

## Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk

Zianah Safitri<sup>1</sup>, Wendi El<sup>2</sup>, Viona Paskreyanti Sitorus<sup>3</sup>, Indah Noviyanti<sup>4</sup>  
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bangka Belitung

Alamat korespondensi: Gedung Timah II Lantai 2 FEB UBB Kampus Peradaban,  
Pangkalpinang, Bangka Belitung, 33254

E-mail: [jianasafitri880@gmail.com](mailto:jianasafitri880@gmail.com) [wendiel9797@gmail.com](mailto:wendiel9797@gmail.com) [vpaskreyanti@gmail.com](mailto:vpaskreyanti@gmail.com)

*Abstract* SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) analysis has become a common strategy in business development, especially in the culinary industry. Warung Makan Fun Balunijuk Village is one of the businesses in the culinary sector that uses SWOT analysis to develop its business strategy. As part of this research, a SWOT analysis was carried out to determine the position of Warung Makan Fun Balunijuk Village in the culinary industry and identify strengths, weaknesses, opportunities and threats related to its business. Based on the results of the SWOT analysis, Warung Makan Fun can continue to develop, but it requires a combination of SWOT analysis, such as implementing SO strategies, one example of which is holding local events by utilizing lots of seating; WO strategy, one example of which is improving financial management by using local events as a promotional tool; ST's strategy, one of which is maintaining affordable prices and fresh ingredients to face competition; and WT strategies, such as increasing menu innovation to remain competitive amidst competition, and so on.

**Keywords:** SWOT Analysis, Culinary Business, SWOT Matrix

**Abstrak** Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) sudah menjadi strategi umum dalam pengembangan bisnis khususnya di industri kuliner. Warung Makan Asyik Desa Balunijuk merupakan salah satu usaha di bidang kuliner yang menggunakan analisis SWOT untuk mengembangkan strategi bisnisnya. Sebagai bagian dari penelitian ini, analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui posisi Warung Makan Asyik Desa Balunijuk dalam industri kuliner dan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan bisnisnya. Berdasarkan hasil analisis SWOT, Warung Makan Asyik tersebut bisa semakin berkembang, namun diperlukan kombinasi dari analisis SWOT, seperti menerapkan strategi SO, salah satu contohnya mengadakan event-event lokal dengan memanfaatkan tempat duduk yang banyak; strategi WO, salah satu contohnya meningkatkan pengelolaan keuangan dengan menggunakan event lokal sebagai sarana promosi; strategi ST, salah satunya mempertahankan harga terjangkau dan bahan segar untuk menghadapi persaingan; dan strategi WT, seperti meningkatkan inovasi menu untuk tetap kompetitif di tengah persaingan, dan sebagainya.

**Kata Kunci :** Analisis SWOT, Bisnis Kuliner, Matriks SWOT

### PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan sebuah bisnis yang pastinya sudah sering kita jumpai di manapun. Makanan sudah menjadi hal yang wajib untuk di konsumsi oleh setiap orang. Dari tiga pokok kebutuhan manusia yakni sandang, pangan, dan papan, salah satunya terdapat makanan sehingga tentu hal yang berkaitan dengan makanan akan senantiasa terus dicari oleh manusia. Baik usaha besar seperti cafe atau restoran besar maupun usaha yang kecil seperti pedagang kecil dan warung makan, bisnis kuliner tetap akan memenuhi kebutuhan orang, yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk beristirahat, menikmati hidangan makanan dan minuman sebelum melanjutkan aktivitas lainnya. Bisnis kuliner pun menjadi semakin berkembang dan meningkat pesat, terutama di Provinsi Bangka Belitung. Namun yang dinamakan dengan dunia bisnis itu pasti

ada kata persaingan di dalamnya. Dengan kata lain, persaingan dalam berbisnis terjadi ketika satu pebisnis dengan pebisnis lainnya yang memang tidak bisa dihindarkan. Maka dari itu, dalam era bisnis yang sangat dinamis dan kompetitif, perusahaan harus mempunyai strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan kinerja.

