
Analisis Permasalahan Healthy Food Dengan Menggunakan Metode SWOT

Gustiano Aditya Gunawan¹, Aditya Prakoso^{2*}, Ahmad Naufal^{3*}, Muhammad Daffa Widyatmaka^{4*}, Muhammad Muttaqin Ilham^{5*}

^{1,2}Program Studi Kewirusahaan, Fakultas Ekonomi Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta

^{1,2}Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Corresponding e-mail: muttaqinuar@students.amikom.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan bisnis pada industri makanan sehat menggunakan metode analisis SWOT. Latar belakangnya adalah meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat dan permintaan yang tinggi untuk produk makanan sehat dan bergizi. Namun, industri makanan sehat juga menghadapi tantangan seperti persaingan ketat dan perubahan tren konsumen. Metode penelitian melibatkan populasi perusahaan makanan sehat di wilayah tertentu. Sampel ditentukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan ukuran dan reputasi perusahaan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Kesimpulan utama adalah perusahaan makanan sehat memiliki kekuatan dalam inovasi produk, branding yang kuat, dan distribusi luas. Namun, mereka juga menghadapi kelemahan seperti biaya pembuatan yang tinggi dan ketergantungan pada pasokan bahan baku tertentu. Peluang yang ada meliputi permintaan global yang meningkat dan dorongan pemerintah untuk gaya hidup sehat. Namun, mereka juga menghadapi ancaman seperti persaingan ketat dari perusahaan makanan konvensional dan perubahan regulasi. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis makanan sehat melalui analisis SWOT. Implikasinya adalah pentingnya perusahaan untuk memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, dan memanfaatkan peluang di pasar untuk mengembangkan strategi pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang.

Kata kunci: analisis SWOT; bisnis makanan sehat; kekuatan; kelemahan; peluang; ancaman.

Abstract

This research aims to analyze business problems in the healthy food industry using the SWOT analysis method. The background is increasing public awareness of the importance of a healthy lifestyle and high demand for healthy and nutritious food products. However, the health food industry also faces challenges such as intense competition and changing consumer trends. The research method involves a population of healthy food companies in a particular region. The sample was determined using a purposive sampling technique based on company size and reputation. Data was collected through interviews, observation and documentation studies. Data analysis uses SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats facing the company. The main conclusion is that healthy food companies have strengths in product innovation, strong branding, and wide distribution. However, they also face disadvantages such as high production costs and dependence on the supply of certain raw materials. Opportunities include increasing global demand and government encouragement for healthy lifestyles. However, they also face threats such as stiff competition from conventional food companies and regulatory changes. This research provides a new contribution to understanding the factors that influence healthy food businesses through SWOT analysis. The implication is that companies need to exploit strengths, overcome weaknesses, and take

advantage of opportunities in the market to develop long-term growth and sustainability strategies.

Keywords: *SWOT analysis; healthy food business; strength; weakness; opportunity; threat.*

1. Pendahuluan

Penelitian ini berfokus pada analisis permasalahan bisnis industri makanan sehat menggunakan metode SWOT. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya gaya hidup sehat, permintaan untuk produk makanan sehat juga mengalami peningkatan yang signifikan. Namun, di tengah potensi pertumbuhan yang besar, industri makanan sehat dihadapkan pada berbagai tantangan dan kompleksitas. Meskipun ada peningkatan permintaan akan makanan sehat, industri ini masih menghadapi sejumlah masalah, termasuk penetrasi pasar yang terbatas, perubahan preferensi konsumen yang cepat, serta persaingan yang ketat dari pemain besar dan kecil. Meskipun telah ada solusi seperti strategi pemasaran yang lebih cerdas dan inovasi produk, namun batasan solusi tersebut masih memerlukan pemahaman yang lebih mendalam. Terdapat kebutuhan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan dalam literatur terkait analisis SWOT yang khusus untuk industri makanan sehat. Penelitian ini akan mengisi gap tersebut dengan menggabungkan pendekatan SWOT dengan konteks bisnis makanan sehat, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang tantangan dan peluang yang dihadapi industri ini. Kajian-kajian awal tentang topik ini mencakup analisis SWOT dalam konteks bisnis secara umum, namun sedikit yang secara spesifik fokus pada industri makanan sehat (Kusmiyati et al., 2022). Penelitian selanjutnya telah menerapkan SWOT dalam konteks industri makanan sehat, dengan penekanan pada identifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kesuksesan bisnis. Karya-karya terkini juga menyoroti pentingnya strategi pemasaran dan inovasi produk, namun sebagian besar masih belum komprehensif mengintegrasikan analisis SWOT dengan dinamika unik dari industri makanan sehat.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dengan mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan SWOT yang disesuaikan secara khusus untuk industri makanan sehat, sehingga memberikan wawasan yang lebih dalam dan aplikatif bagi pemangku kepentingan dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar makanan sehat.

