Jurnal Administrasi Bisnis
ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA

(Studi Kasus Pada UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit di Kecamatan Kelua Kabupaten Tabalong)

Dinda Salsabela[1], Nurul Hasanah[2]
Program Studi Administrasi Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
Email: dindabela006@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis yang diterapkan pada UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan usahanya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada pemahaman secara mendalam mengenai strategi bisnis yang diterapkan dalam meningkatkan daya saing usaha. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen, observasi langsung terhadap aktivitas usaha, serta dokumentasi dan studi literatur sebagai data pendukung. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit dilakukan melalui upaya menjaga kualitas produk dengan penggunaan bahan baku berkualitas, penerapan proses produksi yang konsisten, serta pengawasan mutu sebelum produk dipasarkan. Strategi tersebut didukung oleh inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Faktor pendukung pengembangan usaha meliputi kualitas produk yang baik dan konsisten, inovasi yang berkelanjutan, pelayanan yang memuaskan, serta pemasaran digital. Adapun faktor penghambat yang dihadapi meliputi keterbatasan modal usaha, meningkatnya persaingan, fluktuasi harga bahan baku, dan keterbatasan sumber daya manusia. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi pengembangan bisnis yang terintegrasi mampu meningkatkan daya saing dan mendukung keberlanjutan usaha UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Bisnis, Daya Saing, UMKM, Kerupuk Makaroni.

ABSTRACT

This study aims to examine the business development strategies implemented by the MSME "Amel Cwit" Macaroni Cracker business and to identify the factors supporting and hindering its

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

business development. The study employs a qualitative approach, focusing on gaining an in-depth understanding of the business strategies used to enhance competitiveness. Data collection was conducted through semi-structured interviews with the business owner, employees, and consumers; direct observation of business activities; and the use of documentation and literature reviews as supporting data. Research informants were selected using purposive sampling based on criteria relevant to the study's objectives. Data analysis was performed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that the business development strategy of the "Amel Cwit" Macaroni Cracker MSME focuses on maintaining product quality through the use of high-quality raw materials, consistent production processes, and quality control prior to marketing. These strategies are supported by product innovation, improved customer service quality, and the use of social media as an effective promotional tool to expand market reach. Factors supporting business development include consistent product quality, continuous innovation, satisfactory service, and digital marketing. Conversely, hindering factors include limited business capital, increasing competition, fluctuating raw material prices, and human resource limitations. The study concludes that the implementation of integrated business development strategies can enhance competitiveness and support the business sustainability of the "Amel Cwit" Macaroni Cracker MSME.

***Keywords**: Business Development Strategy, Competitiveness, MSME, Macaroni Crackers.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi penting dalam mendukung aktivitas perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap pembentukan nilai ekonomi, tetapi juga membuka kesempatan kerja, menciptakan sumber pendapatan masyarakat, serta mendorong pemanfaatan potensi daerah. Karakteristik usaha yang fleksibel memungkinkan UMKM berkembang pada berbagai sektor, termasuk industri makanan dan minuman yang terus menunjukkan perkembangan di berbagai wilayah. Kemampuan beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan konsumen menjadikan UMKM tetap memiliki peluang untuk tumbuh meskipun berada pada kondisi persaingan yang dinamis. Peran tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga oleh kemampuan mengelola usaha secara berkelanjutan.

Perubahan perilaku konsumen turut memengaruhi cara pelaku usaha menjalankan bisnisnya. Konsumen tidak lagi hanya mempertimbangkan harga ketika membeli suatu produk, tetapi juga memperhatikan kualitas, variasi, kemudahan memperoleh produk, hingga pengalaman yang diperoleh selama melakukan pembelian. Kondisi tersebut mendorong pelaku UMKM untuk lebih aktif melakukan pembaruan agar usaha yang dijalankan tetap sesuai dengan kebutuhan pasar. Pengembangan bisnis menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari upaya mempertahankan keberlangsungan usaha karena melalui strategi yang tepat pelaku usaha dapat meningkatkan nilai produk sekaligus memperluas peluang pasar.

