

**PENETAPAN STRATEGI BISNIS DENGAN ANALISIS SWOT
PADA USAHA SARI KEDELAI BU ADE**

***DETERMINE THE BUSINESS STRATEGY OF SARI KEDELAI BU ADE BUSINESS
WITH A SWOT ANALYSIS***

Sri Sari Utami¹, Rahayu Widowati
Akademi Pertanian Yogyakarta

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in the Indonesian economy. However, on the other hand, MSMEs are faced with various challenges in maintaining their business continuity. This study aims to determine the business strategy of Sari Kedelai Bu Ade business with a SWOT analysis. SWOT analysis is done by identifying the company's internal (Strengths-Weakness) and external (Opportunities-Threats) conditions. The results of the SWOT analysis show that Sari Kedelai Bu Ade business is located in quadrant 1, namely aggressive strategy. This shows that Sari Kedelai Bu Ade business has the opportunity to grow by taking advantage of existing strengths and opportunities. Alternative SO strategies that can be applied include providing excellent service, expanding market segments, cooperation with parcel delivery services, mapping consumers and discounts at certain opportunities.

Key-words: strategy, SWOT analysis, MSME

INTISARI

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran yang penting bagi perekonomian Indonesia. Namun, di sisi lain UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis pada usaha Sari Kedelai Bu Ade dengan analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi kondisi internal (Strengths-Weakness) dan eksternal (Opportunities- Threats) perusahaan. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha Sari Kedelai Bu Ade berada pada kuadran 1, yaitu strategi agresif. Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha Sari Kedelai Bu Ade mempunyai peluang untuk tumbuh dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Alternatif Strategi SO yang bisa diterapkan antara lain memberikan pelayanan prima, perluasan segmen pasar, kerjasama dengan jasa pengiriman parcel, pemetaan konsumen dan diskon pada momen tertentu.

Kata kunci: strategi, analisis SWOT, UMKM

¹ Alamat penulis untuk korespondensi: Sri Sari Utami . email: sari.sariutami@gmail.com

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional Indonesia melalui pembentukan produk domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga memiliki ketahanan ekonomi sehingga mendukung stabilitas sistem keuangan dan ekonomi. Perkembangan perekonomian yang positif juga ditunjukkan oleh UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Di DIY, UMKM menguasai 98,4% dari total unit usaha, dan menyerap hingga 79% tenaga kerja (Muqoddam, 2021). Data dari Dinas Koperasi dan Usaha, Kecil, dan Menengah (UKM) DIY menunjukkan bahwa berdasarkan survei tahunan pada 2018, tercatat 98,2 persen perekonomian di DIY disumbangkan oleh sektor UMKM (Ginting, 2020).

Pandemi Covid 19 menjadi tantangan besar bagi keberlangsungan dan pengembangan UMKM di DIY. Peran besar UMKM terhadap perekonomian dihadapkan pada kondisi ketidakpastian di tengah pandemi Covid-19. Banyak usaha yang harus gulung tikar karena perekonomian yang lesu. Meskipun mempunyai kontribusi yang besar, UKM tetap rentan terhadap perubahan kondisi ekonomi. Beberapa UKM yang hanya berumur pendek, mengalami berbagai gejolak, dan banyak yang tidak bertahan lama, bahkan hanya sedikit yang mencapai pertumbuhan substansial (Wiesner & Millett, 2012). Kondisi ini tergambarkan dari UMKM di Yogyakarta, dimana sebanyak 44% UMKM harus melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap sebagian karyawannya selama pandemi covid-19. Karena itulah, Pemerintah Daerah DIY menilai upaya pemulihan ekonomi harus diawali dari UMKM (Anonim, 2021). Pelaku UMKM di DIY memiliki peran yang strategis untuk menopang pemulihan ekonomi pada masa pandemi.

Agar tetap berada dalam bisnis yang kompetitif, manajer UKM tidak boleh hanya mengandalkan pendekatan intuitif dalam menemukan strategi untuk mengatasi masalah atau untuk memperluas pasar. Keunggulan kompetitif dapat dicapai apabila UKM memilih strategi bisnis yang tepat dengan proses manajemen strategis (Kraus, Kauranen, & Reschke, 2011). Penerapan manajemen strategis adalah untuk meningkatkan daya saing, mengurangi biaya, meningkatkan pengambilan keputusan, memfasilitasi penerapan sistem motivasi karyawan, mempersingkat waktu pengiriman, dan meningkatkan kualitas kepuasan pelanggan (Holátová & Březinová, 2018). Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Analisis SWOT juga berperan untuk mengidentifikasi sejauh mana strategi organisasi saat ini mampu menghadapi perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis (Rangkuti, 2014).

