

ANALISIS SWOT STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM PADA SEKTOR BUAH-BUAHAN: STUDI KASUS PADA "TOKO ZONA BUAH-BUAHAN" DI KABUPATEN SUBANG

SWOT ANALYSIS OF UMKM DEVELOPMENT STRATEGIES IN THE FRUIT SECTOR: A CASE STUDY ON "TOKO ZONA BUAH" IN SUBANG DISTRICT

¹⁾ Nagita Anastasya Juanda, ²⁾ Restu Gustiawan, ³⁾ Risty Destianti Angraeni, ⁴⁾ Tiara Novia Rahmadhani

Program Studi Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja
Jl. Otto Iskandardinata No 76, Subang, Jawa Barat 41211

Email korespondensi: restugustiawan2022@stiesa.ac.id
No hp: +6282216861671

ABSTRAK

Histori Artikel:

Diajukan:
07/07/2025

Diterima:
08/11/2025

Diterbitkan:
05/10/2026

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the agribusiness sector, especially family fruit shops such as "Toko Zona Buah-Buahan" in Subang district, face various challenges in utilizing market potential and digital technology. Despite the rapidly increasing demand for fresh fruit, these MSMEs are still limited in their access to technology, digital marketing, and processed product innovation. This condition causes a gap between natural resource potential and local business management capacity. This research uses SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by Toko Zona Buah-Buahan. The results of the analysis are expected to provide a comprehensive picture that can be the basis for formulating effective and sustainable business development strategies, as well as encouraging the improvement of the competitiveness of fruit MSMEs in the digital era. This approach also highlights the importance of multi-stakeholder collaboration and product innovation as keys to the successful development of agribusiness MSMEs in Indonesia.

Kata kunci: Development Strategy, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tonggak perekonomian Indonesia, menyumbang 60,5% terhadap PDB dan menyerap 96,9% tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Namun, pertumbuhan UMKM khususnya di sektor agribisnis seperti buah-buahan masih menghadapi tantangan kompleks. Data BPS (2023) menunjukkan hanya 17% UMKM makanan dan minuman yang telah memanfaatkan teknologi digital, padahal sektor ini memiliki kontribusi signifikan terhadap PDB pertanian. UMKM keluarga seperti Toko

Zona Buah-Buahan menjadi salah satu contoh UMKM buah-buahan memainkan peran vital dalam rantai nilai hortikultura dan perekonomian lokal. Di Kabupaten Subang, toko-toko buah yang menyuplai produk seperti pisang, mangga, dan nanas menjadi penghubung penting antara petani dan konsumen akhir. Walaupun potensinya besar, banyak pelaku usaha masih menghadapi tantangan dalam hal manajemen, diversifikasi produk, dan akses ke pasar yang lebih luas, yang akhirnya mempengaruhi profitabilitas dan keberlanjutan usaha.

Di tengah meningkatnya permintaan buah segar sebesar 8,2% per tahun (Kementan, 2023), UMKM buah keluarga justru

menghadapi disparitas pertumbuhan. Studi Rombach et al. (2022) mengungkapkan bahwa 72% UMKM agribisnis keluarga kesulitan bersaing dengan retail modern karena keterbatasan akses teknologi dan modal. Permasalahan semakin kompleks ketika menghadapi persaingan dari retail modern atau e-commerce. Penjualan buah segar saja tidak cukup untuk mempertahankan daya saing. Studi Kurniasih et al. (2020) pada UMKM pisang lumer crispy (Banabow) membuktikan bahwa metode analisis SWOT efektif dalam mengidentifikasi faktor internal seperti kreativitas produk dan eksternal seperti peluang nilai tambah, sehingga menghasilkan strategi konkret untuk pengembangan usahanya.

Penelitian Yanuar & Dzakia (2024) menunjukkan bahwa kombinasi matriks IFAS, EFAS, dan SWOT membantu pengusaha menjawab tantangan pasca-pandemi dengan strategi digitalisasi dan diversifikasi saluran distribusi. Pendekatan ini relevan karena memberikan kerangka sistematis untuk mengoptimalkan kekuatan lokal dan memitigasi kelemahan yang ada.

Lebih lanjut, analisis SWOT juga terbukti berhasil dalam pengembangan strategi pemasaran UMKM minuman buah. Studi Putri & Yunita (2024) terhadap Barasaki Juice di Jakarta menemukan peran penting analisis SWOT dalam merumuskan strategi pemasaran berbasis kekuatan produk alami dan tren gaya hidup sehat

Kabupaten Subang memiliki potensi ekonomi yang besar di sektor pertanian, khususnya buah-buahan, dengan produksi tahunan mencapai 1,2 juta ton (Dinas Pertanian Subang, 2023). Namun, potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM lokal seperti Toko Zona Buah-Buahan. Studi oleh Sari dan Nugroho (2023) menunjukkan bahwa daerah dengan potensi pertanian tinggi seringkali belum memiliki ekosistem pendukung yang memadai untuk pengembangan UMKM berbasis buah. Hal ini menciptakan kesenjangan antara potensi sumber daya alam dan kapasitas pengelolaan oleh pelaku usaha lokal.

Dengan adanya permodelan analisis SWOT yang konkret, pelaku UMKM di zona buah Subang akan dibantu untuk memahami dan menyusun strategi yang aplikatif—mulai dari diversifikasi produk (misalnya jus atau kemasan praktis) hingga penetrasi pasar melalui kanal digital. Hal ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah usaha, tapi juga memperluas daya jangkauan toko buah lokal.

Melalui kegiatan ini, diharapkan terjadi peningkatan kapasitas manajerial dan strategis pelaku toko buah di Kabupaten Subang. Penggunaan SWOT dalam pengabdian tidak hanya meningkatkan pemahaman terhadap lingkungan usaha, tetapi juga memberi dasar dalam menyusun rencana bisnis jangka panjang. Sebagai hasilnya, UMKM toko buah di Subang diharapkan mampu merumuskan strategi adaptif dan berkelanjutan, serta memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal agraris.

Pengembangan UMKM buah memang memerlukan kolaborasi multi-pihak—mulai dari pemerintah daerah, pelaku usaha, hingga akademisi dan asosiasi. Sebagai contoh nyata, pengabdian yang dilakukan oleh Politeknik Indramayu (Polindra) pada UMKM pengolahan buah mangga menghasilkan inovasi berupa mesin chiller dan freezer box yang dikembangkan bersama akademisi serta didukung instansi pemerintah di Indramayu, membantu memperluas kerjasama dan meningkatkan kualitas produk olahan buah (Setiawan et al., 2024).

Salah satu kendala utama UMKM buah adalah minimnya inovasi dan pengolahan produk lanjutan. Studi di Desa Tangkit Baru, Muaro Jambi, menunjukkan bahwa diversifikasi produk—dalam hal ini olahan nanas—memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan (Haris et al., 2017).

Contoh lebih dekat di sektor PkM: UMKM pengolahan biji nangka di Baturaja berhasil meningkatkan pendapatan melalui produk keripik biji nangka, mengubah limbah menjadi peluang usaha yang bernilai ekonomis (Yuliani et al., 2025).

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Toko Zona Buah-Buahan. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya dalam memberikan gambaran komprehensif tentang kondisi internal dan eksternal usaha (Kusuma & Riani, 2021). Hasil analisis diharapkan dapat menjadi dasar untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat sasaran dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penerapan SWOT dalam pendampingan toko buah di Subang menjadi krusial untuk mengeksplorasi peluang inovasi produk—seperti jus, selai, atau kemasan praktis—yang selama ini masih belum dimanfaatkan secara maksimal.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada UMKM di Kabupaten Subang. Bidang usaha yang menjadi objek penelitian ini adalah di sektor buah-buahan yang merupakan UMKM yang menjalankan kegiatan usahanya di Kabupaten Subang, lebih tepatnya di depan SMA Negeri 2 Subang, yaitu Jl. Raya Dangdeur No.KM.5, Dangdeur, Kec. Subang, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41212. Toko Zona Buah-buahan merupakan usaha yang dirintis oleh Bapak Dedi Supriadi yang didirikan pada tahun 2020. Toko Zona Buah-buahan merupakan bisnis yang dikelola oleh keluarga.

Dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat ini, kami mewawancarai bapak Dedi Supriadi selaku pemilik toko Zona buah-buahan yang dilaksanakan pada tanggal 17 April 2025. Kegiatan ini juga tidak hanya melakukan wawancara, tetapi kami juga diperlihatkan tentang aktivitas jual beli di toko zona buah-buahan tersebut. Selain itu, kami juga saling berbagi pengetahuan terkait praktik dan teori di lapangan.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, kami melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

- Melakukan studi literatur di berbagai referensi yang relevan terkait strategi

pengembangan UMKM dan analisis SWOT.

- Menyusun pertanyaan untuk wawancara untuk memperoleh data primer dari toko zona buah-buahan.

2. Tahap Pengumpulan Data

- Melakukan wawancara dengan bapak Dedi Supriadi selaku pemilik toko zona buah-buahan.
- Mengumpulkan data sekunder terkait transaksi jual beli, salad buah, jus buah, dan terima jasa parcel.

3. Tahap Analisis Data

- Melakukan rekaman suara dan dibuat menjadi transkrip yang disertai pengkodean wawancara.
- Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT toko zona buah-buahan
- Menyusun matriks SWOT untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan informasi yang diberikan, dapat dilakukan analisis SWOT terhadap entitas bisnis "**TOKO ZONA BUAH-BUAHAN**" sebagai berikut:

1 . Kekuatan (*strength*)

Produk Segar dan Berkualitas Tinggi

Kualitas buah merupakan indikator utama dalam menentukan kepuasan konsumen. Toko Zona Buah-Buahan senantiasa menyediakan produk yang segar dan terjaga mutunya, termasuk dalam bentuk buah potong, salad, dan jus. Hal ini meningkatkan nilai jual dan persepsi positif konsumen.

Mampu Memenuhi Kebutuhan Konsumen

Fleksibilitas toko dalam menyesuaikan produk sesuai permintaan konsumen merupakan keunggulan tersendiri. Pelayanan buah berdasarkan kebutuhan (*custom order*) menunjukkan kemampuan toko dalam merespons kebutuhan pasar secara cepat dan tepat.

Harga Kompetitif

Salah satu strategi yang diterapkan adalah penawaran harga terjangkau tanpa mengorbankan kualitas. Hal ini menjadikan produk mudah dijangkau oleh konsumen dari berbagai latar belakang ekonomi.

Menjangkau Berbagai Segmen Pasar

Produk tidak hanya dijual per kilogram, tetapi juga dikemas dalam satuan ekonomis, misalnya buah apel yang dijual per buah dengan harga Rp 10.000. Diversifikasi kemasan ini membuka peluang bagi toko untuk menjangkau pelajar, keluarga, dan pelaku usaha kuliner kecil.

Lokasi Usaha yang Strategis

Bertempat di depan SMA Negeri 2 Subang dan di jalur lalu lintas utama, lokasi toko menjadi nilai strategis dalam menjaring konsumen lokal maupun pelintas jalan.

Akses yang Mudah bagi Pelanggan

Toko dapat dijangkau dengan mudah oleh kendaraan pribadi maupun umum, yang meningkatkan kenyamanan transaksi serta menarik minat pengunjung.

Tim Operasional yang Solid

Usaha yang dikelola secara kekeluargaan memberikan keunggulan dalam koordinasi dan kedisiplinan internal. Peran seluruh anggota keluarga memperkuat ketahanan dan kontinuitas operasional.

Fokus pada Pelayanan Pelanggan

Pendekatan pelayanan yang ramah, fleksibel, dan cepat tanggap memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Pelayanan ini mencakup penyajian produk yang menarik hingga komunikasi aktif dalam menerima pesanan.

Keunggulan dalam Pelayanan Menjadi Prioritas

Komitmen untuk menjadikan pelayanan sebagai aspek prioritas menunjukkan orientasi jangka panjang toko terhadap kepuasan pelanggan sebagai kunci loyalitas.

Komitmen Mempertahankan Kepuasan Konsumen

Toko berupaya konsisten dalam menjaga kualitas layanan dan produk guna mempertahankan kepuasan konsumen. Hal ini menjadi faktor penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Sistem Operasional yang Masih Manual

Seluruh proses administrasi, pencatatan keuangan, dan pengelolaan data dilakukan secara konvensional. Hal ini menyebabkan keterlambatan dalam pengambilan keputusan serta meningkatkan risiko kesalahan pencatatan.

Proses Operasional yang Kurang Efisien

Ketiadaan prosedur standar operasional (SOP) yang terdokumentasi dengan baik membuat proses kerja cenderung tidak terstruktur dan kurang efisien, terutama saat menghadapi lonjakan permintaan.

Minimnya Pemanfaatan Teknologi dalam Operasional

Belum adanya penggunaan perangkat lunak atau aplikasi manajemen toko (seperti point of sales atau inventory system) menjadikan proses kerja tidak optimal dan menyulitkan evaluasi kinerja harian.

Promosi di Media Sosial yang Sangat Minim

Toko belum memanfaatkan potensi besar media sosial sebagai saluran pemasaran. Akibatnya, jangkauan promosi sangat terbatas dan hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Jangkauan Pasar yang Terbatas

Pasar utama masih berpusat di wilayah sekitar toko saja, tanpa ada upaya ekspansi ke wilayah lain atau melalui kanal penjualan daring (*online shop*), yang seharusnya bisa menambah volume penjualan.

Kurang Maksimal dalam Menarik Pelanggan Baru

Ketiadaan program pemasaran yang terstruktur dan menarik menyebabkan toko kesulitan menjangkau pelanggan baru. Upaya

branding dan promosi belum terkelola dengan baik.

Kurangnya Visibilitas Merek di Media Digital

Toko belum memiliki identitas digital yang kuat, seperti akun media sosial yang aktif, marketplace, atau website. Hal ini membuat konsumen digital tidak memiliki akses terhadap produk dan layanan toko.

Keterbatasan dalam Pengelolaan Persediaan

Manajemen stok masih bersifat manual dan berdasarkan estimasi, yang menyebabkan kesulitan dalam memantau tingkat persediaan secara real-time serta potensi kerugian akibat pemborosan atau penumpukan.

Risiko Kehabisan Stok Bahan Baku

Keterbatasan sistem kontrol inventori menyebabkan toko rentan terhadap kehabisan stok, terutama pada masa permintaan tinggi atau musim buah tertentu, yang bisa mengganggu kontinuitas penjualan.

Kurangnya Kontrol terhadap Manajemen Bahan Baku

Belum adanya sistem kontrol baku yang mengatur proses keluar-masuk barang menyebabkan potensi kerusakan, pemborosan, atau pembelian berlebih yang berdampak langsung pada efisiensi operasional.

3. Peluang (Opportunities)

Memiliki Peluang yang Besar untuk Berkembang

Potensi pasar lokal dan regional terhadap produk buah segar masih terbuka luas. Toko memiliki ruang ekspansi yang signifikan terutama dengan kualitas produk dan posisi strategis yang dimiliki.

Permintaan Pasar terhadap Buah Segar dan Sehat Terus Meningkat

Kesadaran masyarakat akan pola makan sehat telah mendorong peningkatan konsumsi buah, baik dalam bentuk buah utuh maupun olahan sehat seperti jus dan salad.

Kemajuan Teknologi Mendukung Efisiensi Usaha

Inovasi digital seperti aplikasi kasir, sistem inventori, dan pemasaran berbasis media sosial dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha secara menyeluruh.

Peluang Digitalisasi dalam Pengelolaan Usaha

Adanya akses luas terhadap teknologi informasi memungkinkan toko untuk mulai menggunakan sistem digital dalam transaksi, pencatatan, hingga analisis penjualan.

Potensi Menjalin Kemitraan dengan Restoran

Produk buah segar maupun olahan sangat dibutuhkan oleh bisnis kuliner seperti restoran dan katering. Hal ini menjadi peluang untuk menjalin kerja sama jangka panjang sebagai pemasok.

Peluang Kerja Sama dengan Kafe

Kafe sebagai pelaku bisnis minuman dan makanan sehat juga memerlukan pasokan buah berkualitas. Kerja sama ini dapat memperluas kanal distribusi toko.

Daya Tarik dan Nilai Jual Produk Olahan seperti Buah Potong dan Jus

Produk praktis dan siap konsumsi seperti salad dan jus buah sangat diminati oleh pasar urban. Ini bisa menjadi lini produk unggulan jika dikelola secara inovatif.

Kesadaran Masyarakat terhadap Gaya Hidup Sehat Meningkat

Perubahan pola hidup yang lebih sehat di kalangan masyarakat menjadi landasan kuat bagi penguatan branding sebagai penyedia buah-buahan sehat.

