

ANALISIS PENDAPATAN UMKM DI KECAMATAN WENANG KOTA MANADO (STUDI: KAWASAN MEGAMAS SUNBAE)

Sisilia Virgin Momongan¹, Vecky A.J. Masinambow², George M.V Kawung³

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Manado
95115, Indonesia ^{1,2,3}

Email: sisiliamomingan@gmail.com

Informasi	Abstract
Volume : 3 Nomor : 9 Bulan : September Tahun : 2026 E-ISSN : 3062-9624	<i>MSMEs play a significant role in increasing income and employment in Manado City, particularly in the Megamas Sunbae area, Wenang District. In order to establish strategies for MSME growth, this research will use a SWOT analysis to examine the impact of capital, labor, and business length on MSME revenue. Observations, questionnaires, interviews, and documentation were used to gather data, which was then analyzed using the IFAS and EFAS matrices. The results show that MSMEs' internal strengths outweigh their weaknesses, particularly business experience and the availability of affordable raw materials. While limited capital, business management, and the use of digital technology are the main weaknesses. Externally, market opportunities outweigh threats, although competition and changing consumer preferences remain challenges. Overall, MSMEs are strategically positioned to increase income sustainably.</i> Keyword: <i>Income, Venture Capital, Labor, Long Time in Business</i>

Abstrak

Kawasan Megamas Sunbae di Kecamatan Wenang, Manado, menjadi tempat berdirinya banyak UMKM yang sangat penting bagi perekonomian dan pasar tenaga kerja kota tersebut. Dengan menggunakan analisis SWOT, penelitian ini bertujuan untuk mengusulkan rencana pengembangan UMKM melalui analisis pengaruh modal, tenaga kerja, dan lama beroperasi terhadap pendapatan UMKM. Pengamatan, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data, yang kemudian dianalisis menggunakan matriks IFAS dan EFAS. Berdasarkan temuan, UMKM memiliki lebih banyak kelebihan daripada kekurangan. Kelebihannya meliputi keahlian bisnis dan bahan baku yang murah. Di sisi lain, kekurangannya meliputi kekurangan dana, manajemen yang buruk, dan kurangnya teknologi digital. Dari sisi eksternal, peluang pasar lebih besar dibandingkan ancaman, meskipun persaingan dan perubahan selera konsumen masih menjadi tantangan. Secara keseluruhan, UMKM berada pada posisi strategis untuk meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan.

Kata Kunci : *Pendapatan, Modal Usaha, Tenaga Kerja, Lama Usaha*

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian Indonesia karena berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menggerakkan aktivitas ekonomi daerah. Keberadaan UMKM juga memiliki arti penting bagi Kota Manado yang berkembang sebagai pusat pemerintahan,

perdagangan, jasa, kuliner, dan pariwisata di Sulawesi Utara. Pertumbuhan aktivitas ekonomi tersebut membuka peluang bagi masyarakat untuk menjalankan berbagai bentuk usaha, khususnya pada sektor kuliner, perdagangan, kerajinan, dan jasa.

Kawasan Megamas Sunbae di Kecamatan Wenang merupakan salah satu lokasi yang memiliki aktivitas UMKM cukup beragam. Kawasan ini menjadi tempat bertemunya pelaku usaha dan konsumen dengan karakteristik permintaan yang dipengaruhi oleh masyarakat lokal, generasi muda, serta wisatawan. Beragamnya jenis usaha memberikan peluang memperoleh pendapatan, tetapi sekaligus menciptakan persaingan yang semakin ketat. Pelaku usaha harus mampu mempertahankan pelanggan, menyesuaikan produk dengan selera konsumen, dan menjaga kualitas pelayanan agar dapat bertahan.

Persaingan di kawasan Sunbae terutama terlihat pada usaha makanan dan minuman yang menawarkan produk sejenis. Keberadaan banyak pilihan membuat konsumen lebih mudah berpindah dari satu usaha ke usaha lain. Ketersediaan tempat parkir yang terbatas di kawasan padat juga dapat memengaruhi kenyamanan konsumen dan pada akhirnya berdampak terhadap jumlah pelanggan serta pendapatan pelaku usaha.

Pendapatan UMKM tidak hanya dipengaruhi kondisi eksternal, tetapi juga kemampuan internal. Modal usaha menentukan kemampuan membeli bahan baku, menyediakan persediaan, melakukan inovasi, dan mengembangkan kapasitas usaha. Tenaga kerja berhubungan dengan kelancaran operasional dan pelayanan. Lama usaha mencerminkan pengalaman yang dapat membantu pelaku memahami karakteristik konsumen, perubahan pasar, dan strategi mempertahankan usaha.

Data penelitian menunjukkan adanya perbedaan pendapatan antar pelaku UMKM. Usaha yang relatif baru tidak selalu memiliki pendapatan rendah, sedangkan usaha yang lebih lama tidak selalu memperoleh pendapatan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha juga berkaitan dengan jenis produk, inovasi, pemasaran, pengelolaan modal, tenaga kerja, dan kemampuan beradaptasi.

UMKM Sunbae masih menghadapi kelemahan berupa keterbatasan modal, pengelolaan usaha yang belum optimal, produktivitas tenaga kerja yang belum maksimal, dan pemanfaatan teknologi digital yang masih rendah. Namun terdapat peluang berupa pertumbuhan pariwisata, pasar generasi muda dan wisatawan, perkembangan media sosial, serta dukungan pemerintah.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pendapatan UMKM di Kecamatan Wenang, khususnya kawasan Megamas Sunbae, dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi pelaku usaha. Penelitian ini juga

bertujuan merumuskan strategi pengembangan yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha UMKM. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan dalam menentukan langkah pengembangan UMKM.

Tabel 1. Jumlah UMKM Kota Manado Menurut Kecamatan Tahun 2024–2025

No	Kecamatan	Kelurahan	Jumlah UMKM
1	Bunaken	Bailang, Meras, Molas, Pandu, Tongkaina	143
2	Bunaken Kepulauan	Alung Banua, Bunaken, Manado Tua I, Manado Tua II	97
3	Malalayang	Bahu, Batu Kota, Kleak, Malalayang I, Malalayang I Barat, Malalayang I Timur, Malalayang II, Winangun I, Winangun II	1.189
4	Mapanget	Bengkol, Buha, Kairagi I, Kairagi II, Kima Atas, Lapangan, Mapanget Barat, Paniki Bawah, Paniki I, Paniki II	496
5	Paal Dua	Dendengan Dalam, Dendengan Luar, Kairagi Weru, Malendeng, Paal II, Perkamil, Ranomuut	716
6	Sario	Ranotana, Sario, Sario Kotabaru, Sario Tumpaan, Sario Utara, Titiwungen Selatan, Titiwungen Utara	533
7	Singkil	Karame, Ketang Baru, Kombos Barat, Kombos Timur, Singkil I, Singkil II, Ternate Baru, Ternate Tanjung, Wawonasa	832
8	Tikala	Banjer, Paal IV, Taas, Tikala Ares, Tikala Baru	1.078
9	Tuminting	Bitung Karangria, Islam, Maasing, Mahawu, Sindulang I, Sindulang II, Sumompo, Tuminting, Tumumpa I, Tumumpa II	721
10	Wanea	Bumi Nyiur, Karombasan Selatan, Karombasan Utara, Pakowa, Ranotana Weru, Tanjung batu, Teling Atas, Tingkulu, Wanea	1.903
11	Wenang	Bumi Beringin, Calaca, Istiqlal, Komo Luar, Lawangirung, Mahakeret Barat, Mahakeret Timur, Pinaesaan, Teling Bawah, Tikala Kumaraka, Wenang Selatan, Wenang Utara	1.928

Sumber: Majesty, E., Pelealu. (2023). Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sulut.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa Kecamatan Wenang memiliki 1.928 unit UMKM dan menjadi salah satu wilayah dengan aktivitas UMKM yang cukup besar di Kota Manado. Kondisi tersebut memperkuat alasan pemilihan kawasan Megamas Sunbae sebagai lokasi penelitian, karena aktivitas UMKM di wilayah Wenang berlangsung dalam lingkungan perdagangan dan jasa yang dinamis. Besarnya jumlah UMKM juga menunjukkan adanya peluang ekonomi yang cukup besar, sekaligus menimbulkan persaingan yang menuntut pelaku usaha untuk mampu mempertahankan pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

Rumusan masalah penelitian adalah: "Bagaimana strategi pengembangan UMKM yang tepat untuk meningkatkan pendapatan usaha di Kawasan Megamas Sunbae, Kecamatan Wenang, Kota Manado berdasarkan analisis SWOT?"

