, sementara pengamatan terhadap kompetitor maupun pemanfaatan media sosial sebagai sumber ide belum dilakukan sama sekali, lebih sempit dibanding yang diidentifikasi Yuhendri (2022) pada UMKM kuliner secara umum.

Variasi produk yang cukup banyak menjadi daya tarik pelanggan baru, dan keunggulan kualitas produk terkonfirmasi lewat triangulasi sumber.

"Hampir semua bilang kalau kualitas produk Ibu Rizki ini memang bagus, takarannya juga sesuai, tidak dicurangi seperti dikurangi jumlahnya, sehingga akhirnya pelanggan itu melakukan repeat order lagi di periode berikutnya."

(Teh Marla, wawancara)

Kelemahan utama adalah belum adanya penambahan varian produk secara signifikan sejak sekitar tahun 2021, meski sempat bertambah 3-5 varian pada periode sebelumnya, serta kemasan yang belum pernah berubah sejak awal usaha berjalan, dinilai Bapak Koswara sebagai aspek yang paling perlu diperbaiki. Peluang utama adalah indikasi permintaan produk di luar musim Idulfitri yang terkonfirmasi dari dua sisi independen, sementara ancaman yang teridentifikasi adalah produk yang mudah dijumpai di tempat lain (misalnya tango) kalah bersaing dengan minimarket, serta produk sejenis dengan nama mirip namun harga lebih murah yang sempat menggeser sebagian pelanggan.

Pada dimensi orientasi kewirausahaan, innovativeness menunjukkan kecenderungan melemah karena penambahan varian relatif terhenti sejak 2021, sementara proactiveness terhadap permintaan luar musim dan pemasaran digital masih bersifat reaktif, baru merespons ketika pelanggan secara aktif bertanya. Teh Marla menilai peluang berjualan lewat media sosial atau marketplace sebagai hal yang positif, namun Ibu Rizki sendiri mengakui keterbatasannya beradaptasi dengan teknologi, dan hanya bersedia mencoba kanal sederhana seperti WhatsApp, bukan platform marketplace yang lebih kompleks.

"Kalau saya sendiri yang harus menjalankannya memang berat, karena saya beradaptasi dengan teknologi juga lambat, tapi kalau ada yang membantu saya, saya bersedia mencobanya, misalnya jualan lewat WhatsApp saya masih bisa, asal dibantu di awal, tapi kalau harus jualan di Shopee, saya belum sanggup."

(Ibu Rizki, wawancara)

3.4 Keterkaitan Antar-Faktor

Kedua dimensi penelitian ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling memengaruhi dalam praktik sehari-hari usaha. Ibu Rizki memegang kendali langsung atas Tata Kelola Keuangan, sementara Bapak Koswara berperan sebagai titik temu praktis antara dimensi keuangan dan produk, menangani pengadaan-pengemasan produk sekaligus melaporkan penggunaan dana operasional. Keterkaitan paling krusial ditemukan pada keterbatasan modal yang turut menghambat pengembangan variasi produk, menunjukkan bahwa dimensi keuangan dan inovasi produk sesungguhnya saling bergantung. Pada level jaringan eksternal, Teh Marla sebagai mitra penjual turut memberikan umpan balik pasar mengenai produk yang laku dan kurang diminati,

sehingga perannya juga menjadi masukan langsung bagi Inovasi Produk. Orientasi kewirausahaan Ibu Rizki, khususnya kesediaan mengambil risiko secara terukur dan keterbukaan mencoba kanal sederhana, menjadi modal sikap yang relevan bagi kedua dimensi sekaligus.

3.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT (Rangkuti, 2016) digunakan untuk mensintesis temuan kualitatif di atas ke dalam kerangka kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada kedua dimensi penelitian. Sejalan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penyajian matriks berikut bersifat deskriptif dan disusun dari poin-poin faktor yang muncul secara konsisten lintas ketiga informan, tanpa pembobotan maupun skor kuantitatif.

Tabel 2. Matriks IFAS (Faktor Internal)

Dimensi	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
Tata Kelola Keuangan	S1. Pemisahan uang usaha-pribadi konsisten sejak awal usaha. S2. Kebiasaan verifikasi ulang setoran mitra. S3. Kenaikan harga pemasok direspons proporsional. S4. Jaringan mitra berbasis kepercayaan, 6 mitra termasuk 2 di desa lain.	W1. Pencatatan manual dan tidak konsisten, menyebabkan nombok berulang. W2. Belum ada sistem pencatatan transaksi terstruktur. W3. Arus kas terganggu keterlambatan setoran mitra.
Inovasi Produk	S5. Variasi produk (~40 jenis) jadi daya tarik pelanggan baru. S6. Kualitas produk diakui unggul (triangulasi sumber). S7. Produk unggulan potensial (ekado) belum ada pesaing serupa di sekitar wilayah usaha.	W4. Belum ada penambahan varian signifikan sejak ~2021. W5. Kemasan produk belum pernah berubah sejak awal usaha. W6. Keputusan produk baru masih informal, belum berbasis riset pasar.

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2026

Tabel 3. Matriks EFAS (Faktor Eksternal)

Dimensi	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
Tata Kelola Keuangan	O1. Keterbukaan Ibu Rizki terhadap pendampingan pencatatan keuangan.	T1. Belum pernah mengakses pembiayaan eksternal. T2. Fluktuasi harga pemasok antar-periode.
Inovasi Produk	O2. Indikasi permintaan produk di luar musim Idulfitri (dua sumber independen).	T3. Produk yang mudah dijumpai di tempat lain kalah bersaing dengan minimarket.

Dimensi	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
	O3. Kualitas produk unggul mendasari loyalitas dan repeat order.	T4. Skala permintaan luar musim kecil membuat biaya distribusi kurang ekonomis. T5. Produk sejenis bernama mirip, harga lebih murah, menggeser sebagian pelanggan.

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2026

Secara keseluruhan, kekuatan utama usaha bertumpu pada relasi kepercayaan personal (S2, S4) dan kualitas produk yang telah diakui pelanggan (S6, S7), sementara kelemahan paling mendasar terletak pada tata kelola keuangan yang belum terstruktur (W1-W3). Pada sisi eksternal, keterbukaan Ibu Rizki terhadap pendampingan (O1) dan indikasi permintaan di luar musim Idulfitri (O2) menjadi peluang yang paling relevan untuk direspons, di tengah ancaman utama berupa ketiadaan akses pembiayaan eksternal (T1) serta tekanan persaingan dari produk sejenis (T3, T5).

3.6 Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS, dirumuskan empat strategi pengembangan usaha melalui pendekatan SWOT sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Rumusan Strategi SO, WO, ST, dan WT

Strategi	Rumusan Strategi	Dimensi
SO	Memanfaatkan kualitas produk unggul (S6) dan indikasi permintaan luar musim (O2) untuk menjajaki penjualan terbatas di luar periode Idulfitri, dimulai dari produk unggulan seperti ekado (S7).	Inovasi Produk
WO	Memanfaatkan keterbukaan Ibu Rizki terhadap pendampingan (O1) untuk menerapkan pencatatan keuangan sederhana yang terstruktur, guna mengatasi kondisi nombok akibat pencatatan manual (W1, W2).	Tata Kelola Keuangan
ST	Memanfaatkan jaringan mitra berbasis kepercayaan (S4) untuk menitipkan produk kemasan porsi kecil berharga terjangkau ke mitra dan warung sekitar, menjangkau permintaan luar musim (O2) tanpa menambah beban distribusi baru (mengatasi T4), sekaligus bersaing di kanal yang sama dengan produk sejenis lebih murah (mengatasi T3, T5).	Tata Kelola & Inovasi Produk
WT	Menyusun mekanisme sederhana pengelolaan setoran mitra (mengatasi W3) agar keterlambatan setoran tidak berbenturan dengan siklus pembelian barang, mengingat usaha belum memiliki akses pembiayaan eksternal sebagai penyangga (T1).	Tata Kelola Keuangan