Salah satu metode dalam menyusun strategi bisnis adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats). Analisis SWOT adalah proses mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan formulasi yang tepat dan implementasi strategi bisnis yang optimal. Pengembangan bisnis yang efektif dan efisien memerlukan strategi yang tepat dan analisis yang cermat. Dalam industri restoran, analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman) telah menjadi strategi populer untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan mengatasi ancaman terkait bisnis. Penerapan analisis SWOT dalam pengembangan strategi bisnis membantu perusahaan untuk merancang rencana yang realistis dan terfokus. Ini juga memungkinkan pengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber daya secara efektif dan mengidentifikasi inisiatif strategis yang dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan jangka panjang. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan sering kali tidak pasti, memiliki pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis sangatlah penting.

Beberapa penelitian telah menggunakan analisis SWOT untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif. Misalnya saja penelitian Pradikta (2013) yang menggunakan analisis SWOT untuk menyusun strategi pengembangan objek wisata Waduk Gununglowo Indah yang fokus pada peningkatan pendapatan daerah. Studi ini menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja dan daya saingnya. Dalam penelitian Misdaniawan dan Purwanto (2017), analisis SWOT digunakan untuk menyusun strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan business model canvas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja dan daya saingnya. Selain itu, analisis SWOT juga digunakan dalam berbagai bidang seperti manajemen keuangan, pemasaran, dan perbankan syariah. Singkatnya, analisis SWOT adalah alat yang sangat berguna untuk mengembangkan strategi bisnis dan membantu perusahaan meningkatkan kinerja dan daya saing.

Warung Makan Asyik Desa Balunijuk telah menjadi bagian penting dalam upaya pengembangan usaha desa. Dalam penelitian ini kami menggunakan analisis swot untuk mengetahui strategi dan kinerja bisnis di warung makan Asyik desa balunijuk. Analisis SWOT memungkinkan Warung Makan Asyik Desa Balunijuk untuk menentukan posisi bisnisnya di

industri kuliner dan mengidentifikasi strategi yang digunakan untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

Desa Balunujuk, sebuah Desa di Bangka Belitung yang menjadi pusat pengembangan usaha khususnya industri kuliner. Warung Makan Asyik Desa Balunujuk telah menjadi bagian penting dalam upaya pengembangan usaha desa tersebut. Dalam beberapa tahun terakhir, desa tersebut telah mengambil beberapa inisiatif untuk meningkatkan potensi bisnisnya, seperti memberikan pelatihan tentang produk halal kepada pelaku ekonomi. Dalam konteks ini, Warung Makan Asik Desa Balunujuk mempunyai potensi besar untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya dengan mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan efisien. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT dapat membantu menyusun strategi bisnis Warung Makan Asik Desa Balunujuk yang lebih efektif dan efisien.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT, seperti yang dijelaskan oleh Setiadi dan Sutanto (2021), merupakan sebuah proses di mana tim manajemen mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpotensi mempengaruhi kinerja perusahaan di masa mendatang. Proses ini memberikan gambaran yang berguna bagi perusahaan atau organisasi dalam mengevaluasi kondisi dan situasi mereka, serta mengklasifikasikan faktor-faktor tersebut sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman.

Dalam melaksanakan analisis SWOT, perusahaan atau organisasi dapat menilai kondisi dan situasi mereka, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal. Analisis ini merupakan bagian integral dari proses perencanaan, yang bertujuan untuk mengembangkan strategi yang meminimalkan risiko dan kelemahan sambil memaksimalkan peluang dan kekuatan. Dalam konteks pengambilan keputusan-keputusan yang strategis, analisis ini memiliki kaitan yang cukup erat dengan pencapaian terhadap visi, misi, berbagai strategi, instrument tujuan, dan kebijakan perusahaan (Adrian et al., 2021).