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam perekonomian daerah karena mampu menciptakan kegiatan ekonomi, membuka kesempatan kerja, dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat. Keberadaan UMKM juga memiliki karakter yang relatif fleksibel karena kegiatan usaha dapat disesuaikan dengan kemampuan modal, sumber daya manusia, kondisi pasar, dan karakteristik konsumen. Dalam konteks Kota Manado, UMKM berkembang pada berbagai bidang, terutama perdagangan, kuliner, jasa, dan kegiatan usaha lain yang berhubungan dengan aktivitas masyarakat dan pariwisata.

Pada kawasan Megamas Sunbae, keberadaan UMKM tidak dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi kawasan yang mempertemukan pelaku usaha dengan masyarakat lokal, generasi muda, dan wisatawan. Kondisi tersebut menciptakan peluang pasar yang cukup besar, tetapi juga menuntut pelaku usaha untuk mampu mempertahankan kualitas produk, pelayanan, serta daya saing. Oleh karena itu, pembahasan mengenai UMKM dalam penelitian ini tidak hanya melihat UMKM sebagai unit usaha, tetapi juga sebagai kegiatan ekonomi yang dipengaruhi oleh kemampuan pengelolaan usaha dan perubahan lingkungan bisnis.

UMKM merupakan kegiatan usaha produktif yang berperan dalam menyerap tenaga kerja, menciptakan pendapatan, dan menyediakan barang maupun jasa bagi masyarakat. Dalam konteks daerah, UMKM menjadi sarana pemberdayaan ekonomi karena dapat dijalankan secara fleksibel sesuai kapasitas modal dan sumber daya pelaku usaha.

2.2 Pendapatan UMKM

Pendapatan UMKM merupakan hasil yang diperoleh pelaku usaha dari kegiatan operasional dalam periode tertentu. Pendapatan menjadi salah satu indikator penting karena menunjukkan kemampuan usaha dalam menghasilkan penerimaan untuk membiayai kegiatan operasional, memenuhi kebutuhan usaha, dan mempertahankan keberlangsungan kegiatan usaha. Dalam penelitian mengenai UMKM, pendapatan perlu dilihat bersama dengan kondisi usaha yang melatarbelakanginya, karena perbedaan pendapatan antar pelaku usaha dapat muncul akibat perbedaan modal, tenaga kerja, pengalaman, jenis produk, strategi pemasaran, serta kemampuan menyesuaikan diri terhadap pasar.

Pendapatan pelaku UMKM di kawasan Sunbae juga dipengaruhi oleh karakteristik kawasan yang dinamis. Jumlah pengunjung, daya beli konsumen, tren makanan dan minuman, serta tingkat persaingan dapat menyebabkan pendapatan berubah dari waktu ke waktu. Dengan demikian, peningkatan pendapatan tidak cukup hanya dilakukan dengan menambah

volume penjualan, tetapi juga memerlukan pengelolaan usaha yang baik, inovasi produk, pelayanan yang konsisten, dan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakter konsumen.

Pendapatan UMKM merupakan hasil yang diperoleh dari kegiatan operasional usaha dalam periode tertentu. Pendapatan dapat dilihat melalui penerimaan penjualan dan biaya usaha. Tingkat pendapatan menjadi indikator penting untuk melihat kemampuan usaha memenuhi kebutuhan operasional, menghasilkan keuntungan, mempertahankan kegiatan, dan melakukan pengembangan.

2.3 Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Pendapatan UMKM dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam usaha dan relatif dapat dikendalikan oleh pelaku usaha, seperti modal, tenaga kerja, pengalaman usaha, pengelolaan, kualitas produk, dan pemanfaatan teknologi. Modal dibutuhkan untuk membeli bahan baku, menyediakan persediaan, membiayai operasional, serta mendukung pengembangan usaha. Semakin baik kemampuan mengelola modal, semakin besar peluang pelaku usaha mempertahankan kelancaran kegiatan operasional dan memenuhi permintaan konsumen.

Tenaga kerja juga berperan dalam kegiatan UMKM, terutama dalam proses produksi, pelayanan, dan pengelolaan operasional. Kualitas dan produktivitas tenaga kerja dapat memengaruhi kemampuan usaha memberikan pelayanan yang cepat dan menjaga kualitas produk. Selain itu, pengalaman atau lama usaha dapat memberikan pengetahuan mengenai karakter konsumen, pola permintaan, pemasok, dan cara menghadapi persaingan. Namun, pengalaman yang lebih lama tidak otomatis menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi apabila tidak diikuti inovasi dan kemampuan beradaptasi.

Selain faktor internal, terdapat faktor eksternal yang berada di luar kendali langsung pelaku usaha. Faktor tersebut antara lain kondisi pasar, tingkat persaingan, perubahan selera konsumen, perkembangan pariwisata, dukungan pemerintah, perkembangan teknologi, dan kondisi ekonomi. Lingkungan eksternal dapat menjadi peluang ketika mampu dimanfaatkan untuk memperluas pasar, tetapi dapat menjadi ancaman apabila perubahan tersebut tidak dapat diikuti oleh pelaku usaha. Karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan SWOT untuk melihat keterkaitan antara faktor internal dan eksternal dalam menentukan strategi peningkatan pendapatan UMKM.

Pendapatan UMKM dipengaruhi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi modal, tenaga kerja, pengalaman usaha, pengelolaan, kualitas produk, dan teknologi. Faktor

eksternal meliputi kondisi pasar, persaingan, perubahan selera, pariwisata, dukungan pemerintah, dan kondisi ekonomi.

2.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi empat kelompok faktor, yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Kekuatan dan kelemahan berasal dari lingkungan internal usaha, sedangkan peluang dan ancaman berasal dari lingkungan eksternal. Identifikasi ini membantu peneliti melihat posisi usaha secara lebih menyeluruh, sehingga strategi yang dirumuskan tidak hanya berdasarkan satu faktor, tetapi mempertimbangkan kondisi internal dan perubahan lingkungan usaha.

Dalam penelitian ini, kekuatan dapat berupa pengalaman usaha, kemampuan pengelolaan modal, sumber daya manusia yang mendukung, produk yang sesuai dengan selera konsumen, dan ketersediaan bahan baku. Kelemahan dapat berupa keterbatasan modal, pengelolaan yang belum optimal, keterbatasan kualitas tenaga kerja, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Adapun peluang mencakup pasar generasi muda dan wisatawan, perkembangan media sosial, peluang perluasan usaha, dukungan pemerintah, dan kolaborasi dengan komunitas. Ancaman meliputi persaingan antar usaha sejenis, perubahan selera konsumen, fluktuasi ekonomi, perubahan regulasi, dan tuntutan menjaga konsistensi kualitas.