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2026

Pada aspek Tata Kelola Keuangan, arah Strategi WO dan WT dielaborasi menjadi empat langkah: memperluas pemisahan keuangan hingga ke tingkat pencatatan (bukan hanya tempat penyimpanan uang), melakukan pencatatan segera saat transaksi terjadi, mengubah kebiasaan verifikasi setoran (S2) menjadi rekonsiliasi rutin terjadwal setiap periode setoran, serta menyisihkan dana cadangan sederhana secara rutin untuk mengantisipasi fluktuasi harga pemasok (T2), sehingga kenaikan harga tidak langsung membebani arus kas usaha berjalan. Pada aspek Inovasi Produk, arah Strategi SO dan ST dielaborasi menjadi pengembangan kemasan porsi kecil berharga terjangkau yang diselaraskan dengan skema penitipan ke mitra dan warung (Strategi ST), pemberian identitas/label sederhana pada kemasan untuk membedakan produk dari produk sejenis bernama mirip (T5), serta penggunaan kemasan plastik ziplock untuk produk yang perlu kedap udara dan tabung plastik untuk produk yang mudah remuk. Kedua arah strategi ini merupakan gambaran umum sebagai dasar rekomendasi, sesuai sifat penelitian kualitatif deskriptif yang berhenti pada tahap perumusan, bukan uji coba maupun implementasi teknis.

3.7 Pembahasan

Keabsahan data penelitian ini dijaga melalui empat teknik yang saling menguatkan. Triangulasi teknik menunjukkan kesesuaian antara pengakuan lisan informan dan bukti dokumentasi, misalnya klaim pencatatan manual yang dikonfirmasi lewat foto buku catatan, dan klaim jumlah produk yang dikonfirmasi lewat daftar harga "Paket Kue Lebaran". Triangulasi sumber menunjukkan kesesuaian keterangan lintas informan, terutama pada penilaian produk tango sebagai produk paling kurang diminati dan kronologi perekrutan Teh Marla sebagai mitra. Member checking dilakukan dengan mengonfirmasi ulang kesimpulan peneliti kepada informan, sementara reflektivitas peneliti dijaga dengan mencatat sadar posisi peneliti sebagai pihak luar yang tidak terlibat dalam pengelolaan usaha, agar interpretasi tetap berpijak pada konteks keterbatasan sumber daya usaha rumah tangga musiman.

Temuan penelitian ini menjawab ketiga rumusan masalah pada bagian Pendahuluan. Kondisi usaha pada kedua dimensi menunjukkan pengelolaan keuangan yang masih manual-sederhana dan variasi produk yang stagnan sejak sekitar 2021 (rumusan masalah 1). Faktor pendukung utama adalah konsistensi pemisahan keuangan, jaringan mitra berbasis kepercayaan, dan kualitas produk, sementara faktor penghambat utama adalah pencatatan tidak terstruktur dan minimnya inovasi kemasan, dengan hambatan pada satu dimensi terbukti memengaruhi dimensi lainnya (rumusan masalah 2), sejalan dengan middle theory Tata Kelola Keuangan UMKM (Fadlurrahman dkk., 2023; Cahyono & Suarantalla, 2024), Inovasi Produk (Yuhendri, 2022), dan Orientasi UMKM (Lumpkin & Dess, 1996). Keempat strategi SO/WO/ST/WT pada Tabel 4 menjawab rumusan masalah 3, sejalan dengan applied theory Analisis SWOT (Rangkuti, 2016; Fadlurrahman dkk., 2023) dalam kerangka Administrasi Bisnis sebagai grand theory (Wayong dalam Indika & Adia, 2021). Temuan ini turut mengonfirmasi ketiga proposisi penelitian bahwa kondisi keuangan dan produk yang masih terbatas menunjukkan usaha belum sepenuhnya siap berkembang menuju usaha berkelanjutan, bahwa faktor internal-eksternal yang teridentifikasi menjadi kendala sekaligus potensi pengembangan, dan bahwa strategi yang dirumuskan berdasarkan kondisi riil kedua dimensi menjadi dasar yang tepat untuk mengarahkan usaha dari musiman menuju berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan Charisma dkk. (2025) yang menemukan bahwa keberlanjutan usaha kuliner mikro di Bandung ditopang oleh pengelolaan keuangan, jaringan sosial, dan kekuatan lokal, sebagaimana tercermin pada peran jaringan mitra berbasis kepercayaan (S4) dalam penelitian ini; perbedaannya, penelitian Charisma dkk. membahas usaha kuliner mikro secara umum, sementara penelitian ini berfokus pada usaha musiman berskala rumah tangga dengan

periode operasional yang jauh lebih terbatas. Sementara itu, temuan bahwa usaha ini belum pernah mengakses pembiayaan eksternal (T1) menunjukkan celah yang belum tergarap jika dibandingkan dengan Zahro dan Supriatna (2026) yang menemukan bahwa pemberian kredit berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UMKM, mengindikasikan bahwa akses pembiayaan eksternal berpotensi menjadi area pengembangan lanjutan di luar dua dimensi yang menjadi fokus penelitian ini.

Secara keseluruhan, usaha Ibu Rizki menunjukkan modal sosial dan kualitas produk yang cukup kuat untuk menjadi landasan pengembangan, namun tata kelola keuangan yang masih manual dan inovasi produk yang cenderung stagnan sejak sekitar tahun 2021 menunjukkan bahwa usaha ini belum sepenuhnya siap bertransisi dari usaha musiman menuju usaha berkelanjutan. Keempat strategi yang dirumuskan menjadi langkah awal yang realistis untuk mengarahkan usaha ini secara bertahap, dimulai dari perbaikan pencatatan keuangan dan pengembangan kemasan produk, sebelum mempertimbangkan langkah yang lebih besar seperti akses pembiayaan eksternal. Kesiapan Ibu Rizki mengambil risiko secara terukur dan keterbukaan pihak-pihak dalam jaringan usahanya untuk beradaptasi secara bertahap dengan teknologi finansial maupun pemasaran digital menjadi modal sikap tambahan yang, apabila diarahkan secara konsisten, dapat mempercepat transisi usaha ini dari musiman menuju berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penelitian ini menghasilkan tiga kesimpulan. Pertama, pengelolaan keuangan usaha Ibu Rizki masih dilakukan secara manual melalui pencatatan buku sederhana; pemisahan uang usaha-pribadi telah diterapkan secara konsisten sejak usaha berdiri, tetapi pencatatan yang belum terstruktur membuat usaha ini rentan mengalami kondisi nombok. Pada aspek inovasi produk, usaha ini memasarkan sekitar 40 jenis produk yang kualitasnya diakui unggul oleh pelanggan; penambahan 3-5 varian baru serta perluasan jaringan mitra sempat terjadi sekitar tahun 2021, namun sejak saat itu belum ada penambahan varian maupun perubahan kemasan yang signifikan.

Kedua, pengelolaan keuangan dan inovasi produk usaha ini didukung oleh konsistensi pemisahan keuangan, jaringan mitra berbasis kepercayaan personal, dan kualitas produk yang diakui unggul, namun menghadapi hambatan berupa pencatatan keuangan yang tidak terstruktur, keterlambatan setoran mitra, belum adanya akses pembiayaan eksternal, minimnya inovasi kemasan, serta persaingan dengan produk sejenis yang lebih murah atau lebih mudah dijumpai. Hambatan pada satu dimensi terbukti dapat memengaruhi dimensi lainnya, sebagaimana ditunjukkan keterbatasan modal yang turut menghambat pengembangan variasi produk. Penelitian ini juga mengidentifikasi indikasi orientasi kewirausahaan sebagai faktor pendukung tambahan, khususnya kesiapan Ibu Rizki mengambil risiko secara terukur, meski sikap proaktif terhadap peluang permintaan luar musim dan pemasaran digital masih cenderung reaktif.

Ketiga, strategi pengembangan usaha dirumuskan melalui analisis SWOT yang menghasilkan empat strategi (SO, WO, ST, WT) yang diarahkan pada perbaikan pencatatan keuangan secara terstruktur, pengelolaan setoran mitra yang lebih tertata, serta pengembangan kemasan produk dan perluasan distribusi melalui jaringan mitra dan warung dengan harga terjangkau, sebagai langkah awal yang realistis bagi usaha Ibu Rizki untuk bertransisi dari usaha musiman menuju usaha yang lebih berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan: menggunakan studi kasus tunggal dengan tiga informan purposive sehingga temuannya tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan pada UMKM musiman lain secara umum; dibatasi pada dua dimensi utama (pengelolaan keuangan dan

inovasi produk) sehingga aspek operasional produksi dan pemasaran hanya dibahas sebagai faktor pendukung; dan sesuai desain kualitatif deskriptif, penelitian berhenti pada tahap perumusan strategi, belum sampai pada tahap uji coba maupun evaluasi implementasi.

