

## STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM ORANG ASLI PAPUA DI KABUPATEN MANOKWARI

*Oktofina Mayor, Albertus Girik Allo, Rumas Alma Yap*

Program Studi Ekonomi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Papua

### Article History:

Received: Juni 12, 2025

Accepted: Juni 30, 2025

\*Corresponding Author

E-mail:

r.yap@unipa.ac.id

### Abstract

*This study aims to analyze the business development strategy of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) managed by Indigenous Papuans in Manokwari Regency. Using qualitative case study approach. Data were collected from 18 MSMEs actors through interviews, observation, and documentation. The SWOT analysis revealed that the main strengths of OAP MSMEs are excellent service, while weaknesses include limited capital and lack of product variety. Opportunities come from government support and favorable trends toward local products, while threats include business competition and market access. An aggressive (S-O) strategy is recommended. The findings are expected to serve as a reference for sustainable MSME empowerment policies.*

**Keywords :** MSMEs, Indigenous Papuans, Analysis SWOT

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis UMKM Orang Asli Papua (OAP) dengan menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus terhadap 18 pelaku UMKM, melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama UMKM OAP adalah pelayanan yang baik, namun terdapat kelemahan seperti keterbatasan modal dan kurangnya variasi produk. Peluang meliputi dukungan pemerintah dan tren positif terhadap produk lokal, sedangkan ancaman berupa persaingan usaha dan akses pasar. Strategi agresif (S-O) direkomendasikan untuk pengembangan UMKM OAP. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai dasar pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan.

**Kata kunci :** UMKM, Orang Asli Papua, analisis SWOT

## PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM sebagai sektor ekonomi kerakyatan telah menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional. Di Provinsi Papua Barat, UMKM menjadi wahana pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas, khususnya dalam mendorong kemandirian ekonomi Orang Asli Papua. Secara historis, ketimpangan ekonomi antara pelaku usaha OAP dan non-OAP terjadi karena minimnya intervensi afirmatif serta belum optimalnya implementasi program pembangunan yang bersifat inklusif dan berbasis potensi lokal. Oleh karena itu, sumber daya lokal, serta peluang ekonomi baru melalui sinergi antara kebijakan pemerintah dan inisiatif komunitas. Strategi pengembangan berbasis SWOT dipandang sebagai alat perencanaan strategis yang mampu menyesuaikan diri dengan dinamika lingkungan bisnis lokal.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi fondasi utama dalam pembangunan ekonomi nasional. Di Papua Barat, khususnya kabupaten Manokwari, UMKM menjadi sarana vital untuk pemberdayaan ekonomi Orang Asli Papua. Namun demikian, realita

menunjukkan bahwa UMKM yang dikelola oleh OAP belum berkembang optimal karena kendala struktural seperti keterbatasan modal, redahnya literasi kewirausahaan, dan dominasi pasar oleh pelaku OAP. Hal ini berdampak pada ketimpangan ekonomi yang dapat memperlebar kesenjangan sosial.

## RUMUSAN MASALAH

Bagaimana strategi pengembangan yang tepat bagi UMKM yang dikelola oleh Orang Asli Papua di Kabupaten Manokwari ?

## KEGUNAAN PENELITIAN

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur strategi bisnis UMKM Orang Asli Papua. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pemerintah daerah, pelaku usaha OAP, dan lembaga pendamping untuk menyusun kebijakan serta program pemberdayaan yang lebih tepat sasaran.

## KAJIAN PUSTAKA

Kajian teoritis mengenai UMKM menempatkan sektor ini sebagai pilar pembangunan ekonomi nasional yang memiliki fleksibilitas tinggi dan daya adaptasi yang kuat dalam menghadapi perubahan pasar. UMKM berperan strategis dalam penciptaan lapangan kerja, distribusi pendapatan, dan pembangunan ekonomi daerah. Dalam konteks lokalitas, UMKM juga menjadi cermin dari nilai budaya dan identitas masyarakat.

Strategi bisnis merupakan kerangka kerja dalam menentukan arah, tujuan, serta kebijakan usaha yang disusun untuk memperoleh keunggulan kompetitif (David, 2011). Strategi yang efektif harus di dasarkan pada kondisi rill yang dihadapi pelaku usaha dan dikembangkan melalui pemetaan situasi bisnis secara menyeluruh. Oleh karena itu, analisis SWOT menjadi salah satu pendekatan yang paling sering digunakan dalam penyusunan strategi karena mencakup seluruh analisis internal dan eksternal secara integratif (Rangkuti, 2013).

SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan alat analisis yang bertujuan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari dalam organisasi serta peluang dan ancaman dari lingkungan luar. Dengan mengetahui keempat aspek ini, pelaku usaha dapat menentukan langkah strategis yang paling sesuai. Penerapan analisis SWOT dalam konteks UMKM telah banyak diteliti dan terbukti memberikan arah dan kebijakan yang berbasis data dan realitas lapangan.

Kajian lain oleh (Kotler dan Keller, 2016) menekankan pentingnya pemahaman pasar lokal dan perilaku konsumen dalam strategi pemasaran, khususnya pada sektor UMKM yang berorientasi pada diferensiasi produk dan pelayanan. Pendekatan ini sangat relevan bagi UMKM OAP yang menjual produk berbasis budaya, di mana pemaknaan sosial dan simbolik menjadi bagian dari nilai jual.

Dengan merujuk pada landasan teori tersebut, penelitian ini mengkombinasikan analisis SWOT untuk menghasilkan strategi pengembangan yang kontekstual dan aplikatif. Kajian pustaka dalam penelitian ini meliputi teori UMKM, strategi pengembangan bisnis, dan analisis SWOT. (David, (2011) mendefinisikan strategi sebagai sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. (Rangkuti, 2013) menyatakan bahwa analisis SWOT efektif untuk memetakan faktor

internal dan eksternal dalam menyusun strategi bisnis. (Tambunan, 2009) menyebut UMKM sebagai penggerak ekonomi rakyat yang perlu didukung secara sistematik.

Kabupaten Manokwari sebagai ibu kota Provinsi Papua Barat memiliki dinamika ekonomi yang berkembang, tetapi masih diwarnai oleh ketimpangan akses, rendahnya produktivitas usaha lokal, serta dominasi pelaku usaha non-OAP. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan yang sesuai dengan karakteristik dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM OAP.

Penelitian ini difokuskan pada identifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha OAP serta merumuskan strategi berbasis analisis SWOT agar UMKM OAP dapat tumbuh bersaing secara berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kassus. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam fenomena sosial dan ekonomi yang dihadapi oleh pelaku UMKM OAP dalam konteks lokal Manokwari. Penelitian dilakukan di Distrik Manokwari Barat dan Manokwari Selatan, Kabupaten Manokwari Provinsi Papua Barat selama bulan April sampai Juni, mulai dari tahap pengumpulan data hingga analisis.

Dengan mempertimbangkan kompleksitas sosial dan budaya, pendekatan kualitatif dinilai paling tepat karena memberikan ruang untuk eksplorasi naratif dan pemaknaan yang kontekstual. Hasil dari analisis ini digunakan untuk menyusun strategi pengembangan berbasis SWOT.

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dengan cara mewawancara informan, yaitu pelaku usaha atau pemilik usaha. Sumber data dalam penelitian ini, data yang dibutuhkan berasal dari data primer yang bersumber dari pelaku UMKM Orang Asli Papua.

Populasi dalam penelitian ini adalah Orang Asli Papua yang memiliki Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah. Sedangkan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik snowball sampling untuk memperoleh pelaku usaha yang aktif dan memiliki pengalaman usahaminimal enam bulan. Hal ini terjadi karena data yang awalnya sedikit dianggap kurang untuk mendapatkan data yang dinginkan, sehingga mesti mengambil data tambahan lain. Peneliti akan memilih UMKM orang asli Papua yang memiliki berbagai jenis usaha, seperti olahan makanan, kerajinan, dan jasa.

Data dikumpulkan dengan cara mewawancara langsung pelaku UMKM OAP dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner).

Dalam penelitian ini, langkah pertama yang dilakukan adalah identifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dikelola oleh Orang Asli Papua (OAP) di Kabupaten Manokwari. Faktor internal yang diidentifikasi mencakup kekuatan seperti pelayanan pelanggan yang baik dan produk berbasis budaya lokal, serta kelemahan seperti keterbatasan modal dan rendahnya literasi keuangan. Selanjutnya, faktor eksternal meliputi peluang dari dukungan pemerintah dan tren positif terhadap produk lokal, serta ancaman dari persaingan yang ketat dan fluktuasi harga. Setelah identifikasi, penilaian bobot dan rating dilakukan dalam Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan External Factor Analysis Summary (EFAS), yang memberikan skor berdasarkan

pentingnya setiap faktor terhadap keberhasilan usaha. Penyusunan Matriks SWOT selanjutnya dilakukan dengan menggabungkan hasil analisis IFAS dan EFAS, yang mengidentifikasi hubungan antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Akhirnya, perumusan strategi menggunakan pendekatan kuadran SWOT menghasilkan beberapa strategi yang dapat diterapkan, seperti strategi agresif yang memanfaatkan kekuatan produk untuk menangkap peluang pasar, serta strategi defensif untuk menghadapi ancaman persaingan. Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM OAP dapat mengembangkan strategi yang komprehensif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dikelola oleh Orang Asli Papua di Kabupaten Manokwari. Pengumpulan data dilakukan terhadap 18 pelaku usaha yang tersebar di dua distrik. Hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM OAP memiliki karakteristik unik yang mencerminkan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya.

### **Lokasi Tempat Usaha Informan**

Persebaran lokasi usaha informan yang diwawancara dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan di beberapa kelurahan dan distrik di Kabupaten Manokwari. Berikut ini adalah tabel lokasi tempat usaha responden.

**Tabel 1 Lokasi Tempat Usaha Informan**

Distrik	Kelurahan	Jumlah
Manokwari Barat	Amban	2
	Padarni	2
	Sanggeng	3
	Wosi	7
	Manokwari Barat	1
Manokwari Selatan	Rendani	3
Total		18

*Sumber : Data Diolah, 2025*

Pengumpulan data yang tersebar di beragam lokasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih lengkap dan representatif mengenai kondisi wilayah di Kabupaten Manokwari. Dengan adanya perbedaan lokasi pengumpulan data, diharapkan hasil yang didapat bisa memenuhi informasi yang akurat.

### **Asal Suku**

Etnis atau suku dari para informan yang terlibat dalam penelitian. Hal ini bertujuan untuk menggambarkan keragaman budaya yang ada dan bagaimana hal tersebut berpengaruh terhadap corak usaha dan produk yang dihasilkan oleh UMKM OAP. Berikut ini adalah tabel asal suku dari informan.

**Tabel 2 Asal Suku**

Asal Suku	Jumlah	Presentase (%)
Arfak	3	16,7
Biak	7	38,9
Wamesa	3	16,7
Mbaham Mata	1	5,6
Mee	2	11,1
Serui	1	5,6
Waropen	1	5,6
Total	18	100

Sumber : Data Diolah, 2025

### Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dari para pelaku UMKM OAP yang menjadi informan. Informasi ini digunakan untuk menganalisis sejauh mana pendidikan berpengaruh terhadap kemampuan manajerial dan pengambilan keputusan dalam usaha yang dijalankan oleh UMKM OAP. Berikut ini adalah tabel tingkat pendidikan informan.

**Tabel 3 Tingkat Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
S1	4	22,2
D III	2	11,1
SLTA	9	16,7
SLTP	3	16,7
Total	18	100

Sumber : Data Diolah, 2025

Latar belakang pendidikan para informan juga menunjukkan variasi yang signifikan. Sebagian besar informan memiliki pendidikan terakhir di tingkat SLTA, diikuti oleh mereka yang berpendidikan S1 dan DIII. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak pelaku UMKM memiliki pengetahuan dasar yang cukup untuk menjalankan usaha mereka, yang dapat berkontribusi pada keberhasilan usaha.

### Jenis Usaha

Ragam usaha yang dijalankan oleh para pelaku UMKM OAP, seperti fashion, jasa, kerajinan tangan, kuliner, dan kosmetik. Keanekaragaman ini mencerminkan potensi sektor-sektor ekonomi lokal yang sedang berkembang di Manokwari. Berikut ini adalah tabel jenis usaha responden.

**Tabel 4**  
**Jenis Usaha**

Jenis Usaha	Jumlah	Presentase (%)
Fashion	3	16,7
Jasa	6	33,3
Kerajinan Tangan	4	22,2
Kuliner	4	22,2
Kosmetik	1	5,6
Total	18	100

Sumber : Data Diolah , 2025

Jenis usaha yang dijalankan oleh informan juga beragam, meliputi sektor fashion, kuliner, kerajinan tangan dan jasa. Beberapa informan nahkan menggabungkan lebih dari satu

jenis usaha, yang menunjukkan fleksibilitas dan adaptasi mereka dalam menghadapi perubahan pasar.

### Lama Usaha

Lama usaha yang telah dijalankan oleh para informan. Informasi ini penting untuk mengetahui tingkat pengalaman pelaku usaha dalam mengelola bisnis mereka serta untuk melihat ketahanan usaha dalam menghadapi dinamika pasar. Berikut inni adalah tabel lama usaha informan.

**Tabel 5 Lama Usaha**

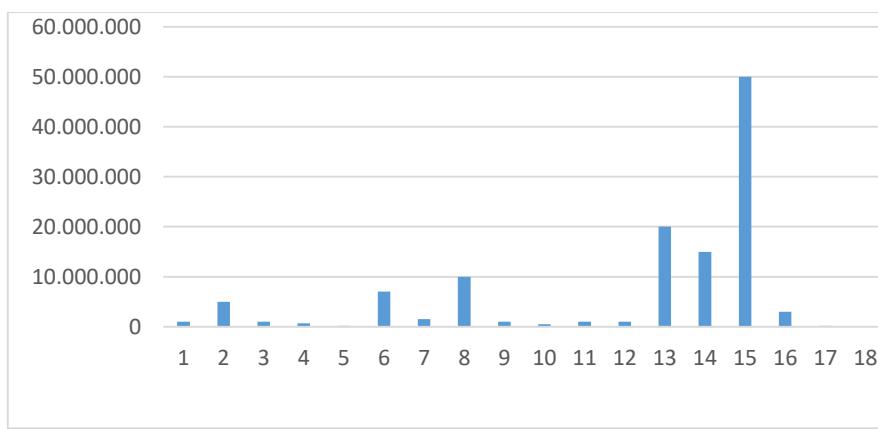
Lama Usaha	Jumlah	Presentase (%)
6 bulan – 9 Tahun	11	61,1
10 – 19 Tahun	4	22,2
20 – 30 Tahun	3	16,7
Total	18	100

*Sumber : Data Diolah, 2025*

Dalam hal pengalaman lama usaha informan bervariasi mulai dari 6 bulan sampai 30 tahun. Rata-rata lama usaha adalah sekitar 8 tahun, yang menunjukkan bahwa banyak informan yang memiliki pengalaman yang cukup dalam menjalankan bisnis mereka. Pengalaman ini dapat menjadi aset penting dalam mengatasi tantangan yang muncul dalam dunia usaha.

### Informasi Keuangan

Informasi keuangan merupakan aspek penting dalam memahami struktur dan kapasitas usaha pelaku UMKM. Salah satu indikator utama adalah modal awal yang digunakan oleh pelaku usaha saat mendirikan usahanya. Diagram berikut menyajikan distribusi modal awal dari 18 informan pelaku UMKM Orang Asli Papua di Kabupaten Manokwari. Dengan menggambarkan kisaran modal yang digunakan, diagram ini memberikan gambaran visual tentang besarnya variasi kapasitas permodalan yang ada di antara para pelaku UMKM. Data ini penting untuk memahami hubungan antara modal awal dengan tingkat keberhasilan atau kelangsungan usaha yang dijalankan. Berikut ini diagram modal awal informan.



*Sumber : Data Diolah, 2025*

**Gambar 1 Diagram Modal Awal**

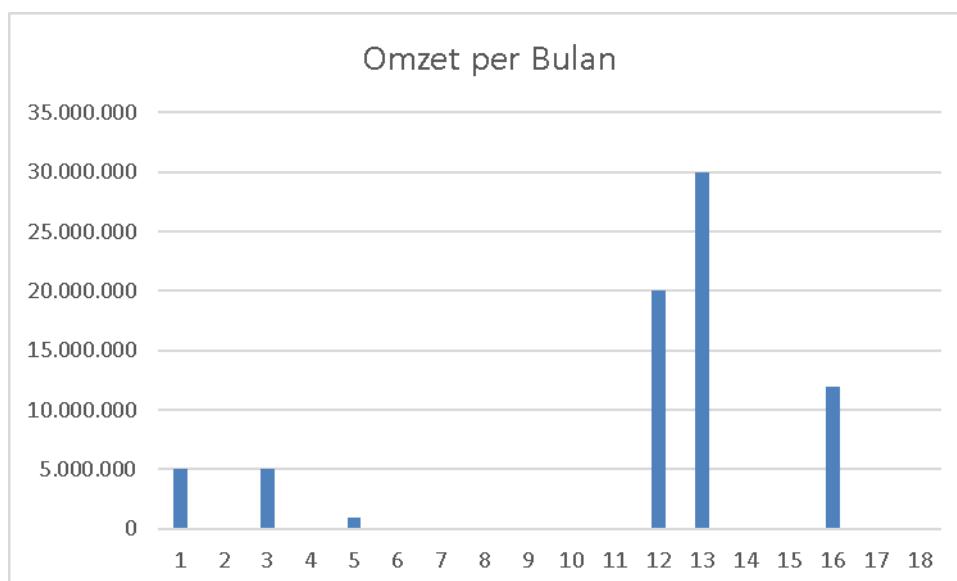
Informasi keuangan para responden menunjukkan keragaman dalam modal awal yang digunakan untuk memulai usaha. Modal awal berkisar antara Rp 0 hingga Rp 50.000.000, dengan mayoritas responden memulai usaha mereka dengan modal di bawah Rp 10.000.000.

Hal ini mencerminkan bahwa banyak pelaku UMKM di daerah ini beroperasi dengan sumber daya yang terbatas.

### **Omzet Perbulan**

Omzet per bulan adalah ukuran kinerja keuangan yang menunjukkan seberapa besar pendapatan kotor yang diperoleh pelaku usaha dalam periode satu bulan. Besarnya omzet mencerminkan sejauh mana usaha tersebut berhasil menarik pelanggan, melakukan penjualan, dan mengelola kegiatan operasional secara efisien.

Diagram berikut menyajikan variasi omzet bulanan yang diperoleh oleh para pelaku UMKM Orang Asli Papua berdasarkan data hasil wawancara dan observasi lapangan. Rentang omzet yang ditampilkan memberikan gambaran tentang tingkat produktivitas usaha serta potensi pertumbuhan ekonomi lokal melalui sektor UMKM. Informasi ini juga berguna dalam merumuskan strategi pemberdayaan yang lebih tepat sasaran, khususnya bagi usaha dengan omzet rendah agar dapat meningkat secara berkelanjutan. Berikut ini diagram omzet perbulan informan.



Sumber : Data Diolah, 2025

**Gambar 2. Diagram Omzet Perbulan**

Keuntungan per bulan bervariasi secara signifikan, dengan beberapa informan melaporkan keuntungan hingga Rp 40.000.000, sementara yang lain mendapatkan antara Rp 500.000 hingga Rp 1.000.000. Variasi ini menunjukkan adanya perbedaan dalam skala usaha dan daya saing di pasar, di mana beberapa usaha lebih berhasil dalam menarik pelanggan dan menghasilkan pendapatan. Informan yang memiliki modal lebih besar cenderung menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi, mengindikasikan bahwa modal awal yang cukup dapat berkontribusi pada pertumbuhan usaha. Sebaliknya, informan dengan modal terbatas sering kali mengalami kesulitan dalam mencapai keuntungan yang signifikan.

### **Aset Usaha**

Jenis dan nilai aset usaha berdasarkan kategori UMKM (mikro, kecil, menengah) sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2008. Tujuannya adalah untuk mengukur kapasitas aset yang

dimiliki oleh masing-masing pelaku usaha sebagai indikator skala usaha dan potensi pertumbuhannya. Berikut ini adalah tabel jenis usaha informan.

**Tabel 6 Aset Usaha**

Kualifikasi Usaha	Jenis Aset	Nilai Aset (Rp)
Usaha Mikro	Mesin Jahit	4.000.000
	Perlengkapan	4.550.000
	Tempat Usaha	2.000.000
	Etalase	3.000.000
	Printer	2.500.000
Usaha Kecil	Kendaraan Roda Dua	23.000.000
	Handphone Bisnis	20.000.000
	Tempat Usaha	10.000.000
	Peralatan	7.000.000
Usaha Menengah	Alat Elektronik (Mesin)	660.000.000
	Tempat Usaha	25.000.000
	Kendaraan Roda Dua	24.000.000

*Sumber : Data Diolah, 2025*

Tabel di atas menunjukkan pengelompokan aset usaha berdasarkan kualifikasi yang ditetapkan dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro mencakup aset dengan nilai total di bawah Rp 50.000.000, yang terdiri dari mesin jahit, perlengkapan, tempat usaha, etalase, dan printer. Aset ini menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro beroperasi dengan modal yang terbatas, namun tetap memiliki potensi untuk berkembang.

Usaha Kecil memiliki aset yang bernilai antara Rp 50.000.000 hingga Rp 500.000.000. Dalam kategori ini, terdapat kendaraan roda dua, handphone bisnis, dan peralatan, yang menunjukkan investasi yang lebih besar dibandingkan usaha mikro. Pengelolaan yang baik dapat mendorong pertumbuhan usaha kecil ini.

Usaha Menengah mencakup aset dengan nilai di atas Rp 500.000.000, seperti alat elektronik dan tempat usaha yang bernilai tinggi. Ini menunjukkan bahwa usaha menengah memiliki kapasitas yang lebih besar untuk beroperasi dan bersaing di pasar yang lebih luas.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) terhadap UMKM yang dikelola oleh Orang Asli Papua (OAP) di Kabupaten Manokwari. Analisis ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja serta perkembangan usaha pelaku UMKM OAP. Melalui pendekatan ini, dapat dirumuskan strategi yang tepat dalam mengembangkan potensi serta mengatasi hambatan yang ada. Hasil pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap 18 informan pelaku usaha OAP menunjukkan berbagai karakteristik yang khas, baik dari aspek manajerial, operasional, maupun sosial budaya. Setiap faktor SWOT diidentifikasi dan dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan dukungan data kuantitatif melalui skoring bobot dan rating pada Matriks IFAS dan EFAS.

Pembahasan ini disusun berdasarkan empat komponen utama analisis SWOT, yaitu: kekuatan (*strengths*) sebagai modal internal yang dapat dimaksimalkan, kelemahan

(*weaknesses*) yang perlu diminimalkan, peluang (*opportunities*) sebagai kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman (*threats*) yang harus diantisipasi. Masing-masing aspek didukung oleh data hasil penelitian yang diolah dan diinterpretasikan secara sistematis. Dengan memahami faktor-faktor ini secara mendalam, diharapkan strategi pengembangan UMKM Orang Asli Papua dapat dirumuskan secara tepat sasaran dan berkelanjutan, baik dalam konteks peningkatan daya saing, penguatan ekonomi lokal, maupun pelestarian nilai-nilai budaya dalam kegiatan usaha masyarakat adat.

### Analisis *IFAS* dan *EFAS*

Tabel di bawah ini merupakan hasil dari pengolahan faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang memengaruhi keberhasilan UMKM Orang Asli Papua. Bobot, rating, dan skor digunakan untuk menentukan prioritas strategi berdasarkan kekuatan yang harus dimanfaatkan dan kelemahan yang perlu diperbaiki. Dan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal seperti peluang dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM. Penilaian ini penting untuk merancang strategi yang mampu menangkap peluang pasar sambil mengatasi berbagai tantangan dari lingkungan luar. Berikut ini tabel matriks *IFAS* dan matriks *EFAS*.

**Tabel 7 Matriks *IFAS* dan *EFAS***

<b>Faktor</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>IFAS</b>			
Kekuatan (S)	0.50	4.0	2.28
Kelemahan (W)	0.50	3.0	1.61
Total	1.00	-	3.88
<b>EFAS</b>			
Peluang (O)	0.60	3.5	1.79
Ancaman (T)	0.40	3.0	1.63
Total	1.00	-	3.42

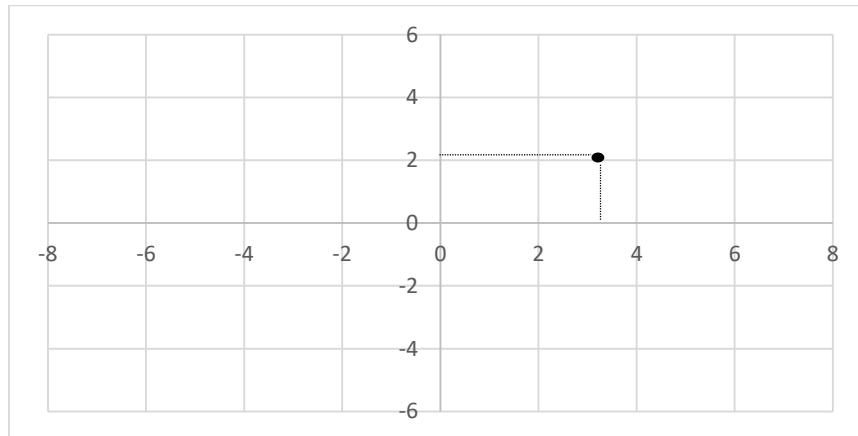
Sumber : Data Diolah, 2025

Matriks *IFAS* digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal yang mempengaruhi keberhasilan UMKM Orang Asli Papua di Kabupaten Manokwari. Faktor-faktor internal ini terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Berdasarkan hasil penelitian, kekuatan utama pelaku UMKM mencakup motivasi berbisnis yang tinggi hanya bagi beberapa pelaku UMKM OAP, kualitas pelayanan yang baik, serta pengelolaan bisnis secara mandiri. Masing-masing indikator dinilai berdasarkan bobot kepentingannya terhadap keberhasilan usaha, kemudian diberikan rating sesuai penilaian responden. Skor akhir dihitung dari hasil perkalian bobot dan rating. Total skor kekuatan (S) mencapai 2,28, menunjukkan bahwa faktor internal memberikan kontribusi positif terhadap daya saing UMKM. Di sisi lain, kelemahan yang dihadapi pelaku UMKM mencakup keterbatasan modal, tidak adanya sistem pembukuan yang baik, kebiasaan penggunaan produk secara gratis, serta kurangnya variasi produk. Meskipun kelemahan ini cukup signifikan, skor total kelemahan (W) hanya mencapai 1,61, yang berarti bahwa kekuatan UMKM masih lebih dominan dibanding kelemahannya.

Matriks *EFAS* menganalisis faktor-faktor eksternal yang terdiri dari peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh UMKM Orang Asli Papua. Faktor peluang yang paling menonjol adalah lokasi usaha yang strategis, dukungan dari pihak lain (baik pemerintah maupun mitra bisnis), serta hubungan kerja sama dengan pihak eksternal.

Hasil penilaian menunjukkan bahwa pelaku UMKM menyadari dan memanfaatkan peluang-peluang ini secara optimal. Skor total peluang (O) mencapai 1,79, mencerminkan prospek pertumbuhan usaha yang menjanjikan apabila peluang ini dioptimalkan. Sementara itu, faktor ancaman seperti banyaknya kompetitor sejenis, harga produk yang fluktuatif, buruknya aksesibilitas, dan kebiasaan meminjam uang dari pihak lain menjadi hambatan eksternal yang cukup serius. Skor total ancaman (T) mencapai 1,63, yang menunjukkan bahwa meskipun terdapat tantangan dari lingkungan eksternal, pengaruhnya masih berada dalam batas yang dapat dikendalikan. Berdasarkan selisih diatas, maka titik koordinat UMKM Orang Asli Papua dapat dilihat di gambar berikut.

**Diagram SWOT UMKM OAP**



Sumber : Data Diolah, 2025

Analisis terhadap faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman), hasil skor total dari Matriks IFAS menunjukkan nilai sebesar 3,88, dan hasil skor dari Matriks EFAS mencapai 3,42. Skor IFAS yang lebih tinggi dari EFAS ini menandakan bahwa faktor internal UMKM Orang Asli Papua memberikan kontribusi yang kuat dalam mendukung usaha, meskipun lingkungan eksternal juga memberikan peluang dan ancaman yang cukup signifikan. Untuk menentukan posisi strategi UMKM dalam diagram SWOT, digunakan pendekatan kuadran SWOT berdasarkan kombinasi skor total tersebut. Jika ditinjau dari skor total kekuatan (S) yaitu 2,28 dan kelemahan (W) 1,61, maka sisi internal UMKM lebih didominasi oleh kekuatan. Sementara itu, skor total peluang (O) 1,79 lebih tinggi dibandingkan dengan skor ancaman (T) 1,63, yang berarti faktor eksternal juga memberikan lebih banyak peluang dibandingkan tekanan ancaman.

Dengan kondisi tersebut, UMKM Orang Asli Papua di Kabupaten Manokwari berada dalam kuadran I (Strategi SO – Strengths-Opportunities). Posisi ini mencerminkan bahwa UMKM memiliki kekuatan internal yang tinggi dan peluang eksternal yang besar, sehingga strategi yang paling tepat adalah memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang. Contoh strategi yang dapat diterapkan dalam kuadran ini antara lain adalah memanfaatkan motivasi dan kualitas pelayanan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mengembangkan produk berbasis budaya lokal sebagai ciri khas, serta memperluas jaringan pemasaran dengan dukungan pemerintah dan mitra usaha. Penempatan dalam kuadran I juga menandakan bahwa UMKM OAP berada dalam posisi agresif atau grow and build, di mana pengembangan usaha perlu difokuskan pada perluasan kapasitas, peningkatan kualitas produk dan layanan, serta penangkapan peluang pasar. Dengan strategi yang tepat dan berbasis pada kekuatan yang

dimiliki, UMKM Orang Asli Papua berpotensi untuk tumbuh lebih pesat dan berkontribusi besar terhadap ekonomi lokal di Kabupaten Manokwari. Berikut ini tabel strategi agresif (strategi S-O) UMKM orang asli Papua.

**Tabel 8 Strategi Agresif (S-O) UMKM OAP**

Faktor Kekuatan (S)	Faktor Peluang (O)	Strategi SO (Agresif)
Motivasi berbisnis yang tinggi	Letak usaha yang strategis	Memanfaatkan semangat usaha tinggi untuk memperluas pasar di lokasi strategis melalui promosi aktif.
Kualitas pelayanan yang baik	Dukung dari pemerintah	Mengoptimalkan pelayanan prima agar dapat dipercaya sebagai penerima program pembinaan atau bantuan pemerintah.
Usaha dikelola secara mandiri	Hubungan dengan mitra eksternal	Membangun jejaring kerja sama dengan pelaku usaha lain menggunakan fleksibilitas manajemen mandiri.
Produk berbasis budaya lokal	Tren produk etnik dan lokal meningkat	Mengembangkan produk khas Papua menjadi produk unggulan yang disesuaikan dengan selera pasar nasional dan wisata.

*Sumber : Data Diolah, 2025*

Berdasarkan hasil analisis SWOT, UMKM Orang Asli Papua berada pada kuadran I strategi SWOT, yaitu strategi SO (Strengths-Opportunities). Ini menandakan bahwa pelaku usaha memiliki kekuatan internal yang dominan serta berada dalam situasi eksternal yang penuh peluang. Maka dari itu, strategi yang dianjurkan adalah strategi agresif, yaitu dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang eksternal yang tersedia. Salah satu kekuatan utama UMKM OAP adalah tingginya motivasi berbisnis bagi beberapa informan, yang jika dikombinasikan dengan letak usaha yang strategis, dapat digunakan untuk memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Strategi yang dapat dijalankan antara lain adalah promosi langsung di titik strategis, keikutsertaan dalam bazar lokal, serta pemanfaatan media sosial untuk menjangkau konsumen lebih luas.

Kemudian, kualitas pelayanan yang baik dapat dimaksimalkan untuk menjalin kemitraan dengan pihak pemerintah dan lembaga pendukung. Hal ini penting karena pelayanan yang profesional akan meningkatkan kepercayaan pemerintah dalam menyalurkan bantuan dan pelatihan. Strategi lainnya adalah mendorong kemitraan antar pelaku usaha, memanfaatkan keunggulan pengelolaan mandiri agar lebih fleksibel dalam menjalin kerja sama dan mengambil keputusan cepat. Terakhir, keunikan produk UMKM OAP yang berbasis budaya lokal Papua menjadi kekuatan utama yang dapat digarap untuk menangkap peluang meningkatnya minat terhadap produk-produk lokal dan etnik. Strateginya adalah dengan melakukan kurasi dan pengemasan produk secara menarik, menciptakan nilai tambah, serta mengakses pasar wisatawan dan toko oleh-oleh yang menghargai keunikan budaya.

### **Analisis SWOT**

Analisis ini mencakup empat elemen utama, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang diidentifikasi berdasarkan data lapangan dan hasil olahan skor pada Matriks *IFAS* dan *EFAS*. Tujuan dari analisis ini adalah untuk merumuskan strategi yang relevan dan berbasis data dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan usaha para pelaku

UMKM OAP. Dengan memahami interaksi antara faktor internal dan eksternal tersebut, diharapkan strategi yang dihasilkan dapat lebih terarah, efektif.

### **Kekuatan (Strengths)**

UMKM Orang Asli Papua menunjukkan sejumlah kekuatan internal yang menjadi pondasi penting dalam pengembangan usaha. Berdasarkan hasil analisis IFAS, skor total dari aspek motivasi mencapai **0,64**, dengan rerata rating di atas 4,0 dari total bobot 0,16. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat bersemangat dalam mengembangkan usahanya meskipun dengan keterbatasan modal dan akses. Semangat tersebut tercermin dari keinginan mereka untuk mandiri secara ekonomi dan memberi kontribusi terhadap keluarga. Kekuatan lain yang menonjol adalah **kualitas pelayanan usaha yang baik**. Data menunjukkan bahwa 75% responden menilai kualitas pelayanan yang mereka berikan berada pada kategori baik hingga sangat baik. Dari aspek ini, skor total mencapai 0,77 dengan bobot tinggi pada indikator pelayanan pelanggan. Keunggulan pelayanan yang diberikan berperan dalam menjaga loyalitas pelanggan, terutama pada sektor jasa dan kuliner yang sangat mengandalkan hubungan interpersonal. Pelayanan yang ramah dan berbasis nilai-nilai budaya lokal menjadi ciri khas UMKM OAP yang membedakannya dari pesaing.

Selain itu, **pengelolaan usaha secara mandiri** menjadi kekuatan yang mencerminkan kemandirian dan kontrol penuh terhadap keputusan bisnis. Berdasarkan skor IFAS, indikator “dikelola sendiri” memiliki skor total **0,87**, salah satu yang tertinggi di antara semua variabel kekuatan. Artinya, pelaku UMKM memiliki kontrol penuh dalam menentukan arah usaha dan mengambil keputusan cepat saat menghadapi tantangan. Ini menjadi kekuatan adaptif yang penting, terutama di lingkungan yang dinamis seperti Papua.

Letak usaha yang strategis juga menjadi faktor kekuatan. Sebanyak 81% responden menyatakan bahwa lokasi usaha mereka berada di titik yang mendukung aktivitas ekonomi, seperti di pinggir jalan utama atau dekat pusat keramaian. Lokasi strategis memberikan akses lebih mudah terhadap konsumen dan peluang kolaborasi dengan mitra usaha. Kombinasi dari faktor motivasi, pelayanan, dan lokasi yang strategis menjadikan UMKM Orang Asli Papua memiliki keunggulan yang layak untuk terus dikembangkan secara berkelanjutan.

### **Kelemahan (Weaknesses)**

Kelemahan internal yang masih membatasi kapasitas UMKM OAP dalam bertumbuh. Salah satu kelemahan paling signifikan adalah tidak adanya sistem pembukuan keuangan yang memadai. Dari hasil analisis, skor pembukuan hanya mencapai 0,43, terendah di antara semua indikator internal. Sebanyak 46% responden mengaku tidak memiliki pencatatan transaksi keuangan, yang berdampak langsung pada kemampuan mereka dalam mengukur keuntungan, mengelola modal, dan mengakses pembiayaan formal dari lembaga keuangan.

Kelemahan berikutnya adalah modal usaha yang terbatas. Modal awal mayoritas pelaku UMKM berada di bawah Rp 10 juta, yang membuat mereka kesulitan untuk membeli alat produksi yang lebih baik, memperluas usaha, atau menambah stok. Skor modal pada IFAS mencapai 0,33, dan umumnya diperoleh dari tabungan pribadi atau pinjaman keluarga. Terbatasnya modal juga membatasi kemampuan untuk memanfaatkan peluang pasar secara maksimal, karena pelaku usaha tidak memiliki dana cadangan untuk investasi tambahan atau menghadapi kondisi pasar yang fluktuatif.

Masalah ketergantungan pada pemberian produk secara gratis juga teridentifikasi sebagai kelemahan. Sekitar 30% responden mengaku seringkali memberikan produknya tanpa dibayar penuh, baik karena tekanan dari relasi sosial maupun untuk mempertahankan pelanggan. Hal ini menurunkan tingkat pendapatan dan menimbulkan beban finansial jangka panjang. Skor aspek ini sebesar 0,28, menandakan bahwa budaya sosial yang kuat juga bisa berdampak negatif jika tidak diimbangi dengan edukasi kewirausahaan.

Kelemahan lainnya adalah kurangnya variasi produk. Dalam data IFAS, produk tidak variatif memperoleh skor 0,57, mencerminkan kurangnya inovasi atau diferensiasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Ini membuat daya saing produk di pasar menjadi rendah, terutama jika dibandingkan dengan produk dari pelaku UMKM non-OAP yang lebih inovatif dan adaptif terhadap tren pasar. Rendahnya inovasi ini juga berkaitan erat dengan minimnya akses pelatihan dan teknologi yang relevan.

### **Peluang ( *Opportunities* )**

UMKM Orang Asli Papua memiliki peluang eksternal yang cukup besar untuk dikembangkan. Salah satu peluang utama yang diidentifikasi adalah **letak usaha yang strategis**. Berdasarkan data EFAS, indikator ini mendapat skor tertinggi di antara seluruh peluang, yakni **0,83** dari total skor peluang sebesar **1,79**. Lokasi usaha yang dekat dengan jalan utama, pusat kota, dan kawasan wisata memberikan akses langsung ke konsumen lokal maupun luar daerah, serta meningkatkan potensi penjualan harian.

**Dukungan dari pemerintah dan pihak eksternal** juga menjadi peluang besar. Sekitar 82% responden menyatakan bahwa mereka sangat berharap pada program bantuan seperti pelatihan, permodalan, dan bantuan peralatan dari Dinas Koperasi dan UMKM. Skor untuk aspek ini dalam EFAS mencapai **0,62**, menunjukkan bahwa peluang kerja sama dengan pemerintah dan NGO bisa menjadi pengungkit utama dalam mengembangkan kapasitas usaha OAP. Namun, dukungan ini harus tepat sasaran dan diikuti dengan pendampingan.

Peluang lainnya datang dari **hubungan dengan pihak luar**, baik dalam bentuk kolaborasi bisnis maupun jaringan distribusi. Skor untuk indikator ini sebesar **0,34**, menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha telah menjalin koneksi awal namun masih memerlukan perluasan dan penguatan jaringan. Pelaku UMKM bisa bekerja sama dengan toko oleh-oleh, marketplace digital, maupun mitra koperasi agar produknya memiliki akses ke pasar yang lebih luas.

Tren meningkatnya minat pasar terhadap produk lokal dan etnik juga merupakan peluang yang sangat relevan. Produk-produk UMKM OAP yang berbasis budaya, seperti kerajinan tangan dan makanan khas, memiliki daya tarik tinggi di pasar wisata dan etnik. Jika pelaku UMKM mampu mengemas produk dengan lebih menarik dan memperbaiki kualitas, maka produk mereka bisa menjangkau pasar nasional bahkan internasional.

### **Ancaman ( *Threats* )**

Ancaman eksternal yang dihadapi oleh UMKM Orang Asli Papua cukup kompleks dan memerlukan perhatian serius. Salah satu ancaman utama adalah **banyaknya kompetitor dari luar komunitas OAP**, yang umumnya memiliki modal lebih besar, akses teknologi yang lebih baik, dan pengalaman bisnis yang lebih matang. Dalam EFAS, aspek ini mendapatkan skor **0,38**, menunjukkan bahwa meskipun bukan dominan, keberadaannya dirasakan sebagai tekanan oleh pelaku usaha lokal.

Ancaman berikutnya adalah **harga bahan baku dan produk yang fluktuatif**, dengan skor total **0,36**. Ketidakstabilan harga menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam menentukan harga jual, menjaga margin keuntungan, dan menyusun rencana keuangan. Masalah ini menjadi lebih sulit diatasi karena sebagian besar pelaku usaha belum memiliki sistem pencatatan yang memadai atau strategi pengadaan bahan baku yang efisien. Terakhir, **kebiasaan meminjam uang tanpa perencanaan matang** menjadi ancaman yang bersifat internal-eksternal. Banyak pelaku usaha yang terjerat utang karena tidak memiliki pencatatan yang baik dan perhitungan bisnis yang rasional. Skor pada aspek ini mencapai **0,60**, cukup tinggi dibandingkan ancaman lainnya. Ketergantungan terhadap pinjaman, terutama dari pihak informal, dapat memperburuk kondisi keuangan usaha dan menyebabkan pelaku usaha gagal berkembang.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) UMKM Orang Asli Papua (OAP) di Kabupaten Manokwari.

1. Kekuatan (*strengths*), UMKM OAP memiliki semangat kemandirian bagi beberapa informan, pelayanan yang ramah, pengelolaan usaha yang mandiri, serta lokasi usaha yang strategis.
2. Kelemahan (*weaknesses*), tantangan utama meliputi tidak adanya pencatatan keuangan, keterbatasan modal, kebiasaan memberi produk gratis, dan kurangnya inovasi produk.
3. Ancaman (*threats*), mereka menghadapi persaingan dari pelaku non-OAP, fluktuasi harga bahan baku, infrastruktur yang terbatas, serta risiko utang karena pinjaman tanpa perencanaan dari kerabat.
4. Peluang (*opportunities*), lokasi usaha yang strategis, dukungan pemerintah, dan meningkatnya minat terhadap produk lokal berbasis budaya memberi peluang besar bagi pengembangan usaha.

Hasil analisis menunjukkan UMKM OAP berada di kuadran I SWOT (strategi SO), artinya mereka memiliki kekuatan dan peluang besar. Strategi agresif direkomendasikan untuk mendukung pertumbuhan dan kemandirian ekonomi lokal.

## SARAN

1. Pemerintah daerah diharapkan memperluas dan meningkatkan efektivitas program pelatihan kewirausahaan dan literasi keuangan yang disesuaikan dengan konteks lokal OAP.
2. Dibutuhkan skema insentif khusus dan akses permodalan yang lebih inklusif bagi pelaku UMKM OAP melalui kerja sama dengan lembaga keuangan mikro.
3. Institusi pendidikan tinggi dapat dilibatkan secara aktif dalam program pendampingan dan inkubasi bisnis berbasis budaya.
4. Pengembangan jaringan distribusi dan promosi digital perlu menjadi fokus utama agar produk UMKM OAP dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik lokal, regional maupun nasional.

**Daftar Pustaka**

- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (13th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tambunan, T. (2009). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.