
Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Swot Analysis Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Bisnis Nasuka Food

Syifa Azharia¹, Asyam Rafi Rusydi², Haifa Nafilah Kholda³, Anisatul Fitriah⁴, Lukman Nugraha⁵

^{1,2,3}Program Studi Teknik Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Lancang Kuning

^{1,2,3}Jl. Yos Sudarso KM. 8 Rumbai, Pekanbaru, Riau, telp. 0811 753 2015

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

Abstrak

Permasalahan terbesar dalam bisnis produksi makanan dan snack adalah tentang masalah keterbatasan dalam waktu produksinya yang membutuhkan waktu cukup lama. Jika semua proses dikerjakan dalam waktu yang singkat dan cepat, tentu sangat dikhawatirkan jika akan berdampak kurang baik pada hasil jajanan risol mayo sendiri baik pada rasa ataupun texturnya. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis permasalahan produksi pada risol mayo adalah metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Metode SWOT merupakan sebuah metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan suatu proyek, produk, organisasi, atau strategi bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis permasalahan produksi pada risol mayo menggunakan metode SWOT. Metode SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang berkaitan dengan suatu objek yang sedang dianalisis. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan observasi lapangan tentang produk risol mayo pada brand NASUKA RISOL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelemahan NASUKA RISOL terletak pada keterbatasan tempat produksi dan Chocomile keju tidak tahan lama dan mudah rusak. Rekomendasi penelitian ini adalah melakukan penambahan tempat produksi dan inovasi kemasan pada NASUKA RISOL.

Kata kunci: SWOT, analisis kelemahan, Bisnis, Risol Mayo

Abstract

The biggest problem in the food and snack production business is the problem of limitations in production time, which takes a long time. If all processes are done in a short and fast time, of course, it is very worrying if it will have a bad impact on the results of the Risol mayo snack itself, both on the taste and texture. One of the methods that can be used to analyze production problems in Risol Mayo is the SWOT method. The SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) method is an analysis technique used to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats related to a project, product, organization, or business strategy. The objective of this study is to analyze the production problems of Risol Mayo using the SWOT method. The SWOT method is an analysis technique that is employed to identify an entity's internal strengths and weaknesses, as well as its external opportunities and threats. The data was collected by observing Risol mayo products under the NASUKA RISOL brand. The study results showed that the weakness of NASUKA RISOL lies in the limitation of production sites, and Chocomile cheese is not durable and easily damaged. The recommendation of this study is to add production sites and packaging innovations to NASUKA RISOL.

Keywords: SWOT, Weakness analysis, Business, Mayo Risol.

1. Pendahuluan

Salah satu produksi jajanan yang disukai oleh foodist adalah Risol mayo. Produksi jajanan, khususnya jajanan risol mayo memerlukan waktu yang cukup lama untuk mendapatkan hasil dan target yang diharapkan dengan tepat waktu. Terlebih saat konsumen melakukan pesanan dalam jumlah banyak secara mendadak untuk jangka waktu yang sangat dekat, tentu hal ini akan bermasalah dalam ketersediaan bahan baku produksi yang ada. Dalam proses dan produksi risol mayo sendiri melibatkan beberapa tahapan seperti memasak isian, membuat adonan kulit, dan menggoreng risol, yang tentunya setiap tahapan dalam proses tersebut membutuhkan waktu yang cukup lama. Permasalahan terbesar dalam bisnis produksi makanan dan snack adalah tentang masalah keterbatasan dalam waktu produksinya yang membutuhkan waktu cukup lama. Jika semua proses dikerjakan dalam waktu yang singkat dan cepat, tentu sangat dikhawatirkan jika akan berdampak kurang baik pada hasil jajanan risol mayo sendiri baik pada rasa ataupun texturenya. Terlebih dengan jumlah karyawan yang tidak banyak yang mengakibatkan kurangnya tenaga kerja dalam memproduksi risol mayo menjadi masalah tersendiri. Untuk merekrut karyawan baru tentu tidak mudah apalagi dengan waktu dekat. Dalam masalah ini kita akan bisa melihat masalah yang akan muncul akibat keterbatasan waktu dalam produksi Risol Mayo serta solusi yang tepat untuk mengatasi dan bisa diterapkan untuk masalah tersebut. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk melakukan analisis permasalahan produksi pada risol mayo adalah metode swot. Metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah sebuah metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan suatu proyek, produk, organisasi, atau strategi bisnis. Metode SWOT membantu dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja atau kesuksesan suatu entitas (Mashuri & Nurjannah, 2020).