2. Metode Penelitian

2.1 Desain penelitian

Adapun desain penelitian disajikan pada Gambar 1.

Analisis healthy food	Observasi	Implementasi	Launching	Kesimpulan
<ul style="list-style-type: none"> • Salad • Jus buah • Smoothies 	<p>Jus buah for Face skin</p> <ul style="list-style-type: none"> • Timun • Tomato • Jambu <p>Inovasi Menggunakan Pemanis alami (Stevia), tinggi vitamin</p>	<p>Membuat sari pati jus buah rendah gula dan menjaga Kesehatan kulit wajah.</p>	<p>Mengolah testimoni sample pelanggan</p>	<p>H0 Meminum jus buah timun membantu mencerahkan kulit wajah</p> <p>H1 Meminum Jus tetapi tidak membantu mencerahkan kulit wajah</p> <p>Kesimpulan H0 Setuju bahwa meminum jus tomat dan timun dapat membantu mencerahkan dan memperbaiki sel kulit wajah</p>

GAMBAR 1. Alur penelitian

- **Salad**, memiliki kandungan vitamin dan mineral yang tinggi serta dapat disesuaikan dengan selera masing-masing.
- **Jus buah**, memiliki kandungan vitamin dan mineral yang tinggi serta dapat disajikan dalam berbagai variasi.
- **Smoothies**, memiliki kandungan protein dan vitamin yang tinggi serta dapat disajikan dalam berbagai macam tekstur.

Analisis perbandingan makanan sehat ini dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai jenis makanan sehat di Yogyakarta melalui browsing di berbagai sumber yang tervalidasi.

2.1.1 Observasi

Adapun hasil observasi pada penelitian ini adalah:

i. **Jus buah for Face skin**

- Timun kaya akan vitamin C, vitamin K, dan antioksidan yang membantu mengatasi kulit kusam, hiperpigmentasi, dan dehidrasi.
- Tomato, tomat kaya akan vitamin A dan C yang membantu mengurangi jerawat, pigmentasi, dan kerutan.
- Jambu kaya akan vitamin C dan antioksidan yang membantu mengatasi kulit kusam dan dehidrasi.
- Inovasi Menggunakan Pemanis alami (Stevia), tinggi vitamin, menggunakan Stevia sebagai pemanis alami untuk mengurangi kandungan gula dalam

ii. **Jus.**

Jus buah yang kaya akan vitamin C dan antioksidan sangat efektif dalam menjaga kulit seimbang dan awet muda, dengan menggunakan Stevia sebagai pemanis alami dan tinggi vitamin dalam jus buah membuatnya lebih alami dan efektif.

2.1.2 Implementasi

Membuat sari pati jus buah dari timun, tomat, dan jambu yang rendah gula dengan menggunakan Stevia sebagai pemanis alami dan tinggi vitamin C dan antioksidan sangat efektif dalam menjaga kesehatan kulit wajah dengan menggunakan jus buah sebagai alternatif pengganti skincare yang lebih alami dan efektif.

2.1.3 Launching

Mengolah testimoni sample pelanggan dari tester produk, promo produk dengan ini menunjukkan bahwa hasil jus timun, jus tomat, dan jus jambu sangat efektif dalam meningkatkan kualitas kulit wajah, menurunkan jerawat, dan meningkatkan kecantikan, hasilnya sangat positif dan pelanggan sangat puas dengan produk jus kami. Membuat sari pati jus buah rendah gula dengan menggunakan Stevia sebagai pemanis alami dan tinggi vitamin C dan antioksidan sangat efektif dalam menjaga kesehatan kulit wajah dengan menggunakan jus buah sebagai alternatif pengganti skincare yang lebih alami dan efektif. Berdasarkan analisis testimoni sample dari 100 orang pelanggan tentang kepuasan dari produk healthy food kami dengan ini menyatakan 90% hasil survey meminum jus timun, jus tomat, dan jus jambu sangat efektif dalam meningkatkan kualitas kulit wajah, menurunkan jerawat, dan meningkatkan kecantikan, sedangkan 10% lainnya tidak memberikan feedbacknya. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa meminum jus buah timun, jus tomat, dan jus jambu dapat membantu mencerahkan dan memperbaiki sel kulit wajah, oleh karena itu, meminum jus timun, jus tomat,

dan jus jambu sangat direkomendasikan untuk menjaga kesehatan kulit wajah dan meningkatkan kecantikan.