SWOT merupakan kombinasi dari empat istilah utama sebagai Strength, Opportunity, Weakness dan Threats. Bentuk analisis ini menyediakan manajer dengan kritis pandangan internal organisasi dan lingkungan eksternal dan membantu mereka mengevaluasi pencapaian misi perusahaan. Kekuatan perusahaan mencerminkan kompetensi inti yang dimiliki perusahaan. Kompetensi inti adalah kemampuan yang dihargai pelanggan dan pesaing sulit untuk menirunya. Kekuatan juga mengacu pada kemampuan yang dimiliki untuk dapat bersaing dan tumbuh kuat. Kelemahan adalah kekurangan yang melekat yang menghalangi pertumbuhan dan kelangsungan hidup seseorang. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan bersifat internal. Peluang adalah peluang bagus yang tersedia untuk pertumbuhan. Ancaman adalah tantangan yang

sangat besar, yang mungkin menekan kekuatan, memperburuk kelemahan, dan melumpuhkan peluang yang dimanfaatkan. Peluang dan ancaman berasal dari lingkungan dan merupakan kondisi eksternal (Boone & Kurtz, 2012).

Tantangan pengembangan usaha juga dihadapi oleh usaha-usaha di bidang pertanian termasuk pada sektor hilir, salah satunya pada pengolahan pangan. Berbagai produk harus bersaing untuk dapat mencapai keuntungan perusahaan dengan memahami kebutuhan konsumen dengan baik. Salah satu usaha yang mempunyai peluang adalah pengolahan kedelai menjadi minuman sari kedelai. Sari kedelai banyak dijadikan pilihan oleh mereka yang memiliki alergi pada susu sapi. Manfaat susu kedelai yang berlimpah, memberikan kesempatan perluasan segmen pasar karena sari kedelai dapat dikonsumsi konsumen berbagai kelompok umur, dengan takaran yang ideal. Meningkatnya kasus covid-19 di Indonesia berimplikasi pada meningkatkan berbagai produk yang baik untuk kesehatan, termasuk sari kedelai. Sari kedelai dijadikan alternatif pilihan minuman fungsional pengganti susu sapi. Sari kedelai merupakan minuman serupa susu yang diproduksi dari kedelai. Sari kedelai mengandung protein, karbohidrat, kalsium, phosphor, zat besi, provitamin A, Vitamin B kompleks (kecuali B12) dan air. Kedelai sebagai bahan baku utama diketahui mengandung sembilan asam amino esensial yang sangat penting bagi tubuh sebagai antibodi (Utami, 2016).

Menurut Pearce & Robinson, (2008), analisis SWOT perlu dilakukan oleh perusahaan untuk mencocokkan antara sumber daya internal yang dimiliki dan situasi eksternal yang ada. Pencocokan yang baik dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan dan meminimumkan kelemahan dan ancamannya. Hal ini akan berimplikasi terhadap pembentukan design strategi yang sukses.

Analisis SWOT juga disebut sebagai suatu alat perencanaan strategik yang penting untuk membantu perencana dalam membandingkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan kesempatan dan ancaman eksternal (Boone & Kurtz, 2012).

Beberapa manfaat dari analisis SWOT yang dilakukan oleh sebuah perusahaan antara lain dapat dipakai untuk mengetahui posisi perusahaan dalam kancah persaingan dengan perusahaan sejenis, sebagai pijakan dalam mencapai tujuan perusahaan, serta berperan sebagai upaya untuk menyempurnakan strategi yang telah ada, sehingga strategi perusahaan senantiasa bisa mengakomodir setiap perubahan kondisi bisnis yang terjadi (Wardoyo, 2011). Beberapa penelitian terdahulu terkait penggunaan analisis SWOT disampaikan oleh Erniati, Handayani, & Irwanto, 2021; Inayati, Evianah, & Prasetya, 2018; Kumalasari, 2016; Miharja, 2018. Analisis SWOT juga digunakan untuk penentuan strategi alternatif dan strategi prioritas dalam melaksanakan pengembangan usahatani (Halimah, Nuddin, & Jawas, 2020). Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan pentingnya penerapan analisis SWOT bagi pengembangan usaha untuk dapat menentukan strategi yang tepat bagi masing-masing usaha. Berbagai permasalahan dan tantangan yang harus dihadapi UMKM dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut juga dialami oleh usaha Sari Kedelai Bu Ade, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bisnis yang bisa diterapkan sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober sampai Desember 2021 berlokasi di UMKM Sari Kedelai Bu Ade, Sleman, D.I Yogyakarta. Penelitian dengan analisis SWOT termasuk dalam kategori penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan

data sekunder. Data Primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan UMKM Sari Kedelai Bu Ade. Dukungan data sekunder diperoleh melalui studi literatur dari jurnal dan referensi lainnya yang terkait dengan penelitian.

Analisis SWOT merupakan analisis yang dilakukan dengan menggambarkan implementasi strategi pemasaran melalui empat komponen yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Matriks Strength-Weakness-Opportunity-Threat (SWOT) merupakan alat penting untuk membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi, yaitu SO (Strengths-Opportunities), WO (Weakness-Opportunities), ST (Strengths-Threats), dan WT (Weaknesses-Threats). Informasi yang diperoleh mengenai kondisi usaha dari Sari

Kedelai Bu Ade, selanjutnya dilakukan pengelompokkan berdasarkan kondisi internal (Strengths-Weaknesses), dan eksternal (Opportunities - Threats). Komponen-komponen tersebut kemudian diberikan rating dan pembobotan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tersedianya informasi mengenai lingkungan pemasaran, pelanggan dan juga pesaing menjadi hal yang penting bagi penetapan sebuah strategi yang tepat bagi perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha Sari Kedelai Bu Ade, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 1. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Item	Bobot	Rating	Skor bobot
Kekuatan/Strength (S)			
Tersedia dalam berbagai varian rasa	0,10	4,00	0,40
Tanpa bahan pengawet	0,07	4,00	0,27
Tersedia dalam berbagai ukuran kemasan	0,13	3,00	0,40
Harga terjangkau dibandingkan produk pesaing	0,13	3,00	0,40
Sudah memiliki sertifikat halaI, MD, merk terdaftar	0,10	4,00	0,40
Pemasaran dilakukan secara online melauai aplikasi Go Food, Grabfood, Tukoni, Yummy food, Si Bakul, Facebook, Instagram, Tokopedia dan penjualan secara langsung ke konsumen, dan juga outlet	0,13	4,00	0,53
Sub total			2,40
Kelemahan/ Weakness (W)			
Pencatatan laporan masih dilakukan secara sederhana	0,10	1,00	0,10
Produk belum tersedia di supermarket	0,07	1,00	0,07
Daya simpan produk lebih pendek dibandingkan produk yang diproduksi oleh pabrik	0,07	2,00	0,13
Kurangnya pemanfaatan sosial media	0,10	2,00	0,20
Sub total			0,50
Total	1,00		2,90

Tabel 2. External Factor Analysis Summary (EFAS)

Item	Bobot	Rating	Skor bobot
Peluang/Opportunity (O)			
Naiknya permintaan sari kedelai sebagai upaya menjaga kesehatan	0,10	4,00	0,41
Berbagai manfaat sari kedelai untuk kesehatan	0,10	3,00	0,31
Meningkatnya trend dan gaya hidup sehat dengan konsumsi sari kedelai sebagai pengganti susu sapi	0,10	4,00	0,41
Adanya dukungan Pemerintah Daerah untuk meningkatkan penjualan online melalui Sibakul	0,10	4,00	0,41
Potensi pemasaran di luar D.I Yogyakarta	0,10	3,00	0,31
Semakin banyak aplikasi berbasis ponsel cerdas maupun platform online yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan produksi, rantai pasok, keuangan, dan pemasaran	0,14	4,00	0,55
Sub total			2,41
Ancaman/Threats (T)			
Harga dan ketersediaan bahan yang tidak stabil	0,07	2,00	0,14
Adanya berbagai produk-produk sejenis yang tersedia di pasaran	0,10	2,00	0,21
Adanya produk sari kedelai bubuk yang bisa lebih tahan lama	0,07	1,00	0,07
Selera konsumen yang terus berubah-ubah	0,10	2,00	0,21
Sub total			0,62
Total	1,00		3,03

