

ABSTRAK

Desa Pesucen, Kabupaten Banyuwangi, memiliki potensi komoditas pala yang melimpah dan diolah masyarakat menjadi manisan pala bernilai tambah. Namun, pengembangan usaha ini masih terhambat keterbatasan modal, pencatatan keuangan yang belum terstruktur, kemasan sederhana, serta pemasaran digital yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan bisnis yang tepat guna meningkatkan daya saing usaha manisan pala. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus di Desa Pesucen secara *purposive*. Responden terdiri dari sepuluh produsen, pengepul, pemerintah desa, dan konsumen yang dipilih melalui *purposive sampling*. Data dikumpulkan via observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka, lalu dianalisis menggunakan matriks IFE, EFE, IE, dan SWOT. Kekuatan usaha ini terletak pada kelimpahan bahan baku dan kualitas produk, sedangkan kelemahannya adalah minimnya inovasi, teknologi sederhana, dan keterbatasan promosi. Peluang usaha didorong oleh tren produk lokal, pemasaran digital, dukungan pemerintah, dan pariwisata Banyuwangi, sementara ancamannya berupa persaingan produk sejenis dan fluktuasi harga. Skor IFE (2,46) dan EFE (2,63) menempatkan usaha pada Sel V (Jaga dan Pertahankan). Hasil analisis SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi, di antaranya meningkatkan promosi digital, melakukan diversifikasi produk, memperkuat kerja sama dengan pemerintah dan pelaku pariwisata, meningkatkan kualitas kemasan, serta memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar sehingga daya saing usaha manisan pala dapat terus meningkat. Strategi yang dirumuskan meliputi peningkatan promosi digital, diversifikasi produk, kemitraan pariwisata, perbaikan kemasan, dan adopsi teknologi.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Desa Pesucen, Manisan Pala, Matriks IE, Strategi Pengembangan Bisnis

ABSTRACT

Pesucen Village, Banyuwangi Regency, has abundant nutmeg commodity potential and is processed by the community into value-added nutmeg candies. However, the development of this business is still hampered by limited capital, unstructured financial records, simple packaging, and digital marketing that is not optimal. This research aims to identify internal and external environmental factors and formulate the right business development strategy to increase the competitiveness of the nutmeg candy business. The research uses a qualitative descriptive approach with a case study method in Pesucen Village in a purposive manner. Respondents consisted of ten producers, collectors, village governments, and consumers who were selected through purposive sampling. Data was collected through observation, interviews, documentation, and literature studies, and then analyzed using IFE, EFE, IE, and SWOT frameworks. The strength of this business lies in the abundance of raw materials and product quality, while the weakness is the lack of innovation, simple technology, and limited promotion. Business opportunities are driven by local product trends, digital marketing, government support, and Banyuwangi tourism, while the threat is in the form of competition for similar products and price fluctuations. The IFE (2.46) and EFE (2.63) scores put effort on Cell V (Guard and Defend). The results of the SWOT analysis obtained several alternative strategies, including increasing digital promotion, diversifying products, strengthening cooperation with the government and tourism players, improving packaging quality, and utilizing technology to expand the market so that the competitiveness of the nutmeg candy business can continue to increase. The strategies formulated include increasing digital promotion, product diversification, tourism partnerships, packaging improvement, and technology adoption.

Keywords: *Business Development Strategy, IE Matrix, Pesucen Village, Sweet Nutmeg, SWOT Analysis*