

OPTIMALISASI ANALISIS SWOT SEBAGAI INSTRUMEN STRATEGIS DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DAN KEBERLANJUTAN USAHA LULU CELL DI TENGAH PERSAINGAN USAHA KECIL

OPTIMIZATION OF SWOT ANALYSIS AS A STRATEGIC INSTRUMENT IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS AND SUSTAINABILITY OF LULU CELL BUSINESS AMIDST SMALL BUSINESS COMPETITION

¹⁾Asep Kurniawan, ²⁾Diah Dwi Novianti, ³⁾Rea Aprila Sobandi, ⁴⁾Sulis Setiawati, ⁵⁾Yusnia

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

*Email korespondensi: diah2022@stiesa.ac.id
No hp: +628812086421

ABSTRAK

Histori Artikel:

Diajukan:
08/07/2025

Diterima:
08/07/2025

Diterbitkan:
10/07/2026

UMKM Lulu Cell yang bergerak di bidang jasa digital di Desa Pagon, Subang, menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya di tengah persaingan yang ketat. Keterbatasan modal, gangguan teknis, dan tingginya kompetisi menjadi hambatan utama. Pengabdian ini bertujuan untuk membantu UMKM Lulu Cell merumuskan strategi pengembangan usaha melalui pendekatan analisis SWOT. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi SO, WO, ST, dan WT dapat diimplementasikan untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman. Strategi yang disusun mencakup penguatan pemasaran digital, diversifikasi layanan, peningkatan pelayanan, manajemen stok, serta kolaborasi dengan distributor. Implementasi strategi ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha Lulu Cell secara berkelanjutan.

Kata kunci: *UMKM, strategi bisnis, analisis SWOT, pengembangan usaha*

PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dihadapkan tantangan yang semakin kompleks. UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi serta persaingan pasar yang ketat. Lulu Cell, sebuah UMKM konter digital yang berlokasi di Desa Pagon, Kecamatan Purwadadi, Kabupaten Subang, merupakan contoh nyata dari pelaku usaha kecil yang berusaha bertahan dan berkembang dalam situasi tersebut. Usaha ini menyediakan layanan pengisian pulsa, paket data, pembayaran tagihan, top-up e-wallet, dan penjualan aksesoris ponsel dengan sistem pelayanan langsung maupun daring.

Meskipun telah memiliki pelanggan tetap dan dikenal masyarakat sekitar, Lulu Cell menghadapi berbagai tantangan strategis. Modal usaha yang terbatas, fluktuasi harga dari distributor, keterbatasan stok barang, serta gangguan teknis seperti pemadaman listrik dan sinyal internet yang tidak stabil menjadi hambatan utama dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Selain itu, tingginya tingkat persaingan di sektor konter digital menuntut Lulu Cell untuk memiliki strategi bisnis yang lebih adaptif dan berdaya saing.

Banyak penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM dalam menghadapi tantangan tersebut sangat bergantung pada penerapan strategi yang tepat melalui

pendekatan manajemen strategik. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan salah satu metode yang terbukti efektif dalam memetakan kondisi internal dan eksternal usaha guna merumuskan strategi pengembangan yang relevan. Penelitian oleh Winata & Sinatria (2024) pada UMKM Pengrajin Genteng di Desa Bulokarto menyimpulkan bahwa strategi yang dirancang berdasarkan analisis SWOT mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha secara signifikan.

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Ezizwita et al. (2020) juga menegaskan pentingnya penguatan manajemen UMKM melalui penyusunan strategi bisnis yang terstruktur, terutama pada sektor informal yang belum memiliki sistem manajerial yang mapan. Kegiatan seperti pelatihan analisis SWOT dan pendampingan perumusan strategi terbukti mampu mendorong transformasi manajerial UMKM menuju pengelolaan yang lebih profesional.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu Lulu Cell dalam menyusun strategi pengembangan bisnis melalui pendekatan analisis SWOT. Strategi yang dirumuskan diharapkan dapat memperkuat posisi Lulu Cell di tengah persaingan konter digital, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan teknologi dan inovasi layanan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu metode yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena secara mendalam berdasarkan data yang dikumpulkan langsung dari lapangan. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dimiliki oleh Lulu Cell dalam meningkatkan kinerja usahanya. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu:

1. **Observasi:** observasi dilakukan secara langsung terhadap operasional Lulu Cell, termasuk cara pelayanan,

pengelolaan stok barang, lokasi usaha, dan interaksi dengan pelanggan. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi internal usaha.