Salah satu bentuk analisis lingkungan yang umum dilakukan adalah analisis SWOT. Menurut Nazarudin (2020), analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi pencapaian tujuan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Instrumen yang digunakan dalam analisis SWOT meliputi:

1. Kekuatan (Strengths): Merupakan faktor internal yang merupakan keunggulan atau kompetensi unik dari organisasi atau perusahaan.
2. Kelemahan (Weaknesses): Merupakan kondisi internal yang melemahkan organisasi atau perusahaan, baik dalam hal sarana dan prasarana, kualitas sumber daya manusia, kepercayaan konsumen, maupun kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar.
3. Peluang (Opportunities): Merupakan kondisi eksternal yang menguntungkan bagi organisasi atau perusahaan.
4. Ancaman (Threats): Merupakan kondisi eksternal yang mengancam kelancaran tujuan organisasi atau perusahaan.

Setelah analisis SWOT dilakukan, strategi dapat dikembangkan dengan memanfaatkan matriks SWOT, yang terdiri dari empat jenis strategi: SO (Strengths-Opportunities), WO (Weaknesses-Opportunities), ST (Strengths-Threats), dan WT (Weaknesses-Threats).

Ini adalah sarana untuk mengembangkan sebuah usaha dengan empat jenis strategi, yaitu (Umar, 2020):

1. Strategi SO, ialah strategi yang memanfaatkan keahlian yang ada dan usaha internal untuk memanfaatkan peluang dari luar.
2. Strategi WO, yaitu strategi yang bertujuan untuk mengatasi kekurangan internal dalam organisasi dengan memanfaatkan peluang eksternal, sehingga kekurangan tersebut bisa diperbaiki.
3. Strategi ST, dikatakan sebagai strategi yang memberi acuan untuk kekuatan internal sekaligus menggunakan berbagai cara untuk terhindar ancaman yang datang dari luar.
4. Strategi WT, yakni suatu strategi yang sifatnya defensif, hal ini bertujuan untuk memberi penanganan dalam kekurangan internal serta menghindari ancaman-ancaman yang berasal dari luar.

Keuntungan dari analisis SWOT, seperti yang dijelaskan oleh Fatimah (2020), antara lain:

1. Dapat memperoleh gambaran secara menyeluruh tentang kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman yang sedang dihadapi dalam suatu organisasi atau perusahaan.

2. Bisa mendapatkan panduan dan suatu rekomendasi untuk dapat memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal, sekaligus mengatasi kelemahan dan menghindari ancaman.

Tujuan dari penerapan terhadap analisis SWOT pada organisasi atau perusahaan adalah untuk memberikan pandangan dan arahan agar perusahaan lebih fokus dan dapat mengambil keputusan yang tepat dari berbagai sudut pandang (Putri, 2021).

### **Pengembangan Strategi Bisnis**

Rahman Hasibuan dan Arneish (2023) menyatakan bahwa usaha merupakan salah satu elemen penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, dengan aktivitasnya yang meliputi berbagai kegiatan yang dilakukan oleh penyedia barang atau jasa. Sementara itu, Peterson memberikan definisi bisnis sebagai serangkaian kegiatan yang terkait dengan penjualan dan pembelian barang serta jasa secara konsisten. Karyoto (2021) menyimpulkan bahwa pengembangan usaha atau bisnis merupakan upaya untuk mengembangkan aktivitas, produk, penjualan, konsumen, laba, serta nilai dan distribusi produk.

- a. **Aktivitas**

Aktivitas yang dilakukan ini melibatkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh karyawan. Jumlah dan jenis kegiatan ini bervariasi tergantung pada skala operasi perusahaan.

- b. **Produk**

Produk merupakan barang atau jasa yang diperdagangkan di pasar melalui transaksi. Transaksi ini melibatkan produsen dan konsumen, dimulai dari proses penawaran hingga permintaan.

- c. **Pelanggan**

Pelanggan adalah individu atau entitas yang membeli atau menggunakan produk atau jasa. Dalam era globalisasi, barang dan jasa dapat berpindah ke negara lain, memberikan kesempatan bagi pengusaha untuk memperluas pangsa pasar mereka.

