

ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (Studi Kasus Pada Warung Bakso Jawir)

Nabila Azharatun Nimah¹, Daspar²

nabilaazharatunnimah25@gmail.com¹, daspar@pelitabangsa.ac.id²

Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menetapkan strategi yang baik untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan informasi dari analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan.. Analisis ini tentang metodologi analisis strategis, dengan fokus utama pada langkah-langkah detail dalam penyusunan dan interpretasi Matriks SWOT, Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), dan Matriks External Factor Evaluation (EFE). Matriks SWOT digunakan sebagai kerangka kerja awal untuk mengidentifikasi secara sistematis kekuatan internal, kelemahan internal, peluang eksternal, dan ancaman eksternal yang relevan bagi suatu organisasi. Selanjutnya, Matriks IFE dijelaskan sebagai alat untuk mengevaluasi secara kuantitatif faktor-faktor internal, memberikan bobot dan peringkat pada masing-masing kekuatan dan kelemahan untuk menghasilkan skor evaluasi internal. Demikian pula, Matriks EFE dipaparkan sebagai metode untuk menganalisis faktor-faktor eksternal, seperti peluang dan ancaman, dengan memberikan bobot dan peringkat untuk menghasilkan skor evaluasi eksternal. Artikel ini menekankan pentingnya integrasi ketiga alat analisis ini dalam perumusan strategi yang efektif.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, Analisis Strategi, Faktor Internal, Faktor Eksternal, Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman.

ABSTRACT

This study aims to establish a good strategy to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats. SWOT analysis is used to obtain information from the analysis of the company's internal and external environment. This analysis is about the methodology of strategic analysis, with a primary focus on the detailed steps in the preparation and interpretation of the SWOT Matrix, Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, and External Factor Evaluation (EFE) Matrix. The SWOT Matrix is used as an initial framework to systematically identify internal strengths, internal weaknesses, external opportunities, and external threats that are relevant to an organization. Furthermore, the IFE Matrix is explained as a tool for quantitatively emitting internal factors, giving weight and ranking to each strength and weakness to produce an internal evaluation score. Likewise, the EFE Matrix is presented as a method for analyzing external factors, such as opportunities and threats, by giving weight and ranking to produce an external evaluation score. This article is the importance of communicating these three analysis tools in discussing effective strategies.

Keywords: SWOT Analysis, IFE Matrix, EFE Matrix, Strategy Analysis, Internal Factors, External Factors, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.

PENDAHULUAN

Warung bakso Jawir menggabungkan kelezatan klasik dengan sentuhan inovasi untuk memuaskan selera generasi masa kini. Meskipun tetap mempertahankan resep tradisional yang menjadi ciri khasnya, warung bakso Jawir terus bereaksi dengan menghadirkan variasi bakso yang unik dan kekinian seperti daging bakso mozzarella atau bakso mercon komitmen kami terhadap kualitas dan kebersihan serta adaptasi terhadap trend kuliner terkini menjadikan warung bakso Jawir sebagai pilihan yang relevan dan digemari oleh berbagai kalangan.

Saat ini bangsa bisa ditemukan di mana-mana, dan pedagang bakso yang paling

banyak adalah orang Jawa karena tempat yang terkenal sebagai pusat bangsa adalah Solo dan Malang. Pedagang kuliner tersebut mulai dari pedagang keliling, pedagang kaki lima, hingga tempat makan atau rumah makan mewah, karena bakso hampir digandrungi oleh masyarakat nusantara sehingga masyarakat tidak ragu untuk membuka usaha bakso. Karena semakin banyaknya peminat bakso para penjual bakso yang di etalase berlomba-lomba menarik pembeli. Menu baksunya pun beragam yang menggugah selera pembeli, misalnya bakso urat bakso rusuk atau bakso telur bakso gepeng bakso malang bakso Karimun Jawa bakso keju dan masih banyak lagi.