2.2 Metode SWOT

Metode penelitian bisnis untuk produk makanan sehat memiliki beberapa faktor pendukung dan tantangan yang perlu dihadapi. Dari sisi kekuatan, meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pola makan sehat telah menciptakan permintaan yang stabil untuk produk makanan sehat. Pasar makanan sehat terus berkembang, menciptakan peluang pertumbuhan yang signifikan. Kemampuan berinovasi dalam pengembangan produk juga menjadi kekuatan, karena memungkinkan adaptasi terhadap tren dan preferensi konsumen yang berubah. Dukungan pemerintah melalui regulasi juga memberikan keunggulan tambahan. Namun, terdapat beberapa kelemahan yang harus diatasi. Biaya produksi tinggi karena bahan berkualitas dan proses produksi rumit menjadi hambatan utama. Persaingan dalam industri makanan sehat sangat ketat, dengan banyak pesaing memperebutkan pangsa pasar yang sama. Tantangan menciptakan produk sehat namun tetap menarik bagi konsumen, serta kesulitan mendapatkan distribusi luas juga perlu diperhatikan. Meskipun demikian, terdapat peluang signifikan di pasar makanan sehat. Tren global menuju gaya hidup sehat dan peningkatan literasi nutrisi membuka peluang pertumbuhan besar. Perkembangan e-commerce dan kerjasama dengan restoran atau ritel besar dapat meningkatkan visibilitas dan distribusi produk. Namun, perubahan regulasi, persaingan kuat, krisis ekonomi, dan perubahan tren konsumen merupakan ancaman yang harus diatasi dengan strategi yang tepat. Dengan memahami faktor-faktor ini, bisnis makanan sehat dapat merencanakan strategi efektif untuk pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang (Tajer & Demir, 2022).

2.3 Metode Matriks TOWS-K

Matriks TOWS-K, yang diperkenalkan oleh Wihrich, adalah alat bantu yang digunakan dalam formulasi strategi (Mangamis & Nugroho, 2023). Matriks ini menghubungkan berbagai variabel yang dapat menentukan keberhasilan perusahaan, yaitu ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan (Liani, 2019). Matriks TOWS-K terdiri dari delapan sel, di mana empat sel berisi inventarisasi variabel internal dan lingkungan bisnis eksternal, sedangkan empat sel lainnya berisi implikasi strategis yang berkaitan. Sel pertama berisi daftar kekuatan (*Strengths*) perusahaan yang telah berhasil dibangun oleh manajemen. Sel kedua berisi daftar kelemahan (*Weaknesses*) yang perlu diatasi. Sel ketiga berisi daftar peluang (*Opportunities*) bisnis yang ada saat ini dan yang akan datang. Sel keempat berisi daftar ancaman (*Threats*) yang sedang dihadapi saat ini dan yang akan datang. Sel kelima menampilkan strategi yang dipilih oleh manajemen berdasarkan kombinasi kekuatan dan peluang bisnis yang ada pada sel kekuatan dan sel peluang, yang biasa disebut sebagai strategi SO (Kardana & Lahindah, 2022). Selanjutnya, sel keenam menampilkan strategi yang dipilih berdasarkan kombinasi kelemahan dan peluang bisnis yang ada pada sel kelemahan dan sel peluang, yang biasa disebut sebagai strategi WO (atau strategi mini-maksi). Sel ketujuh menampilkan strategi yang dipilih berdasarkan kombinasi kekuatan dan ancaman bisnis yang ada pada sel kekuatan dan sel ancaman, yang biasa disebut sebagai strategi ST (atau strategi maksi-mini). Terakhir, sel kedelapan menampilkan strategi yang dipilih berdasarkan kombinasi kelemahan dan ancaman bisnis yang ada pada sel kelemahan dan sel ancaman, yang biasa disebut sebagai strategi WT (atau strategi mini-mini) (Tanaman et al., 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah berapa hasil dari penelitian, antara lain: ◦Berdasarkan hasil survei dari 100 orang responden yang menyatakan 90 % menerima produk jus buah sari pati dengan stevia da 10% responden tidak menjawab. Adapun hasil observasi disajikan pada Tabel 1.