2. **Wawancara:** wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pemilik usaha. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menggali informasi lebih dalam mengenai kekuatan dan kelemahan internal, serta persepsi terhadap peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal.
3. **Dokumentasi:** dilakukan dengan mengumpulkan data pendukung seperti foto lokasi, catatan transaksi, serta dokumen lainnya yang relevan dengan kondisi dan aktivitas usaha *Lulu Cell*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM Lulu Cell



Gambar 1 Usaha Lulu Cell

UMKM Lulu Cell merupakan usaha yang didirikan pada tanggal 27 Juni 2024 dan dikelola oleh keluarga, dengan Lulu Aisyah Sagira sebagai pemilik dan Farhan Ferdiansyah sebagai pengelola utama. Lulu Cell adalah UMKM yang bergerak di bidang jasa dan perdagangan digital, seperti pengisian pulsa dan paket data, top up saldo e-wallet (Dana, OVO,

GoPay, ShopeePay), pembelian token listrik PLN, hingga penjualan aksesoris HP.

Usaha ini termasuk dalam kategori usaha jasa dan perdagangan kecil yang menyangkut kebutuhan digital masyarakat desa. Dalam operasional hariannya, Lulu Cell dapat melayani puluhan transaksi, tergantung pada permintaan pelanggan dan kondisi jaringan internet. Meskipun memiliki pelanggan tetap, Lulu Cell juga menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal dan gangguan sinyal yang kadang menghambat transaksi.

Harga layanan yang ditawarkan bersifat kompetitif, dengan selisih margin keuntungan yang tipis mengikuti harga dari distributor. Meskipun demikian, pemilik tetap optimis karena variasi layanan yang lengkap dan pelayanan yang ramah mampu menarik minat pelanggan. Namun, sering kali Lulu Cell menghadapi kendala stok habis atau sistem down dari distributor yang menyebabkan beberapa layanan tidak dapat dilakukan dalam satu waktu.

Lingkungan UMKM

Di Desa Pagon, khususnya wilayah Kp. Majasari, jenis usaha konter digital seperti Lulu Cell sudah mulai berkembang dan menjadi salah satu pilihan usaha masyarakat. Meskipun terdapat cukup banyak usaha serupa di daerah tersebut, Lulu Cell tetap memiliki daya tarik tersendiri karena lokasi yang strategis dan pelayanan yang ramah. Tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan yang ketat dan kondisi infrastruktur seperti sinyal internet serta listrik yang kurang stabil. Namun, dengan semangat kemandirian dan keyakinan tinggi dari pemilik usaha, Lulu Cell terus berupaya memberikan pelayanan terbaik dan memperluas jangkauan layanannya. Pemilik meyakini bahwa kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan akan menjadi kunci utama untuk mempertahankan dan

mengembangkan usaha ini di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Kondisi Pasar

Jika melihat pesaing-pesaing yang bergerak di bidang usaha konter digital, memang jumlahnya cukup banyak di sekitar wilayah Desa Pagon. Namun, dengan layanan yang lengkap seperti pengisian pulsa, top up e-wallet, pembayaran tagihan, hingga penjualan aksesoris HP, Lulu Cell yakin mampu bersaing dan tetap diminati oleh konsumen. Keyakinan ini didukung oleh pelayanan yang ramah, harga yang terjangkau, serta kemudahan akses karena lokasinya yang strategis. Hal ini terbukti dari adanya pelanggan tetap yang terus menggunakan layanan Lulu Cell, meskipun di sekitar lokasi terdapat banyak konter lain yang menawarkan produk serupa.

