



Strategi Pengembangan UMKM Bakso Kuntet Menggunakan Analisis SWOT

Tiara Argarta^{1*}, Neneng Miskiyah², Billy Dewantara³

¹⁻³Manajemen Bisnis, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya

*Penulis korespondensi: tiaraargarta06@gmail.com

Abstract. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) face increasingly complex challenges due to intensifying competition and changes in the business environment. Appropriate business development strategies are therefore needed to enhance competitiveness and ensure sustainability. This study aims to analyze the business conditions of Bakso Kuntet MSME based on production, financial, human resource, and marketing aspects and to formulate development strategies using SWOT analysis. This study employed a descriptive qualitative approach supported by quantitative data. Data were collected through observation, interviews, documentation, and questionnaires distributed to 30 consumers. Data were analyzed using the Internal Factors Analysis Summary (IFAS), External Factors Analysis Summary (EFAS), SWOT matrix, and SWOT quadrant analysis. The findings indicate that the overall condition of Bakso Kuntet MSME is relatively good in production, financial, human resource, and marketing aspects. However, weaknesses remain, including unsystematic financial records, inadequate cleanliness supervision, and limited use of digital marketing. SWOT analysis places Bakso Kuntet MSME in Quadrant I, indicating a growth-oriented position and supporting an aggressive strategy that utilizes internal strengths to capitalize on external opportunities. Proposed strategies include improving product quality, strengthening digital marketing, enhancing service quality, developing human resource competencies, and improving financial management. These findings can serve as a practical reference for MSME owners in developing effective, adaptive, and sustainable strategies to strengthen competitiveness and support long-term growth.

Keywords: Business Development; Development Strategy; Entrepreneurial Aspects; Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs); SWOT Analysis.

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan yang semakin kompleks akibat meningkatnya persaingan dan perubahan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan menjamin keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi usaha UMKM Bakso Kuntet berdasarkan aspek produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran serta merumuskan strategi pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang didukung oleh data kuantitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner yang dibagikan kepada 30 konsumen. Data dianalisis menggunakan matriks Internal Factors Analysis Summary (IFAS), External Factors Analysis Summary (EFAS), matriks SWOT, dan analisis kuadran SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi UMKM Bakso Kuntet secara keseluruhan relatif baik pada aspek produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran. Namun, masih terdapat beberapa kelemahan, seperti pencatatan keuangan yang belum sistematis, pengawasan kebersihan area usaha yang perlu ditingkatkan, serta pemanfaatan pemasaran digital yang masih terbatas. Analisis SWOT menempatkan UMKM Bakso Kuntet pada Kuadran I, yang menunjukkan posisi berorientasi pada pertumbuhan dan mendukung penerapan strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal. Strategi yang diusulkan meliputi peningkatan kualitas produk, penguatan pemasaran digital, peningkatan kualitas pelayanan, pengembangan kompetensi sumber daya manusia, serta perbaikan pengelolaan keuangan. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan praktis bagi pemilik UMKM dalam menyusun strategi yang efektif, adaptif, dan berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing serta mendukung pertumbuhan usaha jangka panjang.

Kata kunci: Analisis SWOT; Aspek Kewirausahaan; Pengembangan Usaha; Strategi Pengembangan; Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan sektor usaha di Indonesia terus mengalami peningkatan, dengan UMKM menjadi salah satu sektor yang menunjukkan pertumbuhan paling signifikan. Keberadaan UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional karena

mampu mendorong aktivitas ekonomi sekaligus menciptakan lapangan kerja. Data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI (2025) menunjukkan bahwa jumlah UMKM telah melampaui 64 juta unit atau sekitar 99% dari keseluruhan unit usaha di Indonesia. Selain itu, sektor ini memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2025).

Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut UMKM untuk memiliki strategi pengembangan yang adaptif agar mampu mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus meningkatkan daya saing di tengah perubahan lingkungan bisnis yang dinamis (Fadlurrahman et al., 2023). Meskipun demikian, tidak seluruh UMKM mampu berkembang secara optimal karena masih menghadapi berbagai kendala yang bersumber dari faktor internal, seperti keterbatasan sumber daya dan pengelolaan usaha, maupun faktor eksternal, seperti perubahan kondisi pasar dan meningkatnya intensitas persaingan (Veranita & Gunardi, 2023). Oleh karena itu, diperlukan suatu analisis yang mampu mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja usaha sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat, efektif, dan sesuai dengan kondisi UMKM (Narto & Gatot Basuki HM, 2023).

Analisis SWOT merupakan salah satu alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha (Fadlurrahman et al., 2023). Apabila berbagai permasalahan dalam pengelolaan usaha tidak segera diatasi, UMKM berpotensi mengalami penurunan kinerja usaha dan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif (Veranita & Gunardi, 2023). Oleh karena itu, analisis SWOT dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan, sementara penguatan aspek produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran menjadi faktor pendukung dalam implementasi strategi tersebut sehingga tujuan pengembangan usaha dapat tercapai secara berkelanjutan.

UMKM Bakso Kuntet yang merupakan UMKM yang menjalankan kegiatan usaha pada sektor kuliner di Palembang. Pemilihan objek penelitian dilakukan karena usaha tersebut memiliki potensi untuk berkembang. Namun, terdapat kendala dalam pengembangan usahanya, seperti promosi yang belum optimal, keterbatasan pengelolaan usaha, serta persaingan pasar yang semakin meningkat menyebabkan usaha mengalami penurunan pendapatan pada 3 tahun terakhir yang cukup signifikan. Sehingga, diperlukan strategi guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Penelitian mengenai strategi pengembangan usaha UMKM dengan menggunakan analisis SWOT telah banyak dilakukan pada berbagai sektor usaha. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa analisis SWOT umumnya dimanfaatkan untuk merumuskan strategi pemasaran, meningkatkan daya saing, dan memperluas pangsa pasar UMKM (Lailiyah et al., 2023). Namun, penelitian yang mengintegrasikan analisis SWOT dengan kajian aspek kewirausahaan, khususnya aspek produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan usaha, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan analisis aspek kewirausahaan ke dalam identifikasi faktor internal dan eksternal sebagai dasar perumusan strategi pengembangan usaha UMKM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kondisi usaha berdasarkan aspek produksi, keuangan, sumber daya manusia dan pemasaran, serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat bagi UMKM Bakso Kuntet berdasarkan analisis SWOT. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi UMKM Bakso Kuntet sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi usaha yang tepat serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait pengembangan usaha UMKM. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan kewirausahaan, khususnya mengenai penerapan analisis SWOT dalam pengembangan usaha UMKM.

2. KAJIAN TEORITIS

Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah sebuah perilaku yang dilakukan seseorang dalam kemampuan menemukan peluang untuk membangun usaha yang terstruktur dan inovatif sehingga dapat menghasilkan keuntungan (Sumartuti et al., 2025). Kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan dan mengembangkan suatu usaha dengan memanfaatkan peluang yang ada, disertai sikap jujur, kerja keras, kreatif, serta kemampuan berkomunikasi dan mengelola bisnis agar mampu bersaing dan mencapai keberhasilan dalam kegiatan usaha (Wibowo, 2022).

Menurut (Azizah et al., 2025) seorang wirausaha harus memiliki kemampuan dasar, seperti kemampuan inovatif, keinginan untuk berprestasi, kemampuan perencanaan realistis, kemampuan berorientasi pada tujuan, objektivitas, tanggung jawab pribadi, kemampuan beradaptasi, serta kemampuan mengorganisasi dan administrasi. Kompetensi-kompetensi tersebut berperan penting dalam meningkatkan kinerja dan keberhasilan usaha karena mendukung kemampuan wirausaha dalam menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang bisnis secara efektif (Riyanti et al., 2022).

Terdapat beberapa aspek kewirusahaan yang meliputi aspek produksi, aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, dan aspek pemasaran. Menurut Hery (2021) produksi adalah proses mengolah atau mengubah berbagai faktor produksi menjadi barang atau jasa yang memiliki nilai guna sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan nilai ekonomi bagi pelaku usaha. Pengelolaan aspek produksi yang efektif berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional, kualitas produk, dan daya saing UMKM sehingga menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha.

Aspek keuangan merupakan pengelolaan dana usaha yang meliputi perencanaan, penggunaan, dan pengawasan keuangan. Aspek keuangan berkaitan dengan pengelolaan dana usaha yang meliputi perencanaan modal, pengeluaran, pendapatan, serta analisis keuntungan dan kerugian suatu usaha (Hidayah et al., 2024). Aspek keuangan dalam suatu studi kelayakan sangat penting karena berkaitan langsung dengan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya keuangan yang dimiliki yang menentukan apakah suatu usaha atau proyek layak untuk dijalankan atau tidak dari sisi finansial (Dewi et al., 2025).

Aspek sumber daya manusia (SDM) adalah aspek yang mencakup individu-individu dalam suatu organisasi yang menjadi penggerak utama aktivitas dan pencapaian tujuan melalui kemampuan, pengetahuan, kreativitas, serta sikap yang dimilikinya. Sebuah usaha diperlukan SDM yang baik karena dapat memengaruhi performa usaha (Suwarningsih & Sumiati, 2024). Menurut Sedyowidodo (2024) aspek-aspek SDM terdiri dari perencanaan SDM, rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, manajemen kinerja, serta kompensasi dan tunjangan. Aspek SDM memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan suatu usaha, melalui pengelolaan SDM yang efektif dapat meningkatkan produktivitas kerja dan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif.

Aspek pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha UMKM karena melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat, distribusi produk dapat berjalan lebih efektif, jangkauan pasar menjadi lebih luas, dan penjualan dapat meningkat sehingga mendukung pertumbuhan usaha (Aji et al., 2023). Pemasaran berkaitan dengan upaya memperkenalkan dan menyalurkan produk kepada konsumen ditengah perkembangan teknologi (Rohmawati & Wijaya, 2024).

Pelaku usaha dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen melalui kegiatan pemasaran sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha dan memperluas jangkauan pasar.

Umkm

Menurut (Aftitah et al., 2025) UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha kecil yang memiliki peran penting dalam perekonomian melalui

penciptaan lapangan kerja dan kontribusi terhadap produk domestik bruto. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah menetapkan bahwa kriteriaUMKM dikelompokkan menjadi 3 jenis usaha berdasarkan modal usaha dan penjualan tahunan yaitu usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah.

Swot

Analisis SWOT adalah kegiatan menganalisis kondisi internal dan eksternal sebuah usaha untuk mengetahui kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh usaha tersebut (Manurung, 2021). Metode yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi suatu organisasi atau usaha dalam mencapai tujuannya dapat menggunakan SWOT.

Analisis SWOT merupakan suatu kerangka kerja yang digunakan untuk mengidentifikasi kesesuaian antara kondisi internal perusahaan, yang meliputi kekuatan dan kelemahan, dengan kondisi eksternal berupa peluang dan ancaman. Kesesuaian tersebut menjadi dasar dalam menentukan peluang pertumbuhan dan pengembangan perusahaan (Manggu & Beni, 2023). Menurut (Wicaksono, 2023) SWOT memiliki beberapa fungsi seperti evaluasi kekuatan dan kelemahan internal, evaluasi peluang dan ancaman eksternal, pengembangan strategi bisnis, identifikasi persaingan, evaluasi strategi bisnis yang ada serta membantu perusahaan dalam membuat strategi yang paling tepat.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif yang berfokus pada strategi pengembangan usaha pada salah satu UMKM bidang kuliner yang berlokasi di Palembang yaitu UMKM Bakso Kuntet.

Jenis data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini terdiri dari data kualitatif yang berupa informasi deskriptif mengenai kondisi usaha dan data kuantitatif yang berupa data usaha dan nilai angka dari hasil penyebaran kuesioner untuk mendukung analisis penelitian.

Sumber data yang digunakan berupa data primer yang didapat melalui wawancara dan observasi, serta data sekunder berupa dokumentasi usaha, pencatatan keuangan, dan promosi yang dilakukan oleh usaha.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Observasi dengan cara mengamati secara langsung aktivitas usaha. Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha dan karyawan. Dokumentasi dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan usaha. Kuesioner dilakukan dengan memberikan

seperangkat pertanyaan kepada konsumen UMKM Bakso Kuntet sebagai dasar penentuan bobot dan rating pada IFAS EFAS.

Informan penelitian dipilih menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik yang dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang memahami kondisi usaha. Informan penelitian terdiri dari pemilik sebagai *key informant* serta 2 karyawan dan 30 responden konsumen sebagai informan pendukung.

Teknik analisis data yang digunakan adalah aspek-aspek kewirausahaan berupa aspek produksi, aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, dan aspek pemasaran. Hasil analisis tersebut selanjutnya dilakukan sebagai dasar analisis SWOT yang meliputi beberapa tahapan berupa identifikasi faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman. Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal tersebut disusun pada tabel IFAS dan EFAS yang menghasilkan skor pada setiap faktornya. Selanjutnya, penyusunan diagram kuadran ditentukan berdasarkan hasil perhitungan skor IFAS dan EFAS untuk menentukan posisi usaha. Terakhir, perumusan alternatif strategi berdasarkan aspek produksi, aspek keuangan, aspek SDM, dan aspek pemasaran.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Bakso Kuntet merupakan salah satu usaha kuliner sejak tahun 1997 yang berada di Jalan Siaran, Sako Baru, Kecamatan Sako, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Usaha ini memiliki karyawan telah memiliki NIB yang dibuat sebagai bentuk legalitas dan komitmen pelaku usaha dalam membangun bisnis yang profesional, terpercaya, dan siap berkembang secara berkelanjutan.

Saat ini, UMKM Bakso Kuntet telah berdiri cukup lama yang beroperasi mulai 09.00 WIB hingga 23.00 WIB dengan beragam produk makanan dan minuman yang telah dikenal oleh masyarakat sekitar dan terus berupaya menarik pelanggan baru dari berbagai kalangan. Pemanfaatan media digital juga dilakukan dalam meningkatkan kemudahan pelayanan dan akses konsumen terhadap produk yang ditawarkan, namun masih perlu ditingkatkan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terdapat aspek-aspek kewirausahaan dan analisis SWOT pada UMKM Bakso Kuntet yang sebagai berikut.

Aspek Produksi

Lokasi produksi usaha di daerah yang strategis sehingga mampu menjaga ketersediaan bahan baku, dan kelancaran proses produksi sehingga konsisten dengan cita rasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Meskipun demikian, harga bahan baku terkadang mengalami kenaikan yang dapat memengaruhi biaya produksi.

Aspek Keuangan

Lokasi Berdasarkan analisis menggunakan *Net Present Value (NPV)*, *Cash Flow (CF)* pada tahun pertama sampai tahun ketiga sebesar Rp1.102.800.000, tingkat diskonto sebesar 10% dan nilai investasi awal sebesar Rp105.000.000. Perhitungan NPV sebagai berikut.

$$NPV = \sum \left(\frac{CF_t}{(1 + r)^t} \right) - I_0$$

PV Tahun 1: Rp75.272.727,27

PV Tahun 2: Rp71.404.958,68

PV Tahun 3: Rp70.323.065,4

$$\begin{aligned} NPV &= (PV_1 + PV_2 + PV_3) - I_0 \\ &= (75.272.727,27 + 71.404.958,68 + 70.323.065,4) - 105.000.000 \\ &= 112.000.751 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, didapat nilai $NPV > 0$, artinya investasi usaha ini menghasilkan nilai tambah secara finansial dan layak dijalankan.

Usaha menunjukkan prospek yang baik berdasarkan analisis kelayakan investasi. Namun demikian, sistem pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana sehingga informasi keuangan belum dimanfaatkan secara optimal sebagai dasar pengambilan keputusan.

Aspek Sumber Daya Manusia

Jumlah tenaga kerja sebanyak 8 karyawan yang terbagi menjadi 2 shift siang dan malam dinilai cukup memadai untuk mendukung kegiatan operasional usaha sehari-hari. Pembagian tugas telah berjalan sesuai kualifikasi dan tanggung jawab masing-masing sehingga operasional usaha berlangsung dengan baik. Pemilik usaha juga memberikan kompensasi berupa gaji dan konsumsi harian kepada karyawan agar menjaga loyalitas kerja karyawan. Akan tetapi, pengawasan kinerja oleh pemilik usaha terhadap karyawan masih perlu ditingkatkan agar pelayanan kepada konsumen dapat terjaga seperti standar kebersihan area operasional usaha.

Aspek Pemasaran

Produk yang ditawarkan oleh usaha ini beragam mulai dari aneka bakso, mie ayam, nasi dan lauk pauk, sampai aneka seafood. Cita rasa yang konsisten dan porsi menu dapat memuaskan konsumen. Lokasi usaha yang strategis dan kualitas produk yang konsisten menjadi faktor yang mendukung peningkatan jumlah pelanggan. Usaha ini juga tersedia di beberapa layanan pesan antar seperti Gofood, Grabfood dan Shopeefood. Namun, terdapat

beberapa harga menu yang lebih mahal dibandingkan pesaing. Keterbatasan area parkir juga masih menjadi kendala yang berpotensi mengurangi kenyamanan pelanggan, terutama pada waktu operasional yang ramai. Selain itu, pemanfaatan media digital seperti Instagram dan Tiktok sebagai sarana promosi masih belum optimal sehingga peluang untuk memperluas jangkauan pasar belum dimanfaatkan secara maksimal

Analisis SWOT

Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal diperoleh matriks IFAS dan EFAS UMKM Bakso Kuntet yang dilakukan dengan memberikan bobot dan rating oleh 30 responden pada setiap faktor internal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Hasil nilai bobot dan rating diperoleh dari perhitungan rata-rata seluruh kuesioner, kemudian digunakan untuk menghitung skor masing-masing faktor melalui perkalian dari bobot dan rating. Hasil perhitungan IFAS dan EFAS UMKM Bakso Kuntet sebagai berikut.

Tabel 1. Matriks IFAS UMKM Bakso Kuntet.

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Usaha telah dikenal masyarakat sejak lama	0,0756	4	0,30
2	Memiliki variasi menu yang beragam	0,0766	4	0,31
3	Citra rasa produk yang baik dan konsisten	0,0917	3	0,28
4	Porsi menu dapat memuaskan konsumen	0,0786	4	0,31
5	Lokasi usaha mudah dijangkau oleh konsumen	0,0585	4	0,23
6	Jam operasional sesuai kebutuhan konsumen	0,0504	4	0,20
7	Pelayanan ramah dan cepat	0,0766	3	0,23
	Subtotal			1,86
Kelemahan				
1	Promosi digital melalui media sosial kurang maksimal	0,0978	1	0,10
2	Promosi usaha masih bergantung melalui <i>word of mouth</i>	0,0736	2	0,15
3	Area parkir Bakso Kuntet terbatas	0,0625	2	0,13
4	Beberapa harga menu kurang terjangkau	0,0786	2	0,16
5	Beberapa jenis menu terkadang tidak tersedia	0,0615	2	0,12
6	Tata letak area pelanggan yang terbatas	0,0635	2	0,13
7	Pengelolaan kebersihan perlu ditingkatkan	0,0544	2	0,11
	Subtotal			0,89
	Total	1,00		2,75

Sumber: diolah penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan kekuatan utama UMKM Bakso Kuntet terletak pada variasi menu yang beragam, dan porsi yang memuaskan. Di sisi lain, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu menjadi perhatian adalah promosi digital yang kurang maksimal. Meskipun demikian, kelemahan tersebut masih bersifat operasional sehingga berpeluang untuk diperbaiki melalui pengelolaan usaha yang lebih baik.

Tabel 2. Matriks EFAS UMKM Bakso Kuntet

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Aplikasi pesan antar <i>online</i> yang dapat meningkatkan penjualan	0,0812	4	0,32

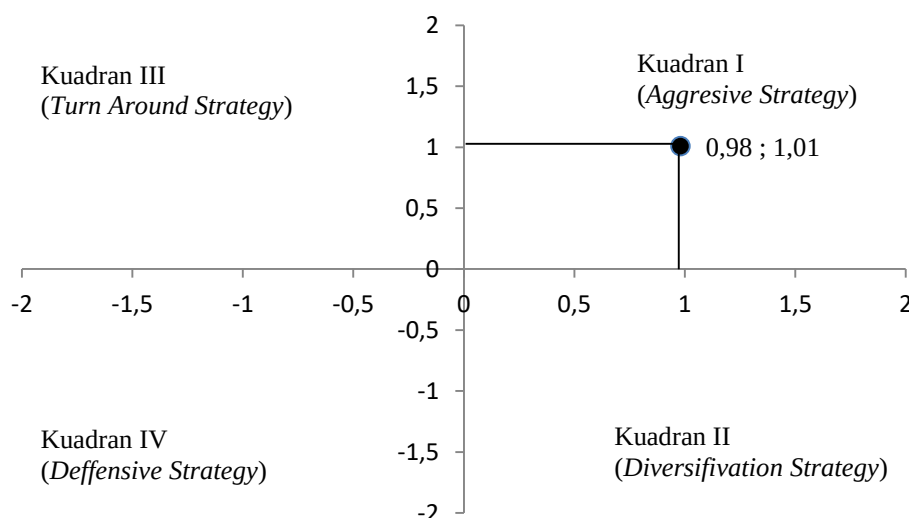
2	Memanfaatkan media sosial dapat memperluas pemasaran usaha	0,0785	4	0,31
3	Lokasi usaha yang berada di kawasan pemukiman warga	0,0681	4	0,27
4	Rekomendasi dari pelanggan kepada konsumen lain	0,0756	4	0,23
5	Menciptakan inovasi menu baru melalui tren kuliner	0,0654	4	0,26
6	Kolaborasi dengan <i>influencer</i> lokal atau <i>food vlogger</i>	0,0768	3	0,23
7	Pemberian promo dapat meningkatkan minat beli konsumen	0,0698	3	0,21
	Subtotal			1,84
Ancaman				
1	Persaingan harga yang cukup ketat	0,0794	1	0,08
2	Kompetitor lebih aktif dalam pemasaran digital	0,0890	1	0,09
3	Kenaikan harga bahan baku mempengaruhi harga jual	0,0567	2	0,11
4	Perubahan selera konsumen mempengaruhi minat pembelian	0,0550	2	0,11
5	Ulasan negatif konsumen dapat mempengaruhi citra usaha	0,0716	2	0,14
6	Produk mudah ditiru oleh pesaing	0,0785	2	0,16
7	Munculnya usaha kuliner baru	0,0724	2	0,14
	Subtotal			0,84
	Total	1,00		2,68

Sumber: diolah penulis (2026)

Tabel 2 menunjukkan faktor usaha dari sisi eksternal, faktor peluang utama berasal dari layanan pesan antar *online* dan pemanfaatan media sosial yang dapat memperluas pemasaran usaha. Namun, usaha juga menghadapi ancaman utama yang persaingan harga yang cukup ketat dan kompetitor lebih aktif dalam pemasaran digital.

Faktor kekuatan dan peluang memperoleh nilai yang lebih tinggi yaitu 1,86 dan 1,84 dibandingkan kelemahan dan ancaman yaitu 0,89 dan 0,84. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa usaha memiliki sumber daya internal yang cukup baik serta mampu memanfaatkan peluang yang tersedia di lingkungan eksternal.

Hasil perhitungan IFAS dan EFAS menempatkan UMKM Bakso Kuntet pada Kuadran I dengan titik koordinat (0,98; 1,01) yang didapat dari selisih antara Kekuatan dan Kelemahan sebagai sumbu X dan Selisih antara Peluang dan Ancaman sebagai sumbu Y sebagai berikut.



Sumber: diolah penulis (2026)

Gambar 1. Diagram Kuadran SWOT.

Gambar 1 menunjukkan posisi usaha berada pada kuadran 1 artinya kondisi yang menguntungkan karena memiliki kekuatan internal yang mampu dimanfaatkan untuk menangkap peluang eksternal. Sehingga arah pengembangan usaha lebih tepat difokuskan pada strategi agresif (*growth strategy*), yaitu strategi yang berorientasi pada pertumbuhan melalui pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki untuk meningkatkan daya saing dan memperluas peluang pasar.

Strategi yang dirumuskan dalam penelitian ini menitikberatkan pada pengembangan empat aspek utama, yaitu produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran. Keempat aspek tersebut merupakan faktor-faktor yang berperan penting dalam mendukung keberlangsungan dan peningkatan daya saing usaha. Perumusan strategi dilakukan berdasarkan hasil analisis SWOT, sehingga strategi yang dihasilkan diharapkan mampu mengoptimalkan potensi kekuatan beserta peluang yang tersedia, sekaligus mengurangi kelemahan dan menekan dampak ancaman terhadap usaha.

Pada aspek produksi, strategi diarahkan pada upaya mempertahankan konsistensi kualitas produk, mengembangkan inovasi menu sesuai tren kuliner dan meningkatkan ketersediaan menu melalui perencanaan produksi yang lebih baik. Aspek keuangan, strategi difokuskan pada memperbaiki sistem pencatatan keuangan sehingga informasi keuangan dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam mengevaluasi kinerja usaha dan pengambilan keputusan. Selain itu dirumuskan pula strategi dalam upaya evaluasi harga dan mempertimbangkan biaya bahan baku, serta menawarkan paket menu yang lebih ekonomis. Aspek sumber daya manusia diperlukan strategi yang diarahkan pada konsistensi kualitas pelayanan kepada konsumen, meningkatkan kedisiplinan dan tanggung jawab karyawan melalui pengawasan oleh pemilik usaha secara berkala. Aspek pemasaran pula diperlukan strategi yang difokuskan pada optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial, platform layanan pesan antar *online*, dan memanfaatkan rekomendasi pelanggan sebagai sarana promosi untuk memperluas jangkauan pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dirumuskan tidak hanya berorientasi pada pemanfaatan kekuatan dan peluang, tetapi juga memperhatikan kelemahan internal yang masih dapat diperbaiki. Oleh karena itu, strategi yang dihasilkan bersifat aplikatif karena disusun berdasarkan kondisi aktual UMKM, bukan semata-mata berdasarkan konsep teoritis. Pendekatan tersebut diharapkan mampu membantu pelaku usaha dalam menentukan prioritas pengembangan yang lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan usaha.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi UMKM Bakso Kuntet secara umum telah berjalan dengan baik ditinjau dari aspek produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti sistem pencatatan keuangan, kebersihan area melalui pengawasan kinerja karyawan, dan optimalisasi pemasaran digital.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan internal yang mampu dimanfaatkan untuk merespons peluang eksternal melalui peningkatan kualitas produksi, perbaikan pengelolaan keuangan, pengembangan sumber daya manusia, dan optimalisasi kegiatan pemasaran. Penelitian ini menunjukkan bahwa analisis kondisi usaha berdasarkan empat aspek kewirausahaan sebelum penyusunan analisis SWOT mampu menghasilkan strategi pengembangan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan kondisi aktual UMKM sehingga dapat menjadi dasar dalam mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

UMKM Bakso Kuntet disarankan untuk memprioritaskan penerapan strategi yang telah dirumuskan, khususnya dalam penyempurnaan sistem pencatatan keuangan, peningkatan kompetensi karyawan, dan optimalisasi pemasaran digital agar mampu meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan analisis strategi dengan menggunakan metode lain atau mengombinasikan SWOT dengan pendekatan yang berbeda sehingga diperoleh alternatif strategi yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Aftitah, F. N., Labana, J., Hasanah, K., & Hadi, N. L. (2025). Pengaruh UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2023. *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32–43. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i1.511>
- Aji, G., Karimah, A., Indriyani, D., Fitriani, P., & Amalia, I. (2023). Pengaruh strategi pemasaran, kompetensi SDM, pengelolaan keuangan dan sistem informasi akuntansi dalam meningkatkan kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 184–193. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v2i2.1551>
- Azizah, S., Rahman, M. H., Oktafiana, S., Risdiana, F. Y. R., & Romadhon, S. (2025). *Kewirausahaan* (1st ed.). Alifba Media.
- Dewi, A. K., Indri, M., Din, M., & Munawarah. (2025). Analisis studi kelayakan bisnis pada UMKM. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(2), 357–369. <https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v6i2.5455>
- Fadlurrahman, F., Orbawati, E. B., Pajrin, R., Mukti, A., & Raharjo, B. (2023). Analisis SWOT dan framework implementasi strategi pengembangan UMKM. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 8(3), 229–237. <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i3.3345>

- Hery, A. (2021). *Kewirausahaan: Buku ajar untuk mahasiswa*. Penerbit Yrama Widya.
- Hidayah, C. W., Mala, I. K., Islam, U., & Kediri, T. (2024). Pengertian dan perkembangan manajemen strategi. 8(6), 47–55.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). *Pelaku usaha ritel optimis perekonomian nasional dapat capai target pertumbuhan 8%*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/6260/pelaku-usaha-ritel-optimis-perekonomian-nasional-dapat-capai-target-pertumbuhan-8>
- Lailiyah, N., Ulfa, M., & Serenade, V. (2023). Penggunaan analisis SWOT sebagai alat strategi pemasaran UMKM produk makanan. *Economics and Digital Business Review*, 4(2). <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i2.718>
- Manggu, B., & Beni, S. (2023). Strategi pengembangan usaha kecil menengah (UMKM) Kedai Kopi Ongaku Kota Bengkulu berdasarkan analisis SWOT. *Sebatik*, 27(1), 407–414. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2036>
- Manurung, E. M. (2021). *Seri kuliah ringkas kewirausahaan*. Penerbit Erlangga.
- Riyanti, B. P. D., Suryani, A. O., Sandroto, C. W., Soeharso, S. Y., Hadiyono, V., & Pramono, R. (2022). The construct and predictive validity testing of Indonesian entrepreneurial competence inventory-situational judgment test model. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(3). <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00202-x>
- Rohmawati, S., & Wijaya, F. (2024). Formulasi perancangan strategi pengembangan usaha pada UMKM Gula Dezan Berkah dengan business model canvas dan analisis SWOT. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 5(2), 184–198. <https://doi.org/10.47747/jnmppsdm.v5i2.1830>
- Sedyowidodo, U. (2024). *Manajemen sumber daya manusia*. Universitas Bakrie Press. <https://ubakriepress.bakrie.ac.id/buku-ajar-management-sumber-daya-manusia>
- Sumartuti, S. R., Samboro, J., & Permatasari, I. R. (2025). Analisis SWOT sebagai strategi pengembangan UMKM (studi kasus pada Pecel Blitar & Rawon Mbak Dwi di Sengkaling Kabupaten Malang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 1498–1516. <https://doi.org/10.63822/g4vqah44>
- Suwarningsih, N. L. P. I., & Sumiati. (2024). Perumusan strategi pengembangan usaha pada UMKM dengan analisis matriks SWOT dan QSPM. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 3(1), 209–221. <https://doi.org/10.21776/jki.2024.03.1.17>
- Veranita, M., & Gunardi, G. (2023). Analisis lingkungan internal dan eksternal untuk perencanaan strategi bisnis: Studi kasus pada UMKM Della Bakery & Cake. *Jurnal E-Bis*, 7(1), 198–208. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1191>
- Wibowo, C. T. (2022). *Kewirausahaan dan komunikasi bisnis* (1st ed.). PT Penerbit IPB Press.
- Wicaksono, S. R. (2023). *Transformasi digital: Sudut pandang analisis SWOT* (1st ed.). CV Seribu Bintang.