

ANALISIS PELUANG PENGEMBANGAN USAHA NATA BELIMBING (*Nata de Avertrhoa carambola*) DI KOTA BLITAR JAWA TIMUR

ANALYSIS OF OPPORTUNITIES FOR DEVELOPING THE STAR FRUIT NATA BUSINESS (Nata de Avertrhoa Carambola) IN BLITAR CITY, EAST JAVA.

Mar'atus Sholihah^{1*}, Eva Nurul Malahayati²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Biologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Islam Balitar, Jl. Imam Bonjol No. 16 Sananwetan, Kota Blitar, Jawa Timur, 66137, Indonesia

*Corresponding author: maratussholihah11292@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan strategi pengembangan usaha Nata de Avertrhoa carambola (Nata Belimbing) sebagai produk diversifikasi olahan pangan fungsional di Kota Blitar, Jawa Timur, guna mengatasi masalah surplus panen buah belimbing. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data utama melalui wawancara mendalam kepada 15 subjek, meliputi petani belimbing, pelaku UMKM olahan buah, dan masyarakat/konsumen, serta menggunakan survei preferensi. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Nata Belimbing berada pada kuadran agresif (S-O), didukung oleh biaya bahan baku yang sangat rendah dan tren pasar pangan sehat yang sedang meningkat. Namun, UMKM menghadapi kelemahan signifikan pada keterbatasan kapasitas produksi dan branding. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang direkomendasikan adalah Strategi Pembalikan (W-O), yaitu dengan memanfaatkan dukungan Pemerintah Daerah untuk fasilitasi teknologi dan pelatihan digital branding, serta menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) mutu untuk mengatasi kompetisi dari Nata de Coco. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa pengembangan usaha Nata de Avertrhoa carambola sangat layak dan memiliki peluang pengembangan yang tinggi di Kota Blitar, asalkan kelemahan internal terkait manajemen dan kapasitas produksi segera diatasi melalui dukungan pihak eksternal (pemerintah atau fasilitator lainnya).

Kata kunci: analisis usaha; nata belimbing; nata de Avertrhoa carambola; SWOT; diversifikasi pangan

ABSTRACT

This study aims to analyze opportunities and strategies for developing Nata de Avertrhoa carambola (Starfruit Nata) as a functional food diversification product in Blitar City, East Java, to address the problem of surplus starfruit harvest. The research method used is descriptive qualitative, with the main data collection technique through in-depth interviews with 15 subjects, including starfruit farmers, fruit processing MSMEs, and the community/consumers, as well as using a preference survey. SWOT analysis identifies internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats). The results show that the Nata Belimbing business is in the aggressive quadrant (S-O), supported by very low raw material costs and the increasing trend of the healthy food market. However, MSMEs face significant weaknesses in limited production capacity and branding. Therefore, the recommended development strategy is the Reversal Strategy (W-O), namely by utilizing local government support for technology facilitation and digital branding training, as well as implementing quality Standard Operating Procedures (SOPs) to

overcome competition from Nata de Coco. The findings of this study indicate that the development of the Nata de Averrhoa carambola business is highly feasible and offers significant development opportunities in Blitar City, provided that internal weaknesses in management and production capacity are immediately addressed with support from external parties (the government or other facilitators).

Keywords: business analysis; starfruit nata; nata de Averrhoa carambola; SWOT; food diversification

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi daerah, khususnya di sektor agribisnis, sangat bergantung pada kemampuan masyarakat dalam melakukan diversifikasi dan peningkatan nilai tambah produk pertanian lokal. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran sentral sebagai motor penggerak ekonomi, terutama dalam menyerap hasil panen, membuka lapangan kerja, dan mendukung ketahanan pangan (Irwanti et al., 2020; Schleifer & Sun, 2020). Kontribusi UMKM, bahkan di sektor pertanian, terbukti mampu mentransformasi kan sumber daya alam lokal menjadi produk yang bernilai ekonomi lebih tinggi, menjadikannya tulang punggung perekonomian nasional dan daerah (Wardani et al., 2020). Fleksibilitas UMKM dalam menyesuaikan kapasitas produksi dan memanfaatkan input lokal juga menjadikannya stabilisator yang tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi (Wibawa et al., 2021). Oleh karena itu, inovasi produk olahan pangan yang berkelanjutan menjadi kunci untuk memperkuat daya saing daerah.

Peran strategis UMKM dalam konteks ekonomi makro dan regional tidak dapat diabaikan. Sektor ini secara konsisten memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan daerah, serta menjadi penyedia lapangan kerja utama, bahkan bagi penduduk dengan tingkat pendidikan yang relatif rendah (Saputera, 2021; Yolanda, 2024). Peningkatan jumlah dan pengembangan UMKM yang produktif dan inovatif berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan per kapita dan percepatan pertumbuhan ekonomi daerah (Aryco, 2022). Lebih lanjut, UMKM juga

berfungsi sebagai sarana vital untuk pemerataan ekonomi dan pengentasan kemiskinan karena banyak usaha beroperasi di tingkat lokal dan pedesaan, yang pada gilirannya mengurangi ketimpangan antarwilayah (Sihombing et al., 2024; Tambunan, 2023).

Kota Blitar, Jawa Timur, dikenal sebagai salah satu sentra penghasil buah belimbing (Averrhoa carambola) di Indonesia, dengan produksi yang melimpah (Putri et al., 2021). Melimpahnya produksi buah belimbing di wilayah ini seringkali menimbulkan masalah surplus, terutama saat musim panen raya. Kondisi ini menyebabkan harga jual buah segar di pasar cenderung menurun dan banyak hasil panen tidak termanfaatkan secara optimal karena standar kualitas pasar buah meja yang ketat, seperti ukuran dan penampilan (Azzahra et al., 2022). Situasi ini menuntut adanya upaya inovatif untuk mengolah buah belimbing yang tidak terserap pasar agar memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dan usia simpan yang lebih lama, sejalan dengan kebutuhan hilirisasi hasil pertanian (Windusancono, 2021).

Salah satu bentuk pengolahan yang potensial dan solutif adalah fermentasi menjadi produk nata. Produk nata adalah pangan fungsional yang dikenal kaya akan serat selulosa bakteri, yang dihasilkan dari kultur bakteri *Acetobacter xylinum* (Kurnia et al., 2020). Selama ini, nata lebih dikenal dalam bentuk Nata de Coco, menggunakan air kelapa sebagai media utama. Namun, diversifikasi bahan baku menjadi sari buah belimbing menawarkan keunikan rasa, profil nutrisi, dan memberikan solusi konkret bagi pemanfaatan hasil pertanian lokal Blitar yang terbuang (Dewi et al., 2021). Pengembangan Nata de Averrhoa

carambola dapat diposisikan sebagai produk inovatif yang mendukung tren permintaan pasar terhadap makanan alami, sehat, dan berbasis serat tinggi (Setiawati et al., 2023).

Nata de Averrhoa carambola memiliki potensi keunggulan kompetitif yang kuat di pasar pangan fungsional. Buah belimbing mengandung vitamin C dan antioksidan yang cukup tinggi, yang dapat berkontribusi pada profil nutrisi produk akhir (Rukmana & Lestari, 2021). Selain itu, serat selulosa bakteri yang terkandung dalam nata dikenal memberikan manfaat kesehatan, seperti membantu menjaga kesehatan pencernaan, yang sangat diminati oleh konsumen yang sadar akan kesehatan (Kusmiadi et al., 2022). Inovasi pangan lokal berbasis pemanfaatan hasil pertanian surplus, seperti nata belimbing, merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif, sekaligus mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan (Fitriyani, 2020; Herlina & Maulana, 2020).

Meskipun potensi ketersediaan bahan baku di Blitar sangat besar dan proses produksi nata secara teknologi relatif sederhana, peluang keberhasilan dan keberlanjutan usaha ini belum teruji secara empiris. Dalam konteks UMKM, keterbatasan modal, kelemahan manajerial, dan keterbatasan akses pasar seringkali menjadi kendala utama (Hendayana & Alfons, 2021; Yusuf Hariyoko, n.d.). Pengembangan usaha Nata de Averrhoa carambola memerlukan analisis yang komprehensif, tidak hanya dari aspek teknis produksi, seperti optimasi substrat dan kultur bakteri (Dewi et al., 2021), tetapi juga dari aspek kelayakan pasar dan strategi pengembangan bisnis. Pengujian kelayakan bisnis ini penting untuk memitigasi risiko dan memastikan UMKM mampu naik kelas dan berdaya saing (Awalinda, 2025).

Meskipun penelitian mengenai pengolahan nata dan pengembangan UMKM pangan telah banyak dilakukan, kajian yang secara khusus menganalisis

peluang usaha Nata de Averrhoa carambola berbasis analisis SWOT pada konteks UMKM lokal di Kota Blitar masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam peluang pengembangan usaha Nata de Averrhoa carambola di Kota Blitar. Analisis akan mencakup identifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal melalui Analisis SWOT (Sucipto, 2022). Hasil analisis SWOT yang terstruktur ini kemudian akan dirumuskan menjadi strategi pengembangan bisnis yang realistis dan berkelanjutan (Hakim et al., 2022). Dengan adanya rekomendasi strategis yang valid, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi calon pelaku usaha, investor, dan pemerintah daerah Blitar dalam mengambil keputusan strategis untuk mengangkat produk olahan belimbing lokal ke pasar yang lebih luas (Awalinda, 2025; Sihombing et al., 2024).

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan wawancara dan pengisian angket. Subjek penelitian sebanyak 15 orang. Subjek penelitian dipilih secara *purposive sampling* dengan memenuhi kriteria yang representatif sebagai informan yaitu petani belimbing di wilayah Blitar, masyarakat Blitar yang mengetahui adanya diversifikasi produk buah belimbing berupa Nata de Averrhoa carambola, dan pelaku usaha atau UMKM di wilayah Blitar. Dalam hal ini petani belimbing, UMKM, dan masyarakat yang digunakan sebagai subjek penelitian adalah dari Kelurahan Karangsari Kota Blitar sebagai salah satu daerah penghasil belimbing terbesar di Blitar.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara: a) wawancara mendalam dengan petani belimbing di Blitar (untuk informasi produksi, panen raya, penanganan pascapanen, dan masalah penjualan), b) wawancara dengan pelaku usaha nata atau

olahan buah (untuk mendapatkan wawasan industri, tantangan, dan peluang), dan c) survei preferensi konsumen terhadap produk Nata de *Averrhoa carambola*. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dilengkapi dengan analisis SWOT (*Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*). Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weaknesses*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan penyebaran angket yang telah dilakukan kepada petani belimbing, masyarakat, dan pelaku usaha atau UMKM di wilayah Blitar, dapat dijabarkan hasil analisis SWOT (*Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*) mengenai peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan dari peluang pengembangan usaha Nata de *Averrhoa carambola* di wilayah Blitar sebagai berikut.

a. Kekuatan (*Strengths* - S)

Kekuatan adalah faktor internal positif yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha. Data kekuatan peluang pengembangan usaha Nata de *Averrhoa carambola* ini diperoleh terutama dari wawancara dengan petani dan potensi kapabilitas UMKM yang dijabarkan sebagai berikut.

1. Ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah

Hasil wawancara dengan petani belimbing (15 orang) mengonfirmasi bahwa saat musim panen raya, terjadi surplus besar buah belimbing yang tidak terserap pasar buah segar karena standar kualitas yang ketat (ukuran, warna, bentuk). Kondisi ini menjamin pasokan bahan baku yang stabil, murah, dan berkelanjutan untuk produksi nata.

2. Biaya bahan baku primer yang rendah

Wawancara dengan petani menunjukkan bahwa belimbing afkir (yang tidak lolos standar pasar meja) dijual dengan harga yang sangat rendah (Rp 2000), atau bahkan terbuang. Hal ini dapat menekan biaya pokok produksi (HPP) produk nata secara signifikan, memberikan keunggulan harga.

3. Potensi produk pangan fungsional yang unik

Wawancara dengan pelaku usaha (UMKM) menunjukkan bahwa nata belimbing adalah diversifikasi produk yang unik dan berbeda dari Nata de Coco. Berdasarkan data dari angket diketahui bahwa masyarakat/konsumen menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap produk lokal yang alami dan kaya serat (*novelty effect*).

4. Proses produksi relatif sederhana (teknologi tepat guna)

Wawancara dengan pelaku usaha nata atau olahan buah mengindikasikan bahwa teknologi fermentasi nata relatif mudah diadopsi oleh UMKM lokal dengan investasi awal yang tidak terlalu besar.

b. Kelemahan (*Weaknesses* – W)

Kelemahan adalah faktor internal negatif yang dapat menghambat pengembangan usaha. Data kelemahan ini diperoleh dari wawancara dengan petani mengenai penanganan pascapanen belimbing di Karangsari Blitar dan pelaku usaha mengenai kapasitas dan manajerial usaha. Hasil analisis kelemahan peluang usaha Nata de *Averrhoa carambola* di Blitar adalah sebagai berikut.

1. Keterbatasan kapasitas dan skala produksi UMKM

Wawancara dengan pelaku usaha/UMKM menunjukkan bahwa mereka umumnya memiliki keterbatasan modal, peralatan (misalnya inkubator), dan ruang

- produksi untuk memproses volume belimbing surplus secara massal.
2. Kualitas mutu bahan baku yang berubah-ubah
Wawancara dengan petani dan pelaku usaha menunjukkan bahwa belimbing yang dijadikan bahan baku nata adalah buah afkir yang derajat kematangannya tidak seragam atau mudah busuk jika penanganan pascapanennya buruk. Hal ini dapat memengaruhi konsistensi kualitas sari buah dan hasil nata.
 3. Kurangnya pengetahuan pemasaran dan *branding*
Wawancara dengan pelaku UMKM mengungkapkan kelemahan dalam aspek pemasaran digital, *branding*, dan desain kemasan yang kurang menarik atau tidak mampu mengomunikasikan nilai fungsional produk kepada konsumen.
 4. Ketergantungan musiman pada belimbing
Meskipun pasokan melimpah, produksi nata akan sangat bergantung pada musim panen raya belimbing. Kondisi ini menciptakan tantangan dalam menjaga ketersediaan produk di luar musim panen.
- c. Peluang (*Opportunities* – O)
Peluang adalah faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan. Data peluang pengembangan usaha nata belimbing diperoleh berdasarkan wawancara dengan pelaku usaha dan survei preferensi konsumen. Analisis data peluang usaha nata belimbing di Blitar dijabarkan sebagai berikut.
1. Tren permintaan pangan sehat dan fungsional
Survei preferensi konsumen pada masyarakat Blitar menunjukkan peningkatan kesadaran akan kesehatan dan permintaan terhadap produk berserat tinggi, alami, dan rendah kalori (pangan fungsional).
Nata belimbing merupakan produk yang cocok dengan tren ini.
 2. Dukungan pemerintah daerah (pemda) terhadap produk lokal
Wawancara dengan UMKM dan informasi public menunjukkan adanya program pelatihan, subsidi modal, atau fasilitasi pameran dan perizinan dari Pemda Blitar untuk pengembangan produk olahan unggulan daerah.
 3. Potensi pasar wisata dan oleh-oleh khas Blitar
Survei konsumen dan wawancara dengan pelaku usaha menunjukkan bahwa Blitar adalah kota wisata religi/sejarah. Nata belimbing berpotensi besar diposisikan sebagai oleh-oleh khas (souvenir) yang unik dan tahan lama.
 4. Akses ke pasar modern dan digital
Adanya platform *e-commerce* dan media sosial (pemasaran digital) yang dapat memperluas jangkauan pasar Nata belimbing ke luar Kota Blitar tanpa harus memiliki toko fisik.
- d. Ancaman (*Threats* - T)
Ancaman adalah faktor eksternal negatif yang dapat menjadi penghalang usaha. Data tentang ancaman terhadap peluang pengembangan usaha nata belimbing diperoleh dari wawancara dengan pelaku usaha dan analisis pasar oleh peneliti. Beberapa ancaman pengembangan usaha nata belimbing di Blitar dijabarkan sebagai berikut.
1. Kompetisi kuat dari produk nata yang sudah ada (Nata de Coco)
Wawancara dengan pelaku usaha dan survei konsumen menunjukkan bahwa pasar sudah didominasi oleh Nata de Coco yang lebih populer, memiliki harga yang kompetitif, dan *brand recognition* yang kuat. Nata belimbing sebagai produk baru harus berjuang keras merebut pangsa pasar.
 2. Fluktuasi harga bahan pendukung produksi

Wawancara dengan pelaku usaha menyoroti adanya ancaman dari kenaikan harga bahan pendukung utama lainnya, seperti gula dan asam asetat, yang akan memengaruhi HPP dan profitabilitas.

3. Risiko kerusakan produk akibat kontaminasi dan kegagalan fermentasi

Wawancara dengan pelaku usaha nata mengungkapkan bahwa fermentasi sangat rentan terhadap kontaminasi bakteri/jamur lain dan memerlukan sterilitas tinggi. Kegagalan ini bisa menyebabkan kerugian besar.

4. Perubahan iklim dan hama yang mempengaruhi produksi belimbing

Wawancara dengan petani belimbing menyoroti potensi perubahan iklim ekstrem yang dapat mengganggu jadwal panen, mengurangi volume panen, atau meningkatkan serangan hama, sehingga mengancam ketersediaan bahan baku di masa depan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, terdapat empat strategi alternatif yang dapat digunakan pelaku usaha nata belimbing di Kota Blitar dalam menghadapi strategi yang kompetitif sebagai berikut.

1. Strategi S-O (Kekuatan-Peluang)

Strategi S-O merupakan strategi agresif yang memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal. Berikut strategi S-O yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha nata belimbing.

a. Memanfaatkan ketersediaan bahan baku melimpah dan potensi produk unik untuk menangkap tren pangan sehat dengan memproduksi Nata Belimbing sebagai brand lokal premium yang kaya serat dan antioksidan.

b. Mengembangkan *branding* yang menekankan Nata Belimbing sebagai makanan fungsional tinggi

serat, rendah gula, dan bebas pengawet dengan menargetkan segmen konsumen yang peduli kesehatan (*health-conscious*). Hal ini memanfaatkan kelimpahan belimbing afkir sebagai bahan baku murah untuk menciptakan produk bernilai jual tinggi. *Branding* yang berfokus pada aspek kesehatan dan alami sangat efektif dalam menembus pasar pangan fungsional (Suryani & Handayani, 2020).

c. Mengemas Nata Belimbing dalam bentuk siap santap yang menarik (misalnya, cup kecil atau sachet) dengan desain khas Blitar. Biaya produksi yang rendah memungkinkan penetapan harga yang kompetitif sebagai oleh-oleh massal. Inovasi kemasan dan diferensiasi produk sangat penting dilakukan untuk meningkatkan daya tarik di pasar oleh-oleh regional (Harahap dan Nasution, 2021).

d. Menggunakan platform digital (media sosial, *e-commerce*) untuk mengedukasi konsumen tentang keunikan nutrisi Nata Belimbing misalnya adanya kandungan serat selulosa, dan vitamin C belimbing yang membedakannya dari Nata de Coco. Rahayu et al. (2023) menjelaskan bahwa penggunaan konten edukatif di media sosial dapat meningkatkan kredibilitas dan penjualan produk UMKM pangan.

2. Strategi W-O (Kelemahan-Peluang)

Strategi W-O merupakan strategi pembalikan yaitu mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Berikut strategi W-O yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha nata belimbing.

a. Mengatasi keterbatasan modal/peralatan dan kurangnya *branding* dengan mengajukan subsidi dan pelatihan Pemda untuk modernisasi peralatan. Langkah ini

- dapat membantu mengatasi keterbatasan kapasitas dan meningkatkan skala produksi untuk memenuhi permintaan pasar yang berpotensi tinggi. Prastiwi dan Firmansyah (2022) menggarisbawahi pentingnya fasilitasi pemerintah daerah dalam penyediaan teknologi dan modal untuk peningkatan kapasitas produksi UMKM.
- b. Membangun prosedur Quality Control (QC) yang ketat untuk seleksi belimbing afkir (menghindari buah busuk/mentah ekstrem) dan mengajukan izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) atau sertifikat Halal. Ini meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap mutu produk sehat. Nurwahidah dan Sari (2021) menunjukkan bahwa sertifikasi produk (PIRT dan Halal) adalah faktor kunci dalam membangun kepercayaan konsumen dan memenuhi standar pasar pangan fungsional.
 - c. Mengikuti program pelatihan digital marketing yang disponsori oleh Pemda untuk memperbaiki desain logo, kemasan, dan *copywriting* produk agar Nata Belimbing lebih menarik dan mudah dijual melalui *platform online*. Sitinjak et al. (2020) menemukan bahwa pelatihan digital branding efektif meningkatkan kemampuan UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan citra produk.
3. Strategi S-T (Kekuatan-Ancaman)
Strategi S-T merupakan strategi defensive yaitu dengan menggunakan kekuatan internal untuk mengurangi ancaman eksternal. Berikut strategi S-T yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha nata belimbing.
 - a. Menggunakan biaya bahan baku rendah untuk menetapkan harga yang kompetitif, sehingga mampu menghadapi kompetisi kuat dari Nata de Coco. Pelaku usaha dapat memanfaatkan biaya produksi yang rendah (dari belimbing afkir) untuk menawarkan harga jual yang menarik, sambil tetap memosisikan Nata Belimbing sebagai alternatif yang lebih sehat (karena mengandung ekstrak buah) daripada pesaing utama. Kusuma dan Indriyani (2023) menjelaskan bahwa keunggulan biaya dapat menjadi dasar untuk penetapan harga yang agresif atau untuk mengalokasikan dana lebih ke diferensiasi produk.
 - b. Jika terjadi kegagalan panen belimbing, UMKM harus memiliki produk olahan belimbing unik lain yang dapat diproduksi, misalnya manisan atau sirup konsentrat, untuk menjaga keberlangsungan usaha. Rasyid dan Sari (2020) menyarankan diversifikasi produk olahan sebagai strategi mitigasi risiko fluktuasi pasokan bahan baku pertanian.
 4. Strategi W-T (Kelemahan-Ancaman)
Strategi W-T merupakan strategi minimalis yaitu dengan meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Berikut strategi W-T yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha nata belimbing.
 - a. Mengatasi inkonsistensi mutu bahan baku dan risiko kegagalan produksi dengan menerapkan prosedur standar operasional yang ketat untuk seleksi buah afkir dan proses sterilisasi fermentasi. Membuat dan mendokumentasikan SOP yang detail mengenai sterilisasi alat, konsentrasi media (gula, starter), dan suhu inkubasi dapat menjamin konsistensi hasil dan menekan angka kegagalan fermentasi. Supriadi et al. (2021) menekankan bahwa penerapan SOP yang ketat sangat penting

- untuk menjaga kualitas produk pangan berbasis fermentasi dan meminimalkan risiko kontaminasi.
- b. UMKM Nata Belimbing dapat membentuk koperasi atau kelompok untuk melakukan pembelian bahan pendukung (gula, asam asetat) dalam jumlah besar (*bulk buying*). Hal ini memberikan diskon dan mengurangi risiko yang ditimbulkan oleh fluktuasi harga. Santoso dan Wijaya (2021) menunjukkan bahwa kolaborasi antar-UMKM (koperasi) efektif dalam meningkatkan efisiensi biaya dan mengurangi risiko harga.
- c. UMKM Nata Belimbing lebih baik fokus dalam memasarkan ke pasar

ceruk (misalnya, toko organik, komunitas vegetarian/vegan) daripada bersaing langsung dengan pasar massal Nata de Coco. Hal ini dapat menghindari kompetisi langsung sambil membangun citra merek yang spesifik. Marzuki et al. (2020) menjelaskan bahwa fokus pada niche market adalah strategi efektif bagi UMKM dengan sumber daya terbatas untuk bersaing dengan perusahaan besar.

Ringkasan hasil analisis SWOT dan strategi alternatif yang dapat digunakan oleh pelaku usaha dapat dilihat pada Gambar 1.

Faktor Internal Faktor Eksternal	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
	<ul style="list-style-type: none"> Ketersediaan bahan baku lokal melimpah Biaya bahan baku primer rendah Potensi produk pangan fungsional yang unik Proses produksi relatif sederhana 	<ul style="list-style-type: none"> Keterbatasan kapasitas dan skala produksi UMKM Kualitas mutu bahan baku yang berubah-ubah Kurangnya pengetahuan pemasaran dan <i>branding</i> Ketergantungan musiman pada belimbing
OPPORTUNITIES (O)	SO (STRENGTHS-OPPORTUNITIES)	WO (WEAKNESS-OPPORTUNITIES)
<ul style="list-style-type: none"> Tren permintaan pangan sehat dan fungsional Dukungan pemerintah daerah (pemda) terhadap produk lokal Potensi pasar wisata dan oleh-oleh khas Blitar Akses ke pasar modern dan digital 	<ul style="list-style-type: none"> Memanfaatkan ketersediaan bahan baku melimpah dan potensi produk unik untuk menangkap tren pangan sehat dengan memproduksi Nata Belimbing sebagai brand lokal premium yang kaya serat dan antioksidan. Mengembangkan <i>branding</i> yang menekankan Nata Belimbing sebagai makanan fungsional tinggi serat, rendah gula, dan bebas pengawet dengan menargetkan segmen konsumen yang peduli kesehatan Mengemas Nata Belimbing dalam bentuk siap santap yang menarik Menggunakan platform digital 	<ul style="list-style-type: none"> Mengatasi keterbatasan modal/peralatan dan kurangnya branding dengan mengajukan subsidi dan pelatihan Pemda untuk modernisasi peralatan Membangun prosedur Quality Control (QC) yang ketat untuk seleksi belimbing afkir Mengikuti program pelatihan digital marketing yang disponsori oleh Pemda untuk memperbaiki desain logo, kemasan, dan <i>copywriting</i> produk agar Nata Belimbing lebih menarik dan mudah dijual melalui <i>platform online</i>
THREATS (T)	ST (STRENGTHS-THREATS)	WT (WEAKNESS-THREATS)
<ul style="list-style-type: none"> Kompetisi kuat dari produk nata yang sudah ada (Nata de Coco) Fluktuasi harga bahan pendukung produksi Risiko kerusakan produk akibat kontaminasi dan kegagalan fermentasi Perubahan iklim dan hama yang mempengaruhi produksi belimbing 	<ul style="list-style-type: none"> Menggunakan biaya bahan baku rendah untuk menetapkan harga yang kompetitif Jika terjadi kegagalan panen belimbing, UMKM harus memiliki produk olahan belimbing unik lain yang dapat diproduksi 	<ul style="list-style-type: none"> Mengatasi inkonsistensi mutu bahan baku dan risiko kegagalan produksi dengan menerapkan prosedur standar operasional yang ketat untuk seleksi buah afkir dan proses sterilisasi fermentasi UMKM Nata Belimbing dapat membentuk koperasi atau kelompok untuk melakukan pembelian bahan pendukung (gula, asam asetat) dalam jumlah besar UMKM Nata Belimbing lebih baik fokus dalam memasarkan ke pasar ceruk (misalnya, toko organik, komunitas vegetarian/vegan) daripada bersaing langsung dengan pasar massal Nata de Coco

Gambar 1. Matriks SWOT Analisis Peluang Usaha Nata de Avernhoa carambola di Kota Blitar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan analisis SWOT yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa usaha Nata de Avernhoa carambola sangat layak dan memiliki peluang pengembangan yang tinggi di Kota Blitar, asalkan kelemahan internal terkait manajemen dan kapasitas produksi segera diatasi melalui dukungan pihak eksternal (pemerintah atau fasilitator lainnya).

Kekuatan utama pengembangan usaha Nata de Avernhoa carambola terletak

pada ketersediaan bahan baku belimbing yang melimpah dan berbiaya rendah yang secara langsung dapat dimanfaatkan untuk menangkap tren pasar pangan fungsional yang sehat dan unik. Nata Belimbing juga memiliki keunggulan komparatif sebagai produk diversifikasi yang mampu mengatasi masalah surplus panen lokal.

Meskipun kuat secara bahan baku dan pasar, UMKM di Blitar memiliki kelemahan signifikan, terutama pada keterbatasan kapasitas produksi dan kelemahan *branding*. Oleh karena itu, langkah kritis yang dapat diambil adalah

segera memanfaatkan dukungan pemerintah daerah dan akses pasar digital untuk meningkatkan kemampuan manajerial dan skala usaha.

Ancaman terbesar dalam pengembangan usaha nata de Avernhoa carambola adalah kompetisi kuat dari Nata de Coco. Untuk mengatasi ini, strategi harus berfokus pada diferensiasi produk yang menonjolkan nilai kesehatan dan keunikan rasa Nata Belimbing, didukung oleh standar mutu yang ketat.

Saran

Saran yang dapat diberikan kepada pelaku usaha, pemerintah daerah, dan petani belimbing berdasarkan strategi alternatif matriks SWOT supaya pengembangan usaha nata de Avernhoa carambola dapat berjalan dengan baik adalah sebagai berikut.

1. UMKM harus menekankan bahwa nata de Avernhoa carambola memiliki kandungan nutrisi dan manfaat sehat yang berbeda dengan nata de coco sehingga layak dijadikan sebagai Pangan Fungsional Lokal Kaya Serat dan bukan sekadar *dessert* murah.
2. UMKM segera mengajukan sertifikasi PIRT dan Halal produk nata de Avernhoa carambola sebagai prasyarat wajib memasuki pasar modern.
3. UMKM secara bertahap melakukan investasi pada peralatan modern (inkubator) untuk menjamin konsistensi mutu dan meningkatkan skala produksi.
4. Pemda perlu menyelenggarakan program pelatihan yang fokus pada aspek manajemen kualitas, *digital branding*, dan pengemasan bagi UMKM Nata Belimbing, serta memasukkan Nata de Avernhoa carambola ke dalam daftar resmi Oleh-Oleh Unggulan Khas Blitar dan mempromosikannya di sentra-sentra wisata lokal dan *event* regional.

Petani belimbing diharapkan dapat menerapkan praktik penanganan pascapanen yang lebih baik untuk belimbing afkir guna meminimalkan kerusakan sebelum diolah, sehingga menjaga kualitas bahan baku nata tetap optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryco, I. (2022). Pengaruh Umkm Dan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Tuban. *Apresiasi Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(1), 18–26.
- Awalinda, A. (2025). *Strategi diversifikasi produk dalam upaya peningkatan pangsa pasar usaha mikro kecil dan menengah*. (Skripsi). Repository UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Azzahra, A. F., Pratiwi, A. R., & Sulaeman, Y. (2022). Pengaruh suhu fermentasi dan konsentrasi gula terhadap mutu nata de coco. *Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 1(2), 52-60.
- Dewi, P. P., Rosdiana, D., & Pratiwi, D. T. (2021). Pengaruh Konsentrasi Sari Buah Belimbing terhadap Mutu Nata de Starfruit. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 10(1), 1-8.
- Fitriyani, R. (2020). Pengembangan Produk Olahan Pangan Lokal Berbasis Inovasi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Inovasi Pangan Lokal*, 8(2), 75–83.
- Hakim, R., Susanti, F., & Setyawan, B. (2022). Pengaruh Kinerja UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Sukabumi. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan (SEK)*, 1(2), 43-53.
- Harahap, F. S., & Nasution, S. D. F. (2021). Strategi pengembangan UMKM pangan lokal berbasis inovasi produk dan *branding* di Sumatera Utara. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 12(2),

- 115–125.
- Hendayana, R., & Alfons, J. B. (2021). Kebutuhan Teknologi Untuk Umkm Sektor Pertanian Mendukung Ketahanan Pangan. *Prosiding Seminar Nasional: Akselerasi Inovasi Teknologi Pertanian Spesifik Lokasi Mendukung Ketahanan Pangan di Wilayah Kepulauan*, 103-110.
- Herlina, D., & Maulana, R. (2020). Strategi Inovasi Produk Jajanan Pasar Tradisional di Era Modernisasi. *Jurnal Pangan Tradisional*, 6(1), 12–20.
- Irwanti, A. I., Raharjo, S. T., & Ristiyana, R. (2020). UMKM di Industri Makanan dan Kapasitas Inovasinya. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 5(2), 1-12.
- Kurnia, F., Indrawati, I., & Setiawan, I. (2020). Optimasi Proses Pembuatan Nata dari Limbah Cair Tahu dengan Penambahan Sukrosa dan Asam Asetat. *Jurnal Kimia Valensi*, 6(1), 35-42.
- Kusmiadi, A., Fitriana, E., & Adhi, R. (2022). Pemanfaatan Serat Selulosa Nata sebagai Pangan Fungsional. *Jurnal Pangan Fungsional*, 7(1), 10-18.
- Kusuma, M., & Indriyani, D. (2023). Analisis keunggulan biaya sebagai strategi bersaing UMKM produk olahan pangan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 45–56.
- Marzuki, H., Hasanah, F., & Yulianti, D. (2020). Strategi pemasaran *niche market* untuk peningkatan daya saing UMKM di sektor kerajinan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–10.
- Nurwahidah, S., & Sari, D. P. (2021). Peran sertifikasi halal dan PIRT dalam peningkatan kepercayaan konsumen dan kinerja UMKM produk makanan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(3), 250–261.
- Prastiwi, R. T., & Firmansyah, M. A. (2022). Peran pemerintah daerah dalam memfasilitasi adopsi teknologi dan peningkatan kapasitas produksi UMKM. *Jurnal Administrasi Publik dan Bisnis*, 8(1), 30–40.
- Putri, A. K., & Hartono, S. (2023). Manajemen pasokan bahan baku pertanian musiman melalui teknik pengawetan untuk mendukung keberlanjutan industri pangan. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 14(1), 1–12.
- Putri, D. A., Cahyono, E., & Astuti, R. S. (2021). Strategi Pengembangan Komoditas Unggulan Belimbing di Kota Blitar. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1), 20-30.
- Rahayu, W. S., Saputro, B., & Fitriani, D. (2023). Pemanfaatan konten edukasi di media sosial sebagai alat promosi efektif bagi UMKM makanan dan minuman. *Jurnal Pemasaran Digital*, 7(2), 110–120.
- Rasyid, A., & Sari, W. (2020). Diversifikasi produk olahan pertanian sebagai strategi mitigasi risiko fluktuasi pasokan bahan baku. *Jurnal Agroteknologi*, 10(1), 15–25.
- Rukmana, T., & Lestari, P. (2021). Analisis Kandungan Nutrisi dan Potensi Antioksidan Buah Belimbing (Averrhoa carambola). *Jurnal Ilmu Pangan dan Gizi*, 12(2), 110-118.
- Santoso, B., & Wijaya, A. (2021). Efektivitas model kolaborasi antar-UMKM (koperasi) dalam efisiensi biaya pembelian bahan baku. *Jurnal Manajemen Koperasi*, 13(2), 100–110.
- Saputera, I. (2021). *Peran UMKM dalam Penciptaan Lapangan Kerja dan Pengurangan Pengangguran*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan.
- Schleifer, P., & Sun, Y. (2020). *The Role of Small and Medium-Sized Enterprises in Food Systems*. IFPRI Discussion Paper.
- Setiawati, F., Hidayat, R., & Wulandari, S. (2023). Tren Konsumsi Makanan Sehat dan Berbasis Serat Tinggi di Era Modern. *Jurnal Pemasaran Pangan*, 5(1), 40-50.

- Sihombing, R., Hidayat, R., & Siregar, D. (2024). Analisis Perkembangan Umkm Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Sumatera Utara. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(5), 155-165.
- Sitinjak, N., Arifin, Y., & Haryadi, D. (2020). Dampak pelatihan *digital branding* terhadap kemampuan UMKM dalam memperluas pasar dan meningkatkan citra merek. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 50–60.
- Sucipto, D. (2022). Penerapan Analisis SWOT dalam Perumusan Strategi Bisnis UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(1), 50-60.
- Supriadi, T., Lestari, D., & Ningsih, R. (2021). Pentingnya penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP) untuk menjamin kualitas dan konsistensi produk fermentasi pada UMKM. *Jurnal Teknologi Pangan*, 6(1), 80–90.
- Suryani, M., & Handayani, T. (2020). Strategi *branding* produk pangan fungsional: Fokus pada aspek kesehatan dan keunggulan bahan alami. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 15(2), 150–160.
- Tambunan, T. (2023). *Peran UMKM dalam Distribusi Pendapatan dan Pengurangan Kemiskinan*. Jurnal Studi Pembangunan.
- Wardani, M. K., Mulyadi, A., & Nugraha, A. D. (2020). Studi Peran Umkm Dalam Pengolahan Sumber Daya Alam Lokal Untuk Mendukung Ekonomi Pertanian Berkelanjutan. *Jurnal Agribis*, 18(2), 2582-2591.
- Wibawa, B., Handayani, S., & Susanto, R. (2021). Peran UMKM sebagai Stabilisator Perekonomian di Tengah Krisis. *Jurnal Ekonomi Keuangan*, 8(1), 35-45.
- Windusancono, H. (2021). Kontribusi UMKM Pertanian dalam Mendukung Ketahanan Pangan dan Melestarikan Lingkungan. *Jurnal Agribisnis dan Pembangunan Pedesaan*, 12(3), 150-160.
- Yolanda, R. (2024). Peran UMKM dalam Peningkatan PDB dan Penciptaan Lapangan Kerja. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 10(2), 1-10.
- Yusuf Hariyoko. (n.d.). *Pengaruh Umkm Dan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Tuban the Effect of MSMEs And Manpower On Economic Growth*. Apresiasi Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan.