



Peran Analisis SWOT Pada UMKM Bakso Pentol Sarjana Wisma Jaya

Julia Veronika¹·Tyna Yunita²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi

Email: juliaveronika99@gmail.com

Article Info

Article history:

Received May 25, 2024

Revised May 29, 2024

Accepted June 02, 2024

Keywords:

Strategic Management,
MSMEs, Meatball Pentol

ABSTRACT

This research was conducted on Wisma Jaya Undergraduate Meatballs. This journal contains the business strategy of Wisma Jaya Undergraduate Meatballs by using SWOT analysis as a competitive strategy to increase the competitiveness of the Wisma Jaya Undergraduate Meatball business. The results of the problems faced by Bakso Undergraduate Wisma Jaya show that there are advantages from strengths, such as satisfactory service quality, additional services (custom flavors according to taste), and affordable prices. In addition, there are disadvantages, such as lack of human resources, lack of time efficiency, lack of technological knowledge, and opportunities, such as changes in people's lifestyles, customer satisfaction levels, and the amount of vehicle smoke. Finally, there are dangers or threats: ever-increasing levels of competitors, competitive prices and quality, the use of e-commerce, customer loyalty.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received May 25, 2024

Revised May 29, 2024

Accepted June 02, 2024

Keywords:

Manajemen Strategi,
UMKM, Bakso Pentol

ABSTRACT

Penelitian ini dilakukan pada Bakso Sarjana Wisma Jaya. Jurnal ini berisi tentang strategi bisnis bakso sarjana wisma jaya dengan menggunakan analisis SWOT sebagai strategi bersaing guna meningkatkan daya saing pada usaha Bakso Sarjana Wisma Jaya. Hasil dari masalah yang dihadapi Bakso Sarjana Wisma Jaya menunjukkan bahwa ada keuntungan dari kekuatan, seperti kualitas layanan yang memuaskan, tambahan layanan (custom flavors according to taste), dan harga yang terjangkau. Selain itu, ada kelemahan, seperti kekurangan human resources atau sumber daya manusia, kurangnya efisiensi waktu, kurangnya pengetahuan teknologi, dan peluang, seperti perubahan dalam gaya hidup orang, tingkat kepuasan pelanggan, dan jumlah asap kendaraan. Terakhir, ada bahaya atau ancaman: tingkat kompetitor yang terus meningkat, harga



dan kualitas yang kompetitif, penggunaan e-commerce, kesetiaan pelanggan

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Julia Veronika

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: juliaveronika99@gmail.com

Pendahuluan

Saat ini, bisnis berkembang dengan cepat dan maju. Ini menjadi tantangan dan sekaligus ancaman bagi para pengusaha untuk mempertahankan profitabilitas, melanjutkan usaha mereka, dan memenangkan persaingan dengan bisnis lain. Salah satu jenis bisnis yang sangat diminati oleh pebisnis saat ini adalah industri makanan. Pada era modern ini, industri kuliner Indonesia semakin berkembang pesat, menghasilkan berbagai sajian lezat. Usaha mikro, kecil, dan menengah adalah bagian penting dari pembangunan ekonomi suatu negara dan dapat menunjukkan kapasitas mereka untuk bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi (Ramadhan et al., 2023). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah suatu bentuk usaha yang dilihat dari skalanya usaha rumah tangga dan usaha kecil hanya mempunyai jumlah pegawai antara 1- 19 orang. Sementara usaha menengah mempunyai pegawai antar 20-99 orang (BPS, 2004).

Jaringan UKM perlu dipahami agar dapat memahami perilaku dan kinerjanya (Yunita, 2022). UKM ini telah terbukti merupakan salah satu bentuk usaha yang dapat bertahan dalam krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia (Deanova et al., 2023). Jika sebuah usaha ekonomi produktif dioperasikan secara independen, tidak dikendalikan, atau berafiliasi dengan orang atau entitas selain anak perusahaan atau cabang perusahaan, maka usaha tersebut memenuhi syarat sebagai UMKM yang sudah sesuai dengan standar Undang-undang (Ramadhan et al., 2023).

Bakso Pentol Sarjana merupakan salah satu UMKM yang banyak digemari dari berbagai kalangan. Letak usaha Bakso Pentol sarjana ini terbilang strategis karena berada di pinggir jalan tepatnya di jalan Kusuma Barat, wisma jaya. Jalan ini memang banyak dipenuhi oleh pedagang lain yang berjualan berbagai macam kuliner sehingga banyak konsumen yang datang untuk membeli aneka jajanan. Bakso Pentol ini menggunakan konsep gerobakan dengan



menggunakan panci ukuran besar. Dengan panci berukuran besar yang diisi dengan berbagai macam jenis pentol yaitu pentol isi daging dan tetelan, tahu isi pentol, pentol kerikil dan tetelan mengundang banyak konsumen. Berbeda dari yang lain, Bakso Pentol Sarjana ini hanya memiliki saus pedas dan kuah bening untuk menambah cita rasa bakso pentol nya.

Bakso Pentol Sarjana banyak diminati semua kalangan terutama perempuan dan anak kecil. Hal ini dikarenakan Bakso Pentol Sarjana tidak mematok harga seporsi tetapi perpentol sehingga anak kecil bisa merasakan lezat bakso pentol ini. Lingkungan usaha pentol sarjana ini juga memang ramai dengan pedagang lain yang menjual makanan lain dan serupa. Maka dari itu, bakso pentol sarjana harus menyusun strategi usaha nya agar dapat mempertahankan usaha nya ini menggunakan analisis dan matriks SWOT.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui secara internal dan eksternal dengan matriks SWOT untuk menetapkan strategi bersaing yang tepat dan dapat diterapkan usaha menengah kecil menengah Bakso Sarjana dalam menghadapi persaingan.
- b. Untuk mengetahui kualitas pelayanan guna menetapkan strategi bersaing yang tepat dan dapat diterapkan UMKM Bakso Sarjana dalam menghadapi persaingan.

Metode Penelitian

Jenis metode yang digunakan untuk menulis jurnal ini yaitu analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang dihasilkan bersifat deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku yang dapat diidentifikasi dan dianalisis. Teknik pengumpulan data ini menggunakan data sekunder dari studi pustaka dengan penelitian yang sama yang diinginkan peneliti, seperti buku, internet, dan jurnal penelitian terdahulu.

Kajian Teori

a. Manajemen Strategi

Sebuah organisasi atau bisnis menggunakan manajemen strategis untuk menentukan tujuan, arah. Cara yang paling efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tersebut. Manajemen strategis mencakup pengembangan, penerapan, dan penilaian rencana yang dimaksudkan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing organisasi. Pembuatan kebijakan dan rencana



utama perusahaan serta pelaksanaannya di perusahaan publik dan swasta disebut sebagai manajemen strategis. Manajemen strategis adalah gagasan yang membantu menciptakan perusahaan agar dapat bertahan lama. Dan salah satunya adalah dengan memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang lingkungan, khususnya lingkungan industri (Sudiantini, 2022).

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT untuk menangani masalah lingkungan dibagi menjadi dua bagian. Lingkungan eksternal mengidentifikasi ancaman (Threats) dan peluang (Opportunities) yang dihadapi oleh pelaku UMKM, sedangkan lingkungan internal mengidentifikasi kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Faktor-faktor lingkungan luar dan dalam dapat digunakan sebagai referensi oleh pelaku UMKM dalam menangani masalah lingkungan (Sianturi, 2020).

Perusahaan dapat menggunakan analisis SWOT sebagai teknik untuk menentukan atau menilai elemen internal dan eksternalnya. Kekuatan dan kelemahan perusahaan merupakan elemen internalnya. Sementara itu, peluang dan risiko perusahaan merupakan elemen eksternalnya (Syaiful & Elihami, 2020).

Evaluasi terhadap lingkungan internal perusahaan, yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, serta lingkungan eksternal, yang meliputi peluang dan ancaman, dikenal sebagai studi SWOT. Temuan-temuan dari kajian ini akan membantu bisnis membuat rencana tindakan terbaik untuk mengungguli persaingan (Tri Budiman, 2017). Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu melihat faktor-faktor yang berpengaruh pada usaha yaitu, faktor eksternal dan internal. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing faktor tersebut:

- a. Faktor eksternal Variabel-variabel luar ini berdampak pada bagaimana peluang dan ancaman berkembang (O dan P). Dalam hal faktor luar yang mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan, aspek ini relevan. seperti lingkungan makro dan industri, serta lingkungan politik, sosial budaya, hukum, ekonomi, demografi dan teknologi.
- b. Faktor internal ini mempengaruhi bagaimana kekuatan dan kelemahan (S dan W) terbentuk. Sejauh menyangkut aspek ini, keadaan yang ada di dalam organisasi berdampak pada bagaimana organisasi mengambil keputusan. Pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan merupakan contoh pengaruh internal.



c. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah teknik untuk mengalokasikan faktor-faktor strategis perusahaan yang dapat secara efektif menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman ditangani oleh bisnis dan dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan organisasi. Ketika kekuatan dan kelemahan perusahaan dipertimbangkan, matriks SWOT berfungsi sebagai alat yang berguna untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal (I Ketut Suardika & Gede Ardana Yasa, 2023).

Hasil Dan Pembahasan

Bakso pentol sarjana memang sudah banyak cabang nya yang beredar di daerah Bekasi. Bakso Pentol Sarjana dapat bersaing di tengah banyaknya bakso pentol lainnya yang berada di daerah Bekasi juga. Strategi manajemen yang baik membantu Bakso Pentol Sarjana untuk berkembang dan bertahan. Analisis SWOT yang digunakan usaha tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Analisis SWOT

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Letak usaha yang strategis ○ Harga yang terjangkau ○ Kualitas bahan yang digunakan ○ Pilihan varian bakso pentol yang beragam ○ Pelayanan yang memuaskan 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Letak usaha tidak didukung lokasi pakir konsumen ○ Tempat yang tidak higienis karena berada di pinggir jalan ○ Masalah kesehatan bagi konsumen ○ Berubahnya gaya hidup masyarakat
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Meningkatnya minat konsumen dalam mengonsumsi bakso pentol ○ Berinovasi dengan bakso pentol jumbo isi tetelan yang berbeda dengan pesaing 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Munculnya pesaing dengan produk yang serupa ○ Harga bahan baku yang tidak stabil

Setelah mengidentifikasi perkembangan usaha bakso pentol sarjana diatas, selanjutnya dengan matriks SWOT menyusun strategi untuk pengambilan keputusan yang benar dan tepat.

Tabel 2. Matriks SWOT



	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
	<ul style="list-style-type: none"> - Harga yang dapat dijangkau semua kalangan - Memiliki aneka pentol dengan berbagai varian rasa - Kualitas bahan baku yang premium - Rasa bakso pentol yang sesuai dengan lidah orang Indonesia - Penentuan lokasi yang tepat karena di pinggir jalan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya luas lokasi usaha sehingga konsumen tidak bias parkir - Harga bahan baku yang tidak stabil - Masalah kesehatan bagi konsumen
<i>Opportunities</i>	<i>Strategi SO</i>	<i>Strategi WO</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatnya minat beli konsumen pada bakso pentol sarjana - Varian isi bakso pentol yang beragam 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan teknologi untuk menjangkau target pasar lebih banyak (Whatsapp, Instagram, Shopee) - Memberi kosumen bonus bakso pentol setiap pembelian lebih dari Rp 10.000,- 	<ul style="list-style-type: none"> - Memilih lokasi yang tepat untuk menjaga kebersihan produk bakso pentol - Menciptakan bakso pentol isi daging agar lebih bergizi
<i>Threats</i>	<i>Strategi ST</i>	<i>Strategi WT</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Munculnya competitor menjual produk yang serupa - Perekonomian Indonesia yang tidak stabil - Adanya potensi kenaikan harga bahan baku 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan diversifikasi produk bakso pentol dari pesaing lainnya - Mengurangi pengeluaran dengan cara membuat bakso pentol lebih banyak dengan jumlah bahan baku yang sama. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengevaluasi usaha dengan mengadakan pertemuan pegawai dan atasan - Meningkatkan jumlah pendapatan dan mengurangi biaya

• **Strategi SO: Keuntungan kekuatan internal dari peluang eksternal.**

Strategi S-O yang dapat direkomendasikan:

1. Berinovasi dengan produk baru dan berbeda dari pesaing
2. Memberi Ciri Khas Atas Produk.
3. Promosi melalui media social seperti Instagram, facebook dan lainnya

• **Strategi WO: Mengatasi internal weakness dengan cara mengambil keuntungan dari eksternal opportunity**

1. Pengenalan dan pemasaran produk melalui penggunaan teknologi di luar kawasan.
2. Menyadari dan mengakomodasi permintaan pelanggan dan pasar.
3. Mengembangkan Produk Baru



- **Strategi ST: Memaksimalkan kekuatan perusahaan untuk menghindari dampak ancaman eksternal.**

1. Menyediakan Bakso Pentol isi tetelan pedas sebagai ciri khas Bakso Pentol Sarjana
2. Kosumen dapat custom atau meracik bumbu kuah atau saos sendiri
3. Bakso pentol yang dijual selalu fresh atau baru diproduksi

- **Strategi WT: Menekan kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.**

1. Mempromosikan Bakso Pentol di berbagai daerah
2. Membuat banner Bakso Pentol yang menarik calon konsumen saat melintas

Analisis SWOT terbagi atas 2 bagian yaitu analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Bakso Pentol Sarjana menyusun strategi untuk menganalisa lingkungan internal dan eksternal usahanya dengan cara:

1) Analisis Lingkungan Internal

a. Kekuatan (strength)

1. Tempat usaha yang strategis
2. Pelayanan yang ramah
3. Harga bakso pentol yang terjangkau

b. Kelemahan (weakness)

1. Pemilihan lokasi yang kurang bersih
2. Harga bahan baku yang tidak stabil
3. Tempat parkir yang tidak memadai

2) Analisis Lingkungan Eksternal

a. Peluang (opportunity)

1. Pemilihan tempat usaha yang tepat (pinggir jalanan yang ramai)
2. Daya beli masyarakat yang tinggi
3. Banyaknya pedagang lain di sekitar lokasi usaha

b. Ancaman (threat)

1. Banyaknya pesaing dengan usaha yang serupa
2. Tren pasar yang berubah-ubah
3. Peningkatan harga bahan baku mengikuti pasar

Kesimpulan



Berdasarkan penelitian di atas, ditemukan hasil yang dapat digunakan untuk menyusun strategi manajemen UMKM Bakso Pentol Sarjana yang membuat mereka lebih kompetitif. Misalnya, faktor lingkungan eksternal dan lingkungan internal dapat dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Selain itu, ada empat strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh Bakso Pentol Sarjana untuk mengembangkan bisnis mereka, yaitu:

1. Menerapkan strategi pemasaran S-O dengan melakukan perkembangan produk, dan ciri khas produk berdasarkan daerah yang sudah di targetkan, serta menggunakan teknologi untuk mempromosikan dan menjual produk agar dapat mencakup konsumen secara luas.
2. Strategi W-O Bakso Pentol Sarjana diimbau agar selalu memperhatikan keinginan pasar dan keinginan konsumen, keinginan pasar dan konsumen yang berubah-ubah mengharuskan Bakso Pentol Sarjana untuk melakukan inovasi rasa dan varian pentol secara berkala.
3. Dengan menerapkan strategi pemasaran S-T, Bakso Pentol Sarjana dapat membuat produk dengan ciri khas mereka sendiri. Misalnya, bakso pentol isi tetelan yang jumbo dengan saus pedas yang tidak ada di pesaing lainnya.
4. Strategi pemasaran W-T menuntut Bakso Pentol Sarjana untuk menampilkan hasil produk di luar ruang kalkulasi, sehingga produk tidak hanya dikenal di lingkungan usaha mereka tetapi menjangkau banyak konsumen di luar lingkungan usaha mereka. Dalam keadaan terancam seperti ini, Bakso Pentol Sarjana mempertahankan kepuasan konsumen mereka dengan memberi bonus 1 bakso pentol isi setiap pembelian Rp 10.000,-



Daftar Pustaka

- Deanova, S., Yunita, T., Moses, H., & Ramadan, R. (2023). Strategi Pengembangan Usaha (Ukm) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Di Wisata Kuliner Dan Tempat Pariwisata. *Cross-Border*, 6(1), 664–678.
- I Ketut Suardika, & Gede Ardana Yasa. (2023). Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Melalui Analisis SWOT Pada Usaha Dagang Di Desa Sari Mekar (Studi Kasus UD Toya Mertaada). *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 120–131. <https://doi.org/10.51903/jupea.v3i1.505>
- Ramadhan, H. F., Yunita, T., Ardiansyah, I., & Maulana, R. (2023). Analisis SWOT Pada UMKM (Baso Aci). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Juli, 13, 325–334. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8151236>
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.118>
- Syaiful, F. F., & Elihami, E. (2020). *Penerapan Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Usaha Minuman Kamsia Boba Milik Abdullah Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Bangkalan Article Info Abstrak*. www.bangkalankab.go.id.
- Tri Budiman. (2017). *Skripsi Analisis Swot Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)*.
- Yunita, T. (2022). Building strategic ambidexterity: the importance of networking capability and learning capability in SMEs. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 4(22), 50–59.)