

## ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (STUDI KASUS AYAM BAKAR JAFAR)

Olivia Maharani Bp<sup>1</sup>, Daspar<sup>2</sup>

[oliviamaharanibp@gmail.com](mailto:oliviamaharanibp@gmail.com)<sup>1</sup>, [daspar@pelitabangsa.ac.id](mailto:daspar@pelitabangsa.ac.id)<sup>2</sup>

Universitas Pelita Bangsa

### ABSTRAK

UMKM, khususnya di sektor kuliner, memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Namun, meskipun Ayam Bakar Jafar adalah bisnis kuliner yang sukses, bisnis ini masih menghadapi beberapa pesaing yang menantang dan pasar yang berfluktuasi. Dalam melakukan analisis SWOT, kita dapat mengevaluasi posisi bisnis dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Hasilnya menunjukkan kekuatan dalam hal rasa dan harga yang terjangkau, namun memiliki kelemahan dalam hal kapasitas dan ketergantungan pada bahan baku. Peluang ekspansi melalui digitalisasi dan waralaba sangat potensial, sedangkan ancaman berasal dari persaingan dan harga bahan baku yang berfluktuasi. Disarankan agar strategi tersebut dikembangkan.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, UMKM, Matrix SWOT, Pemasaran, Strategi Bisnis.

### ABSTRACT

*UMKM, especially in the culinary sector, have an important role in the Indonesian economy. Ayam Bakar Jafar is one of the successful culinary businesses, but faces the challenges of competition and market changes. In conducting a SWOT analysis, we can evaluate the business position by considering the strengths, weaknesses, opportunities, and threats that exist. The results show strengths in taste and affordability, but weaknesses in capacity and raw material dependency. Expansion opportunities through digitalization and franchising are potential, while threats come from competition and raw material price fluctuations. It is recommended to develop a growth strategy through technology utilization and market expansion.*

**Keywords:** SWOT Analysis, UMKM, SWOT Matrics, Marketing, Business Strategy.

### PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan perkembangan ekonomi dan perubahan gaya hidup Masyarakat. Makanan cepat saji yang praktis dan ekonomis menjadi pilihan pavorit bagi banyak orang. UMKM memiliki kontribusi besar dalam perekonomian nasional, baik dari segi PDB maupun penyerapan tenaga kerja, sehingga memainkan peran vital dalam Pembangunan ekonomi Indonesia.

Sektor kuliner menjadi salah satu bidang UMKM yang berkembang pesat dan memiliki potensi besar untuk terus bertumbuh seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumsi masyarakat. Perubahan gaya hidup dan meningkatnya mobilitas penduduk telah menjadikan bisnis kuliner sebagai pilihan strategis bagi para pelaku usaha mikro. Ayam Bakar Jafar adalah salah satu contoh usaha kuliner yang sukses menawarkan cita rasa ayam bakar khas yang sudah dikenal luas di kalangan masyarakat lokal.

Dengan harga yang terjangkau, Ayam Bakar Jafar mampu menarik pelanggan dari berbagai kalangan. Namun, di balik keberhasilannya, usaha ini juga menghadapi beberapa tantangan yang harus diatasi agar tetap dapat bersaing dan berkembang. Peningkatan jumlah pesaing di pasar dan keterbatasan kapasitas tempat duduk menjadi beberapa tantangan utama yang perlu diantisipasi.

Dengan demikian, analisis SWOT dapat menjadi alat bantu bagi pengelola Ayam Bakar Jafar untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal. Analisis ini diharapkan dapat membantu Ayam Bakar Jafar

merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing, mengatasi kelemahan, dan memanfaatkan peluang pasar.

.Melalui analisis SWOT, Ayam Bakar Jafar dapat memperoleh wawasan yang lebih baik tentang posisi pasar mereka dan mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

UMKM memainkan peran vital dalam struktur perekonomian Indonesia. Karakteristik UMKM yang fleksibel dan berorientasi pada pasar local membuatnya menjadi salah satu penggerak ekonomi Masyarakat. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro didefinisikan sebagai unit usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan dengan kriteria tertentu dalam hal modal dan omzet.