Di era saat ini, bisnis tumbuh dan berkembang dengan sangat pesat. Kondisi ini menciptakan tantangan sekaligus ancaman bagi para pengusaha untuk tetap menjaga keuntungan, memastikan kelangsungan usaha, serta bersaing dengan bisnis lain. Salah satu sektor bisnis yang paling diminati saat ini adalah industri makanan. Perkembangan industri kuliner di Indonesia semakin dinamis, menghasilkan berbagai hidangan yang inovatif dan lezat. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam pembangunan ekonomi nasional serta telah membuktikan ketahanannya dalam menghadapi krisis ekonomi (Ramadhan et al., 2023).

Analisis SWOT merupakan salah satu metode strategi yang umum digunakan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja usaha. Melalui analisis ini warung bakso Jawir dapat mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki secara internal seperti kualitas produk, pelayanan, dan pengelolaan usaha. Di sisi lain, analisis juga membantu mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal yang berasal dari lingkungan bisnis, seperti trend pasar, persaingan perubahan regulasi, serta kondisi ekonomi dan sosial masyarakat.

Dengan melakukan analisis SWOT secara sistematis, warung bakso jalir dapat merumuskan strategi bisnis yang tepat baik dalam memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada maupun dalam mengantisipasi kelemahan dan ancaman yang mungkin timbul. Pendekatan ini selain berperan dalam membantu proses pengambilan keputusan yang lebih tepat tetapi juga menjadi dasar dalam merancang inovasi produk meningkatnya pelayanan serta memperkuat daya saing di tengah dinamika industri kuliner yang sangat kompetitif.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan salah satu metode yang paling umum digunakan dalam merumuskan strategi bisnis, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi keberlangsungan dan daya saing usaha.

Menurut Tjiptono (2017), strategi pemasaran yang efektif harus mampu memanfaatkan keunikan produk dan layanan, serta membangun keunggulan kompetitif berbasis kebutuhan pasar dan hubungan dengan komunitas. Dalam konteks bisnis kuliner seperti Warung Bakso Jawir, analisis SWOT sangat relevan karena dapat membantu pemilik usaha memahami posisi

Industri kuliner bakso merupakan salah satu sektor yang perlu memahamiselera pasar secara mendalam. Bakso sendiri di kenal sebagai makanan yang sangat digemari oleh berbagai masyarakat di Desa Sukamantri, Pamahan, Tambelang, sehingga tidak sulit menemukan warung atau pedagang bakso di wilayah tersebut. Banyak masyarakat yang memilih membuka usaha karena tingginya permintaan, sehingga persaingan antar pelaku usaha pun semakin ketat. Persaingan ini mendorong setiap pelaku untuk terus

berinovasi dan meningkatkan kualitas produk demi memenuhi harapan pelanggan (Malonda & Moniharapon, 2019)

Analisis SWOT Merupakan suatu metode untuk menilai kondisi internal dan eksternal suatu usaha dan telah terbukti memberikan dampak positif dalam bisnis jika dilakukan dengan teknik yang tepat. SWOT sendiri adalah singkatan dari Strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), Opportunities (Peluang), Threats (Ancaman), yang merupakan pendekatan efektif untuk mengevaluasi berbagai faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Dengan memahami keunggulan serta kelemahan internal, serta peluang ancaman dari lingkungan eksternal, perusahaan dapat mengambil langkah strategis guna meningkatkan operasional dan Mencegah munculnya berbagai masalah yang tidak diinginkan. Selain itu, dalam merencanakan strategi pengelolaan dan pengembangan usaha, terdapat banyak faktor yang perlu dipertimbangkan, salah satunya adalah perubahan perilaku konsumen (Jannah, dkk, 2024).

Analisis SWOT terdiri dari empat komponen utama:

1. Strengths (Kekuatan): Faktor internal yang menjadi keunggulan usaha, seperti kualitas produk, pelayanan prima, dan inovasi menu.
2. Weaknesses (Kelemahan): Faktor internal yang menjadi hambatan, misalnya keterbatasan modal kurangnya brand awareness, atau keterbatasan sumber daya manusia.
3. Opportunities (Peluang): Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan usaha, seperti tren kuliner baru, dukungan komunitas, atau perkembangan teknologi pemasaran digital.
4. Threats (Ancaman): Faktor eksternal yang dapat menghambat perkembangan usaha, seperti persaingan yang semakin ketat, fluktuasi harga bahan baku, atau perubahan regulasi pemerintah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode campuran (mixed methods) yang memadukan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, serta memanfaatkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi berbagai aspek strategis Warung Bakso Jawir. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada pemilik dan staf, observasi langsung terhadap aktivitas operasional warung, penelusuran dokumen seperti catatan penjualan dan laporan keuangan, serta penyebaran kuesioner kepada para pelanggan. Pendekatan kualitatif digunakan untuk merangkum faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang berpengaruh terhadap Warung Bakso Jawir, dengan analisis yang didasarkan pada hasil wawancara, observasi, dan penelaahan dokumen terkait.