Berikut adalah penjelasan singkat tentang setiap elemen SWOT. Kekuatan (*Strengths*) merujuk pada faktor-faktor positif yang ada di dalam suatu organisasi dan memberikan keunggulan dalam kompetisi. Hal ini meliputi aset yang berharga, kemampuan yang dimiliki oleh karyawan, reputasi merek yang kuat, teknologi yang maju, atau proses yang efisien yang membedakan organisasi tersebut dari pesaingnya. Mengidentifikasi kekuatan-kekuatan yang penting merupakan langkah krusial dalam memahami di mana organisasi memiliki keunggulan dan bagaimana dapat memanfaatkannya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kelemahan (*Weaknesses*) merujuk pada elemen internal yang membatasi atau menghambat kinerja suatu organisasi. Hal ini mungkin disebabkan oleh keterbatasan sumber daya, kekurangan keterampilan staf, proses yang kurang efisien, atau masalah lain yang dapat menghalangi pencapaian tujuan organisasi. Mengenali kelemahan merupakan hal penting karena membantu organisasi dalam merancang strategi perbaikan dan meningkatkan kinerja mereka. *Opportunities* mengacu pada keadaan atau kondisi yang menguntungkan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan atau meraih keberhasilan. Secara luas, *opportunities* mencerminkan peluang yang ada dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konteks bisnis. Ancaman (*threats*) mengacu pada potensi atau kemungkinan terjadinya peristiwa yang dapat menyebabkan kerugian, bahaya, atau gangguan terhadap suatu sistem, organisasi, individu, atau lingkungan. Penggunaan metode SWOT dapat mengidentifikasi kekuatan juga kelemahan dalam perusahaan, peluang serta ancaman diluar perusahaan. Informasi ini digunakan untuk merancang strategi yang lebih efektif, mengatasi kelemahan yang ada, memaksimalkan kekuatan yang dimiliki, dan mengantisipasi atau mengelola risiko dan ancaman yang mungkin timbul. Berdasarkan banyak uraian diatas, Tujuan penelitian kita adalah melakukan analisis permasalahan pada produksi risol mayo menggunakan metode SWOT.

Beberapa penelitian metode SWOT, Penelitian dalam bidang kecerdasan buatan (AI) telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Teknologi AI banyak digunakan di berbagai sektor, seperti Badan Usaha Milik Negara (BUMN), universitas, dan pemerintahan. Studi ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengevaluasi implementasi teknologi AI. Sampel penelitian mencakup inkubator bisnis pemerintah dan BUMN, serta analisis konten terhadap beberapa penerapan AI yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan efektivitas dan efisiensi perusahaan merupakan

faktor utama yang mendorong tingginya tingkat adopsi teknologi AI. Namun, implementasi dan pengembangan teknologi AI tidak akan optimal jika tidak ditangani dengan cermat atau tidak diintegrasikan dengan teknologi lain, seperti teknologi pangan. Secara keseluruhan, studi ini mengungkapkan bahwa meskipun AI telah banyak dimanfaatkan di berbagai sektor, keberhasilannya masih bergantung pada pengelolaan yang tepat dan integrasi dengan teknologi lain yang terkait (Rukmayuninda Ririh et al., 2020).

Selanjutnya, Salah satu bisnis yang semakin diminati oleh para pelaku bisnis di Indonesia adalah bisnis kedai kopi. Bisnis kedai kopi semakin diminati di Indonesia, namun terdampak pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi, peluang, dan tantangan bisnis kedai kopi selama pandemi. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan kedai kopi berada pada posisi "Tumbuh dan Bangun", sehingga strategi intensif yang sesuai adalah penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar (A Luntungan et al., 2019).

2. Metode Penelitian

Adapun alur atau kerangka penelitian yang dilakukan pada studi ini disajikan pada Gambar 1.

Melakukan analisis tentang makanan manis	Observasi	Implementasi	Launching di lapangan	Menyimpulkan hasil
<ul style="list-style-type: none"> - Pisang coklat - Lumpia lumer - Terangbulan - Kue Panchong - Risol - cromboloni 	<p>Eksperimen yang dimunculkan: Tanpa Sayur, dengan sosis, Mayonise, Bawang Bombay, Telur, Coklat</p>	<p>Risol Chocomile keju: Dibuat dengan bahan-bahan tepung terigu, tekur, minyak, garam, coklat batang, susu, milo, coklat bubuk, keju, tepung panir</p>	<p>Rasanya enak, kulit risol lembut, coklat lumer</p>	<p>H-0 : Orang orang menyukai Risol Chocomile keju H-1: Orang orang tidak menyukai risol Chocomile keju</p>

Gambar 1. Alur kerangka penelitian

2.1.1 Analisis tentang makanan manis

Analisis berbandingan makanan manis ini dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai jenis makanan manis di Yogyakarta melalui browsing diberbagai sumber yang tervalidasi.