Strategi pengembangan bisnis dipahami sebagai serangkaian langkah yang disusun secara terencana untuk meningkatkan kemampuan usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi tersebut mencakup berbagai aspek, mulai dari pengembangan produk, pengelolaan operasional, pemasaran, penguatan sumber daya manusia, hingga pemanfaatan teknologi sebagai

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

sarana pendukung kegiatan usaha. Penerapan strategi yang sesuai akan membantu pelaku usaha mengenali potensi yang dimiliki sekaligus menentukan langkah yang diperlukan ketika menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Sebaliknya, usaha yang dijalankan tanpa arah pengembangan yang jelas cenderung mengalami kesulitan mempertahankan keberadaannya ketika kondisi pasar berubah.

Daya saing menjadi salah satu ukuran yang menunjukkan kemampuan suatu usaha dalam mempertahankan eksistensinya dibandingkan dengan usaha lain yang menawarkan produk serupa. Daya saing tidak hanya berkaitan dengan harga, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas produk, inovasi, pelayanan, kemampuan membaca kebutuhan konsumen, serta kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan. Pelaku usaha yang mampu mengembangkan seluruh aspek tersebut memiliki peluang yang lebih besar untuk mempertahankan konsumennya sekaligus menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, strategi pengembangan bisnis dan daya saing merupakan dua hal yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan dalam proses pengelolaan usaha.

Kabupaten Tabalong merupakan salah satu daerah yang memperlihatkan perkembangan aktivitas UMKM, khususnya pada sektor kuliner. Bertambahnya jumlah pelaku usaha menunjukkan meningkatnya minat masyarakat untuk menjalankan kegiatan usaha sebagai sumber penghasilan. Data Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tabalong mencatat jumlah UMKM pada tahun 2024 mencapai 19.124 unit usaha atau mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya. Bertambahnya jumlah pelaku usaha tersebut menunjukkan adanya peluang ekonomi yang cukup besar, tetapi pada saat yang sama juga menghadirkan konsekuensi berupa meningkatnya persaingan antar pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis. Kondisi tersebut menuntut setiap UMKM memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai tambah sehingga tetap mampu menarik perhatian konsumen.

Pertumbuhan jumlah usaha tidak selalu diikuti oleh peningkatan kualitas pengelolaan bisnis. Sebagian pelaku UMKM masih menjalankan usaha berdasarkan pengalaman tanpa didukung perencanaan yang sistematis. Pengembangan produk sering kali dilakukan secara terbatas, aktivitas pemasaran belum memanfaatkan seluruh potensi media digital, serta pengelolaan usaha masih berorientasi pada kegiatan operasional harian. Keadaan tersebut menyebabkan sebagian usaha mengalami kesulitan memperluas pasar dan mempertahankan pertumbuhan usahanya. Padahal, perubahan preferensi konsumen berlangsung cukup cepat sehingga pelaku usaha dituntut mampu menyesuaikan strategi sesuai kondisi pasar.

Dalam kajian manajemen strategi dijelaskan bahwa keberhasilan suatu usaha dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha mengenali kondisi internal dan eksternal yang dihadapi. Analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman menjadi dasar dalam menentukan strategi yang sesuai dengan karakteristik usaha. Pendekatan tersebut memberikan gambaran mengenai potensi yang dapat dimanfaatkan sekaligus hambatan yang perlu diantisipasi. Melalui proses tersebut, pelaku usaha dapat menentukan prioritas pengembangan yang lebih realistis sehingga setiap keputusan yang diambil memiliki arah yang jelas dan mendukung keberlanjutan usaha.

Kondisi ideal tersebut masih menunjukkan perbedaan dengan kenyataan yang ditemui pada sebagian UMKM. Tidak sedikit pelaku usaha yang lebih memusatkan perhatian pada proses

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

produksi dibandingkan dengan penyusunan strategi pengembangan bisnis. Produk yang dihasilkan sering kali memiliki kualitas yang baik, namun belum didukung promosi yang optimal ataupun inovasi yang mampu memberikan keunggulan dibandingkan produk lain. Situasi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara konsep pengembangan bisnis yang seharusnya diterapkan dengan praktik yang berlangsung di lapangan. Apabila keadaan tersebut berlangsung secara terus-menerus, peluang usaha untuk berkembang menjadi semakin terbatas.

UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit merupakan salah satu usaha kuliner yang berkembang di Kabupaten Tabalong. Produk utama yang ditawarkan berupa kerupuk makaroni dengan berbagai pilihan rasa yang dipasarkan kepada berbagai kelompok konsumen. Perjalanan usaha tersebut menunjukkan adanya upaya untuk mempertahankan kualitas produk sekaligus memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Meskipun demikian, usaha ini tetap menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam memperluas jangkauan pemasaran, mempertahankan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan kemampuan bersaing dengan produk sejenis yang terus bermunculan. Tantangan tersebut menjadikan pengembangan strategi bisnis sebagai bagian penting dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Pengamatan terhadap UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit menunjukkan bahwa pemilik usaha telah melakukan beberapa langkah pengembangan, seperti meningkatkan kualitas produk, menambah variasi rasa, memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Berbagai langkah tersebut menunjukkan adanya kesadaran bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh produk yang dijual, tetapi juga oleh kemampuan menciptakan nilai yang dapat dirasakan konsumen. Namun demikian, pelaksanaan strategi tersebut masih dipengaruhi oleh sejumlah keterbatasan, seperti modal usaha yang belum memadai, jangkauan pemasaran yang masih terbatas, dan persaingan yang semakin beragam. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi yang telah diterapkan masih memerlukan pengembangan agar hasil yang diperoleh menjadi lebih optimal.

Apabila berbagai kendala tersebut tidak memperoleh perhatian yang memadai, dampaknya tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha, tetapi juga berpotensi memengaruhi perkembangan UMKM di tingkat daerah. Kemampuan usaha dalam meningkatkan penjualan dapat mengalami penurunan sehingga peluang memperluas pasar menjadi semakin kecil. Pada akhirnya kondisi tersebut dapat menghambat pertumbuhan usaha, mengurangi kesempatan membuka lapangan pekerjaan baru, serta menurunkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian daerah. Oleh sebab itu, pembahasan mengenai strategi pengembangan bisnis memiliki arti penting karena berkaitan langsung dengan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas strategi pengembangan bisnis maupun peningkatan daya saing UMKM dari berbagai sudut pandang. Penelitian Panggabean (2024) menjelaskan bahwa inovasi produk, peningkatan kualitas, dan pemasaran menjadi faktor yang mendukung perkembangan usaha. Sulistiyawan dkk. (2024) menekankan pentingnya penerapan manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian Rasenda dkk. (2025) lebih menyoroti digitalisasi sebagai strategi mempertahankan keberlanjutan usaha. Sementara itu, Rofiqoh (2025) mengemukakan bahwa kombinasi inovasi produk, pemasaran digital, dan

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

peningkatan kapasitas sumber daya manusia mampu memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan. Penelitian Zainuri (2025) menunjukkan bahwa pengembangan usaha dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola lingkungan bisnis dan memanfaatkan peluang yang tersedia.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu umumnya mengkaji strategi pengembangan bisnis pada objek dan kondisi usaha yang berbeda. Sebagian penelitian lebih berfokus pada satu aspek tertentu, seperti pemasaran atau digitalisasi, sedangkan penelitian yang menggambarkan penerapan strategi secara menyeluruh pada usaha berskala lokal masih relatif terbatas. Perbedaan karakteristik usaha, kondisi pasar, serta lingkungan bisnis menyebabkan hasil penelitian sebelumnya belum dapat menggambarkan kondisi yang dihadapi oleh UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit di Kabupaten Tabalong. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih kontekstual mengenai strategi yang diterapkan, faktor pendukung, serta berbagai hambatan yang memengaruhi pengembangan usaha.

Penelitian mengenai strategi pengembangan bisnis pada UMKM tetap memiliki relevansi karena setiap usaha memiliki karakteristik, sumber daya, serta kondisi pasar yang berbeda. Strategi yang berhasil diterapkan pada suatu usaha belum tentu menghasilkan dampak yang sama pada usaha lainnya. Oleh sebab itu, kajian yang dilakukan secara spesifik pada satu objek penelitian mampu memberikan gambaran empiris mengenai proses pengembangan usaha sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Informasi tersebut tidak hanya bermanfaat sebagai bahan evaluasi bagi pelaku usaha yang diteliti, tetapi juga dapat menjadi referensi bagi UMKM lain yang menghadapi permasalahan serupa.