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk memberikan bobot dan rating pada masing-masing faktor SWOT. Pembobotan dilakukan berdasarkan hasil survei terhadap pemilik, karyawan, dan pelanggan Warung Bakso Jawir. Kuesioner dirancang untuk mengukur tingkat kepentingan atau pengaruh masing-masing faktor terhadap Warung Bakso Jawir. Skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap masing-masing faktor. Data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial.

Analisis SWOT dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal secara kualitatif. Kedua, pembobotan faktor-faktor SWOT secara kuantitatif berdasarkan hasil survei. Ketiga, penilaian (rating) terhadap masing-masing faktor berdasarkan kondisi aktual Warung Bakso Jawir. Keempat, perhitungan

skor untuk masing-masing faktor dengan mengalikan bobot dan rating. Kelima, hasil perhitungan skor dianalisis untuk merumuskan strategi yang tepat bagi pengembangan Warung Bakso Jawir. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, dilakukan triangulasi data dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dan metode. Selain itu, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan. Diskusi dengan para ahli di bidang UMKM dan manajemen strategi juga dilakukan untuk mendapatkan masukan dan validasi terhadap hasil analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memperoleh data yang dapat dianggap valid dan dapat diandalkan melalui penggunaan teknik perolehan data seperti wawancara, observasi, serta dokumentasi. Metode ini juga di perlukan sebagai menjawab masalah utama yang dihadapi oleh UMKM warung bakso jawir.

Bakso jawir adalah toko kuliner bakso yang didirikan oleh seorang bapak yang mempunyai dua anak, Bakso Rosso pada saat ini memiliki dua outlet , satu di kampung dekat saya tinggal yaitu kampung pamahan dan di kampung kumejing , berdiri sejak 1 Maet 2008 Untuk tempat produksi berada di jln.pamahan sukamantri, semua proses produksi di kerjakan dari satu tempat untuk menjaga kualitas dan rasa dari bakso tersebut.

Analisis Swot

<p>KEKUATAN (STRATEGI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rasa bakso yang enak dan konsisten • Mesin pembuatan bakso yang moderen • Lokasi strategis • Harga produk yang terjangkau • Pelayanan yang ramah dan cepat • Penggunaan bahan baku berkualitas • Respon cepat terhadap masukan pelanggan • Reputasi Loyal yang baik • Menu Variatif • Hubungan baik dengan Pemasok 	<p>KELEMAHAN (WEAKNES)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya pemasaran digital dan online • Keterbatasan modal untuk pengembangan • Pengelolaan keuangan yang belum sistematis • Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam operasional • Promosi yang masih terbatas pada cara konvensional • Brand belum terkenal • Belum melaksanakan pengawasan dan evaluasi secara baik • kurangnya riset pasar secara rutin • pencatatan uang masih manual • Tingkat Persaingan Yang tinggi
<p>PELUANG (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Merupakan produk makanan yang di gemari oleh orang Indonesia 2. Pertumbuhan penduduk meningkat 3. Mampumenciptakan lapangan kerja baru 4. Frozen food dengan kualitas terbaik 5. Meningkatnya minat masyarakat pada kuliner lokal 6. Peningkatan kualitas pelayanan 7. Pemanfaatan teknologi 8. Peluang pasar yang lebih luas 9. Peluang untuk waralaba 10. Kerjasama dengan komunitas lokal 	<p>ANCAMAN (Thereast)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kenaikan harga bahan baku • Munculnya pesaing baru • Perubahan selera konsumen • Kondisi ekonomi yang tidak setabil • Persaingan harga yang ketat • Maraknya pasar online • Regulasi pemerintah • Perubahan Tren Kuliner • Loyalitas pelanggan yang tidak setabil • Perkembangan teknologi pesaing

Tabel
1.

Matriks Analisis Swot Bakso Jawir

	<p>KEKUATAN (STRATEGI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rasa bakso yang enak dan konsisten • Mesin pembuatan bakso yang moderen • Lokasi strategis • Harga produk yang terjangkau • Pelayanan yang ramah dan cepat • Penggunaan bahan baku berkualitas • Respon cepat terhadap masuknya pelanggan • Reputasi Loyal yang baik • Menu Variatif • Hubungan baik dengan Pemasok 	<p>KELEMAHAN (WEAKNES)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya pemasaran digital dan online • Keterbatasan modal untuk pembangun • Pengelolaan keuangan yang belum sistematis • Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam operasional • Promosi yang masih terbatas pada cara konvensional • Brand belum terkenal • Belum melaksanakan kurangnya riset pasar secara rutin • pencatatan uang masih manual • Tingkat Persaingan Yang tinggi
<p>PELUANG (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merupakan produk makanan yang di gemari oleh orang Indonesia • Pertumbuhan penduduk meningkat • Mampumenciptakan lapangan kerja baru • Frozen food dengan kualitas terbaik • Meningkatnya minat masyarakat pada kuliner lokal • Peningkatan kualitas pelayanan • Pemanfaatan teknologi • Peluang pasar yang lebih luas • Peluang untuk waralaba • Kerjasama dengan komunitas lokal 	<p>STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inovasi produk untuk meningkatkan daya saing • Bekerja sama dengan marketplace dan aplikasi online • Memanfaatkan cita rasa khas untuk menarik pelanggan • Mengembangkan varian menu sesuai selera konsumen • Promosi aktif online dan offline untuk menjangkau pasar lebih luas • Memaksimalkan pelayanan cepat dan ramah 	<p>STRATEGI WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki melalui pelatihan dan pengembangan produk • Memaksimalkan marketplace dan aplikasi online • Memanfaatkan teknologi untuk mendistribusikan makanan • Optimalkan pemasaran digital dan layanan pesan antar online • Bakso yang terus diminati masyarakat
<p>ANCAMAN (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kenaikan harga bahan baku • Munculnya pesaing baru • Perubahan selera konsumen • Kondisi ekonomi yang tidak stabil • Persaingan harga yang ketat • Maraknya pasar online • Regulasi pemerintah • Perubahan Tren Kuliner • Loyalitas pelanggan yang tidak stabil • Perkembangan teknologi pesaing 	<p>STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan program loyalitas pelanggan yang menarik • Memantau trend pasar dan selera konsumen secara proaktif • Beradaptasi dengan regulasi pemerintah • Mengelola keuangan dengan hati-hati • Menciptakan inovasi produk 	<p>STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Efisiensi operasional melalui teknologi untuk mengurangi biaya • Diverifikasi produk agar sesuai trend pasar • Bangun brand awareness yang kuat • Kembangkan sistem keuangan yang sistematis

Tabel 2. IFE

Analisis faktor Internal			
Kekuatan	Weight	Reting	Sekor
1. Rasa bakso yang enak dan konsisten	0,14	4	0,56
2. Mesin pembuatan bakso yang moderen	0,11	3	0,33
3. Lolasi yang strategis	0,09	4	0,36
4. Harga produk yang terjangkau	0,12	4	0,48
5. Pelayanan yang ramah dan cepat	0,09	4	0,36
6. Penggunaan bahan baku berkualitas	0,10	4	0,40
7. Respon cepat terhadap masuka pelanggan	0,08	3	0,24
8. Roputasi loyal yang baik	0,10	4	0,40
9. Menu variatif	0,09	3	0,27
10. Hubungan baik dengan pemasok	0,08	3	0,24
Sub Total	1,00		3,64
Kelemahan			
1. Kurangnya pemasaran di gital dan online	0,10	3	0,30
2. Keterbatasan Modal untuk pengembangan	0,13	3	0,39
3. Pengelolaan keuangan belum sistematis	0,09	3	0,27
4. Kurangnya pemanfaatan teknologi	0,15	3	0,45
5. Promosi yang masih terbatas	0,08	3	0,24
6. Brand belum terkenal	0,11	3	0,33
7. Belum melaksanakan pengawasan dan evaluasi yang baik	0,10	2	0,20
8. Kurangnya riset pasar secara Rutin	0,09	2	0,18
9. Pencatatan uang masih manual	0,05	3	0,15
10. Tingkat persaingan yang tinggi	0,10	4	0,40
Sub total	1,00		2,91
Total Sekor			0,73

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Bakso Jawir memiliki keunggulan kompetitif yang cukup kuat dari sisi internal, terutama dalam hal rasa bakso yang enak dan konsisten, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang cepat dan ramah. Hal ini diperkuat dengan penggunaan bahan baku berkualitas, lokasi yang strategis, dan menu yang variatif, yang semuanya memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Nilai total kekuatan dalam Matriks IFE adalah 3,64, sementara kelemahan berada pada skor 2,91, menghasilkan selisih positif sebesar 0,73, yang menunjukkan bahwa kekuatan usaha secara keseluruhan masih lebih dominan dibanding kelemahan yang dimiliki.

Di sisi kelemahan, aspek yang paling menonjol adalah kurangnya pemasaran digital, pengelolaan keuangan yang belum sistematis, serta minimnya pemanfaatan teknologi dalam operasional harian. Selain itu, pencatatan keuangan yang masih manual dan belum adanya sistem evaluasi berkala menyebabkan potensi ketidakefisienan dan sulitnya mengambil keputusan berbasis data. Tantangan ini perlu segera diatasi mengingat industri kuliner saat ini menuntut adaptasi digital yang cepat dan manajemen

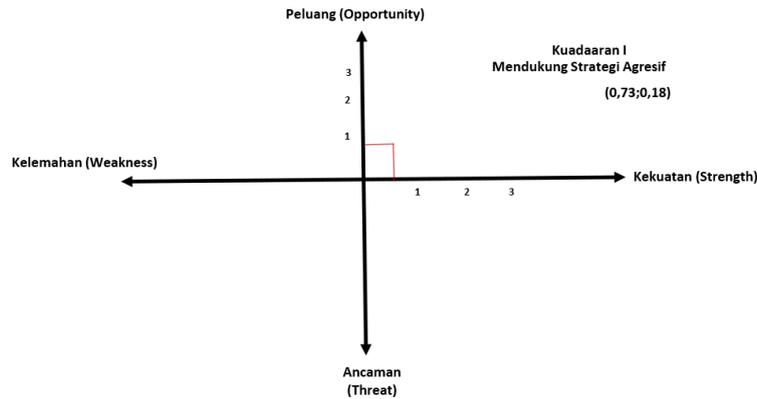
modern.

Tabel 3. EFE

Analisis faktor eksternal			
Peluang	Weight	Reting	Sekor
1. Merupakan produk makanan yang di gemari oleh orang Indonesia	0,15	4	0,60
2. Pertumbuhan penduduk meningkat	0,10	3	0,30
3. Mampu menciptakan lapangan kerja baru	0,13	3	0,39
4. Frozen food dengan kualitas terbaik	0,09	4	0,36
5. Meningkatnya minat masyarakat pada kuliner lokal	0,10	4	0,40
6. Peningkatan kualitas pelayanan	0,10	3	0,30
7. Pemanfaatan teknologi	0,09	3	0,27
8. Peluang pasar yang lebih luas	0,11	4	0,44
9. Peluang untuk waralaba	0,05	4	0,20
10. Kerjasama dengan komunitas lokal	0,08	3	0,24
Sub Total	1,00		3,50
Ancaman			
1. Kenaikan harga bahan baku	0,14	4	0,56
2. Munculnya pesaing baru	0,12	4	0,48
3. Perubahan selera konsumen	0,09	3	0,27
4. Kondisi ekonomi yang tidak stabil	0,08	3	0,24
5. Persaingan harga yang ketat	0,09	4	0,36
6. Maraknya pasar online	0,10	3	0,30
7. Regulasi pemerintah	0,11	2	0,22
8. Perubahan Tren Kuliner	0,09	3	0,27
9. Loyalitas pelanggan yang tidak stabil	0,08	4	0,32
10. Perkembangan teknologi pesaing	0,10	3	0,30
Sub total	1,00		3,32
Total Sekor			0,18

Dalam analisis faktor eksternal menggunakan Matriks EFE, peluang dinilai lebih besar dibanding ancaman. Nilai skor peluang mencapai 3,50, sedangkan ancaman sebesar 3,32, dengan selisih sebesar 0,18. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan eksternal memberikan peluang pertumbuhan yang cukup besar bagi Warung Bakso Jawir, terutama dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kuliner lokal, peluang pengembangan produk frozen food, potensi kerja sama dengan komunitas lokal, serta adopsi teknologi digital untuk pemasaran dan distribusi.

Namun, ancaman tetap harus diwaspadai, seperti kenaikan harga bahan baku, munculnya pesaing baru, perubahan tren konsumen, dan ketidakstabilan ekonomi. Selain itu, persaingan harga yang ketat serta perubahan regulasi pemerintah juga berpotensi memengaruhi kelangsungan usaha jika tidak diantisipasi dengan strategi yang adaptif.



Melalui pemetaan SWOT, posisi Warung Bakso Jawir berada pada kuadran I (Strategi Agresif), yang artinya perusahaan berada dalam posisi yang kuat dan memiliki peluang besar di pasar. Strategi yang direkomendasikan meliputi pengembangan inovasi produk, perluasan promosi melalui media digital, kolaborasi dengan marketplace dan aplikasi pemesanan makanan, serta penguatan brand dan pelayanan pelanggan.

Strategi SO (Strength-Opportunity) menjadi prioritas utama, seperti mengembangkan varian menu yang sesuai dengan selera pasar, promosi online aktif, serta mengoptimalkan pelayanan ramah dan cepat. Di sisi lain, strategi WO juga penting, seperti pelatihan staf, digitalisasi operasional, dan kerja sama online untuk menutup kelemahan yang ada. Strategi ST dan WT difokuskan pada antisipasi risiko dan penguatan struktur internal agar tetap kompetitif dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa Warung Bakso Jawir memiliki potensi besar untuk berkembang, asalkan dapat mengelola kelemahan dan ancaman secara tepat sambil terus memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

KESIMPULAN

Warung Bakso Jawir, dengan kekuatan pada cita rasa yang konsisten, lokasi strategis, dan pelayanan yang baik, memiliki peluang besar untuk berkembang melalui inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, perluasan pasar, dan potensi waralaba, meskipun harus mengatasi berbagai kelemahan internal seperti keterbatasan modal, kurangnya pemasaran online, serta pengelolaan keuangan yang belum sistematis, sambil menghadapi ancaman eksternal berupa persaingan yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, perubahan selera konsumen, dan perkembangan teknologi pesaing. Warung Bakso Jawir dievaluasi menggunakan analisis SWOT, Matriks IFE, dan Matriks EFE. Faktor internal menunjukkan kekuatan dengan nilai 3,24 dan kelemahan dengan nilai 2,91, menghasilkan skor total 0,73. Faktor eksternal menunjukkan peluang dengan nilai 3,50 dan ancaman dengan nilai 3,32 menghasilkan skor total 0,18. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner, lalu dianalisis dengan metode kualitatif dan kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024) menyoroti pentingnya analisis SWOT dalam proses perencanaan dan pengembangan bisnis, yang dipublikasikan dalam *IJESPG Journal*, Volume 2, Edisi 1
- Malonda, P. M., & Moniharapon, S. (2019) meneliti penggunaan analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran di Rumah Makan Bakso Baper Jogja.
- Ramadhan, H. F., Yunita, T., Ardiansyah, I., & Maulana, R. (2023) membahas penerapan analisis

SWOT pada UMKM Baso Aci dalam Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan edisi Juli, volume 13, halaman 325–334. Artikel ini dapat diakses melalui <https://doi.org/10.5281/zenodo.8151236>.