UMKM memainkan peran vital dalam menciptakan lapangan kerja, distribusi pendapatan, dan pengembangan ekonomi lokal. UMKM juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi kemiskinan. Namun, UMKM juga dihadapkan pada tantangan struktural, seperti keterbatasan akses terhadap pembiayaan, rendahnya tingkat adopsi teknologi, keterbatasan dalam manajemen, dan kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas

### **Strategi dan Manajemen Bisnis**

Manajemen strategik merupakan fondasi penting bagi UMKM untuk mencapai kesuksesan bisnis melalui proses penyusunan, pelaksanaan, dan evaluasi Keputusan yang strategis. Strategi bisnis yang efektif memungkinkan UMKM untuk memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan pendapatan, dan memperluas jaringan pelanggan. Dalam konteks UMKM, strategi bisnis mencakup tidak hanya pertumbuhan, tetapi juga efisiensi operasional, penguatan hubungan pelanggan, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan asar yang dinamis.

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan metode evaluasi yang efektif untuk memahami faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis UMKM. Dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal, UMKM dapat menyusun strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan bisnis.

Analisis SWOT juga dapat membantu UMKM mengantisipasi ancaman dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar. Oleh karena itu, analisis SWOT sangat penting bagi UMKM untuk mencapai kesuksesan dalam bisnisnya. Dengan melakukan analisis SWOT, UMKM dapat meningkatkan kinerja bisnisnya dan mencapai tujuan bisnisnya.

Dalam melakukan analisis SWOT, UMKM perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi bisnisnya. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan internal, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman eksternal. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, UMKM dapat merancang strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan mencapai tujuan bisnisnya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha Ayam Bakar Jafar. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara menyeluruh kondisi usaha dari sudut pandang internal maupun eksternal.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara, yaitu wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik usaha untuk mengetahui visi, tantangan, dan operasional harian. Observasi langsung dilakukan di lokasi usaha terkait proses produksi, pelayanan, dan interaksi dengan pelanggan. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data keuangan sederhana, menu, testimoni pelanggan, dan informasi dari media sosial.

### **Teknik Analisis Data**

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan SWOT, yaitu:

1. Kekuatan (Strengths): Aspek internal yang memberi keunggulan kompetitif, seperti kualitas produk, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang baik.
2. Kelemahan (Weaknesses): Aspek internal yang menghambat perkembangan usaha, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya promosi, dan kurangnya inovasi.
3. Peluang (Opportunities): Aspek eksternal yang berpotensi menguntungkan usaha, seperti meningkatnya permintaan produk kuliner, perkembangan teknologi, dan perubahan gaya hidup.
4. Ancaman (Threats): Aspek eksternal yang dapat merugikan atau mengancam keberlangsungan usaha, seperti persaingan yang ketat, perubahan harga bahan baku, dan perubahan kebijakan pemerintah.

Selanjutnya, dilakukan matriks SWOT untuk merumuskan strategi kombinasi antara faktor-faktor tersebut. Matriks SWOT ini digunakan untuk mengidentifikasi strategi yang tepat untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan mengatasi kelemahan usaha.

Dengan menggunakan pendekatan SWOT, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang kondisi usaha Ayam Bakar Jafar dan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja usaha.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam upaya meningkatkan kinerja usaha dan memenangkan persaingan di industri kuliner, Ayam Bakar Jafar perlu melakukan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Berdasarkan analisis SWOT, berikut adalah hasil analisis dan pembahasan untuk usaha Ayam Bakar Jafar:

#### ➤ Kekuatan (Strengths)

1. Terjangkaunya harga pada kalangan masyarakat
2. Telah memiliki pelanggan tetap
3. Saat ini bahan baku masih tersedia dengan mudah
4. Proses pembuatan relative sederhana
5. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat
6. Memiliki pelanggan tetap dan royal
7. Mampu melayani pesanan dalam jumlah besar(catering)
8. Variasi menu tambahan yang menarik (sambal,lalapan,dll)
9. Pelayanannya cepat dan ramah
10. Makanannya tidak pakai pengawet