2.1.2 Observasi

Pada tahap ini kita melakukan eksperimen untuk mendapatkan inovasi makanan manis dengan mengkombinasikan berbagai parameter antara lain tanpa Sayur, dengan sosis, Mayonise, Bawang Bombay, Telur, Coklat.

2.1.3 Implementasi

Pada tahap ini kita menginovasi kan Risol *Chocomile* keju dengan menambahkan bahan-bahan tepung terigu, telur, minyak, garam, coklat batang, susu, milo, coklat bubuk, keju, tepung panir dengan tujuan memberikan cita rasa lebih lezat dari sebelumnya.

2.1.4 Launching Lapangan

Sebagai Langkah untuk launching dilapangan maka kita melakukan tester produk, promo produk dan meminta beberapa orang untuk memberikan testimoni terhadap risol *chocomile*.

2.1.5 Menyimpulkan Hasil

Dari hasil survei 100 orang pembeli risol chocomile keju yang mengisi survei tentang kepuasan pelanggan terhadap rasa risol *chocomile* keju, yang tidak mengembalikan hasil survei sebanyak 10%. Sedangkan 90% lainnya menyatakan bahwa 70 orang menyatakan bahwa product baru risol chocomile enak, sisanya yang lain menyatakan hal yang berbeda.

2.2 Metode SWOT

Analisis SWOT adalah kerangka kerja analisis strategis. Analisis SWOT mengevaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi suatu proyek, bisnis, atau situasi. Dengan mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor tersebut, organisasi dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan. (Dwi, 2014). Dengan mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor ini, suatu organisasi dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Analisis SWOT merupakan komponen penting dalam manajemen strategis. Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk menghasilkan profil perusahaan yang mencakup kekuatan serta kelemahan internal perusahaan. Profil ini kemudian digunakan untuk membandingkan dengan peluang dan ancaman eksternal yang mungkin dihadapi. Dengan demikian, strategi yang efektif dapat dirumuskan dan diimplementasikan oleh perusahaan (Mashuri & Nurjannah, 2020).

2.3 Metode Matriks TOWS-K

Matriks TOWS-K, yang diperkenalkan oleh Wihrich, adalah alat bantu yang digunakan dalam formulasi strategi. 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 yang berisi inventarisasi faktor internal dan faktor eksternal bisnis, 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 (Strengths-Opportunities). 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 (Weaknesses-Opportunities) (Tajer & Demir, 2022). 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)

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil survei dari 70 orang responden yang menyatakan menerima produk baru risol chocomile keju. Berdasarkan H-0 : Orang-orang menyukai Risol Chocomile keju dan H-1: Orang-orang tidak menyukai risol *Chocomile* keju. Berdasarkan hipotesa yang kita miliki, maka hasil survei menyatakan bahwa H-0 diterima.

3.1 Hasil SWOT

Setelah kami menganalisis bisnis risol mayo Nasuka food, kami mendapatkan SWOT sebagai berikut:

3.1.1 Strength

Nasuka food memiliki karyawan yang ahli dalam bidang membuat kulit dan membentuk risol, Produksi secara masal, Segmentasi pasar yang bagus, Memiliki outlate offline dan online, menyediakan Pembayaran non tunai dan tunai, dan memiliki *Reseller* .

3.1.2 Weaknes

Kelemahan Nasuka food adalah produk yang mudah rusak dan tidak tahan lama, produktivitas kerja karyawan yang kurang maksimal, tempat produksi yang tidak luas, jumlah karyawan yang terbatas, dan produk yang tidak bisa dikirim keluar kota.

3.1.3 Opportunity

Nasuka food memiliki beberapa peluang dari pertumbuhan konsumen yang cukup relative cepat, loyalitas konsumen terhadap produk, harga yang lebih murah karena bekerjasama dengan pemasok, serta peluang untuk produk dijual oleh reseller.

3.1.4 Thread

Ancaman yang dihadapi Nasuka Food berupa penurunan daya beli karena munculnya pesaing baru, segmen pasar terbatas, kurangnya jumlah karyawan, dan tertutup oleh trend-trend makanan baru di pasaran.