- d. **Pasar**

Pasar adalah tempat di mana produk atau jasa ditawarkan dan dijual kepada konsumen. Jumlah penjualan dipengaruhi oleh jumlah konsumen yang melakukan pembelian.

e. Transaksi

Transaksi terjadi ketika ada pertukaran uang dengan barang atau jasa. Pihak yang menyediakan barang atau jasa adalah perusahaan, sedangkan yang membayar adalah pelanggan atau pembeli.

f. Profitabilitas

Profitabilitas adalah hasil dari selisih antara pendapatan dan biaya. Untuk meningkatkan laba, perusahaan harus meningkatkan pendapatan atau mengurangi biaya produksi dan operasional.

Menurut Kotler (dalam Aminah, 2020), Strategi ialah suatu rencana dan rancangan agar dapat mencapai sasaran yang diinginkan dalam suatu unit bisnis. Salah satu strategi pengembangan usaha adalah:

1. Peningkatan Skala Produksi Upaya untuk meningkatkan produksi, teknologi, dan infrastruktur perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengurangi biaya produksi dalam jangka panjang dan mencapai skala ekonomis yang optimal.
2. Diversifikasi Usaha Melalui diversifikasi, perusahaan dapat menambah produk atau layanan baru yang berbeda dari yang telah ada, serta menggunakan teknologi yang berbeda. Diversifikasi memungkinkan perusahaan untuk memperluas ruang lingkup kegiatan ekonomis dan mencapai efisiensi biaya yang lebih besar.

### **Usaha Kuliner**

Pangan merupakan kebutuhan esensial bagi manusia yang harus dipenuhi secara rutin. Konsumsi pangan harus memenuhi standar gizi yang sehat. Di Indonesia, ragam pangan sangatlah beragam, mencakup mulai dari pangan tradisional hingga internasional. Era globalisasi telah memperluas penyebaran pangan internasional, termasuk di Indonesia. Diversifikasi cita rasa dalam pangan mendorong inovasi produsen untuk menciptakan variasi baru yang menarik minat konsumen. Dengan terus berkembangnya produk dan tren, masyarakat sering kali penasaran dan ingin mencoba hal baru. Oleh karena itu, sektor kuliner menjanjikan sebagai pilihan usaha karena permintaan akan pangan selalu ada.

Usaha kuliner melibatkan transaksi penjualan makanan dan minuman dengan tujuan utama memperoleh keuntungan. Aspek-aspek seperti harga, kualitas, rasa, dan tampilan harus diperhatikan agar penjualan dapat mencapai target yang diinginkan. Menurut Klasifikasi Baku Usaha Indonesia (KLBI) 2021 Lembaga OSS – Kementerian Investasi/BKPM, usaha kuliner mencakup berbagai jenis layanan, mulai dari penyajian di tempat, swalayan, hingga pesanan dibawa pulang, baik dengan atau tanpa tempat duduk. Raharjo menjelaskan bahwa usaha kuliner bukan hanya menyediakan pangan, tetapi juga sebagai tempat untuk bersosialisasi, pertemuan bisnis, dan lainnya. Keberhasilan dan kelangsungan usaha kuliner dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti lokasi, produk, harga, dan promosi. Setiap usaha kuliner minimal harus memiliki satu karakteristik penyajian makanan, seperti makanan disajikan langsung kepada konsumen di tempat, pengantaran melalui pesanan atau diantar ke rumah oleh konsumen, atau pengiriman makanan melalui platform pemesanan online.

## **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 dengan metode deskriptif biasanya menjelaskan karakteristik situasi dan kondisi yang diamati (Supriyanto dan Maharani, 2013). Observasi adalah pengamatan tentang fenomena yang sedang diselidiki (Hadi dalam Supriyanto dan Maharani, 2013). Dalam pengamatan ini, peneliti bertindak sebagai pengamat yang tidak terlibat secara langsung dalam situasi yang diamati (Supriyanto dan Maharani, 2013). Pengamatan dimulai dengan mengamati lokasi usaha, kebersihan tempat, dan ketersediaan tempat duduk. Tujuan dari pengamatan ini adalah untuk memudahkan analisis SWOT, di mana hasil pengamatan tersebut akan digunakan untuk menilai kinerja usaha.

Wawancara adalah suatu tahapan dan proses untuk mendapatkan berbagai informasi dengan melakukan komunikasi dengan dialog antara peneliti dan responden (Supriyanto dan Maharani, 2013). Wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang usaha yang sedang dijalankan dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada pemilik usaha.

Setelah melalui tahapan observasi dan wawancara, data-data tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi posisi Warung Makan Asyik Desa Balunijuk dalam industri kuliner serta faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi bisnisnya.

1. Pengumpulan data: Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara lapangan di

Warung Makan Asyik Desa Balunijuk.

2. Analisis Data: Data diklasifikasikan menjadi dua jenis (data internal dan data eksternal). Data internal meliputi, informasi mengenai kelebihan dan kelemahan Warung Makan Asyik Desa Balunijuk seperti Sumber Daya Manusia, Infrastruktur, dan Strategi Bisnis. Data eksternal mencakup informasi mengenai peluang dan risiko yang terkait dengan Warung Makan Asyik Desa Balunijuk, seperti tren konsumen, persaingan, dan peraturan pemerintah.
2. Analisis SWOT: Data dikategorikan menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Faktor internal meliputi kelemahan dan kekuatan, sedangkan yang meliputi faktor eksternal yaitu ancaman dan peluang. Analisis SWOT dilakukan dengan menggunakan tabel analisis SWOT dan matriks SWOT untuk mengetahui posisi Warung Makan Asyik Desa Balunijuk dalam industri kuliner.
3. Perumusan Strategi: Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi bisnis yang direkomendasikan untuk Warung Makan Asyik Desa Balunijuk adalah diversifikasi produk dan pasar. strategi ini didasarkan pada kekuatan internal yang ada dan kesempatan yang tersedia di pasar. karena itu, metode penelitian ini dilakukan agar membantu Warung Makan Asik Desa Balunijuk untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT dapat membantu dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan efisien serta perubahan dalam lingkungan bisnis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah melakukan observasi dan wawancara, maka baru bisa dibentuk analisis SWOTnya yang dalam hal ini akan menggambarkan situasi dan kondisi usaha yang sedang dijalankan serta strategi-strategi apa saja yang tentu harus ditetapkan dan diterapkan dalam menjalankan usaha tersebut dengan suatu matriks SWOT.

- **Kekuatan (Strengths)**

Kekuatan merupakan suatu kondisi atau situasi yang menjadi pembeda positif bagi suatu organisasi atau perusahaan. Faktor yang mempengaruhi kekuatan tersebut antara lain aspek yang memberikan nilai positif dan keunggulan bersaing yang signifikan. Hal inilah yang membedakan suatu organisasi atau bisnis dengan pesaingnya dan memuaskan konsumen, pelanggan, atau pemangku kepentingan. Menyadari kekuatan-kekuatan tersebut merupakan langkah penting dalam kemajuan suatu organisasi atau perusahaan, yang dilanjutkan dengan

langkah nyata untuk memperkuat dan mempertahankan keunggulan tersebut agar perusahaan dapat berkembang lebih baik.

- Kelemahan (Weakness)

Kelemahan mengacu pada kondisi atau aspek yang mewakili kelemahan suatu organisasi atau perusahaan. Setiap organisasi atau perusahaan mempunyai kelemahan. Namun pertanyaan kuncinya adalah bagaimana strategi dapat dikembangkan untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan kelemahan-kelemahan tersebut. Kelemahan dapat disebabkan oleh banyak hal, antara lain: Contoh: keterbatasan fasilitas, kualitas sumber daya manusia yang buruk, kepercayaan konsumen dan pelanggan yang dipertanyakan, dll. Kelemahan dapat diterjemahkan menjadi keunggulan unik yang sulit ditiru oleh pesaing.

- Peluang (Opportunities)

Peluang mengacu pada situasi atau kondisi di luar organisasi atau bisnis yang dapat memberikan keuntungan. Peluang dapat berupa tren pasar yang menunjukkan minat terhadap produk Anda, mengidentifikasi produk yang belum diperhatikan pasar, mengubah ketentuan perdagangan dengan pesaing lain, atau hubungan positif dengan konsumen. Dalam mengoptimalkan peluang, Anda tidak perlu mengejar setiap peluang, Anda perlu melakukan analisis lebih lanjut untuk menentukan peluang mana yang paling potensial.

Beberapa situasi dan kondisi yang sering dijadikan peluang untuk keunggulan sebuah organisasi atau perusahaan antara lain sebagai berikut:

- a. Adanya suatu kecenderungan pasar yang tertarik pada suatu produk tertentu
- b. Adanya identifikasi pada suatu produk yang belum memperoleh perhatian dari pasar.
- c. Adanya perubahan kondisi perdagangan dengan pesaing-pesaing lainnya.
- d. Adanya hubungan baik dengan konsumen.

- Ancaman (Threat)

Ancaman adalah situasi atau kondisi di luar organisasi atau bisnis yang berpotensi mengganggu operasional. Ancaman terdiri dari berbagai faktor lingkungan yang berdampak

negatif terhadap suatu organisasi. Ancaman dapat dikategorikan berdasarkan tingkat keparahan dan kemungkinan terjadinya. Ancaman yang berat mempunyai dampak yang besar dan lebih besar kemungkinannya untuk terjadi, sedangkan ancaman yang tidak berat mempunyai dampak yang lebih kecil dan kecil kemungkinannya untuk terjadi. Ancaman ini penting untuk segera diatasi agar tidak menghambat terwujudnya visi dan misi perusahaan Anda.

Berdasarkan hasil dari wawancara dan observasi kelompok kami, maka baru dapat dibentuk analisis SWOT dalam usaha yang tentunya dapat menerangkan sebuah situasi usahanya saat ini dan strategi yang harus diterapkan agar usaha tersebut tetap berjalan lebih baik melalui matriks SWOT. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil dari Analisis SWOT Warung Asyik.

**Tabel 1. Analisis SWOT Warung Asyik di Desa Balunijuk**

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemilik usaha melayani konsumen dengan sangat baik</li> <li>• Harga makanan dan minuman tergolong terjangkau</li> <li>• Tempat duduk yang cukup banyak</li> <li>• Proses penyajian makanan yang cepat sehingga cocok bagi pelanggan yang membutuhkan makan cepat</li> <li>• Bahan makanan yang segar dan berkualitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan dan promosi tidak menggunakan media digital</li> <li>• Tempat parkir untuk kendaraan kurang luas</li> <li>• Pengelolaan keuangan yang belum optimal</li> <li>• Kurangnya inovasi dalam menu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki menu yang banyak dibandingkan dengan usaha sejenis</li> <li>• Memiliki pelanggan tetap</li> <li>• Lokasi terbelang dekat dengan sebuah perguruan tinggi, cocok untuk mahasiswa/mahasiswi yang ingin mencari makan yang dekat</li> <li>• Bekerja sama dengan aplikasi pengiriman makanan untuk memperluas jangkauan pasar</li> <li>• Mengadakan event-event lokal yang dapat menarik pelanggan baru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat banyak usaha yang sejenis</li> <li>• Konsumen bisa saja pindah ke tempat pesaing</li> <li>• Fluktuasi pada harga bahan baku</li> <li>• Perubahan kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi operasional</li> </ul>

**Tabel 2. Matriks SWOT Warung Asyik di Desa Balunijuk**

<i>Strategi SO</i>	<i>Strategi WO</i>	<i>Strategi ST</i>	<i>Strategi WT</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variasi jenis makanan dan minuman ditambah dengan harga yang tetap terjangkau (S2,01)</li> <li>• Mengadakan event-event lokal dengan memanfaatkan tempat duduk yang banyak(S3,05)</li> <li>• Mengoptimalkan pelayanan ramah untuk menarik pelanggan event-event lokal (S4,04)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Testimoni pelanggan dan pengenalan pada makanannya sebagai bentuk promosi(W1,01,02)</li> <li>• Meningkatkan pengelolaan keuangan dengan menggunakan event lokal sebagai sarana promosi(W3,05)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperkuat pelayanan untuk mempertahankan konsumen lama(S1,T1)</li> <li>• Mempertahankan harga terjangkau dan bahan segar untuk menghadapi persaingan (S2,S5,T1)</li> <li>• Menggunakan lokasi strategis untuk tetap menarik pelanggan meski ada fluktuasi ekonomi (S6,T3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan promosi yang konsisten untuk mendapatkan konsumen baik (W1,T1)</li> <li>• Meningkatkan inovasi menu untuk tetap kompetitif di Tengah persaingan (W4,T1)</li> <li>• Mengoptimalkan promosi untuk menghadapi perubahan kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi operasional (W1,T4)</li> </ul>

Setelah melakukan analisis SWOT terhadap Warung Makan Asyik, kami menemukan beberapa poin penting yang dapat mempengaruhi perkembangan strategi bisnis.

- Kelebihan warung makan antara lain keunggulan dari segi kualitas makanan, keterjangkauan, dan lokasi yang strategis. Faktor-faktor ini memberikan keunggulan kompetitif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.
- Namun terdapat beberapa kelemahan (weakness) sebagai berikut. Contohnya termasuk penjualan dan promosi belum dengan media digital, tempat parkir untuk kendaraan kurang luas, pengelolaan keuangan yang belum optimal, kurangnya inovasi dalam menu. Unsur-unsur tersebut perlu diperbaiki untuk meningkatkan efisiensi dan daya tarik warung.
- Dari sisi peluang, terdapat potensi besar dalam meningkatnya permintaan akan makanan sehat dan ramah lingkungan serta tren digitalisasi yang memungkinkan penggunaan layanan pesan antar online. Peluang ini bisa Anda manfaatkan untuk

memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

- Ancaman yang kami hadapi saat ini mencakup persaingan yang ketat dari warung makan dan makanan cepat saji lainnya serta perubahan preferensi konsumen yang dapat merugikan jika tidak diantisipasi dengan baik.

### **Hasil Perumusan Strategi**

Berdasarkan hasil analisis SWOT dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan.

- Untuk memanfaatkan kekuatan yang ada, Warung Makan Asyik dapat fokus pada peningkatan kualitas layanan dan pengembangan menu baru dan inovatif. Tujuan dari strategi ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengembangkan segmen pasar baru.
- Mengatasi kelemahan memerlukan peningkatan operasi melalui pelatihan karyawan dan penggunaan teknologi untuk menyederhanakan proses. Selain itu, mendiversifikasi menu Anda dengan menambahkan pilihan makanan sehat dapat menarik lebih banyak pelanggan.
- Untuk memanfaatkan peluang tersebut, Warung Makan Asyik dapat menerapkan sistem pemesanan online dan berkolaborasi dengan layanan pesan antar. Hal ini tidak hanya membuat hidup lebih mudah bagi pelanggan, namun juga memperluas jangkauan pasar. Selain itu, promosi melalui media sosial dan program loyalitas pelanggan dapat meningkatkan kesadaran dan keterlibatan.
- Strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi ancaman antara lain analisis pesaing secara berkala untuk memahami tren pasar dan preferensi konsumen. Diversifikasi produk dan inovasi layanan juga penting untuk menjaga daya saing. Secara keseluruhan, perumusan strategi berdasarkan analisis SWOT diharapkan dapat membantu dalam pertumbuhan dan perkembangan warung makan dalam dinamika pasar yang kompetitif.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Usaha berjualan kuliner bisa dikatakan usaha yang tentu banyak diminati dan sudah banyak tersebar di kalangan masyarakat, terkhusus makanan adalah salah satu dari 3 kebutuhan besar pokok masyarakat, yakni papan, pangan, dan sandang. Salah satu usaha kuliner yang ada di Desa Balunijuk adalah usaha kuliner Warung Makan Asyik.

Setelah melakukan analisis dalam penelitian, maka bisa disimpulkan bahwa Warung Makan Asyik Desa Balunijuk, sebuah usaha di bidang kuliner yang menggunakan analisis SWOT untuk mengembangkan strategi bisnisnya. Usaha kuliner itu telah memiliki kondisi yang cukup baik (jumlah kekuatan dan peluang melebihi jika dianalisis jumlahnya dengan kelemahan dan ancaman). Hanya saja agar Warung Makan Asyik tersebut bisa semakin berkembang, diperlukan kombinasi dari analisis SWOT, seperti menerapkan strategi SO, salah satu contohnya mengadakan event-event lokal dengan memanfaatkan tempat duduk yang banyak; strategi WO, salah satu contohnya meningkatkan pengelolaan keuangan dengan menggunakan event lokal sebagai sarana promosi; strategi ST, salah satunya mempertahankan harga terjangkau dan bahan segar untuk menghadapi persaingan; dan strategi WT, seperti meningkatkan inovasi menu untuk tetap kompetitif di tengah persaingan, dan sebagainya.

### **Saran**

Saran yang dapat diberikan:

1. Diharapkan kepada pemilik Warung Asyik Desa Balunijuk agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usahanya, baik faktor lingkungan internal maupun eksternal.
2. Pelaku ekonomi diharapkan dapat mengembangkan usahanya dengan menggunakan alternatif strategi yang dipilih dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks SWOT.
3. Dengan menggunakan analisis SWOT, Warung Makan Asyik Desa Balunijuk memperluas keunggulan kompetitif dan meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan kekuatan internal, mengatasi kelemahan, dan mengantisipasi ancaman terkait bisnis.
4. Oleh karena itu, analisis SWOT akan membantu Warung Makan Asyik Desa Balunijuk dalam menyusun strategi bisnis yang lebih efektif dan efisien.

### **DAFTAR PUSTAKA**

David, Fred R. Manajemen Strategis Konsep. Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. Teknik Analisis SWOT. Anak Hebat Indonesia, 2016.

Hokianto. H.F., (2023). Analisis SWOT Pada Usaha Kuliner (Studi Pada Warung Mas

Damar Di Kota Pontianak). Universitas Widya Dharma Pontianak: Jurnal Manajemen.

Jannah.M., & dkk. (2023). Analisis SWOT di Rumah Makan Sutan Mudo Sakato (SMS)

- Desa Sebapo, Mestong Jambi Dalam Meningkatkan Daya Saing. Jambi: Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Bisnis (JIMEB).
- Muhardi. Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- Tatimu, C. (2014). Analisis SWOT Terhadap Pemasaran pada Rumah Makan Pondok Selera 88 IT Center.
- Wilujeng, M.N.G., & dkk. (2024). Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT pada Rumah Makan Griyo Semar Mesem. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam.
- Kementerian Pendidikan Nasional. (2010). Modul 3: Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: Kementrian Pendidikan Nasional.
- Maidayanti, G. H., Buwono, S., & Aminuyati. (2013). SWOT Analysis Usaha Rumah Makan Pondok Ale-Ale. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran, 2(12).
- Nazarudin, H. (2020). Manajemen Strategik. Palembang: NoerFikri Offset.
- Putri, Z. E., & dkk. (2021). Strategi Pasar Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan E Commerce di Indonesia. Jurnal Manajemen Bisnis, 10, 216-220.
- Rahman, M. Fatur. Teknik Analisis SWOT Untuk Menyusun KKP DIKLATPIM dan RENSTRA. Malang: AFJ Mobicons, 2012.
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, M. (2020). Analisis SWOT. Dipetik 11 27, 2023, dari Pengertian, Tujuan, Aspek, Kuadran dan Matriks : [https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis SWOT.html](https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis-SWOT.html)
- Umar, H. (2020). Manajemen Strategik: Konsep dan Analisis. Jakarta: The Jakarta Business Research Center. Retrieved <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/793/1/Buku%20MS%20draft.pdf>
- Wahyudi, A. S. (1996). Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik. Tangerang: Binarupa Aksara.