Bagi Ibu Rizki, disarankan menerapkan pencatatan keuangan segera saat transaksi terjadi disertai rekonsiliasi rutin terjadwal, menyisihkan dana cadangan untuk mengantisipasi fluktuasi harga pemasok, mengembangkan kemasan porsi kecil berharga terjangkau untuk dititipkan ke jaringan mitra dan warung, serta menjajaki permintaan luar musim secara mandiri dan melanjutkan adaptasi bertahap pada kanal digital seperti WhatsApp. Bagi pelaku UMKM musiman lain, disarankan membangun jaringan mitra berbasis kepercayaan personal sejak awal usaha dan membiasakan pencatatan keuangan sederhana namun konsisten sebagai fondasi sebelum usaha berkembang lebih jauh. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan mengkaji akses pembiayaan eksternal pada UMKM musiman serupa, memperluas cakupan penelitian dengan lebih banyak kasus atau informan, mempertimbangkan aspek operasional produksi dan pemasaran sebagai dimensi analisis tersendiri, serta mengoperasionalkan orientasi kewirausahaan (Lumpkin & Dess, 1996) sebagai dimensi ketiga yang berdiri sendiri dengan parameter dan pedoman wawancara khusus.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S. K. (2024). The pillars of trustworthiness in qualitative research. *Journal of Medicine, Surgery, and Public Health*, 2, 100051. <https://doi.org/10.1016/j.glmedi.2024.100051>
- Ahmed, S. K., Mohammed, R. A., Nashwan, A. J., Ibrahim, R. H., Abdalla, A. Q., M. Amin, B. M., & Khdir, R. M. (2025). Using thematic analysis in qualitative research. *Journal of Medicine, Surgery, and Public Health*, 6, 100198. <https://doi.org/10.1016/j.glmedi.2025.100198>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021-2025). Tingkat pengangguran terbuka dan rata-rata upah buruh Februari 2021-Februari 2025. BPS. <https://www.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2025, 5 Mei). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,76 persen; rata-rata upah buruh sebesar 3,09 juta rupiah. BPS. <https://www.bps.go.id>
- Cahyono, T. D., & Suarantalla, R. (2024). Dampak literasi keuangan, literasi digital dan financial technology terhadap keberlanjutan bisnis pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 10(2), 804-813.
- Chand, S. P. (2025). Methods of data collection in qualitative research: Interviews, focus groups, observations, and document analysis. *Advances in Educational Research and Evaluation*, 6(1), 303-317.
- Charisma, D., Hermanto, B., Purnomo, M., Herawati, T., & Charina, A. (2025). Sustainable business through local strength: A qualitative study of financial, social, and cultural strategies in Bandung's culinary micro-enterprises.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka Kementerian Perindustrian. (2024). Kontribusi industri makanan dan minuman terhadap PDB industri pengolahan nonmigas triwulan II 2024. Kemenperin. <https://www.kemenperin.go.id>

- Fadlurrahman, Orbawati, E. B., Pajrin, R., Mukti, A., & Rahardjo, B. (2023). Analisis SWOT dan framework implementasi strategi pengembangan UMKM. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 8(3), 229-237.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). Metodologi penelitian kualitatif. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Hasanah, L., & Makki, M. (2023). Strategi pengembangan usaha kue lebaran berbasis home industry perspektif hukum ekonomi syariah. *AQaduna: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(01), 31-49. <https://doi.org/10.52491/aqaduna.v1i01.14>
- Indika, N., & Adia, S. (2021). Pengaruh komitmen organisasi dan organizational citizenship behavior (OCB) terhadap kinerja karyawan. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 64-73.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2025). Data UMKM Indonesia: Kontribusi terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja. Kemenko Perekonomian. <https://www.ekon.go.id>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- McKim, C. (2023). Meaningful member-checking: A structured approach to member-checking. *American Journal of Qualitative Research*, 7(2), 41-52. <https://doi.org/10.29333/ajqr/12973>
- Morgan, H. (2024). Using triangulation and crystallization to make qualitative studies trustworthy and rigorous. *The Qualitative Report*, 29(7), 1844-1856. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2024.6071>
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis (Cet. 22). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif. Alfabeta.
- Yoon, B., & Uliassi, C. (2022). Researcher-as-instrument in qualitative research: The complexities of the educational researcher's identities. *The Qualitative Report*, 27(4), 1088-1102.
- Yuhendri, L. (2022). Inovasi untuk keberlanjutan usaha kuliner. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 32-40.
- Zahro, A. F., & Supriatna, U. (2026). Pengaruh pemberian kredit terhadap loyalitas anggota dan pertumbuhan UMKM di Koperasi Kredit Motekar Cimahi Selatan.