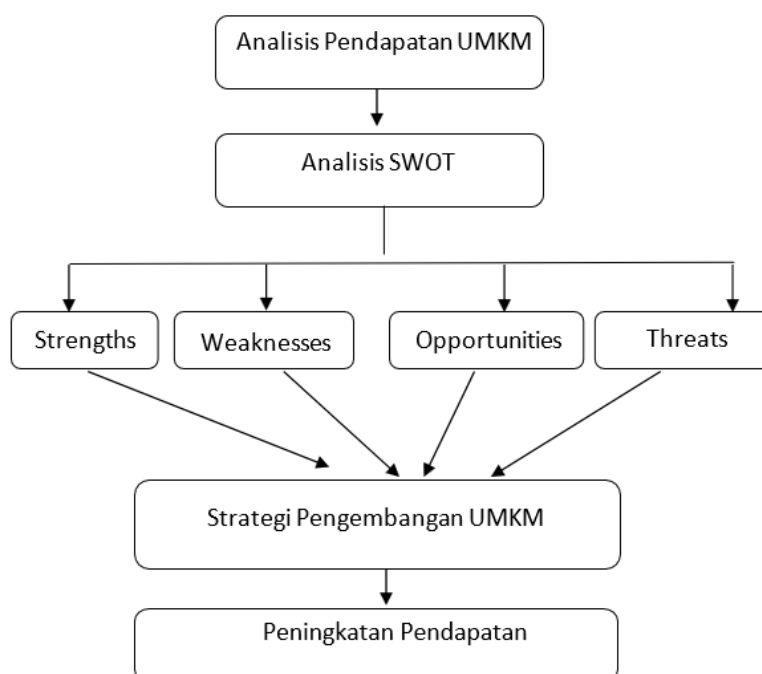
Hasil identifikasi SWOT kemudian dapat digunakan untuk menyusun empat alternatif strategi. Strategi SO memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang, strategi WO menggunakan peluang untuk mengatasi kelemahan, strategi ST memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman, sedangkan strategi WT berupaya meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Penggunaan SWOT dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar yang lebih sistematis dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM di kawasan Megamas Sunbae.

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian dibangun dari pemahaman bahwa pendapatan UMKM tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi oleh kondisi internal usaha dan lingkungan eksternal. Faktor internal yang dianalisis meliputi modal, tenaga kerja, pengalaman usaha, pengelolaan usaha, kemampuan menyesuaikan produk, dan pemanfaatan teknologi. Faktor eksternal meliputi kondisi pasar, peluang wisatawan dan generasi muda, perkembangan teknologi, dukungan pemerintah, persaingan, perubahan selera konsumen, serta kondisi ekonomi.

Faktor-faktor tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Hasil identifikasi menjadi dasar penyusunan IFAS dan EFAS, kemudian dilanjutkan dengan analisis SWOT untuk memperoleh strategi SO, WO, ST, dan WT. Strategi yang dihasilkan diarahkan pada peningkatan kemampuan usaha, daya saing, keberlanjutan, dan pada akhirnya peningkatan pendapatan UMKM di kawasan Megamas Sunbae.

Kerangka berpikir penelitian menempatkan pendapatan UMKM sebagai fokus yang dianalisis melalui faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi modal, tenaga kerja, pengalaman usaha, pengelolaan usaha, dan kemampuan menyesuaikan produk. Faktor eksternal meliputi pasar, teknologi, dukungan pemerintah, persaingan, perubahan selera, dan kondisi ekonomi.



B. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai pendapatan, faktor internal dan eksternal, serta strategi pengembangan UMKM di kawasan Megamas Sunbae, Kecamatan Wenang, Kota Manado. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2025. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian tidak hanya melihat pendapatan, tetapi juga pengalaman pelaku usaha, kendala, peluang, dan strategi pengembangan.

3.2 Populasi dan Sample

Populasi penelitian adalah pelaku UMKM di kawasan Megamas Sunbae. Informan dipilih menggunakan purposive sampling dengan kriteria menjalankan usaha di kawasan Sunbae, memiliki pengalaman usaha yang relevan, dan memiliki kegiatan usaha aktif terutama kuliner atau perdagangan. Penelitian melibatkan 30 pelaku UMKM.

3.3. Data dan Sumber Data

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan kuesioner. Wawancara menggali pengalaman, pengelolaan usaha, kendala, pemasaran, tenaga kerja, modal, dan pendapatan. Observasi dilakukan terhadap aktivitas usaha, proses pelayanan, pemasaran, dan interaksi dengan konsumen. Data sekunder diperoleh dari BPS, Dinas Koperasi dan UKM, dokumen pemerintah daerah, jurnal, buku, dan literatur relevan.

3.4 Metode Analisis

Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui pengumpulan data, pengelompokan informasi, identifikasi faktor internal dan eksternal, penyusunan IFAS dan EFAS, serta matriks SWOT. Setiap faktor diberi bobot dan rating. Skor tertimbang diperoleh dari perkalian bobot dengan rating. Hasil IFAS dan EFAS digunakan untuk menyusun strategi SO, WO, ST, dan WT.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Analisis SWOT

Para pemilik bisnis mengandalkan analisis SWOT untuk membantu mereka mengidentifikasi dan mengevaluasi isu-isu strategis yang memengaruhi kinerja. Dengan menggunakan metode ini, UMKM di Kota Manado dapat mengidentifikasi dan mengelola peluang, ancaman, kelemahan, serta keunggulan internal dan eksternal mereka (Mashuri, 2020). Karena UMKM perlu lebih fleksibel dan cepat merespons saat menyusun rencana pertumbuhan perusahaan, analisis SWOT dapat diterapkan pada studi pendapatan UMKM di Sunbae, Kecamatan Wenang, Kota Manado. Bisnis di Kota Manado yang melayani UMKM dapat memperoleh manfaat dari analisis SWOT sebagai berikut:

- a. Memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang (S-O).
- b. Mengoptimalkan kekuatan guna menghadapi ancaman (S-T).
- c. Meminimalisir kelemahan guna pemanfaatan peluang (W-O).
- d. Mengurangi kelemahan agar terhindar dari ancaman (W-T).

Untuk menentukan strategi pengembangan yang berkelanjutan, diperlukan hasil akhir dari analisis SWOT melalui penentuan posisi dalam kuadran. Selanjutnya, strategi yang tepat

dapat dijabarkan lebih rinci pada matriks SWOT. Prosedur tersebut mencakup analisis bobot, peringkat, dan skor total ($\text{bobot} \times \text{peringkat}$) untuk menentukan variabel internal dan eksternal yang memengaruhi UMKM di Kota Manado. Wawancara dengan para pemangku kepentingan UMKM di Distrik Wenang menghasilkan data yang sebagian besar berkaitan dengan pendapatan UMKM. Menurut Mashuri (2020), IFAS memberikan ringkasan perhitungan faktor internal, sedangkan EFAS memberikan ringkasan faktor eksternal.

4.1.2 Hasil Wawancara Analisis Faktor Internal dan Eksternal Berdasarkan Kriteria SWOT

Faktor internal dalam analisis SWOT diperoleh melalui identifikasi Strengths (kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan). Secara keseluruhan, kedua faktor ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal yang dihadapi UMKM di Manado. Kekuatan internal mencakup hal-hal positif seperti kualitas produk yang unik dan sesuai selera lokal, produk yang menyesuaikan tren konsumen dengan cepat, serta daya tarik kuliner khas yang mampu menciptakan loyalitas pelanggan. Sementara itu, kelemahan internal meliputi keterbatasan modal usaha, manajemen operasional yang belum optimal, kurangnya pemanfaatan digital marketing, serta pengembangan sumber daya manusia yang masih terbatas (Mimisari, et al., 2022). Dengan memahami kedua sisi ini, UMKM dapat lebih mudah merancang strategi untuk memaksimalkan kekuatan serta memperbaiki kelemahan yang berpotensi menghambat pengembangan usaha.

Faktor eksternal diperoleh melalui analisis Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman). Peluang eksternal bagi UMKM di Kecamatan Wenang Kota Manado terutama di Sunbae dapat berupa meningkatnya tren konsumsi produk kekinian yang dipicu oleh fluktuasi pendapatan yang cepat, dukungan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan pendapatan, peluang ekspansi pasar ke segmen anak muda dan wisatawan yang dapat mendongkrak pendapatan, serta potensi kolaborasi dengan pemerintah untuk program bantuan yang stabilkan pendapatan UMKM. Sedangkan ancaman eksternal mencakup persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha sejenis, perubahan tren konsumsi yang sangat cepat, ketidakpastian ekonomi, serta tantangan dalam menjaga konsistensi kualitas produk (Maulida & Yunani, 2017).