Strategi Pemasaran

UMKM Lulu Cell dalam menjalankan strategi pemasarannya saat ini masih mengandalkan pelanggan tetap dan promosi dari mulut ke mulut di lingkungan sekitar. Dengan pelayanan yang cepat dan ramah, Lulu Cell sudah dikenal oleh masyarakat setempat, sehingga cukup mudah menjangkau pelanggan setia. Namun, untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dan memperluas jangkauan pasar, maka perlu adanya strategi pemasaran tambahan seperti memanfaatkan media sosial untuk promosi online, serta menawarkan layanan melalui pesan WhatsApp agar pelanggan tidak perlu datang langsung ke lokasi. Selain itu, kerja sama dengan pihak lain seperti agen pulsa atau komunitas lokal juga dapat menjadi peluang agar Lulu Cell dapat tumbuh dan berkembang lebih luas.

1. Strengths (Kekuatan)

Kekuatan (*strength*) dalam analisis SWOT merupakan faktor internal positif yang dimiliki oleh organisasi, perusahaan, atau individu, yang

memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan pihak lain. Kekuatan ini dapat berupa sumber daya, kapabilitas, keahlian, aset, atau reputasi yang mendukung pencapaian tujuan. *Lulu Cell* memiliki sejumlah kekuatan yang mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan usahanya. Adapun beberapa kekuatan tersebut antara lain:

- a. **Menawarkan harga yang lebih terjangkau:** *Lulu Cell* mampu menarik lebih banyak pelanggan dengan strategi harga bersaing, menjadikannya pilihan utama dibandingkan kompetitor yang menawarkan harga lebih tinggi.
- b. **Memberikan pelayanan yang baik dan ramah:** pelayanan yang sopan dan profesional menciptakan kepuasan serta loyalitas pelanggan, yang penting untuk mempertahankan dan meningkatkan basis konsumen.
- c. **Berlokasi di tempat yang strategis:** lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan pusat aktivitas masyarakat meningkatkan aksesibilitas dan peluang transaksi harian.
- d. **Memiliki pelanggan tetap:** adanya pelanggan yang rutin bertransaksi menunjukkan kepercayaan dan kepuasan, sekaligus menjadi sumber pendapatan stabil bagi usaha.
- e. **Memiliki pencatatan transaksi:** sistem pencatatan transaksi yang tertib membantu dalam mengontrol keuangan, memantau performa usaha, serta memudahkan evaluasi dan perencanaan bisnis.
- f. **Telah dikenal oleh masyarakat luas:** popularitas dan reputasi positif di kalangan masyarakat meningkatkan potensi mendapatkan pelanggan baru melalui rekomendasi dan kepercayaan yang sudah terbentuk.
- g. **Menyediakan berbagai layanan, seperti isi ulang e-wallet, pembayaran tagihan, dan layanan lainnya:** diversifikasi layanan membuat *Lulu Cell* menjadi toko serba ada (*one-stop service*), memperluas pasar, dan meningkatkan volume transaksi.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan (*weakness*) adalah faktor internal dalam organisasi atau usaha yang dapat menghambat pencapaian tujuan dan mengurangi efektivitas operasional. Kelemahan mencakup keterbatasan atau kekurangan yang perlu diperbaiki agar tidak menjadi hambatan dalam menghadapi persaingan. Mengidentifikasi kelemahan sangat penting agar pemilik usaha dapat melakukan perbaikan dan pengambilan keputusan yang lebih tepat. Adapun beberapa kelemahan yang saat ini dihadapi oleh *Lulu Cell* antara lain:

- a. **Modal usaha masih terbatas:** keterbatasan modal membuat ruang gerak usaha menjadi terbatas, terutama dalam hal pengembangan, penambahan stok, promosi, maupun perluasan layanan. Hal ini juga dapat mempengaruhi daya saing usaha terhadap kompetitor yang memiliki sumber dana lebih besar.
- b. **Stok barang sering habis atau tidak tersedia:** ketidaktersediaan stok dapat menyebabkan pelanggan berpindah ke tempat lain yang lebih lengkap. Selain itu, hal ini menunjukkan kurang optimalnya manajemen inventori yang berdampak pada kehilangan peluang penjualan dan menurunnya kepuasan pelanggan.