Konsumsi Buah Menjadi Pilihan Utama Masyarakat

Buah mulai menggantikan camilan tidak sehat dalam konsumsi harian, terutama di kalangan anak muda dan keluarga muda yang melek kesehatan.

Tren Hidup Sehat Mendukung Pertumbuhan Bisnis Buah-buahan

Dukungan dari tren pasar yang berkelanjutan ini membuka peluang ekspansi

bisnis secara berkelanjutan jika dikombinasikan dengan inovasi dan digitalisasi.

4. Ancaman (Threats)

Persaingan Usaha yang Ketat dengan Usaha Sejenis

Banyaknya pelaku usaha di bidang serupa menimbulkan kompetisi harga, kualitas, dan pelayanan yang intens, sehingga mengharuskan toko untuk tetap berinovasi.

Kompetitor Berbasis Online Semakin Banyak

Munculnya toko buah online dan layanan antar daring menambah tekanan pada model bisnis konvensional seperti Toko Zona Buah-Buahan.

Perubahan Musim Mempengaruhi Ketersediaan Produk

Ketersediaan buah sangat bergantung pada musim, yang dapat menyebabkan kelangkaan dan fluktuasi pasokan.

Ketidakstabilan Harga Bahan Baku

Harga buah bisa naik tiba-tiba akibat faktor cuaca, logistik, atau kondisi pasar global. Hal ini berisiko mengganggu kestabilan harga jual.

Fluktuasi Pasar yang Sulit Diprediksi

Perubahan perilaku konsumen secara mendadak atau faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi permintaan pasar.

Perubahan Preferensi Konsumen yang Cepat

Konsumen semakin dinamis dalam memilih produk. Toko harus mampu beradaptasi dengan tren seperti makanan organik, kemasan ramah lingkungan, atau produk siap saji.

Tuntutan Adaptasi terhadap Tren Baru

Toko harus selalu tanggap terhadap perubahan tren seperti penggunaan e-wallet, sistem pesan-antar, hingga konsep eco-friendly yang mulai diminati pasar.

Ancaman Kehilangan Pelanggan jika Tidak Mengikuti Tren

Jika toko tidak melakukan inovasi atau beradaptasi, pelanggan dapat berpindah ke pesaing yang menawarkan kemudahan dan layanan lebih modern.

Tantangan dalam Menjaga Daya Saing Usaha

Dengan cepatnya perubahan di industri ritel makanan, toko perlu mempertahankan keunikan dan keunggulan kompetitif agar tetap relevan.

Risiko Operasional akibat Faktor Eksternal

Bencana alam, krisis ekonomi, atau gangguan distribusi dapat mempengaruhi jalannya operasional usaha secara tiba-tiba.

Strategi Bisnis

OT \ SW	STRENGTH	WEAKNESS
	1. Produk segar dan berkualitas tinggi 2. Mampu memenuhi kebutuhan konsumen 3. Harga kompetitif 4. Menjangkau berbagai segmen pasar 5. Lokasi usaha yang strategis	1. Sistem operasional yang masih manual 2. Proses operasional yang kurang efisien 3. Minimnya pemanfaatan teknologi dalam operasional 4. Promosi di media sosial yang sangat minim 5. Jangkauan pasar yang terbatas
OT	OPPORTUNITY	STRATEGY SO
	1. Memiliki peluang yang besar untuk berkembang 2. Permintaan pasar terhadap buah segar dan sehat terus meningkat 3. Kemajuan teknologi mendukung efisiensi usaha 4. Peluang digitalisasi dalam pengelolaan usaha 5. Potensi menjalin kemitraan dengan restoran	1. Manfaatkan produk segar berkualitas. 2. Kembangkan layanan custom order online. 3. Tawarkan harga kompetitif dan promo menarik. 4. Jalin kemitraan dengan restoran dan usaha kuliner. 5. Optimalkan lokasi strategis dengan teknologi digital.
OT	THREATS	STRATEGY WT
	1. Persaingan usaha yang ketat dengan usaha sejenis 2. Kompetitor berbasis online semakin banyak 3. Perubahan musim mempengaruhi ketersediaan produk 4. Ketidakstabilan harga bahan baku 5. Fluktuasi pasar yang sulit diprediksi	1. Tingkatkan kualitas pelayanan dan jaminan keagregan produk. 2. Kembangkan layanan custom order dan penjualan online 3. Bangun hubungan kuat dengan pemasok dan diversifikasi sumber buah 4. Terapkan strategi pembelian dalam jumlah besar untuk mendapatkan diskon 5. Manfaatkan lokasi strategis untuk promosi langsung dan layanan cepat
OT	THREATS	STRATEGY WO
		1. Implementasi sistem digital dan otomatisasi operasional. 2. Mengadopsi teknologi digital untuk manajemen inventaris dan penjadwalan kerja. 3. Pelatihan penggunaan teknologi digital bagi tim operasional 4. Meningkatkan aktivitas promosi melalui media sosial 5. Memperluas jangkauan pasar melalui penjualan online dan kemitraan dengan restoran atau pelaku usaha kuliner



Gambar 1 (Toko Zona Buah-buahan).



Gambar 2 (Dokumentasi bersama pemilik Toko Zona Buah-buahan, Pak Dedi Supandi).



Gambar 3 (Proses wawancara dengan pemilik Toko Zona Buah-buahan, Pak Dedi Supandi).

Toko Zona Buah-Buahan menunjukkan kesesuaian dengan berbagai temuan penelitian dan pengabdian sebelumnya terkait pengembangan UMKM buah di Indonesia. Analisis SWOT yang diterapkan memberikan gambaran komprehensif mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi usaha ini, sebagaimana juga ditemukan pada studi-studi serupa seperti pada Toko Buah NZE *Fresh Fruits* di Pontianak dan Ambara Fruits di Bali.

Kekuatan utama Toko Zona Buah-Buahan, yaitu produk segar berkualitas tinggi, harga kompetitif, serta lokasi strategis, sejalan dengan temuan Saputra dan Nuryani (2023) yang menekankan pentingnya kualitas produk dan lokasi sebagai faktor penentu daya saing UMKM buah. Pelayanan yang ramah dan fleksibel juga mendukung loyalitas pelanggan, yang merupakan aspek penting dalam mempertahankan pasar di tengah persaingan

ketat, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian pada NZE *Fresh Fruits*.

Namun, kelemahan seperti minimnya pemanfaatan teknologi digital dan sistem operasional yang masih manual menjadi hambatan signifikan. Hal ini konsisten dengan data BPS (2023) dan studi Rombach et al. (2022) yang menunjukkan rendahnya tingkat digitalisasi UMKM agribisnis di Indonesia serta kesulitan bersaing dengan retail modern yang lebih adaptif terhadap teknologi. Minimnya promosi di media sosial juga menghambat perluasan pasar, yang sejalan dengan hasil penelitian David et al. (2020) yang menemukan bahwa 70% UMKM buah di pedesaan belum memanfaatkan platform digital secara optimal.

Peluang pasar yang besar, terutama meningkatnya permintaan buah segar dan tren gaya hidup sehat, memberikan potensi signifikan untuk pengembangan usaha. Studi oleh Fauzi (2023) dan Abdullah et al. (2021) menegaskan bahwa digitalisasi pemasaran dan diversifikasi produk olahan dapat meningkatkan omset dan profitabilitas UMKM buah secara signifikan. Namun, ancaman seperti persaingan usaha yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan musim menjadi tantangan yang harus diantisipasi dengan strategi yang tepat.

Secara kritis, hasil pengabdian ini menegaskan bahwa keberhasilan UMKM buah keluarga seperti Toko Zona Buah-Buahan sangat bergantung pada kemampuan mengintegrasikan inovasi teknologi dan pemasaran digital dengan pengelolaan sumber daya yang efisien. Pendekatan kolaboratif dengan pemerintah dan akademisi, sebagaimana direkomendasikan oleh Partasasmita et al. (2022), dapat memperkuat kapasitas usaha dan memperluas akses pasar. Selain itu, pengembangan produk olahan sebagai nilai tambah harus menjadi fokus agar UMKM tidak hanya bergantung pada produk segar yang rentan terhadap fluktuasi musim dan harga.

Penelitian di berbagai daerah menunjukkan bahwa UMKM yang mampu memanfaatkan media sosial dan platform digital mengalami peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan yang signifikan. Oleh karena itu, penguatan kapasitas SDM dalam bidang teknologi dan pemasaran digital menjadi prioritas strategis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada Toko Zona Buah-Buahan di Kabupaten Subang, dapat disimpulkan bahwa UMKM ini memiliki kekuatan utama berupa produk segar dan berkualitas, harga kompetitif, lokasi strategis, serta pelayanan pelanggan yang baik. Kekuatan ini memungkinkan toko untuk memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai segmen dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Namun, terdapat sejumlah kelemahan yang perlu segera diatasi, seperti sistem operasional yang masih manual, minimnya pemanfaatan teknologi digital, promosi yang terbatas, dan pengelolaan persediaan yang belum optimal. Keterbatasan ini menghambat efisiensi usaha dan mempersempit peluang ekspansi pasar.

Peluang pengembangan usaha sangat terbuka lebar, seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan permintaan buah segar. Kemajuan teknologi juga memberikan peluang digitalisasi operasional dan pemasaran, serta potensi kemitraan dengan pelaku usaha kuliner dan kafe yang membutuhkan pasokan buah berkualitas.

Di sisi lain, ancaman dari persaingan usaha yang ketat, perubahan musim, fluktuasi harga bahan baku, dan dinamika preferensi konsumen menuntut adaptasi dan inovasi berkelanjutan. Toko

perlu memperkuat daya saing melalui diversifikasi produk olahan, pemanfaatan teknologi digital, serta pengembangan strategi pemasaran yang kreatif dan adaptif.

Secara keseluruhan, keberhasilan pengembangan Toko Zona Buah-Buahan sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengintegrasikan inovasi teknologi, efisiensi pengelolaan, dan kolaborasi dengan berbagai pihak. Penguatan kapasitas SDM dalam bidang digitalisasi dan pemasaran menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta menciptakan usaha yang adaptif dan berkelanjutan di tengah tantangan industri buah-buahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anantha, K. H. (2021). Impact of best management practices on sustainable crop production and climate resilience in smallholder farming systems of South Asia. *Agricultural Systems*, 194, 103276.
- Coffie, S. (2020). Positioning strategies for branding services in an emerging economy. *Journal of Strategic Marketing*, 28(4), 321-335.
- Haris, R, Mutia, A, & Ratih, I. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Diversifikasi Produk terhadap Volume Penjualan Buah Nanas di Desa Tangkit Baru Muaro Jambi. *INNOVATIO: Journal for Religious Innovations Studies*, 17(1), 35-44.
- Hashim, S. N. (2021). "The royal award goes to...": Legitimacy processes for female-led family ventures. *Journal of Family Business Strategy*, 12(3), 100358.
- Ince, I. &. (2020). How dynamic capabilities facilitate the survivability of social enterprises: A qualitative analysis of sensing and seizing capacities. *Journal of Small Business Management*, 1256-1290.
- Ismail Ibrahim Putra, R. S. (2021, Juli 3). Strategi Bisnis Toko Buah NZE Fresh Fruits. (F. Fadhil, Interviewer).
- Kurniasih, F, Yunita, T, Mutiara, P, & Afifi, S. (2023). Analisis swot pada umkm pisang lumer crispy (banabow). *Humantech:*

- Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(7), 1692-1698.
- Niigaaniin, M. M.-C. (2024). Corrigendum to: Decolonizing social services through community development: an Anishinaabe experience. *Community Development Journal*, 59(1), 207-207.
- Putri, Z. A, & Yunita, T. (2024). Peran Analisa SWOT terhadap Strategi Pemasaran pada UMKM Barasaki Juice. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 2(02), 364-371.
- Setiawan. (2024, November 7). Inovasi Polindra untuk Mendukung UMKM Pengolahan Buah Mangga di Indramayu. From https://vokasi.kemendikdasmen.go.id/read/b/inovasi-polindra-untuk-mendukung-umkm-pengolahan-buah-mangga-di-indramayu?utm_source=chatgpt.com
- Tarasova, E. &. (2023). Marginalising household users in smart grids. *Technology in society*, 72, 102185.
- Yanuar, R, & Dzakia, N. I. (2024). Strategi Pengembangan Ukm Sari Apel Brosem, Kota Batu, Jawa Timur Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Agristan*, 6(1), 107-127.
- Yuliani, S, Abelia, A. P, Utami, A, & Arraya, T. (2025). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Melalui Diversifikasi Produk: Studi Kasus Pengolahan Biji Nangka Menjadi Keripik. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 85-93.