Dengan memahami dan mengelola faktor-faktor internal serta eksternal ini, UMKM di Kota Manado dapat merumuskan strategi pengembangan yang berkelanjutan, sehingga tidak hanya mampu bertahan dalam menghadapi dinamika pasar, tetapi juga memberikan kontribusi

signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Untuk lebih detail terkait kedua faktor bisa terlihat didalam tabel.

Tabel 2. Analisis Faktor Internal dan Eksternal UMKM di Sunbae

Faktor Internal	
<i>Strengths (Kekuatan)</i>	<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>
1. Produk unik dan sesuai selera lokal	1. Keterbatasan modal usaha
2. pengalaman usaha membantu menjaga keberlangsungan pendapatan	2. Pemanfaatan teknologi marketing masih rendah
3. Pemanfaatan sumber daya dan tenaga kerja cukup mendukung operasional	3. Produktivitas tenaga kerja belum maksimal
4. Memiliki pelanggan yang berkontribusi terhadap stabilitas pendapatan	4. Pengelolaan usaha belum sepenuhnya efisien
5. Loyalitas pelanggan membantu menjaga pendapatan UMKM	
Faktor Eksternal	
<i>Opportunities (Peluang)</i>	<i>Threats (Ancaman)</i>
1. Aktivitas ekonomi di sunbae cukup tinggi	1. Persaingan antar UMKM sejenis yang semakin ketat
2. Pasar wisatawan dan generasi muda cukup besar	2. Perubahan selera konsumen yang cepat
3. Peluang peningkatan pengembangan usaha	3. Fluktuasi ekonomi & daya beli masyarakat
4. Dukungan pemerintah terhadap penguatan UMKM	4. Tantangan menjaga konsistensi kualitas produk dan kinerja usaha

Sumber: Data diolah (2025)

Penyusunan matriks IFAS dan EFAS dilakukan setelah identifikasi (kekuatan), (kelemahan), (peluang), dan (ancaman) di kalangan pelaku UMKM di Manado berdasarkan variabel internal dan eksternal. Untuk mengevaluasi unsur-unsur internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja dan daya saing UMKM, kedua matriks ini sering digunakan dalam analisis strategis.

Sementara EFAS mengukur sejauh mana peluang dan ancaman eksternal, IFAS merangkum dan menganalisis kekuatan dan kelemahan internal. Untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal UMKM, matriks-matriks ini dikembangkan melalui berbagai proses metodis. Langkah pertama adalah mengidentifikasi apa saja kekuatan dan keterbatasan UMKM tersebut. Langkah berikutnya adalah memberikan bobot antara nol dan satu pada setiap komponen, dengan satu sebagai yang paling signifikan dan nol sebagai yang paling rendah; bobot total tidak boleh melebihi satu. Langkah selanjutnya adalah memberikan skor dari 1 hingga 4 pada setiap komponen; 1 menunjukkan kelemahan yang parah, 2 kelemahan sedang, 3 kekuatan sedang, dan 4 aset yang signifikan. Untuk mendapatkan

skor setiap komponen, kalikan nilai penilaian dengan bobotnya. Hasil akhirnya adalah skor rata-rata total antara 1,0 dan 4,0, dengan 2,5 sebagai nilai dasar; hasil di bawah 2,5 menunjukkan bahwa kelemahan internal lebih menonjol, sedangkan skor di atas 2,5 menunjukkan bahwa kekuatan internal lebih menonjol.

Nilai bobot dan peringkat untuk IFAS dan matriks EFAS yang terkait dengan pendapatan UMKM diperoleh dari wawancara dan data yang dikumpulkan dari pengusaha UMKM di Kecamatan Wenang, Kota Manado, khususnya di wilayah Sunbae. Di antara banyak karakteristik UMKM yang disoroti oleh penelitian IFAS adalah pengelolaan modal perusahaan yang relatif efektif, pengalaman bisnis yang memadai, dan penggunaan tenaga kerja untuk mendukung operasional, yang semuanya mengarah pada pendapatan yang lebih tinggi. Sementara itu, kelemahan yang ditemukan antara lain keterbatasan modal usaha, pengelolaan usaha yang belum optimal, serta produktivitas tenaga kerja yang masih rendah, sehingga berdampak pada belum maksimalnya pendapatan UMKM.

Selanjutnya, hasil analisis EFAS menunjukkan adanya peluang berupa tingginya aktivitas ekonomi di kawasan Sunbae, potensi pasar masyarakat dan wisatawan, serta dukungan pemerintah terhadap pengembangan UMKM, yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan. Ancaman terhadap pendapatan UMKM antara lain, namun tidak terbatas pada, persaingan bisnis yang ketat, perubahan selera pelanggan, dan fluktuasi daya beli. Tabel IFAS dan EFAS memaparkan secara rinci bagaimana masing-masing faktor internal dan eksternal tersebut dinilai dan diberi bobot.

Tabel 3. Analisis Hasil IFAS dan EFAS Pelaku Usaha UMKM Sunbae

1. IFAS (Internal Factors Analysis Summary)				
No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot × Rating
Strengths (Kekuatan)				
1	Pengelolaan modal usaha yang relatif baik	0,18	3	0,54
2	Pengalaman usaha yang cukup lama	0,26	4	1,04
3	Ketersediaan bahan baku dengan biaya terjangkau	0,15	3	0,45
4	Kemampuan menyesuaikan usaha	0,18	3	0,54
5	Sumber daya manusia (SDM) mendukung operasional perusahaan	0,23	4	0,92
	Sub Total Strengths (Kekuatan)	1		3,49
Weaknesses (Kelemahan)				
1	Keterbatasan keuangan dan modal usaha	0,25	3	0,75
2	Pengelolaan usaha yang belum optimal	0,25	3	0,75
3	Minimnya dukungan eksternal	0,12	2	0,24
4	Kualitas SDM yang masih terbatas	0,15	3	0,45
5	Pemanfaatan teknologi dan digital yang belum maksimal	0,23	3	0,69

	Sub Total Weaknesses (Kelemahan)	1		2,88
	TOTAL IFAS			6,95

2. EFAS (External Factors Analysis Summary)				
Opportunities (Peluang)				
No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot × Rating
1	Potensi pasar generasi muda & wisatawan yang besar	0,27	4	1,08
2	Perkembangan teknologi digital & media sosial	0,18	3	0,54
3	Peluang pengembangan & perluas usaha	0,25	4	1
4	Dukungan kebijakan & program pemerintah terhadap UMKM	0,15	3	0,45
5	Potensi kolaborasi dengan pelaku usaha & komunitas lokal	0,15	3	0,45
	Sub Total Opportunities (Peluang)	1		3,52
Threats (Ancaman)				
No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot × Rating
1	Persaingan ketat antar pelaku UMKM atau sesama jenis	0,21	3	0,63
2	Perubahan selera konsumen yang sangat cepat	0,25	4	1
3	Regulasi pemerintah yang sering berubah	0,15	2	0,3
4	Kesulitan menjaga konsisten kualitas produk dan layanan	0,24	4	0,96
5	Fluktuasi kondisi ekonomi lokal & nasional	0,15	3	0,45
	Sub Total Threats (Ancaman)	1		3,34
	TOTAL EFAS			6,41

Sumber: Hasil Olah Data (2025)

Setiap skor untuk variabel internal dan eksternal memiliki bobot total dan peringkat yang berbeda, sebagaimana ditunjukkan dalam matriks IFAS dan EFAS pada Tabel 4.2 di atas. Skor keseluruhan untuk UMKM di Kota Manado adalah 6,95. Berdasarkan hasil ini, tampaknya kelebihan mereka lebih besar daripada kekurangannya. Dengan skor 1,04 untuk pengalaman bisnis dan skor 0,92 untuk akses ke bahan baku yang murah, UMKM unggul terutama di bidang-bidang ini.

Faktor lain yang juga mendukung adalah kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan usaha terhadap perubahan permintaan pasar, melakukan pengembangan produk, serta adanya pelanggan tetap yang berkontribusi terhadap kestabilan pendapatan usaha. Namun, UMKM juga menghadapi beberapa kelemahan signifikan, terutama pada aspek keterbatasan modal usaha (skor 0,75), pengelolaan usaha yang belum optimal (skor 0,75), pemanfaatan teknologi dan digital yang belum maksimal (skor 0,69). Selain itu, kelemahan lain adalah kurangnya dukungan pemerintah dan SDM atau tenaga kerja yang belum terlatih optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun UMKM memiliki potensi kuat, masih diperlukan perbaikan

dalam hal efisiensi pengelolaan usaha, peningkatan kemampuan tenaga kerja, serta penguatan modal usaha guna mendukung peningkatan pendapatan.

Dengan skor total 6,86, analisis faktor eksternal menunjukkan bahwa peluang lebih banyak daripada risiko. Peluang terbesar bagi UMKM adalah potensi pasar generasi muda & wisatawan yang besar (skor 1,08) serta peluang pengembangan & perluas usaha (skor 1,00). Selain itu, perkembangan teknologi digital & media sosial (skor 0,54), dukungan pemerintah, dan potensi kolaborasi dengan komunitas lokal juga menjadi peluang yang dapat dioptimalkan. Di sisi lain, UMKM menghadapi ancaman serius, di antaranya perubahan selera konsumen yang sangat cepat (skor 1,00), kesulitan menjaga konsisten kualitas produk dan layanan (skor 0,96), serta persaingan ketat antar pelaku UMKM atau sesama jenis (skor 0,63). Selain itu, terdapat ancaman dari fluktuasi kondisi ekonomi lokal & nasional (skor 0,45) dan regulasi pemerintah yang sering berubah (skor 0,30).

Di Manado, UMKM kini berada dalam posisi di mana kelebihan mereka melebihi kelemahan mereka dan peluang yang ada lebih besar daripada risikonya. Hal ini menempatkan UMKM pada kondisi yang cukup strategis untuk berkembang dengan syarat mampu mengoptimalkan potensi kekuatan yang ada serta memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal. Namun, keberhasilan strategi pengembangan sangat bergantung pada pengelolaan modal usaha, pengalaman atau lama usaha, kualitas tenaga kerja, serta dukungan kebijakan dari pemerintah.

4.1.3 Matriks SWOT

Dengan menggunakan analisis SWOT, para pelaku UMKM di Manado dapat mempertimbangkan aspek internal maupun eksternal saat menyusun rencana pertumbuhan. Melalui alat ini, peluang dapat dimaksimalkan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, meminimalkan kelemahan, serta mengantisipasi ancaman—terutama yang berpotensi memengaruhi laba bersih perusahaan. Untuk pemahaman yang lebih mendalam mengenai taktik yang dapat diterapkan, dapat dilihat pada bagan matriks SWOT berikut ini.

Tabel 4. Matriks Analisis SWOT

	IFAS	S (Strenght)	W (Weakness)
EFAS		1. Pengelolaan modal usaha yang relatif baik. 2. Pengalaman usaha yang cukup lama 3. Sumber Daya Manusia mendukung operasional. 4. Kemampuan menyesuaikan usaha.	1. Keterbatasan keuangan dan modal usaha 2. Pengelolaan usaha yang belum optimal 3. Minimnya dukungan eksternal 4. Kualitas SDM yang masih terbatas

	5. Ketersediaan bahan baku dengan biaya terjangkau.	5. Pemanfaatan teknologi dan digital yang belum maksimal
O (Oportunity)	Strategi S-O	Strategi W- O
1. Pasar generasi muda dan wisatawan besar. Kota Manado memiliki potensi pasar yang cukup besar dari kalangan generasi muda dan wisatawan. Generasi muda merupakan kelompok konsumen yang responsif terhadap tren, sehingga berpotensi mendorong peningkatan permintaan produk UMKM. Sementara itu, wisatawan yang berkunjung ke Manado juga menjadi pasar potensial karena memiliki kecenderungan untuk mencoba produk lokal. Kondisi ini membuka peluang bagi UMKM di kecamatan Wenang, khususnya kawasan Sunbae, untuk meningkatkan pendapatan usaha melalui pengelolaan modal usaha, dukungan tenaga kerja, serta pengalaman atau lama usaha dalam melayani kebutuhan pasar. 2. Perkembangan teknologi digital dan media sosial. Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, memberikan peluang yang besar bagi UMKM untuk mendukung peningkatan pendapatan usaha melalui kegiatan pemasaran yang lebih	1. Optimalisasi pengelolaan modal usaha untuk meningkatkan pendapatan. Pengelolaan modal usaha yang relatif baik merupakan kekuatan utama UMKM. Dengan memanfaatkan kapasitas produksi dan memperbaiki kualitas produk. Pengelolaan modal yang efektif akan berdampak langsung pada peningkatan volume penjualan dan pendapatan usaha. 2. Pemanfaatan pengalaman usaha dalam menangkap peluang pasar. Lama usaha yang cukup panjang memberikan pengalaman dan pemahaman yang lebih baik terhadap kondisi pasar. Pengalaman ini dapat dimanfaatkan untuk menentukan strategi usaha yang tepat, sehingga peluang pasar dapat dimaksimalkan dan pendapatan UMKM meningkat. 3. Peningkatan produktivitas melalui pemanfaatan tenaga kerja. Tenaga kerja yang mendukung operasional usaha dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan efisiensi kerja. Pembagian tugas yang jelas dan pemanfaatan tenaga kerja secara produktivitas usaha, sehingga berkontribusi pada peningkatan pendapatan. 4. Penyesuaian usaha terhadap perubahan pasar. Kemampuan pelaku UMKM dalam menyesuaikan usaha terhadap perubahan kondisi pasar menjadi kekuatan yang dapat dimanfaatkan. Dengan	1. Pemanfaatan peluang permodalan untuk mengatasi keterbatasan modal usaha. Keterbatasan keuangan dan modal usaha merupakan kelemahan utama UMKM. Dengan memanfaatkan peluang akses permodalan, keterbatasan tersebut diatasi sehingga pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya meningkatkan pendapatan. 2. Pengelolaan usaha yang belum optimal merupakan kelemahan yang dapat menghambat peningkatan pendapatan UMKM. Kelemahan ini dapat diminimalkan dengan teknologi digital dan media sosial. Pemanfaatan teknologi digital membantu pelaku UMKM dalam mengelola modal usaha secara lebih tertata, mengatur kegiatan operasional dengan lebih efisien. Dengan pengelolaan usaha yang lebih baik melalui teknologi digital, pendapatan UMKM diharapkan dapat meningkat secara berkelanjutan. 3. Minimnya dukungan eksternal menjadi kelemahan bagi UMKM karena dapat membatasi akses terhadap bantuan

luas dan efisien. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga memengaruhi pola konsumsi masyarakat, terutama dalam mengikuti tren produk yang sedang diminati. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat mengelola usaha secara lebih efektif, memperkuat jangkauan pemasaran, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen tanpa memerlukan tambahan modal usaha yang besar. 3. Peluang pengembangan dan perluasan usaha memberikan kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan skala dan kapasitas usaha yang telah berjalan. Pengembangan usaha dapat dilakukan melalui penambahan variasi produk, peningkatan jumlah produksi, maupun perluasan jangkauan pemasaran. Dengan memanfaatkan peluang ini secara optimal, UMKM dapat mengelola modal dengan lebih efektif, sehingga mampu meningkatkan pendapatan usaha secara bertahap dan berkelanjutan. 4. Dukungan kebijakan dan program pemerintah terhadap UMKM. Pemerintah menyediakan berbagai kebijakan dan program yang ditujukan untuk mendukung pengembangan UMKM, antara lain melalui bantuan permodalan,	kemampuan adaptasi yang baik, UMKM dapat memanfaatkan peluang yang muncul dan menjaga stabilitas pendapatan usaha. 5. Pemanfaatan ketersediaan bahan baku untuk menekan biaya produksi. Ketersediaan bahan baku dengan biaya terjangkau memungkinkan UMKM menekan biaya produksi. Efisiensi biaya ini dapat meningkatkan margin keuntungan, sehingga pendapatan usaha dapat terus ditingkatkan.	dan pengembangan usaha. Namun, kelemahan ini dapat diminimalkan dengan memanfaatkan peluang pengembangan dan perluasan usaha yang tersedia. Melalui pengembangan dan perluasan usaha secara bertahap, pelaku UMKM dapat meningkatkan skala usaha dan jangkauan pasar secara mandiri. Upaya tersebut diharapkan mampu mendorong peningkatan pendapatan UMKM meskipun dukungan dari pihak luar masih terbatas. 4. Kualitas SDM yang masih terbatas dapat diatasi dengan memanfaatkan dukungan kebijakan dan program pemerintah bagi UMKM di kawasan sunbae. Program pelatihan dan pembinaan tersebut dapat meningkatkan ketrampilan tenaga kerja sehingga pengelolaan usaha menjadi lebih baik dan pendapatan UMKM meningkat. 5. Pemanfaatan teknologi dan digital yang belum maksimal merupakan kelemahan bagi UMKM. Kelemahan ini dapat diatasi melalui potensi kolaborasi dengan pelaku usaha lain, khususnya dalam berbagi pengetahuan dan penggunaan teknologi digital. Melalui kolaborasi, pemanfaatan teknologi dapat meningkat dan berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM di kawasan sunbae.
---	---	---

pelatihan, dan Dukungan ini menjadi peluang bagi pelaku UMKM untuk mengatasi keterbatasan internal, khususnya terkait modal usaha dan kemampuan pengelolaan. Dengan memanfaatkan kebijakan dan program pemerintah tersebut, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing serta mengembangkan usaha secara berkelanjutan. 5. Potensi kolaborasi dengan konsumen lokal. Di kecamatan wenang, khususnya Kawasan sunbae, terdapat berbagai komunitas lokal yang bergerak di bidang kuliner, pariwisata, dan kegiatan kreatif. Kolaborasi antara UMKM dengan komunitas lokal tersebut dapat menjadi peluang strategis melalui promosi bersama, partisipasi dalam kegiatan lokal, serta penguatan citra produk UMKM. Kolaborasi ini berpotensi memperluas jaringan usaha dan meningkatkan daya saing, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM.		
T (Threat)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Persaingan ketat antar pelaku UMKM sejenis meningkatnya jumlah UMKM di kecamatan wenang, khususnya di kawasan sunbae, menyebabkan tingkat persaingan semakin tinggi, terutama pada jenis usaha yang	1. Pengelolaan modal usaha yang relatif baik 2. dimanfaatkan untuk menjaga kualitas dan keunikan produk khas lokal guna menghadapi persaingan ketat antar pelaku UMKM sejenis. 3. Pengalaman usaha yang telah dimiliki pelaku UMKM	1. Keterbatasan modal dan keuangan perlu diantisipasi dengan pengelolaan keuangan yang lebih terencana, pengendalian biaya produksi, serta penyesuaian skala usaha, sehingga UMKM tetap mampu

sejenis. Kondisi ini menuntut pelaku UMKM untuk mampu meningkatkan kualitas produk dan pengelolaan usaha agar tetap bertahan. Persaingan yang tidak diimbangi dengan strategi usaha yang tepat berpotensi menekan tingkat penjualan dan berdampak pada penurunan pendapatan UMKM. 2. Perubahan selera konsumen yang sangat cepat. Dinmika selera konsumen yang berubah dalam waktu relatif singkat menyebabkan produk yang sedang diminati dapat dengan cepat tergeser oleh tren baru. Kondisi ini menjadi ancaman bagi UMKM yang kurang responsif terhadap perubahan pasar, sehingga produk yang ditawarkan berpotensi kehilangan daya tarik dan relevansi di mata konsumen. 3. Fluktuasi ekonomi lokal & nasional. Kondisi perekonomian yang tidk stabil, baik di tingkat lokal maupun nasional, dapat memengaruhi kemampuan belanja masyarakat. Ketika kondisi ekonomi melemah, konsumen cenderung lebih selektif dalam mengalokasikan pengeluaran, termasuk untuk produk kuliner. Hal ini menjadi ancaman bagi UMKM karena dapat menurunkan	digunakan sebagai dasar dalam membaca perubahan selera konsumen yang terjadi dengan cepat, sehingga pelaku usaha dapat melakukan penyesuaian produk dan strategi pemasaran secara tepat untuk mempertahankan tingkat pendapatan usaha. 4. Ketersediaan tenaga kerja yang mendukung operasional usaha dimanfaatkan untuk meningkatkan kepatuhan dan penyesuaian terhadap regulasi pemerintah yang sering berubah, sehingga kegiatan usaha tetap berjalan lancar dan pendapatan dapat dipertahankan. 5. Kemampuan pelaku UMKM dalam menyesuaikan pengelolaan usaha dimanfaatkan untuk mengatasi kesulitan menjaga konsistensi kualitas produk dan layanan melalui pengaturan proses produksi, tenaga kerja, dan penggunaan modal secara efisien, Sehingga kepercayaan konsumen dan pendapatan usaha dapat dipertahankan. 6. Ketersediaan bahan baku dengan biaya yang relatif terjangkau memberikan keuntungan bagi UMKM dlam mengendalikan biaya produksi, sehingga usha tetap dapat berjalan secara stabil dan pendapatan dapat dipertahankan meskipun terjadi fluktuasi kondisi ekonomi lokal maupun nasional.	mempertahankan usahanya dan bersaing dengan pelaku UMKM sejenis di tengah persaingan yang semakin ketat. 2. Kondisi usaha yang masih belum dikelola secara optimal mengharuskan pelaku UMKM untuk meningkatkan perencanaan serta melakukan evluasi usaha secara berkalkulasi, agar setiap perubahan selera konsumen yang terjadi dengan cepat dapat segera direspons melalui penyesuaian produk dan layanan, sehingga usaha tetap mampu bertahan dan bersaing. 3. Modal dan tenaga kerja mendukung operasional dan penjualan online, lama usaha mempermudah adaptasi regulasi, dan kerja sama dengan komunitas lokal meningkatkan jaringan, semuanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan. 4. Masalah SDM yang masih terbatas dan kesulitan menjaga kualitas produk serta layanan dpat diatasi dengan memberikan pelatihan pada tenaga kerja, mengelola usaha dengan lebih teratur, dan memastikan produk serta layanan tetap konsisten, sehingga pendapatan UMKM dapat meningkat. 5. Pemanfaatan teknologi yang kurang maksimal
--	---	--

volume penjualan dan berdampak langsung pada tingkat pendapatan usaha. 4. Regulasi pemerintah yang sering berubah. Perubahan regulasi, seperti kebijakan pajak, izin usaha, maupun aturan terkait keamanan pangan, dapat berdampak pada pendapatan UMKM. Bagi pelaku usaha kecil, penyesuaian terhadap regulasi baru sering kali membutuhkan tambahan biaya dan proses administrasi yang tidak sederhana. Apabila tidak dikelola dengan baik, kondisi ini dapat menghambat kelancaran operasional usaha dan menekan tingkat pendapatan UMKM. 5. Kesulitan menjaga konsistensi kualitas produk & layanan. Menjaga kualitas produk dan layanan secara konsisten menjadi tantangan bagi UMKM, terutama saat terjadi peningkatan permintaan. Keterbatasan tenaga kerja, modal usaha, serta dukungan teknologi produksi dapat memengaruhi stabilitas kualitas yang dihasilkan. Apabila kualitas tidak terjaga, tingkat kepuasan konsumen akan menurun dan pada akhirnya berdampak pada penurunan pendapatan usaha.		dan fluktuasi ekonomi dapat diatasi dengan memaksimalkan penggunaan teknologi untuk pemasaran operasional, serta perencanaan usaha yang fleksibel agar UMKM tetap stabil dan pendapatannya meningkat.
--	--	--

Sumber: Data diolah (2025)

Matriks SWOT pada Tabel 4 di atas merangkum strategi yang akan diterapkan oleh UMKM di Kota Manado untuk memaksimalkan pendapatan, memenangkan persaingan, serta mendukung pertumbuhan dan perkembangan usaha mereka. Berdasarkan Matriks analisis, UMKM di Kota Manado.