3.2 Hasil Matrik TOWS-K

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

Lingkungan internal dan lingkungan eksternal	1	2
	Kekuatan perusahaan (S) <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki karyawan yang ahli dalam bidang membuat kulit dan membentuk risol • Produksi secara masal • Segmentasi pasar • Memiliki outlate offline dan online • Pembayaran non tunai dan tunai • Reseller 	Kelemahan perusahaan (W) <ul style="list-style-type: none"> • Mudah rusak dan tidak tahan lama • Produktivitas kerja karyawan • Tidak memiliki tempat produksi yang luas • Jumlah karyawan terbatas • Tidak bisa dikirim keluar kota
3	5	6
Peluang bisnis (O) <ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan konsumen • Trend jajanan manis • Event / Bazar 	Strategi S-O (Maksi-maksi) <ul style="list-style-type: none"> • Menambah jumlah Produksi • Menambah Jumlah Resslerer • Membuka stand pada event / Bazar 	Strategi W-O (mini-maksi) <ul style="list-style-type: none"> • Membuat varian frozen agar dapat dikirim keluar kota • Membuat inovasi rasa atau inovasi jajanan
4	7	8
Ancaman bisnis (T) <ul style="list-style-type: none"> • Penurunan daya beli • Pesaing yang bertambah • Segmen pasar terbatas • Muncul nya trend-makanan baru 	Strategi S-T (maksi-mini) <ul style="list-style-type: none"> • Membuat proyeksi produksi dengan daya beli masyarakat yang ada • Memberikan kualitas makanan baik dari kebersihan, rasa dll. • Dapat mengkombinasi dengan jajanan trend kekininan 	Strategi W-T (mini-mini) <ul style="list-style-type: none"> • Menambah fokus target segmentasi pasar • Memproduksi jajanan kekininan sebagai produk sampingan

Kesimpulan dari analisis diatas adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* dalam suatu proyek atau bisnis. Faktor-faktor tersebut membentuk akronim SWOT. Analisis SWOT terdiri empat faktor utama, yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Faktor kekuatan

merupakan kompetensi khusus atau keunggulan-keunggulan lain yang memberikan nilai tambah atau keunggulan komparatif bagi bisnis makanan (Malonda & Moniharapon, 2019).

Meskipun kelemahan namun hal yang wajar dalam segala hal, yang terpenting adalah bagaimana pelaku bisnis makanan dapat meminimalkan atau bahkan mengubah kelemahan menjadi keunggulan yang tidak dimiliki oleh kompetitor.

Peluang merujuk pada kondisi lingkungan eksternal dimana dapat memperoleh sesuatu yang menguntungkan dan dapat dijadikan formulasi pada bisnis makanan. Ancaman, di sisi lain, merupakan faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi pelaku bisnis makanan. Jika ancaman tidak ditanggulangi, dapat menjadi hambatan atau penghalang bagi kemajuan bisnis makanan itu sendiri.

4. Kesimpulan

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau bisnis. Kekuatan adalah kompetensi khusus atau keunggulan-keunggulan lain yang memberikan nilai tambah atau keunggulan kompetitif bagi pelaku bisnis makanan. Meskipun kelemahan adalah hal yang wajar, yang terpenting adalah bagaimana pelaku bisnis dapat meminimalkan atau bahkan mengubah kelemahan menjadi keunggulan yang tidak dimiliki kompetitor. Peluang merujuk pada kondisi lingkungan eksternal yang menguntungkan dan dapat dimanfaatkan dalam pengembangan bisnis makanan. Sebaliknya, ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan, seperti banyaknya olahan makanan baru. Jika ancaman tersebut tidak diatasi, dapat menjadi hambatan atau penghalang bagi kemajuan bisnis makanan.

Daftar Pustaka

1. A Luntungan, W. G., Tawas, H. N., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2019). STRATEGI PEMASARAN BAMBUDEN BOULEVARD MANADO: ANALISIS SWOT BAMBUDEN BOULEVARD MANADO MARKETING STRATEGY: SWOT ANALYSIS. 7(4), 5495–5504.
2. Dwi, S. (2014). Analisis Swot Sebagai Strategi Perusahaan dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *El-Qudwah*, 10, 1–10.
3. 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.
4. Malonda, P. M., & Moniharapon, S. (2019). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN BAKSO BAPER JOGJA SWOT ANALYSIS IN DETERMINING MARKETING STRATEGIES AT THE JOGJA BAPER MEATBALL RESTAURANT. *Loindong 3827 Jurnal EMBA*, 7(3), 3827–3836.
5. Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
6. Rukmayuninda Ririh, K., Laili, N., Wicaksono, A., & Tsurayya, S. (2020). STUDI KOMPARASI DAN ANALISIS SWOT PADA IMPLEMENTASI KECERDASAN BUATAN (ARTIFICIAL INTELLIGENCE) DI INDONESIA. In *Jurnal Teknik Industri* (Vol. 15, Issue 2).
7. 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>