#### ➤ Kelemahan (Weaknesses)

1. Promosi masih terbatas
2. Belum memanfaatkan platform digital secara maksimal
3. Tidak memiliki SOP tertulis
4. Jam operasional masih terbatas
5. Pengemasan makanan belum ramah lingkungan

6. Modal terbatas untuk ekspansi usaha
  7. Belum memiliki sertifikat halal resmi
  8. Hanya punya satu
  9. Tidak stabilnya harga bahan baku
  10. Proses pembakaran berpotensi menghasilkan asap yang dapat mengganggu beberapa pihak
- Peluang (Opportunities)
1. Meningkatnya kuliner lokal
  2. Kerja sama dengan platform digital
  3. Peluang membuka cabang di lokasi lain
  4. Potensi delivery yang terus berkembang
  5. Dukungan pemerintah untuk UMKM
  6. Partisipasi dalam event bazar kuliner
  7. Produk tanpa pengawet
  8. Lokasi yang strategis
  9. Menu untuk semua jenis kalangan usia
  10. Sudah bisa menggunakan platform pembayaran digital
- Ancaman (Threats)
1. Persaingan dengan usaha sejenis sangat ketat
  2. Adanya kenaikan harga bahan baku secara tiba-tiba
  3. Isu kebersihan yang merusak reputasi
  4. Ketergantungan pada pasokan ayam dari satu supplier
  5. Kompetitor menggunakan teknologi lebih canggih
  6. Risiko kebakaran atau bencana lainnya karena peralatan dapur
  7. Penurunan daya beli masyarakat
  8. Produk makanan mudah ditiru
  9. Masih banyak masyarakat indonesia yang belum menyadari kelezatan masakan kuliner Indonesia
  10. Masih kalah saing sama perusahaan kuliner ayam sejenis

SWOT Matrix	Strength – S	Weakness – W
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terjangkaunya harga pada kalangan masyarakat</li> <li>2. Telah memiliki pelanggan tetap</li> <li>3. Saat ini bahan baku masih tersedia dengan mudah</li> <li>4. Proses pembuatan relative sederhana</li> <li>5. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat</li> <li>6. Memiliki pelanggan tetap dan royal</li> <li>7. Mampu melayani pesanan dalam jumlah besar(catering)</li> <li>8. Variasi menu tambahan yang menarik (sambal,lalapan,dll)</li> <li>9. Pelayanannya cepat dan ramah</li> <li>10. Makanannya tidak pakai pengawet</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi masih terbatas</li> <li>2. Belum memanfaatkan platform digital secara maksimal</li> <li>3. Tidak memiliki SOP tertulis</li> <li>4. Jam operasional masih terbatas</li> <li>5. Pengemasan makanan belum ramah lingkungan</li> <li>6. Modal terbatas untuk ekspansi usaha</li> <li>7. Belum memiliki sertifikat halal resmi</li> <li>8. Hanya punya satu</li> <li>9. Tidak stabilnya harga bahan baku</li> <li>10. Proses pembakaran berpotensi menghasilkan asap yang dapat mengganggu beberapa pihak</li> </ol>

<p style="text-align: center;"><b>Opportunity - O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatnya kuliner lokal</li> <li>2. Kerja sama dengan platform digital</li> <li>3. Peluang membuka cabang di lokasi lain</li> <li>4. Potensi delivery yang terus berkembang</li> <li>5. Dukungan pemerintah untuk UMKM</li> <li>6. Partisipasi dalam event bazar kuliner</li> <li>7. Produk tanpa pengawet</li> <li>8. Lokasi yang strategis</li> <li>9. Menu untuk semua jenis kalangan usia</li> <li>10. Sudah bisa menggunakan platform pembayaran digital</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menawarkan harga yang bersahabat untuk menarik segmen mahasiswa dan pekerja</li> <li>2. Mendorong pelanggan loyal untuk berbagi pengalaman positif di media sosial dan Google Maps</li> <li>3. Meningkatkan produksi untuk memenuhi pesanan besar dan event</li> <li>4. Menggunakan proses produksi sederhana sebagai keunggulan dalam model usaha kemitraan atau franchise</li> <li>5. Mengembangkan layanan catering untuk segmen korporat dan event lokal</li> <li>6. Membangun citra sebagai tempat makan cepat dan nyaman</li> <li>7. Mempromosikan produk sebagai pilihan sehat tanpa pengawet</li> <li>8. Memanfaatkan lokasi strategis untuk meningkatkan penjualan</li> <li>9. Menyesuaikan menu dan layanan untuk memenuhi kebutuhan berbagai kelompok usia dan preferensi</li> <li>10. Mengimplementasikan sistem pembayaran digital untuk memudahkan transaksi pelanggan</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Optimalkan promosi digital untuk menjangkau lebih banyak pelanggan</li> <li>2. Bangun kehadiran online yang konsisten</li> <li>3. Manfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan kualitas produk</li> <li>4. Perluas jam operasional dan layanan delivery</li> <li>5. Promosikan produk ramah lingkungan melalui event bazar kuliner</li> <li>6. Kembangkan peluang ekspansi untuk menarik investor</li> <li>7. Dapatkan sertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan</li> <li>8. Cari lokasi potensial untuk membuka cabang baru</li> <li>9. Bangun hubungan baik dengan pemasok lokal</li> <li>10. Perkenalkan metode memasak ramah lingkungan melalui event bazar kuliner</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Threat – T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan dengan usaha sejenis sangat ketat</li> <li>2. Adanya kenaikan harga bahan baku secara tiba-tiba</li> <li>3. Isu kebersihan yang merusak reputasi</li> <li>4. Ketergantungan pada pasokan ayam dari satu supplier</li> <li>5. Kompetitor menggunakan teknologi lebih canggih</li> <li>6. Risiko kebakaran atau bencana lainnya karena peralatan dapur</li> <li>7. Penurunan daya beli masyarakat</li> <li>8. Produk makanan mudah ditiru</li> <li>9. Masih banyak masyarakat Indonesia yang belum menyadari kelezatan masakan kuliner Indonesia</li> <li>10. Masih kalah saing sama perusahaan kuliner ayam sejenis</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga kompetitif dan rasa lezat untuk menarik pelanggan</li> <li>2. Manfaatkan loyalitas pelanggan dengan paket hemat</li> <li>3. Bangun hubungan baik dengan pemasok untuk harga stabil</li> <li>4. Proses produksi efisien untuk keunggulan kompetitif</li> <li>5. Investasi peralatan dapur aman untuk mengurangi risiko</li> <li>6. Fokus pada kualitas rasa, pelayanan, dan pengalaman</li> <li>7. Edukasi pelanggan tentang kuliner Indonesia</li> <li>8. Menu unik untuk menarik pelanggan</li> <li>9. Jaga standar kebersihan yang tinggi</li> <li>10. Diversifikasi sumber pasokan ayam</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi melalui media sosial meningkatkan jangkauan pelanggan</li> <li>2. Teknologi meningkatkan efisiensi operasional</li> <li>3. SOP tertulis mengurangi risiko kecelakaan</li> <li>4. Perluasan jam operasional meningkatkan peluang penjualan</li> <li>5. Kemasan ramah lingkungan sebagai nilai jual tambahan</li> <li>6. Kualitas dan keunikan produk membangun loyalitas pelanggan</li> <li>7. Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan pelanggan</li> <li>8. Diversifikasi sumber pasokan ayam mengurangi risiko ketergantungan</li> <li>9. Hubungan baik dengan pemasok menjaga harga stabil</li> <li>10. Peralatan dapur efisien mengurangi biaya operasional</li> </ol>

Dalam upaya memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap kondisi aktual bisnis Ayam Bakar Jafar, diperlukan suatu pendekatan analitis yang mampu mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal secara sistematis. Oleh karena itu, digunakan dua alat analisis strategis utama, yaitu Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix dan External Factor Evaluation (EFE) Matrix. Matriks IFE digunakan untuk menganalisis faktor internal yang memengaruhi kinerja usaha Ayam Bakar Jafar, yaitu kekuatan dan kelemahan. Setiap faktor diberi bobot dan rating untuk menghasilkan skor tertimbang. Hasilnya memberikan gambaran sejauh mana usaha ini mampu memanfaatkan kekuatannya dan mengatasi kelemahan yang ada.

Analisis Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>			
1. Terjangkaunya harga pada kalangan masyarakat	0,10	4	0,40
2. Telah memiliki pelanggan tetap	0,09	4	0,36
3. Saat ini, bahan baku masih tersedia dengan mudah	0,08	3	0,24
4. Proses produksi relatif sederhana	0,07	3	0,21
5. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat	0,10	4	0,40
6. Memiliki pelanggan tetap dan royal	0,09	4	0,36
7. Mampu melayani pesanan dalam jumlah besar(catering)	0,08	3	0,24
8. Variasi menu tambahan yang menarik (sambal,lalapan,dll)	0,08	3	0,24
9. Pelayanannya cepat dan ramah	0,10	4	0,40
10. Makanannya tidak pakai pengawet	0,11	4	0,44
Sub Total	1,00		3,29
<b>Kelemahan</b>			
1. Promosi masih terbatas	0,09	2	0,18
2. Belum memanfaatkan platform digital secara maksimal	0,10	2	0,20
3. Tidak memiliki SOP tertulis	0,08	2	0,16
4. Jam operasional masih terbatas	0,07	2	0,14
5. Pengemasan makanan belum ramah lingkungan	0,06	1	0,06
6. Modal terbatas untuk ekspansi usaha	0,10	2	0,20
7. Belum memiliki sertifikat halal resmi	0,08	2	0,16
8. Hanya punya satu	0,08	2	0,16
9. Tidak stabilnya harga bahan baku	0,09	1	0,09
10. Proses pembakaran berpotensi menghasilkan asap yang dapat mengganggu beberapa pihak	0,05	1	0,05
Sub Total	1,00		1,40
<b>Total Skor</b>			<b>1,89</b>

Hasil Matriks IFE menunjukkan bahwa Ayam Bakar Jafar memiliki sejumlah kekuatan yang signifikan, terutama pada aspek harga terjangkau, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan. Nilai skor tertimbang yang cukup tinggi mencerminkan kemampuan usaha dalam memanfaatkan keunggulan internalnya. Namun, kelemahan seperti terbatasnya promosi digital dan kurangnya SOP masih menjadi perhatian yang perlu diperbaiki agar mendukung pertumbuhan bisnis secara optimal.

Matriks EFE digunakan untuk memetakan berbagai faktor eksternal yang berada di luar kendali langsung organisasi, namun memiliki pengaruh signifikan terhadap kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Faktor-faktor ini meliputi peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang muncul dari dinamika lingkungan makro maupun industri. Proses evaluasi serupa dilakukan dengan penentuan bobot dan rating, guna memperoleh gambaran objektif mengenai seberapa baik perusahaan mampu merespons kondisi eksternal tersebut.

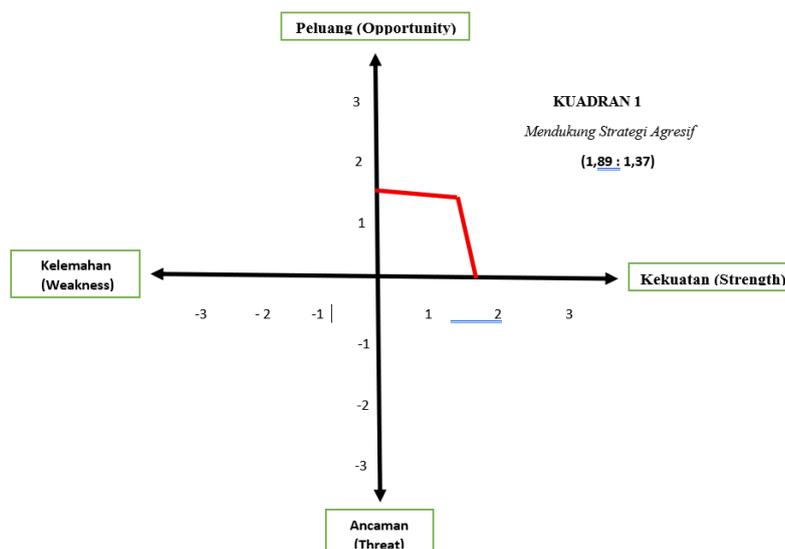
Analisis Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>			
1. Meningkatnya kuliner lokal	0,13	4,0	0,52
2. Kerja sama dengan platform digital	0,12	3,0	0,36
3. Peluang membuka cabang di lokasi lain	0,10	3,0	0,30
4. Potensi delivery yang terus berkembang	0,11	4,0	0,44
5. Dukungan pemerintah untuk UMKM	0,09	3,0	0,27
6. Partisipasi dalam event bazar kuliner	0,08	3,0	0,24
7. Produk tanpa pengawet	0,10	4,0	0,40
8. Lokasi yang strategis	0,09	4,0	0,36
9. Menu untuk semua jenis kalangan usia	0,09	3,0	0,27

10. Sudah bisa menggunakan platform pembayaran digital	0,09	3,0	0,27
Sub Total	1,00		3,43
<b>Ancaman</b>			
1. Persaingan dengan usaha sejenis sangat ketat dan kompetitif	0,14	2,0	0,28
2. Adanya kenaikan harga bahan baku secara tiba tiba	0,13	2,0	0,26
3. Isu kebersihan yang merusak reputasi	0,12	3,0	0,36
4. Ketergantungan pada pasokan ayam dari satu supplier	0,11	2,0	0,22
5. Kompetitor menggunakan teknologi lebih canggih	0,10	2,0	0,20
6. Risiko kebakaran atau bencana lainnya karena peralatan dapur	0,08	2,0	0,16
7. Penurunan daya beli masyarakat	0,08	2,0	0,16
8. Produk makanan mudah ditiru	0,08	2,0	0,16
9. Masih banyak masyarakat Indonesia yang belum menyadari kelezatan masakan kuliner Indonesia	0,08	1,0	0,08
10. Masih kalah saing pada perusahaan kuliner ayam sejenis	0,08	1,0	0,08
Sub Total	1,00		2,06
<b>Total Skor</b>			<b>1,37</b>

Dari analisis matriks EFE, terlihat bahwa Ayam Bakar Jafar berada pada posisi yang cukup kuat dalam menghadapi peluang pasar seperti meningkatnya minat kuliner lokal dan kemajuan platform digital. Namun, ancaman berupa persaingan ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan isu kebersihan menjadi faktor risiko yang harus diantisipasi dengan strategi yang tepat agar keberlanjutan usaha tetap terjaga.

### Kuadran Analisis SWOT

Kuadran Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk memetakan posisi suatu usaha berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dengan memahami posisi kuadran, kita dapat menentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha, seperti strategi agresif, turnaround, atau defensif.



### KESIMPULAN

Ayam Bakar Jafar memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi UMKM kuliner yang lebih kompetitif dan berkelanjutan. Dengan memperkuat keunggulan yang telah dimiliki, seperti rasa khas produk, harga terjangkau, dan pelayanan yang ramah, usaha ini dapat meningkatkan kinerjanya.

Beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan pemesanan, menyusun standar operasional untuk efisiensi kerja, dan mengemas produk dengan lebih menarik dan ramah lingkungan. Selain itu, menjalin kemitraan dengan layanan antar makanan dan mengikuti program pendampingan UMKM dari pemerintah juga dapat membuka peluang pasar yang lebih luas.

Dengan konsistensi dalam meningkatkan kualitas layanan dan adaptasi terhadap perkembangan pasar, Ayam Bakar Jafar dapat tumbuh dan memperkuat posisinya di industri kuliner lokal. Usaha ini memiliki peluang yang sangat baik untuk menjadi lebih sukses dan kompetitif di masa depan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Annisa & Shinta. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Kanaya, Zahra Manaf, et al. "ANALISIS STRATEGI UMKM "AYAM GEPREK R109" MENGGUNAKAN METODE SWOT DI KECAMATAN TAMBUN SELATAN." *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management* 2.2 (2024): 1653-1662.
- Sulasih, S. (2019). Implementasi Matrik Efe, Matrik Ife, Matrik Swot Dan Qspm Untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik Di Keser Notog Patikraja Banyumas. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(1), 27-40.
- Yunani, A., & Maulida, S. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan UMKM dari Berbagai Aspek Ekonomi.