Strategi S-O (*Strength-Opportunities*)

Strategi UMKM di Kecamatan Wenang, di Sunbae, memanfaatkan kekuatan internal untuk meningkatkan pendapatan. Pengelolaan modal usaha yang baik membantu meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk, sementara pengalaman usaha digunakan untuk menangkap peluang pasar. Tenaga kerja dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan produktivitas, dan kemampuan menyesuaikan usaha dengan perubahan pasar menjaga stabilitas operasional. Selain itu, pemanfaatan bahan baku yang tersedia dengan biaya terjangkau menekan biaya produksi, sehingga margin keuntungan dan pendapatan usaha dapat terus meningkat.

Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Pendekatan ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang dari luar secara optimal. Keterbatasan modal usaha di UMKM Kawasan Megamas Sunbae dapat diatasi melalui akses permodalan dari pemerintah atau lembaga keuangan. Pengelolaan usaha yang belum optimal dan pemanfaatan teknologi digital yang kurang maksimal bisa diperbaiki dengan pelatihan dan bimbingan penggunaan teknologi yang difasilitasi oleh pemerintah maupun komunitas lokal. Kualitas SDM yang masih terbatas dapat ditingkatkan melalui program pelatihan bisnis dan ketrampilan operasional. Dengan langkah-langkah ini, UMKM dapat menutupi kelemahan internal sekaligus memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas, perkembangan media sosial, dan dukungan program pemerintah untuk meningkatkan pendapatan.

Strategi S-T (*Strength-Threats*)

Untuk mengatasi tantangan eksternal, pendekatan ini memanfaatkan kemampuan internal UMKM. Dengan pengelolaan modal usaha yang baik, UMKM dapat menjaga kualitas dan keunikan produk khas lokal sehingga tetap kompetitif meskipun persaingan ketat antar pelaku sejenis. Pengalaman usaha yang dimiliki memungkinkan pelaku UMKM menyesuaikan produk dan strategi pemasaran sesuai perubahan selera konsumen, menjaga pendapatan tetap stabil. Tenaga kerja yang mendukung operasional dimanfaatkan untuk mematuhi regulasi pemerintah yang sering berubah, sementara ketersediaan bahan baku dengan biaya terjangkau membantu mengendalikan biaya produksi. Dengan kemampuan adaptasi dan konsisten produk

yang terjaga, UMKM dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan sekaligus menghadapi fluktuasi kondisi ekonomi lokal maupun nasional.

Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Agar UMKM dapat mengatasi ancaman eksternal, pendekatan ini diterapkan untuk memperbaiki kelemahan internal mereka. UMKM perlu mengelola keuangan dan biaya produksi dengan lebih efisien, melatih SDM agar kualitas produk dan layanan tetap terjaga, serta memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk operasional dan pemasaran. Perencanaan usaha yang fleksibel dan kerja sama dengan komunitas lokal membantu menjaga stabilitas usaha dan meningkatkan pendapatan meski menghadapi persaingan ketat dan fluktuasi ekonomi.

4.1.4 Strategi Pengembangan UMKM di Kota Manado

Karenanya, temuan studi ini memperlihatkan bahwa keberlanjutan UMKM Sunbae di Kecamatan Wenang di Kota Manado tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyesuaikan diri dengan perubahan selera konsumen, tetapi juga oleh pengelolaan usaha yang terencana, adaptif, dan inovatif. Dengan dukungan pemerintah, pemanfaatan digitalisasi, serta kolaborasi antar pelaku usaha, UMKM dapat meningkatkan pendapatan sekaligus berkontribusi lebih besar didalam memajukan pertumbuhan ekonomi lokal.

Pengembangan UMKM di wilayah Sunbae akan mencakup penanganan ancaman yang ada saat ini, pemanfaatan peluang eksternal secara optimal, serta pengurangan kelemahan, berdasarkan studi dan analisis SWOT. Pelaku UMKM terbukti memiliki kreativitas tinggi dalam menyesuaikan produk dan layanan dengan perubahan pasar, namun masih menghadapi keterbatasan modal usaha yang belum optimal, serta rendahnya pemanfaatan digitalisasi. Karenanya, Strategi SO (Kekuatan-Peluang), yang mengharuskan pemanfaatan kekuatan internal sekaligus peluang eksternal, merupakan pilihan yang tepat untuk pertumbuhan.

UMKM di Sunbae dapat memperoleh manfaat dengan memaksimalkan modal kerja, keahlian bisnis, dan tenaga kerja untuk mendiversifikasi produk, meningkatkan kualitas layanan, serta memanfaatkan alat digital seperti aplikasi pengiriman makanan dan media sosial. Akibatnya, pangsa pasar, pengenalan produk, dan kemampuan bersaing dengan perusahaan yang lebih besar akan meningkat.

Peluang dan Kelemahan Rencananya adalah memperbaiki masalah internal sambil memanfaatkan peluang eksternal. Keterbatasan modal dapat diatasi melalui pemanfaatan program bantuan pemerintah dan akses ke lembaga keuangan. Selain itu, literasi digital bagi pelaku UMKM harus ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan, sehingga mereka

mampu memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memperluas distribusi dan pemasaran mengatasi kelemahan internal dengan dukungan peluang eksternal. Keterbatasan modal dapat diatasi melalui pemanfaatan program bantuan pemerintah dan akses ke lembaga keuangan. Pengelolaan usaha yang belum optimal dan pemanfaatan teknologi yang rendah dapat diperbaiki melalui pelatihan dan pendampingan bagi tenaga kerja, sehingga UMKM mampu memanfaatkan peluang digitalisasi dan memperluas distribusi produk, meningkatkan pendapatan. Strategi ST, memanfaatkan kekuatan yang ada untuk menghadapi ancaman.

Modal usaha yang cukup, pengalaman, dan tenaga kerja yang mendukung digunakan untuk menjaga kualitas dan keunikan produk khas lokal, sehingga UMKM dapat mempertahankan loyalitas pelanggan meski selera pasar berubah cepat atau tren baru muncul. Strategi WT (Weakness–Threat), meminimalkan kelemahan agar mampu bertahan dari ancaman. Keterbatasan modal dan SDM dapat diatasi dengan pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, pelatihan tenaga kerja, serta kerja sama antar pelaku UMKM untuk meningkatkan efisiensi produksi dan menjaga konsistensi layanan serta produk. Jika dikelola oleh ahlinya, UMKM dapat dengan mudah menghadapi perubahan selera pelanggan dan fluktuasi harga bahan baku.

Secara keseluruhan, strategi pengembangan UMKM Sunbae di Kecamatan Wenang harus berfokus pada penguatan modal dan pengelolaan usaha, pemanfaatan digitalisasi, peningkatan kapasitas tenaga kerja, serta kolaborasi antar pelaku usaha. Dengan pendekatan ini, UMKM tidak hanya mampu bertahan terhadap perubahan selera konsumen, tetapi juga berkontribusi lebih besar dalam peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Analisis Pendapatan UMKM di Kecamatan Wenang, Kota Manado, khususnya di Sunbae”, bisa disimpulkan bahwasanya strategi yang dapat diterapkan adalah meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, memperbaiki manajemen usaha, serta memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan penjualan agar kelemahan internal dapat dikurangi. Sedangkan strategi dari kelemahan EFAS yang dapat dilakukan yaitu memanfaatkan peluang pasar dengan memperluas pemasaran melalui media sosial dan platform online, menjalin kerja sama dengan pemerintah atau lembaga keuangan untuk mendapatkan tambahan modal dan pelatihan usaha, serta melakukan persaingan dan perubahan kebutuhan konsumen.

Walaupun, UMKM di Sunbae masih menghadapi kelemahan yang cukup signifikan, seperti keterbatasan modal usaha, pengelolaan usaha yang belum efisien, pemanfaatan digitalisasi dan pemasaran online yang rendah, serta keterbatasan tenaga kerja dalam mengelola operasional secara modern. Namun, kelemahan ini dapat diminimalkan lewat pemanfaatan peluang eksternal, semisal pasar generasi muda dan wisatawan yang besar, perkembangan teknologi digital dan media sosial, serta dukungan program pemerintah dan komunitas lokal untuk meningkatkan kapasitas usaha dan pendapatan.

Sebaliknya, UMKM milik Sunbae menghadapi risiko eksternal seperti selera pelanggan yang terus berubah, persaingan bisnis yang ketat, peraturan pemerintah yang baru, dan kondisi ekonomi yang tidak stabil. Cara terbaik bagi UMKM untuk berkembang adalah dengan memanfaatkan kekuatan mereka guna memanfaatkan peluang eksternal (strategi S-O), kelemahan mereka guna memitigasi ancaman (strategi S-T), dan akhirnya, meminimalkan kelemahan mereka guna menahan ancaman (strategi W-T), menurut analisis SWOT.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- BAB III Metode Penelitian, Saleh & Utomo (2018), Junaidi & Mirasanti (2020) dalam [https://repository.stei.ac.id/8707/4/BAB 3.pdf](https://repository.stei.ac.id/8707/4/BAB%203.pdf)
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Data Statistik Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistim (2024). RLLPD
- BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hal. 230 Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2018), hal. 150
- Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2010, edisi revisi.
- Canon, L. D. P., Wua, I. W., & Setlight, D. F. (2025). Optimalisasi Potensi dan Strategi Peningkatan Daya Saing Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM di Sunbae Kawasan Megamas Kota Manado. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 17(3), 652-661.
- Canon, L. D. P., Wua, I. W., & Setlight, D. F. (2025). Optimalisasi Potensi dan Strategi Peningkatan Daya Saing Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM di Sunbae Kawasan Megamas Kota Manado. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 17(3), 652-661.
- David Ricardo, *Principles of Political Economy and Taxation* (1817). Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), Dikembangkan lebih lanjut oleh Irving Fisher dalam *The Theory of Interest*(1930).

- Diptyana dan Dewi. (2014). Sistem Informasi Akuntansi. [Sumber tentang pengumpulan, pencatatan, dan pengolahan data akuntansi untuk pengambilan keputusan].
- Eman, F. T., Rachman, I., & Pangemanan, F. N. (2023). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kota Manado (Studi Kasus Di Dinas Koperasi Dan UKM Kota Manado). *Governance*, 3(1).
- Gainau, P. C. (2020). Determinan Kinerja Usaha Mikro (Studi Pada Usaha Mikro Di Kecamatan Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gonibala, N., Masinambow, V. A., & Maramis, M. T. B. (2019). Analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01).
- Gujarati, D. N. (2012). *Basic Econometrics*. New York: McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. (Referensi utama untuk teori regresi linear berganda, asumsi klasik, dan uji multikolinearitas, terutama chapter 6).
- Halim, (2020). [Judul dan penerbit tidak tercantum]. Dipakai untuk definisi UMKM yang menggunakan sumber daya alam dan karya seni tradisional.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional di indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739-746.
- Jean-Baptiste Say, *Traité d'économie politique* (1803).
- John Maynard Keynes, *The General Theory of Employment, Interest and Money* (1936).
- Kolanus, L. T. O., Rumaté, V. A., & Engka, D. S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil (Umk) Di Kota Manado. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah*, 21(4), 46- 62.
- Léon Walras, *Éléments d'économie politique pure* (1874).
- Lintang, S. K., Walewangko, E. N., & Rorong, I. P. F. (2025). Dampak Penggunaan QRIS Pada Pelaku UMKM Sebagai Upaya Percepatan Pertumbuhan Ekonomi di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 25(1), 13-24
- Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9
- Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di

- Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.
- Majesty, E. E., Pelealu. (2023). Strategi Kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional Pada Sektor.
- Milton Friedman, *A Theory of the Consumption Function* (1957).
- Solung, M. M., Engka, D. S., & Sumual, J. I. (2025). Digitalisasi Umkm Dan Perencanaan Anggaran Serta Dampaknya Terhadap Peningkatan Pendapatan (Studi Pada Umkm Di Kec. Wenang Kota Manado). *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(9), 280-292.
- Nante, S., Naukoko, A. T., & Masloman, I. (2024). Peran Sektor Industri Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dan Penyerapan Tenaga Kerja Di Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 24(7), 43-54.
- Panelewen, F. H. J., Tilaar, W., & Kalangi, J. K. J. (2020). Analisis permodalan dan keuntungan usaha mikro kecil menengah pada rumah makan (Studi kasus) di Kota Manado. *Agri-sosioekonomi*, 16(2), 313â-324.
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM.
- Pribadiansya, M. C., Engka, D. S., & Sumual, J. I. (2021). Analisis Faktor “Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Makanan Di Sekitaran Kawasan Pantai Malalayang Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1).
- Pribadiansya, M. C., Engka, D. S., & Sumual, J. I. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Makanan Di Sekitaran Kawasan Pantai Malalayang Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1).
- Purnomo, S., Purwandari, S., & Sentosa, I. (2022). Sustainability MSMEs Performance and income distribution: Role of intellectual capital and strategic orientations.
- Purwana. (2011). Pengaruh Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Kecil. [Pendapat tentang pentingnya pengalaman untuk keberhasilan UMKM].
- Qomariyah, S., & Khusnia, M. (1823). Analisis Pendapatan UMKM (Studi Kasus Java Fiber Banjardowo Jombang). *Margin Eco*, 5 (1): 30-37.
- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio). Penerbit Tahta Media.
- Rapii, M., Riswanto, A., & Febriani, L. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan umkm pada masa pandemi covid-19 Tahun 2021. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 42-50.
- Rapii, M., Riswanto, A., & Febriani, L. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi

- pendapatan umkm pada masa pandemi covid-19 Tahun 2021. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 42-50.
- Rosel, R. F., & Giatman, M. (2022). Analysis of Marketing Strategies to Increase MSME Income (Case Study of STAMPAI MSME). *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2208-2214.
- Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2006, hal. 47
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.
- Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*, Jakarta: Salemba Empat, (2018), hal. 132
- Suci, (2017). [Judul dan penerbit tidak tercantum]. Dijadikan referensi untuk pengertian dan peran UMKM di Indonesia.
- Sugiyono (2019) dalam [https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/3221/4/BAB III.pdf](https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/3221/4/BAB%20III.pdf)
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*
- Tambunan, T. H. T. (2009). *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tambunan, T. H. T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Umkm Pasca Pandemi Covid-19 Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 23(10). 49-60.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Warkum Sumitro, *Azas-azas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Wenang, Manado). *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 12(1), 09-26.
- Wibawa, H. W., Ali, H. M., & Paryanti, A. B. (2021). Analisis faktor faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(3), 650-660.
- Wibawa, H. W., Ali, H. M., & Paryanti, A. B. (2021). Analisis faktor faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(3), 650-660.
- Wooldridge, J. M. (2019). *Introductory Econometrics: A Modern Approach* (7th ed.). Mason, OH: Cengage Learning. (Sumber untuk rumus model dan uji heteroskedastisitas, chapter 4-5).