Penelitian ini penting dilakukan karena memberikan informasi mengenai praktik pengembangan bisnis yang diterapkan langsung oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Temuan penelitian diharapkan tidak hanya memperkaya kajian mengenai strategi pengembangan bisnis, tetapi juga menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha lain dalam menyusun langkah pengembangan yang sesuai dengan kondisi usahanya. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis yang diterapkan pada UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit di Kabupaten Tabalong serta mengidentifikasi faktor yang mendukung dan menghambat upaya peningkatan daya saing usaha.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit yang berlokasi di Kabupaten Tabalong, Kalimantan Selatan. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik usaha yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu pengembangan strategi bisnis dalam meningkatkan daya saing. Selain mengalami perkembangan sebagai usaha kuliner, UMKM tersebut juga menghadapi berbagai tantangan yang berkaitan dengan pemasaran, pengembangan produk, serta kemampuan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah meningkatnya jumlah pelaku usaha sejenis. Kondisi tersebut memberikan ruang untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai strategi yang diterapkan dalam menjalankan kegiatan usaha.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus.

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap kondisi nyata yang terjadi pada objek penelitian. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat menggali informasi secara langsung dari para informan mengenai pengalaman, pandangan, serta langkah yang dilakukan dalam mengembangkan usaha. Sementara itu, studi kasus digunakan untuk memperoleh deskripsi yang mendalam mengenai strategi pengembangan bisnis pada satu objek tertentu sehingga karakteristik dan dinamika usaha dapat dipahami secara lebih utuh.

Sumber data dalam penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui proses wawancara, observasi, serta dokumentasi selama kegiatan penelitian berlangsung. Informasi yang diperoleh mencakup strategi yang diterapkan dalam mengembangkan usaha, faktor yang mendukung maupun menghambat pelaksanaan strategi, serta kondisi usaha yang berkaitan dengan peningkatan daya saing. Data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen pendukung, seperti buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dokumen usaha, serta sumber lain yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Penggunaan kedua jenis data tersebut bertujuan agar informasi yang diperoleh saling melengkapi dan memberikan gambaran yang lebih menyeluruh.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Teknik ini digunakan karena tidak semua individu memiliki informasi yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian. Informan utama terdiri atas pemilik UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit sebagai pihak yang mengetahui proses perencanaan dan pelaksanaan strategi pengembangan usaha. Informan pendukung meliputi karyawan yang terlibat dalam kegiatan operasional serta pelanggan yang memiliki pengalaman membeli dan menggunakan produk. Keberagaman informan tersebut diharapkan mampu menghasilkan informasi dari berbagai sudut pandang sehingga data yang diperoleh menjadi lebih lengkap.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik. Observasi digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai aktivitas usaha, proses produksi, pemasaran, serta kondisi lingkungan usaha. Wawancara dilakukan secara langsung menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan fokus penelitian. Teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai strategi pengembangan bisnis yang diterapkan, faktor pendukung, dan hambatan yang dihadapi selama menjalankan usaha. Selain itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan kegiatan usaha, seperti foto, arsip, catatan, maupun dokumen lain yang dapat mendukung hasil penelitian.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri yang berperan dalam merencanakan penelitian, menentukan informan, mengumpulkan data, melakukan analisis, hingga menarik kesimpulan. Untuk mendukung proses pengumpulan data, digunakan pedoman observasi, pedoman wawancara, alat perekam, serta dokumentasi sebagai instrumen pendukung. Penggunaan beberapa instrumen tersebut bertujuan membantu peneliti memperoleh data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian sekaligus menjaga ketelitian selama proses pengumpulan informasi.

Analisis data dilakukan secara berkesinambungan sejak data mulai diperoleh hingga penelitian selesai. Tahapan analisis mengacu pada model Miles, Huberman, dan Saldaña yang

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan mengelompokkan informasi yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian sehingga data yang diperoleh menjadi lebih terarah. Tahap berikutnya adalah penyajian data dalam bentuk uraian deskriptif sehingga hubungan antar informasi dapat dipahami dengan lebih mudah. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan setelah seluruh data dianalisis dan dibandingkan untuk memperoleh gambaran mengenai strategi pengembangan bisnis yang diterapkan beserta faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaannya.

Keabsahan data dijaga melalui uji kredibilitas menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, teknik pengumpulan data, maupun sumber data yang berbeda. Hasil wawancara dikonfirmasi melalui observasi dan dokumentasi sehingga informasi yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Selain triangulasi sumber dan triangulasi teknik, peneliti juga melakukan pengecekan ulang terhadap hasil wawancara kepada informan apabila ditemukan perbedaan informasi selama proses analisis. Langkah tersebut dilakukan agar data yang digunakan dalam penelitian benar-benar menggambarkan kondisi yang terjadi di lapangan serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit telah menerapkan berbagai strategi pengembangan bisnis sebagai upaya mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus meningkatkan daya saing. Strategi yang diterapkan tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga diarahkan untuk menjaga kualitas produk, memperluas jangkauan pemasaran, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Berbagai langkah tersebut dilakukan secara bertahap sesuai dengan kemampuan usaha dan sumber daya yang dimiliki.