Berdasarkan analisis kondisi internal dan eksternal yang ada pada usaha Sari Kedelai Bu Ade, beberapa alternatif strategi yang bisa diformulasikan antara lain:

Strategi S-O

1. Senantiasa memberikan pelayanan prima untuk konsumen lama maupun konsumen baru
2. Melakukan perluasan segmen pasar generasi muda
3. Melakukan kerjasama dengan jasa pengiriman paxel untuk mengirimkan produk ke luar kota
4. Melakukan pemetaan konsumen
5. Memberikan diskon/penawaran khusus dalam event tertentu misal 12.12

Strategi WO

1. Menggunakan aplikasi keuangan untuk mempermudah pencatatan produksi, penjualan dan stok
2. Meningkatkan promosi online dan offline
3. Melakukan riset dan pengembangan produk
4. Membuka kedai sari kedelai di wilayah D.I Yogyakarta
5. Menjalinkan kerjasama dengan rumah makan dan tempat wisata di wilayah D.I Yogyakarta

- 6. Merekrut tenaga kerja khusus untuk mengelola media sosial dan penjualan online

Strategi ST

- 1. Melakukan inovasi varian rasa dan kemasan
- 2. Membentuk petani binaan dengan komoditas utama kedelai
- 3. Menjaga ketersediaan dan kualitas bahan baku untuk menjaga mutu produk

- 4. Menjaga relasi dengan konsumen dengan promosi berkelanjutan

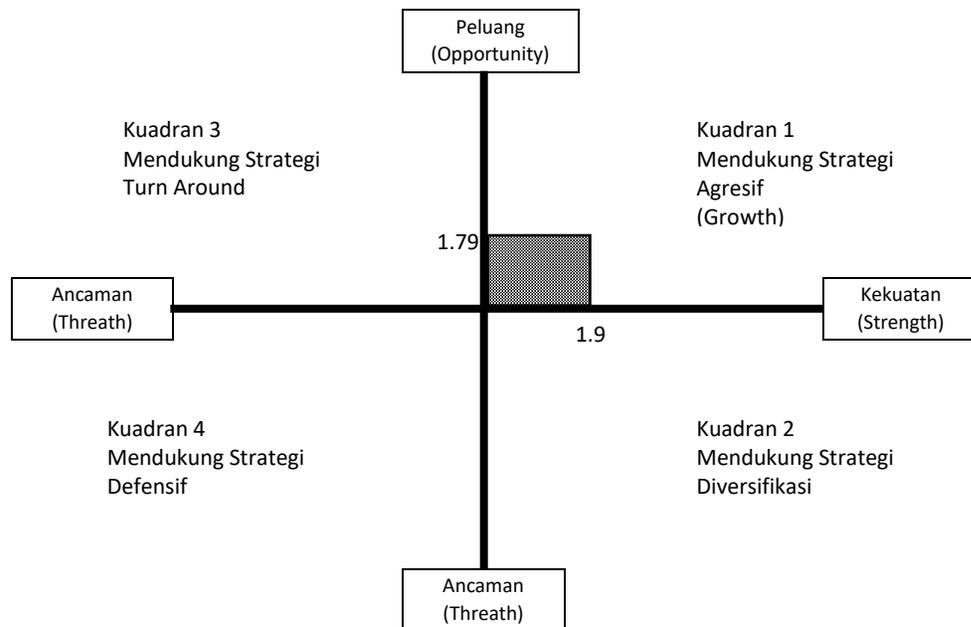
Strategi WT

- 1. Berpartisipasi dalam komunitas UMKM untuk pengembangan jaringan bisnis
- 2. Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan pemasaran secara keseluruhan

Rekapitulasi skor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha Sari Kedelai Bu Ade adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Rekapitulasi skor IFAS dan EFAS

	Item	Nilai	Selisih nilai
IFAS	Kekuatan	2,40	2,40 - 0,50 = 1,90
	Kelemahan	0,50	
EFAS	Peluang	2,41	2,41 - 0,62 = 1,79
	Ancaman	0,62	



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Strategi Bisnis pada Usaha MinumanSari Kedelai Bu Ade

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 3 diperoleh titik temu antara faktor internal dan eksternal yang dapat menggambarkan kuadran SWOT usaha Sari Kedelai Bu Ade. Titik temu pada diagram SWOT dapat dilihat pada gambar 1:

Rangkuti (2014) menyatakan bahwa kombinasi dari faktor internal dan eksternal perusahaan akan menggambarkan posisi strategi perusahaan saat ini. Berdasarkan hasil analisis matrik SWOT pada Gambar 1, diketahui bahwa usaha Sari Kedelai Bu Ade berada pada kuadran 1. Pada kuadran 1 SO (Strength –Opportunity), menunjukkan bahwa usaha Sari Kedelai Bu Ade berada pada situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan yang berada pada kuadran 1 dapat memilih strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif atau *growth oriented strategy*. Strategi tersebut mencakup strategi-strategi yang mendukung perusahaan agar dapat memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada guna mencapai kesuksesan yang lebih besar. Kuadran I (positif, positif) juga menggambarkan bahwa usaha Sari Kedelai Bu Ade merupakan organisasi kuat dan berpeluang untuk tumbuh dan meraih kemajuan usaha.

KESIMPULAN

Usaha Sari Kedelai Bu Ade berada pada kuadran 1, yaitu mendukung strategi agresif. UMKM dan berpeluang untuk tumbuh dan meraih kemajuan usaha dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Alternatif Strategi SO pada usaha Sari Kedelai Bu Ade antara lain memberikan pelayanan prima, perluasan segmen pasar, kerjasama dengan jasa pengiriman paxel, pemetaan konsumen dan diskon pada momen tertentu misalnya 12.12.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2021). Pemulihan Ekonomi Harus Diawali dari UMKM. Retrieved from <https://jogjaprovo.go.id/berita/detail/9308-pemulihan-ekonomi-harus-diawali-dari-umkm>
- Boone, L., & Kurtz, D. (2012). *Contemporary marketing 15 th edition*. Boston: South-Western Cengage Learning.
- Erniati, A. N., Handayani, S., & Irwanto, T. (2021). The Marketing Strategy of Beverage Business Atzalzia Soy Milk in Bengkulu City. *Journal of Indonesian Management*, 1(2).
- Ginting, N. S. (2020). Pelaku UMKM di DIY Memiliki Peran Strategis pada Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi. Retrieved from <https://jogja.tribunnews.com/2020/08/20/pelaku-umkm-di-diy-memiliki-peran-strategis-pada-pemulihan-ekonomi-masa-pandemi>.
- Halimah, A. S., Nuddin, A., & Jawas, I. (2020). Strategi Pengembangan Usahatani Jagung Hibrida. *Jurnal Pertanian Agros*, 22(2), 147–157.
- Holátová, D., & Březinová, M. (2018). Management of Human Resource in Small and Medium-Sized Enterprises: Case Study. In *Entrepreneurship - Development Tendencies and Empirical Approach*. INTECH. <https://doi.org/10.5772/intechopen.70294>
- Inayati, T., Evianah, & Prasetya, H. (2018). Perumusan Strategi dengan Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UMKM Produk Sepatu di Mojokerto, Jawa Timur). *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3*, 217–231.
- Kraus, S., Kauranen, I., & Reschke, C. H. (2011). Identification of domains for a new conceptual model of strategic entrepreneurship using the configuration approach. *Management*

Research Review, 34(1), 58–74.
<https://doi.org/10.1108/01409171111096478>

Kumalasari, N. A. (2016). Perencanaan strategi promosi melalui analisis SWOT pada bisnis deliccy. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(2), 225–234. Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/145>

Miharja, K. (2018). Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 30–38. <https://doi.org/10.31311/jeco.v2i1.2252>

Muqoddam, F. (2021). Ekspor Jogja Melesat, Ditopang UMKM. Retrieved from <https://semarang.bisnis.com/read/20210916/536/1443608/ekspor-jogja-melesat-ditopang-umkm>.

Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2008). *Manajemen Strategis* (Edisi 10). Jakarta: Salemba Empat.

Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.

Utami, K. (2016). Mana yang Benar, Sari Kedelai atau Susu Kedelai? Retrieved November 30, 2021, from <https://panganpedia.com/ilmu-pangan/sari-kedelai-atau-susu-kedelai>

Wardoyo, P. (2011). *Enam Alat Analisis Manajemen*. Semarang University Press.

Wiesner, R., & Millett, B. (2012). Strategic approaches in Australian SMEs: Deliberate or emergent? *Journal of Management and Organization*, 18(1), 98–122. <https://doi.org/10.5172/jmo.2012.18.1.98>