3. *Opportunities* (Peluang/kesempatan)

Menurut (Sari, 2020) peluang (*opportunity*) adalah situasi yang menguntungkan di dalam lingkungan perusahaan; kecenderungan-kecenderungan yang terdapat di dalam lingkungan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan merupakan sebuah peluang. Perubahan-perubahan yang terjadi di bidang teknologi, serta perbaikan hubungan antara pembeli dan penjual juga dapat menjadi sebuah peluang bagi perusahaan.

Dalam hal ini, *Lulu Cell* sebagai UMKM yang bergerak di bidang layanan digital

memiliki beberapa kondisi yang memberikan kesempatan untuk tumbuh dan berkembang. Adapun peluang-peluang tersebut antara lain:

- a. **Kebutuhan Masyarakat Akan Layanan Digital Semakin Tinggi:** seiring dengan meningkatnya penggunaan smartphone dan transaksi non-tunai di masyarakat, kebutuhan terhadap layanan seperti pengisian pulsa, pembelian token PLN, dan top up e-wallet semakin besar. Kondisi ini menjadi peluang yang sangat baik bagi Lulu Cell untuk bisa terus mendapatkan pelanggan baru.
- b. **Permintaan Terhadap Layanan Praktis dan Cepat:** masyarakat kini cenderung menyukai layanan yang cepat, praktis, dan tidak memerlukan banyak waktu. Lulu Cell, dengan layanan responsif dan lokasi yang mudah dijangkau, memiliki potensi besar untuk memenuhi permintaan ini dan menjadi pilihan utama pelanggan.
- c. **Peluang Menjalin Kerja Sama Dengan Distributor atau Supplier:** dengan menjalin hubungan yang lebih erat dengan pihak distributor atau penyedia layanan digital, Lulu Cell dapat memperoleh harga produk yang lebih kompetitif dan stok layanan yang lebih stabil. Ini juga membuka peluang untuk mendapatkan dukungan promosi atau insentif dari mitra usaha.
- d. **Pengembangan Layanan Jarak Jauh:** adanya tren layanan jarak jauh, seperti pemesanan melalui WhatsApp atau media sosial, menjadi peluang besar bagi Lulu Cell untuk memperluas jangkauan layanan tanpa harus menambah lokasi fisik. Hal ini sangat relevan terutama di daerah dengan mobilitas terbatas.

4. Threats (Ancaman)

Menurut (Yusuf, n.d.) Ancaman (*threat*) adalah faktor eksternal yang berasal

dari luar perusahaan dan dapat merugikan perusahaan, menempatkan perusahaan dalam situasi sulit, atau menimbulkan masalah yang sulit dihadapi. Ancaman dapat berupa banyaknya pesaing, harga yang tidak stabil, munculnya pesaing baru, atau harga penawaran yang kompetitif di pasar.

UMKM Lulu Cell mengidentifikasi beberapa hal yang dapat menjadi ancaman bagi kelangsungan usahanya. Ancaman ini berasal dari kondisi eksternal yang tidak dapat dikendalikan langsung oleh pemilik usaha, namun memiliki dampak besar terhadap operasional maupun daya saing di pasar. Adapun beberapa hal yang dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan Lulu Cell antara lain:

- a. **Banyaknya Usaha Sejenis di Sekitar Lokasi**
Konter digital merupakan jenis usaha yang cukup menjamur di wilayah Desa Pagon. Banyaknya pesaing baru dengan layanan serupa menjadi tantangan besar bagi Lulu Cell. Jika pesaing mampu memberikan harga lebih murah atau layanan yang lebih inovatif, hal ini berpotensi mengalihkan pelanggan dan menurunkan pendapatan usaha.
- b. **Ketidakstabilan Harga dari Distributor**
Perubahan harga produk dari distributor, terutama untuk pulsa dan layanan digital lainnya, sering terjadi tanpa pemberitahuan yang pasti. Kondisi ini menyebabkan margin keuntungan Lulu Cell menjadi tidak menentu dan sulit diprediksi, yang pada akhirnya berdampak pada perencanaan keuangan usaha.
- c. **Gangguan Operasional karena Masalah Teknis**

Lulu Cell kerap menghadapi kendala seperti pemadaman listrik dan gangguan sinyal internet yang tidak stabil. Hal ini sangat mempengaruhi proses layanan

seperti top up saldo, pengisian pulsa, atau pembayaran digital, karena seluruh layanan bergantung pada konektivitas dan perangkat elektronik.

d. Tantangan Dalam Mencari Karyawan yang Dapat Dipercaya

Dalam upaya mengembangkan usaha ke tingkat yang lebih besar, Lulu Cell berencana merekrut karyawan tambahan. Namun, tantangan muncul karena sulitnya menemukan tenaga kerja yang jujur dan memiliki tanggung jawab tinggi, terutama karena usaha ini melibatkan transaksi keuangan dan data pelanggan.

Analisis Strategi

Dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, UMKM Lulu Cell memerlukan strategi yang tepat dan terarah agar dapat terus berkembang dan bersaing di tengah pesatnya pertumbuhan usaha konter digital. Strategi yang dirumuskan bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, sekaligus mengatasi kelemahan serta menghadapi ancaman dari lingkungan eksternal. Adapun strategi-strategi yang dapat diterapkan oleh Lulu Cell dalam kegiatan usahanya antara lain:

1. Melakukan promosi secara digital melalui media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk memperluas jangkauan pasar dan menjangkau pelanggan baru secara lebih efektif.
2. Menambah variasi layanan, seperti layanan isi ulang e-money, pembayaran tagihan digital, serta penjualan voucher game, agar pelanggan memiliki lebih banyak pilihan dalam satu tempat.
3. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, seperti respons cepat, sapaan ramah, serta memberikan solusi saat terjadi gangguan teknis, untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

4. Membangun kerja sama dengan distributor dan penyedia layanan digital untuk mendapatkan harga produk yang lebih stabil serta memastikan ketersediaan layanan saat dibutuhkan.
5. Mengembangkan sistem layanan jarak jauh agar pelanggan dapat melakukan pemesanan dan transaksi tanpa harus datang langsung ke lokasi konter.
6. Mengatur manajemen stok secara lebih rapi dan efisien, sehingga barang dan layanan tidak sering kehabisan, terutama di jam-jam sibuk atau pada saat permintaan tinggi.
7. Menjaga stabilitas harga agar tetap kompetitif dengan konter lain, namun tetap memberikan nilai tambah berupa layanan cepat dan lengkap.
8. Meningkatkan pengelolaan keuangan dan pencatatan transaksi secara harian dan sistematis agar dapat memantau kondisi usaha dan mengelola arus kas dengan lebih baik.
9. Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, misalnya dengan memberikan bonus kecil, layanan prioritas, atau diskon loyalitas untuk menjaga kepuasan dan mendorong pembelian berulang.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat untuk mencocokkan sehingga membantu perusahaan meningkatkan 4 jenis strategi yang berupa strategi SO (*Strength-Opportunities*), strategi WO (*Weakness-Opportunities*), strategi ST (*Strength-Threats*), dan strategi WT (*Weakness Threats*). (Winata & Sinatria, n.d.).

1. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Menurut (Winata & Sinatria, n.d.), strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal organisasi untuk meraih keberhasilan dengan memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal. Dalam hal

ini, Lulu Cell dapat memaksimalkan kekuatan seperti lokasi yang strategis, pelayanan ramah, dan variasi layanan digital, untuk mengambil keuntungan dari peluang seperti meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan digital dan potensi kerja sama dengan distributor.

Strategi SO yang dapat diterapkan Lulu Cell adalah:

- a. Menambah jenis layanan digital seperti voucher game, pembayaran BPJS, dan top up aplikasi lainnya agar dapat memenuhi kebutuhan pasar yang lebih luas.
- b. Meningkatkan pemasaran melalui media sosial dan promosi digital, memanfaatkan reputasi yang sudah dikenal untuk menarik pelanggan baru.
- c. Membuka layanan jarak jauh melalui pemesanan via WhatsApp untuk memudahkan pelanggan tanpa harus datang ke lokasi.
- d. Memanfaatkan lokasi yang strategis dan aksesibilitas tinggi untuk memperkuat citra Lulu Cell sebagai pusat layanan digital terpercaya di lingkungan sekitar.

2. Strategi WO (*Weakness–Opportunities*)

Masih menurut (Winata & Sinatria, n.d.), strategi WO digunakan untuk mengatasi kelemahan internal organisasi dengan cara memanfaatkan peluang eksternal. Dalam konteks Lulu Cell, beberapa kelemahan seperti keterbatasan modal dan stok yang tidak stabil dapat diatasi jika peluang eksternal dimanfaatkan secara maksimal.

Strategi WO yang dapat diterapkan Lulu Cell antara lain:

- a. Menjalani kerja sama dengan distributor dan agen resmi untuk memperoleh harga yang lebih stabil dan pasokan layanan yang terjamin.

- b. Mengembangkan sistem manajemen stok berbasis digital sederhana, agar dapat memantau persediaan dan mengurangi risiko kehabisan layanan atau produk.
- c. Mengajukan pendanaan usaha melalui pinjaman mikro atau kolaborasi modal bersama pelaku UMKM lain untuk memperkuat modal usaha.
- d. Mengadopsi sistem transaksi digital dan dokumentasi sederhana untuk mengurangi ketergantungan pada pencatatan manual dan meningkatkan efisiensi operasional.

3. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Menurut David (2005), strategi ST bertujuan untuk menggunakan kekuatan internal perusahaan guna menghadapi dan mengurangi ancaman eksternal. Dalam konteks usaha Lulu Cell, kekuatan seperti pelayanan yang baik, harga terjangkau, lokasi strategis, dan memiliki pelanggan tetap perlu dimanfaatkan secara optimal untuk mengantisipasi tantangan dari luar seperti tingginya tingkat persaingan dan gangguan operasional.

Strategi ST yang dirumuskan untuk Lulu Cell meliputi:

1. Memaksimalkan pelayanan ramah dan harga bersaing untuk menjaga loyalitas pelanggan
Di tengah banyaknya pesaing di sekitar lokasi usaha, Lulu Cell dapat mempertahankan pelanggan melalui keunggulan pelayanan dan kestabilan harga. Strategi ini bertujuan untuk mencegah perpindahan pelanggan ke kompetitor.
2. Mengoptimalkan sistem pencatatan transaksi untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan pengendalian usaha
Dengan pencatatan transaksi yang rapi, Lulu Cell bisa menunjukkan profesionalisme usaha, yang menjadi nilai tambah di tengah persaingan yang ketat. Hal ini juga memudahkan

- pemantauan arus kas dan perputaran barang.
3. Menyediakan layanan yang lebih lengkap dan fleksibel untuk membedakan diri dari pesaing. Dengan memanfaatkan kekuatan berupa ragam layanan digital (top-up e-wallet, token listrik, dll.), Lulu Cell dapat tetap relevan dan menjadi pilihan utama pelanggan meskipun banyak usaha sejenis di sekitarnya.
 4. Menjaga ketersediaan layanan meskipun terjadi gangguan operasional (seperti pemadaman listrik atau sinyal lemah).
Dengan investasi sederhana pada perangkat cadangan (misalnya: power bank besar, modem mandiri), Lulu Cell dapat menjaga keberlanjutan layanan meski dalam kondisi darurat, sehingga tidak kehilangan pelanggan ke pesaing lain.

Strategi-strategi ST ini berfokus pada pemanfaatan kekuatan internal untuk menghindari dampak negatif dari persaingan usaha, ketidakstabilan harga distributor, dan gangguan teknis, yang merupakan ancaman utama dalam operasional Lulu Cell.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Menurut David (dalam Winata & Sinatria, n.d) mengemukakan bahwa Strategi WT ini memiliki tujuan untuk menghindari kelemahan yang terjadi di internal suatu perusahaan dan melakukan pencegahan terhadap ancaman eksternal perusahaan. Saat berbagai ancaman dan kelemahan didalam perusahaan terus bermunculan dan semakin berbahaya, perusahaan harus mampu menghadapi ancaman dan bahaya tersebut dengan Strategi WT ini.

Strategi yang disusun berdasarkan Strategi WT pada UMKM Lulu Cell adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan modal usaha dan perbaikan manajemen stok untuk mengatasi perubahan harga distributor dan persaingan ketat

2. Mengembangkan sistem operasional yang lebih efisien dan tahan gangguan dengan investasi pada perangkat cadangan listrik dan internet yang stabil untuk mengatasi gangguan operasional
3. Membangun sistem pengawasan dan pelatihan karyawan yang ketat untuk mengatasi kesulitan dalam merekrut karyawan yang jujur
4. Mencari mitra atau kolaborasi untuk berbagi sumber daya dan risiko guna mengatasi keterbatasan modal dan dampak persaingan ketat
5. Mengadopsi teknologi digital untuk mengurangi ketergantungan pada stok fisik dan lokasi fisik dalam menghadapi gangguan operasional dan persaingan ketat

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan diskusi, UMKM Lulu Cell memiliki peluang untuk bersaing dan berkembang di industri konter digital yang kompetitif. Lulu Cell dapat membuat strategi pengembangan yang efektif dengan memanfaatkan kekuatan internal seperti harga terjangkau, pelayanan ramah, strategi lokasi, dan kelengkapan layanan. Di sisi lain, mereka dapat memanfaatkan peluang eksternal seperti peningkatan permintaan layanan digital dan peluang kerja sama. Dengan menggunakan analisis SWOT, Lulu Cell dapat memperkuat lokasi, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengembangkan layanan jarak jauh. Dengan demikian, strategi yang terstruktur diharapkan dapat memperkuat posisinya, meningkatkan diversifikasi layanan, meningkatkan manajemen stok, dan meningkatkan pemasaran digital. Meskipun perusahaan menghadapi kelemahan seperti keterbatasan modal dan stok tidak stabil, serta ancaman dari banyak pesaing dan masalah operasional.

DAFTAR PUSTAKA

Azhari, M. R., & Prasetya, D. A. (2020). *Manajemen strategi dalam praktik bisnis*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

David, F. R. (2005). *Manajemen strategis* (Edisi Bahasa Indonesia). Jakarta: Salemba Empat.

Ezizwita, E., Srihasnita, R., & Maivalinda, M. (2020). Strategi penguatan manajemen Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada industri pengolahan makanan ringan di Kecamatan Magek Kabupaten Agam Sumbar. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Menara Ilmu*, 14(2), 1–9.

Putra, H. A., & Sari, M. D. (2021). *Manajemen Strategi: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish.

Sari, D. (2020). Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti. *PRAGMATIS*, 1(1), 7. <https://doi.org/10.30742/pragmatis.v1i1.1052>

Winata, R. A., & Sinatria, N. (2024). Penerapan analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada UMKM Pengrajin Genteng SP BLKT di Desa Bulokarto). *Jurnal Akuntansi Aisyah*, 5(1), 1–6.

Yusuf, M. (n.d.). *Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*.