TABEL 1. Hasil observasi

TIMUN	Membantu mengatasi kulit kusam, hiperpigmentasi, dan dehidrasi.	30%
TOMAT	Mengurangi jerawat, pigmentasi, dan kerutan.	20%
JAMBU	Membantu mengatasi kulit kusam dan dehidrasi.	40%

Berdasarkan hasil observasi pada Tabel 1, maka H0 adalah, Meminum jus buah timun membantu mencerahkan kulit wajah, sedangkan H1 adalah Meminum Jus tetapi tidak membantu mencerahkan kulit wajah. Sehingga H0 Setuju bahwa meminum jus tomat dan timun dapat membantu mencerahkan dan memperbaiki selkulit wajah. Berdasarkan Hipotesa yang kami hasilkan dari survey kami ini menyatakan bahwa H-0 diterima.

3.1 HASIL SWOT

3.1.1 Strength

- Menawarkan variasi makanan sehat seperti salad, jus buah, dan smoothies yang dapat disesuaikan dengan selera pelanggan.
- Menggunakan bahan-bahan yang berkualitas tinggi dan alami untuk menjaga kualitas makanan sehat.
- Membuat strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dan event untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap pentingnya makanan sehat.
- Menawarkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas makanan sehat yang ditawarkan.

3.1.2 Weakness

- Menu yang terbatas dapat membuat pelanggan merasa tidak ada pilihan yang sesuai dengan selera mereka.
- Biaya produksi yang tinggi dapat membuat harga jual makanan sehat menjadi lebih mahal.
- Ketergantungan pada bahan-bahan segar dapat membuat bisnis terganggu jika bahan-bahan tersebut tidak tersedia.
- Jaringan distribusi yang terbatas dapat membuat sulit untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

3.1.3 Opportunity

- Tren makanan sehat yang meningkat dapat membantu bisnis ini meningkatkan penjualan dan pendapatan.
- Kerjasama dengan pusat kesehatan dan wellness dapat membantu meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap pentingnya makanan sehat.
- Meningkatkan jaringan distribusi melalui platform online dapat membantu meningkatkan aksesibilitas dan penjualan.
- Kerjasama dengan influencer dapat membantu meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap pentingnya makanan sehat.

3.1.4 Threat

- Kompetisi dari bisnis makanan sehat lainnya dapat membuat sulit untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.

- b. Perubahan preferensi konsumen dapat membuat sulit untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.
- c. Gangguan pada rantai pasokan dapat membuat sulit untuk meningkatkan kualitas makanan sehat.
- d. Perubahan regulasi dapat membuat sulit untuk meningkatkan kualitas makanan sehat.

3.1.5 HASIL MATRIK TOWS-K

Berdasarkan hasil analisis SWOT, kami mendapatkan hasil analisis matriks TOWS-K sebagai berikut:

<p style="text-align: center;">Lingkungan internal dan lingkungan eksternal</p>	<p style="text-align: center;">1</p> <p>Kekuatan perusahaan (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Menawarkan variasi buah segar dan alami ● Mempromosikan produk melalui media sosial dan internet ● Menawarkan produk yang memenuhi standar gizi. ● Menggunakan bahan baku yang fresh dan berkualitas tinggi 	<p style="text-align: center;">2</p> <p>Kelemahan perusahaan (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Kesadaran Merek Rendah ● Bahan baku seperti buah-buahan segar cenderung mahal ● Masa Simpan Produk yang Pendek ● Tidak bisa dikirim keluar kota ● Persaingan Ketat karena merupakan bisnis Red Ocean
	<p style="text-align: center;">3</p> <p>Peluang bisnis (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Peningkatan kesadaran konsumen ● Kemajuan teknologi dalam pengemasan dan distribusi ● Bekerjasama dengan pemasok ● Menggunakan platform online untuk memperluas jangkauan pasar. 	<p style="text-align: center;">5</p> <p>Strategi S-O (Maksi-maksi)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Memasarkan jus buah sebagai produk premium dengan bahan baku organik dan segar yang sesuai dengan peningkatan kesadaran konsumen tentang kesehatan. ● Menggunakan kekuatan dalam proses produksi yang menjaga nutrisi untuk mengembangkan teknologi pengemasan baru yang dapat