Salah satu strategi yang menjadi perhatian utama adalah peningkatan kualitas produk. Pemilik usaha berupaya menjaga mutu kerupuk makaroni melalui pemilihan bahan baku yang baik, proses produksi yang konsisten, serta pengendalian kualitas sebelum produk dipasarkan. Upaya tersebut dilakukan agar produk yang diterima konsumen memiliki cita rasa dan kualitas yang tetap terjaga. Konsistensi kualitas menjadi faktor penting karena mampu membangun kepercayaan pelanggan sehingga mereka terdorong untuk melakukan pembelian kembali. Kondisi ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan salah satu unsur yang dapat meningkatkan daya saing suatu usaha.

Selain menjaga kualitas, pengembangan produk juga dilakukan melalui penambahan variasi rasa sesuai dengan minat konsumen. Inovasi tersebut memberikan pilihan yang lebih beragam sehingga pelanggan tidak hanya bergantung pada satu jenis produk. Penambahan variasi rasa menjadi salah satu bentuk adaptasi terhadap perubahan selera pasar yang terus berkembang. Langkah tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya mempertahankan produk yang telah ada, tetapi juga berupaya menciptakan nilai tambah agar produk tetap diminati oleh konsumen.

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

Strategi lain yang diterapkan adalah memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Penggunaan media sosial membantu usaha memperkenalkan produk kepada masyarakat dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan promosi secara konvensional. Informasi mengenai produk, variasi rasa, maupun aktivitas usaha disampaikan melalui media digital sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas. Pemanfaatan teknologi tersebut memperlihatkan adanya upaya pelaku usaha dalam mengikuti perubahan pola pemasaran yang saat ini lebih banyak memanfaatkan platform digital sebagai media komunikasi dengan konsumen.

Hubungan dengan pelanggan juga menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan bisnis. Pemilik usaha berusaha memberikan pelayanan yang ramah, menjaga komunikasi dengan pelanggan, serta menerima berbagai masukan yang berkaitan dengan produk. Hubungan yang baik tersebut memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan sekaligus meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian ulang. Kepercayaan yang telah terbentuk menjadi salah satu modal penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin beragam.

Pelaksanaan strategi pengembangan bisnis tersebut didukung oleh beberapa faktor internal. Kualitas produk yang konsisten menjadi kekuatan utama karena mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Selain itu, komitmen pemilik usaha dalam mengembangkan bisnis turut menjadi faktor yang mendorong keberhasilan strategi yang dijalankan. Kesediaan untuk melakukan inovasi serta menerima masukan dari pelanggan menunjukkan adanya orientasi untuk terus melakukan perbaikan terhadap usaha yang dikelola. Loyalitas pelanggan juga memberikan kontribusi positif karena sebagian konsumen tetap memilih produk yang telah dikenal dan dipercaya kualitasnya.

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan beberapa faktor yang menghambat pengembangan usaha. Keterbatasan modal masih menjadi kendala dalam memperluas kapasitas produksi maupun mengembangkan kegiatan pemasaran. Kondisi tersebut menyebabkan beberapa rencana pengembangan belum dapat dilaksanakan secara maksimal. Selain itu, meningkatnya jumlah pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis menyebabkan tingkat persaingan menjadi lebih tinggi sehingga setiap usaha dituntut memiliki keunggulan yang mampu membedakan produknya dari pesaing.

Hambatan lain yang dihadapi berkaitan dengan jangkauan pemasaran yang belum sepenuhnya optimal. Meskipun media sosial telah dimanfaatkan sebagai sarana promosi, pemanfaatannya masih memerlukan pengembangan agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Penggunaan strategi pemasaran digital yang lebih terarah diharapkan dapat meningkatkan pengenalan produk sekaligus memperbesar peluang memperoleh konsumen baru. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu kebutuhan yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, kondisi tersebut dapat dianalisis menggunakan pendekatan SWOT. Kekuatan usaha terletak pada kualitas produk, variasi rasa, serta hubungan yang baik dengan pelanggan. Kelemahan usaha berkaitan dengan keterbatasan modal dan jangkauan pemasaran yang masih terbatas. Peluang yang dimiliki berasal dari meningkatnya minat

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

masyarakat terhadap produk makanan ringan serta perkembangan media digital yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi. Sementara itu, ancaman berasal dari bertambahnya jumlah pesaing yang menawarkan produk serupa dengan berbagai inovasi baru. Analisis tersebut menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha perlu diarahkan pada pemanfaatan kekuatan dan peluang yang dimiliki sekaligus mengurangi dampak kelemahan dan ancaman yang dihadapi.

Temuan penelitian ini memiliki kesesuaian dengan beberapa penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa keberhasilan pengembangan UMKM dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam melakukan inovasi, menjaga kualitas produk, serta menyesuaikan strategi dengan perubahan lingkungan bisnis. Meskipun demikian, penelitian ini memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai penerapan strategi pada UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit di Kabupaten Tabalong sehingga mampu menunjukkan kondisi yang berbeda sesuai karakteristik usaha dan lingkungan bisnis yang dihadapi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi pengembangan bisnis yang diterapkan telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing usaha. Walaupun masih terdapat beberapa kendala yang memerlukan perhatian, langkah-langkah yang dilakukan menunjukkan adanya komitmen pelaku usaha untuk terus mengembangkan bisnis secara berkelanjutan. Penguatan inovasi, perluasan pemasaran, serta peningkatan kapasitas usaha diharapkan dapat mendukung pertumbuhan UMKM sehingga mampu bersaing secara lebih baik pada masa mendatang.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis pada UMKM tidak dapat diterapkan secara terpisah antara satu aspek dengan aspek lainnya. Peningkatan kualitas produk akan memberikan hasil yang lebih optimal apabila diikuti dengan pemasaran yang mampu menjangkau konsumen secara lebih luas. Demikian pula inovasi produk perlu didukung oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pasar sehingga produk yang dihasilkan tetap memiliki nilai tambah di mata konsumen. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan pengembangan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh satu strategi tertentu, melainkan oleh keterpaduan antara pengelolaan produk, pemasaran, pelayanan, serta kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis. Semakin baik integrasi setiap aspek tersebut, semakin besar peluang UMKM untuk mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus meningkatkan daya saing di pasar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit telah menerapkan berbagai strategi pengembangan bisnis sebagai upaya meningkatkan daya saing usaha. Strategi tersebut diwujudkan melalui peningkatan kualitas produk, pengembangan variasi rasa, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, serta upaya menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Penerapan strategi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan, tetapi juga diarahkan untuk membangun kepercayaan konsumen dan mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Keberhasilan pelaksanaan strategi didukung oleh kualitas produk

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

yang konsisten, komitmen pemilik usaha dalam mengembangkan bisnis, serta loyalitas pelanggan yang memberikan kontribusi terhadap keberlangsungan usaha.

Di sisi lain, penelitian juga menemukan beberapa faktor yang masih menjadi hambatan dalam pengembangan bisnis, antara lain keterbatasan modal, jangkauan pemasaran yang belum optimal, dan meningkatnya persaingan dengan usaha sejenis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan bisnis memerlukan upaya yang berkelanjutan agar mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan usaha dan kebutuhan pasar. Secara keseluruhan, strategi yang diterapkan telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing UMKM Kerupuk Makaroni Amel Cwit. Oleh karena itu, penguatan inovasi produk, optimalisasi pemasaran digital, serta peningkatan kapasitas usaha perlu terus dilakukan agar usaha mampu berkembang secara berkelanjutan dan memiliki posisi yang semakin kuat dalam menghadapi persaingan.

DAFTAR PUSTAKA

Rasenda, Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan. *Jubisdigi: Jurnal Bisnis Digital*, *1*(1), 52–59.

Rofiqoh, F. (2025). *Analisis Strategi Pengembangan UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital BT - Sinema: Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*.

Sulistiyawan, E., Istikhoroh, S., Lasiyono, U., Alam, W. Y., Miradji, M. A., & Prasetyo, A. (2024). Optimalisasi Manajemen Strategi Untuk Menjadikan UMKM Yang Unggul Dalam Persaingan Bisnis. *EKOBIS ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*, 116–126.

Zainuri, M. (2025). *Analisis Strategi Pengembangan UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Rambipuji*. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq.