



Analisis Swot Untuk Merumuskan Strategi Bisnis Pada Kedai Mak Bolang

Ilham Aldiyanto

Politeknik Negeri Malang

Mohammad Maskan

Politeknik Negeri Malang

Alamat: Jl. Soekarno Hatta No.9, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang

Korespondensi penulis: aldiyanto488@gmail.com

Abstract. *This study aims to identify the internal and external factors influencing Kedai Mak Bolang and to formulate business development strategies using SWOT analysis. A qualitative approach was employed, with data collected through observation, interviews, and documentation. The analysis revealed 6 strengths, 5 weaknesses, 4 opportunities, and 5 threats. The IFE matrix score was 0.23 and the EFE matrix score was 1.09, placing the business in quadrant I of the SWOT diagram, indicating a strong position with significant strengths and opportunities. The recommended strategy is the SO strategy, focusing on product enhancement and market opportunity utilization. It is suggested that Kedai Mak Bolang optimize its internal strengths and enhance its marketing efforts through social media.*

Keywords: *Business Development; Culinary; SWOT Analysis*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi Kedai Mak Bolang serta merumuskan strategi pengembangan bisnis menggunakan analisis SWOT. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan terdapat 6 kekuatan, 5 kelemahan, 4 peluang, dan 5 ancaman. Nilai matriks IFE sebesar 0,23 dan EFE sebesar 1,09, menempatkan bisnis pada kuadran I SWOT, yang mencerminkan posisi dengan kekuatan dan peluang besar. Strategi yang direkomendasikan adalah strategi SO, dengan fokus pada peningkatan produk dan pemanfaatan peluang pasar. Disarankan agar Kedai Mak Bolang mengoptimalkan kekuatan internal dan meningkatkan pemasaran melalui media sosial.

Kata kunci: Analisis SWOT; Kuliner; Pengembangan Bisnis.

LATAR BELAKANG

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan budaya, termasuk dalam bidang kuliner tradisional. Dari Sabang hingga Merauke, setiap daerah memiliki makanan khas yang mencerminkan identitas lokal masyarakatnya. Namun, di tengah arus globalisasi dan modernisasi, keberadaan makanan tradisional mulai terpinggirkan. Gaya hidup praktis dan cepat yang ditawarkan oleh makanan modern lambat laun memengaruhi preferensi konsumsi generasi muda. Meski demikian, makanan tradisional tetap memiliki tempat di hati sebagian besar masyarakat Indonesia. Berdasarkan survei GodStats tahun 2022, sekitar 71,4% responden menyatakan bahwa mereka lebih menyukai makanan tradisional dibandingkan makanan modern. Temuan ini mengindikasikan adanya peluang

besar untuk mengembangkan bisnis kuliner tradisional yang tidak hanya bernilai ekonomi tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya.

Kota Malang sebagai salah satu kota pendidikan dan pariwisata turut mengalami perkembangan pesat di sektor ekonomi kreatif, termasuk di bidang kuliner. Tingkat pertumbuhan ekonomi daerah sebesar 6,32% pada tahun 2022 menunjukkan iklim usaha yang kondusif namun kompetitif. Para pelaku UMKM dituntut untuk mampu bertahan dan beradaptasi dengan persaingan yang semakin ketat, termasuk dalam hal strategi bisnis yang dijalankan. Salah satu pendekatan yang efektif dalam merumuskan strategi bisnis adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Metode ini telah terbukti dapat membantu pelaku usaha dalam memahami posisi bisnis mereka serta merancang langkah-langkah strategis untuk pertumbuhan jangka panjang.

Kedai Mak Bolang merupakan salah satu UMKM di Kota Malang yang bergerak di bidang kuliner tradisional. Usaha ini telah beroperasi sejak 2012 dan fokus pada penjualan jajanan pasar sejak 2019. Meskipun sempat mendapatkan respon positif dari masyarakat, kedai ini mulai mengalami penurunan pelanggan akibat munculnya pesaing dengan konsep bisnis yang lebih modern, seperti Toko Mbak Yun. Hal ini menunjukkan bahwa Kedai Mak Bolang perlu melakukan evaluasi strategi bisnis agar tetap relevan dan kompetitif.

Hal tersebut menunjukkan belum adanya formulasi strategi berbasis analisis SWOT yang diterapkan secara komprehensif oleh Kedai Mak Bolang. Penelitian ini dilakukan karena masih sedikit penelitian yang menyoroti peran analisis SWOT dalam pengembangan UMKM kuliner tradisional di era modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja Kedai Mak Bolang serta merumuskan strategi pengembangan bisnis berbasis analisis SWOT secara efektif dan aplikatif.

KAJIAN TEORITIS

Strategi Bisnis Menurut Pearce dan Robinson

Strategi memegang peran sentral dalam mengelola bisnis untuk meraih tujuan jangka panjangnya. Pearce dan Robinson (2013:29) menyatakan bahwa “Strategi adalah rencana besar yang memiliki orientasi jangka Panjang untuk mengkomunikasikan kepada lingkungan kompetitif untuk mencapai tujuan bisnis”.

SWOT Menurut Sulasih dan Novandari

Perancangan strategi yang ada merupakan hasil dari evaluasi yang ada untuk bersaing di pasar yang ada saat ini dengan menganalisis faktor-faktor yang melibatkan internal dan eksternal. Hal ini yang lebih dikenal dengan analisis SWOT yang digunakan untuk menganalisis situasi untuk mengetahui kondisi dari suatu organisasi. Sulasih dan Novandari (2022: 78) menjelaskan bahwa “Analisis SWOT adalah alat analisis yang dapat digunakan untuk mengembangkan dan memperluas strategi yang diambil berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal terhadap peluang dan ancaman”.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang kami lakukan merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang meliputi observasi dan wawancara, yang kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, Herdiansyah (2010) dalam Murdiyanto (2020:32) menyatakan bahwa “Teknik studi kasus dalam studi deskriptif kualitatif adalah suatu model yang menekankan pada eksplorasi suatu kasus yang terbatas pada suatu kasus atau beberapa kasus dalam suatu bagian, yang dikarakteristikan melalui penggalan informasi secara mendalam yang berkaitan dengan berbagai sumber data”.

Setelah itu, data-data yang telah dikumpulkan kemudian di analisis menggunakan Analisis SWOT untuk mengidentifikasi posisi Kedai Mak Bolang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari wawancara berikut adalah hasil yang sudah dikelompokkan dalam bentuk tabel swot untuk mempermudah dan dilakukan analisis strategi yang sesuai dengan kedai mak bolang.

Analisis SWOT

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>	<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
1. Pelayanan yang ramah memberikan kesan positif, dan responsif dalam menerima umpan balik dari pelanggan. 2. Fasilitas produksi cukup memadai untuk operasional sehingga efisien. 3. Kualitas produk yang terjaga dari bahan baku, proses produksi hingga sampai pada konsumen. 4. Fokus pada jajanan tradisional berbahan dasar ketan menjadi keunggulan yang outentik menjadi pembeda dari jajanan lain. 5. Kerjasama yang baik dengan supplier dan reseller	1. Keterbatasan fasilitas penyimpanan produk yang sudah jadi. 2. Tidak adanya SOP untuk mengatur ketersediaan bahan baku bagi karyawan sehingga sering terjadi kelalaian dalam pemesanan. 3. Kekurangan staf untuk setiap proses produksi, terjadi saat volume pesanan meningkat. 4. Strategi pemasaran yang belum ada. 5. Manajemen stok belum optimal karena tidak adanya SOP sehingga terjadi ketidak seimbangan barang masuk dan keluar.	1. Bermitra dengan beberapa vendor bahan baku untuk efisiensi operasional 2. Ekspansi produk untuk membuat inovasi tren jajanan tradisional yang lebih modern untuk konsumen. 3. Potensi untuk memperluas pasar melalui media online. 4. Konsumen merasa puas serta menjadikan jajanan tradisional sebagai preferensi mereka. 5. Unggul dengan cita rasa yang khas.	1. Persaingan dengan rumah produksi kekinian dengan strategi yang lebih baik. 2. Kompetitor yang menawarkan harga yang lebih rendah. 3. Kekurangan dan kenaikan harga bahan baku yang selalu berubah-ubah mempengaruhi biaya produksi. 4. Perubahan selera dan preferensi pelanggan yang berubah-ubah, karena tidak adanya data preferensi pelanggan. 5. Produk baru dari kompetitor yang dapat menarik perhatian pelanggan karena memiliki inovasi yang lebih baik.

untuk memastikan ketersediaan produk dan distribusi produk lebih luas.			
------------------------------------------------------------------------	--	--	--

Matriks SWOT

Strategi SO	Strategi WO	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dengan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui program loyalitas dan interaksi aktif pada saat melayani pelanggan dan media sosial.</p> <p>2. Meningkatkan keterampilan memasak dan mengoptimalkan fasilitas dengan penambahan alat bantu untuk memenuhi permintaan secara menyeluruh.</p> <p>3. Terus meningkatkan kualitas produk dan berinovasi dengan sentuhan moderen agar menarik pelanggan lebih luas.</p> <p>4. Memanfaatkan platfor online seperti media sosial sebagai pemasaran untuk menjangkau pelanggan dan meningkatkan penjualan serta persaingan bisnis.</p>	<p>1. Optimasi Manajemen Bahan Baku dengan mengimplementasikan sistem pencatatan dan SOP yang lebih terstruktur untuk memastikan ketersediaan bahan baku secara konsisten.</p> <p>2. Mengatasi Kekurangan Staf dengan Otomasi dengan menggunakan alat produksi yang lebih efisien serta distribusi tugas yang lebih baik untuk mengatasi keterbatasan tenaga kerja.</p> <p>3. Mengembangkan Strategi Pemasaran dengan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memanfaatkan media sosial dan paket promosi yang dipublikasi pada media sosial.</p>	<p>1. Meningkatkan Citra Merek dengan memperkuat identitas dan daya tarik produk dengan kemasan yang lebih menarik serta promosi berbasis nilai unik jajanan tradisional.</p> <p>2. Efisiensi Biaya Produksi dengan mengontrol pengeluaran dengan bernegosiasi harga bahan baku dan menerapkan strategi pembelian dalam jumlah besar.</p> <p>3. Menjaga Hubungan dengan Pelanggan menggunakan data pelanggan yang dikumpulkan melalui survei untuk memahami preferensi mereka dan memberikan pengalaman yang lebih personal agar tetap setia pada produk.</p> <p>4. Memantau strategi dan menganalisis data</p>	<p>1. Menata Ulang Manajemen Produksi dengan menyusun sistem produksi yang lebih terstruktur agar efisiensi meningkat dan risiko keterlambatan berkurang.</p> <p>2. Mencari alternatif bahan baku berkualitas dengan harga lebih terjangkau untuk menjaga stabilitas biaya produksi.</p> <p>3. Mengembangkan keterampilan manajemen dan strategi bisnis melalui pelatihan serta komunitas UMKM untuk meningkatkan daya saing.</p> <p>4. Membuat jadwal untuk produksi agar lebih tertata dan teratur.</p>

		yang ada di lapangan untuk memahami perlembangan tren.	
--	--	--------------------------------------------------------	--

Pembahasan

Hasil analisis swot yang telah diperoleh berdasarkan Interview guide dapat diidentifikasi komponen SWOT dan dilakukan analisis faktor SWOT kemudian menentukan ranking dan bobot yang dilakukan untuk menemukan dimana posisi kuadran SWOT Kedai Mak Bolang berada hal tersebut akan digunakan untuk menentukan strategi yang tepat yang akan digunakan oleh kedai mak bolang. Penghitungan dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang telah diwawancarai sebelumnya. Pengumpulan data ini bertujuan untuk mengetahui tingkat respon yang dimiliki bisnis dari setiap elemen. Nilai setiap komponen kemudian dibagi dengan total responden untuk mendapatkan rata-rata yang akan digunakan untuk penghitungan total skor akhir. Selanjutnya penentuan bobot yang digunakan untuk menggambarkan bobot dari setiap faktor yaitu internal dan eksternal. Faktor internal, yang meliputi kekuatan dan kelemahan dengan total 1,0 dimana bobot yang ada berbeda dengan nilai bobot di antar 0,07 hingga 0,13. Sedangkan pada faktor eksternal dengan total bobot yang sama yaitu 1,0 berkisar antara 0,06 hingga 0,17 dengan bobot yang berbeda setiap faktornya. Selanjutnya, perhitungan total skor yang akan digunakan untuk menentukan letak koordinat setiap sumbu X dan Y, dengan mengalikan rating dan bobot yang diberikan. Pada matrik IFE dan EFE diperoleh hasil koordinat yaitu 0,23 pada sumbu X sedangkan 1,09 yang pada sumbu Y.

Berdasarkan hasil kuadran tersebut menunjukkan bahwa posisi Kedai Mak Bolang berada pada Kuadran I. Pada kuadran ini rekomendasi yang disarankan untuk Kedai Mak Bolang menggunakan diversifikasi strategi yaitu strategi yang memanfaatkan SO (Strength – Opportunity) dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang. Dengan demikian, dari hasil analisis Matriks SWOT tersebut, Kedai Mak Bolang memiliki beberapa strategi alternatif yang dapat digunakan untuk pengembangan bisnis, antara lain :

1. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dengan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui program loyalitas dan interaksi aktif pada saat melayani pelanggan dan media sosial. Rekomendasi ini cocok dilakukan dengan beberapa strategi yaitu: Membuat program loyalitas seperti kartu member atau promo beli 10 gratis 1. Menggunakan media sosial untuk membangun interaksi dengan pelanggan, misalnya dengan giveaway atau polling rasa baru.
2. Meningkatkan keterampilan memasak dan mengoptimalkan fasilitas dengan penambahan alat bantu untuk memenuhi permintaan secara menyeluruh. Hal ini dapat dilakukan dengan strategi : Memanfaatkan fasilitas yang ada untuk meningkatkan kapasitas produksi dengan pengaturan shift kerja. Menyediakan jadwal produksi yang lebih efektif untuk menghindari bottleneck.
3. Terus meningkatkan kualitas produk dan berinovasi dengan sentuhan moderen agar menarik pelanggan lebih luas.

Meningkatkan kualitas produk dapat dilakukan dengan, memastikan kontrol kualitas sebelum produk sampai ke pelanggan, berikan jaminan atau garansi tertentu untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, menciptakan produk eksklusif atau edisi terbatas untuk menarik

pelanggan baru. Menyediakan paket jajanan untuk event khusus seperti ulang tahun atau pernikahan. Menyediakan opsi custom sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

4. Memanfaatkan platfor online seperti media sosial sebagai pemasaran untuk menjangkau pelanggan dan meningkatkan penjualan serta persaingan bisnis.

Membuka toko online di marketplace seperti Shopee atau Tokopedia. Menggunakan Instagram dan TikTok untuk promosi melalui konten video pendek.

Maka dari itu, strategi tersebut diharapkan bahwa ini dapat mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi Kedai Mak Bolang, serta mendukung pengembangan bisnis di masa sekarang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kedai Mak Bolang memiliki kekuatan dalam kualitas produk yang terjaga, fokus pada jajanan tradisional berbahan ketan, hubungan baik dengan pelanggan, dan kerjasama yang solid dengan supplier, namun juga menghadapi kelemahan seperti keterbatasan penyimpanan, kekurangan staf, ketergantungan bahan baku, belum adanya strategi pemasaran, serta manajemen stok yang belum optimal. Dari sisi eksternal, peluang yang dimiliki meliputi kemitraan dengan vendor, inovasi produk tradisional yang lebih modern, dan perluasan pasar melalui media online, sedangkan ancamannya mencakup persaingan dengan jajanan kekinian, harga kompetitor yang lebih rendah, kenaikan harga bahan baku, serta perubahan preferensi konsumen. Berdasarkan hasil analisis IFE dan EFE, Kedai Mak Bolang berada pada Kuadran I yang menunjukkan posisi mendukung strategi agresif (SO), sehingga strategi yang direkomendasikan adalah meningkatkan kualitas dan keunikan produk, menjalin kerjasama jangka panjang dengan supplier untuk menjaga kestabilan pasokan, serta mempertahankan loyalitas pelanggan melalui program bonus atau diskon guna menghadapi dinamika pasar.

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, M. J., Qurtubi, Q., & Maghfiroh, M. F. N. (2022). Perancangan strategi pemasaran menggunakan metode swot dan qspm untuk meningkatkan penjualan beras. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), 61-67.
- Arikunto, Suhasini. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bakhri, S., Aziz, A., & Khulsum, U. (2019). Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- BPS Kota Malang. 2023. *Statistik Daerah Kota Malang: Pertumbuhan Ekonomi Malang 2021-2022*. Malang: Badan Pusat Statistik Kota Malang. <https://malangkota.bps.go.id/indicator/52/434/1/laju-pertumbuhan-ekonomi-di-kota-malang-jawa-timur-dan-indonesia.html>. Diakses pada 20 Desember 2023.
- BPS Kota Malang. 2023. *Statistik Daerah Kota Malang: Proyeksi penduduk Kota Malang 2020*. Malang: Badan Pusat Statistik Kota Malang. <https://malangkota.bps.go.id/indicator/12/41/1/kepadatan-penduduk-pertumbuhan>

- penduduk-rasio-jenis-kelamin-dan-rasio-ketergantungan-di-kota-malang.html. Diakses pada 10 Januari 2024.
- Cooper, Donald R. & Schindler, Pamela S. 2014. *Business Research Methods*, 12th Edition. New York: McGraw-Hill Education.
- Godstats. 2023. Makanan Tradisional Selera Pilihan Anak Muda 2022. Website : <https://data.goodstats.id/statistic/gammashafina/makanan-tradisional-khas-indonesia-dominasi-selera-anak-muda-x5398>. Diakses pada 10 Januari 2023.
- Herdiansyah, H. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Pearce, John A. & Robinson, Richard B. 2013. *Manajemen Strategis : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulasih, Weni Novandari. *Analissi SWOT, 2022* , Banyumas: CV Rumah Kreatif Wadas Kelir.