4	7	8
<p>Ancaman bisnis (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persaingan yang ketat • Segmen pasar terbatas • Kenaikan harga bahan baku • Tantangan regulasi dan sertifikasi 	<p>Strategi S-T (maksimi-mini)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas produk dengan menggunakan bahan baku yang fresh dan berkualitas tinggi. • Meningkatkan penjualan dengan melakukan promosi yang lebih efektif dan beragam, sehingga dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan. 	<p>Strategi W-T (mini-mini)</p> <ul style="list-style-type: none"> • menjangkau konsumen yang sebelumnya belum terbiasa dengan produk sehat, namun kini mulai menyadari manfaat gaya hidup sehat. • melakukan diversifikasi sumber bahan baku dengan menjalin kerjasama dengan beberapa pemasok.

4. KESIMPULAN

Membuat sari pati jus buah rendah gula dengan menggunakan Stevia sebagai pemanis alami dan tinggi vitamin C dan antioksidan sangat efektif dalam menjaga kesehatan kulit wajah. Menggunakan jus buah sebagai alternatif pengganti skincare yang lebih alami dan efektif. Berdasarkan analisis testimoni sample pelanggan, meminum jus timun, jus tomat, dan jus jambu sangat efektif dalam meningkatkan kualitas kulit wajah, menurunkan jerawat, dan meningkatkan kecantikan. Untuk meningkatkan bisnis healthy food, perlu dilakukan implementasi yang efektif dengan menggunakan metode FMOI, dengan menggunakan metode FMOI, bisnis healthy food dapat meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap pentingnya makanan sehat, meningkatkan jaringan distribusi, dan meningkatkan penjualan dan pendapatan. Oleh karena itu, bisnis healthy food harus mempertahankan kekuatan, mengatasi kelemahan, dan memanfaatkan kesempatan yang ada untuk meningkatkan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

1. Dedy Kasingku, J. (2023). Peran Makanan Sehat Dalam Meningkatkan Kesehatan Fisik dan Kerohanian Pelajar. *Jurnal Pendidikan Mandala*, 8(3), 853–859.
2. Kardana, M. T., & Lahindah, L. (2022). Penerapan Strategy Blue Ocean Pada Kopi Biru Untuk Meraih Value Innovation. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(1), 19–34. <https://doi.org/10.61769/jabs.v6i1.511>
3. Kusmiyati, Rasmi, D. A. C., Sedijani, P., & Khairrudin. (2022). Penyuluhan Tentang Pentingnya Konsumsi Buah untuk Menjaga Imunitas Tubuh. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(4), 6–11. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i4.2222>
4. Kusumasondjaja, S. (2023). Perbandingan Efektivitas Healthy Food Advertising di

- Instagram dengan Perbedaan Visual Aesthetics dan Information Quality. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(2), 185–200. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i2.268>
5. Liani, D. (2019). Analisis TOWS dalam Menentukan Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Volume Penjualan pada CV Permadi Karya Mandiri Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 4(2), 200–210.
 6. Manaf Bohari, A., Wei Hin, C., & Fuad, N. (2013). An analysis on the competitiveness of halal food industry in Malaysia: an approach of SWOT and ICT strategy. *Malaysia Journal of Society and Space*, 9(1), 1–11.
 7. Mangamis, M., & Nugroho, J. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Slice Waxed Di Pt Habe Dengan Menggunakan Metode Swot Dan Quantitative Strategi Planing Matrix (Qspm). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(12), 5652–5676.
 8. Putri, B. B., Perwitasari, S. D. N., & Pratopo, L. H. (2024). Business Development Strategy of “Healthfull” Brand Products Using SWOT-AHP Analyses. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 21(1), 132–144. <https://doi.org/10.17358/jma.21.1.132>
 9. Tajer, E., & Demir, S. (2022). Ecotourism strategy of UNESCO city in Iran: Applying a new quantitative method integrated with BWM. *Journal of Cleaner Production*, 376. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134284>
 10. Tanaman, U., Pada, H., & Pandemi, M. (2022). *1 , 2 I. 02(02)*, 161–170. <https://doi.org/10.56013/kub.v2i02.1713>
 11. (Dedy Kasingku, 2023)(Putri et al., 2024)(Kusumasondjaja, 2023)(Manaf Bohari et al., 2013)