

ANALISIS SWOT PADA UMKM (SATE AYAM DAN SATE KAMBING PAK BEJO PILAR)

Martya Eka Putri
putrimartya2@gmail.com
Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner, khususnya yang mengusung sate ayam dan sate kambing Madura, menunjukkan perkembangan signifikan berkat perpaduan nilai budaya, cita rasa khas, dan fleksibilitas operasional. Sate Madura yang telah menjadi bagian dari kekayaan kuliner Indonesia dipilih banyak pelaku usaha karena daya tarik pasar yang luas serta kemudahan penyajian melalui gerobak dan warung kecil. Di tengah era digital, teknologi dan media sosial turut menjadi pendorong utama dalam perluasan jangkauan dan peningkatan daya saing bisnis ini. Untuk memahami potensi dan tantangan usaha sate Madura secara menyeluruh, pendekatan analisis SWOT digunakan guna merancang strategi yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan. Analisis ini menggabungkan faktor internal dan eksternal untuk memperkuat posisi UMKM kuliner dalam persaingan yang semakin ketat.

Kata kunci: Analisis SWOT, UMKM Kuliner, Sate Madura.

PENDAHULUAN

Sate ayam dan kambing khas Madura merupakan bagian tak terpisahkan dari kekayaan kuliner Indonesia. Makanan ini berasal dari Madura, Jawa Timur, dan terkenal dengan bumbu kacangnya yang kental serta aroma khas dari bakaran arangnya. Makanan ini juga tidak hanya mengisi ragam cita rasa masyarakat, tetapi juga turut berkembang luas melalui pelaku UMKM di berbagai wilayah.

UMKM yang bergerak di bidang kuliner sate Madura memiliki kontribusi signifikan dalam menggerakkan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, serta menjaga kuliner warisan leluhur. Dengan memadukan resep turun-temurun dan pendekatan inovatif dalam hal pengemasan maupun pemasaran, pelaku UMKM mampu bertahan dan tumbuh di tengah persaingan industri kuliner yang terus berubah dan bertambah. Kemajuan teknologi digital juga membuka peluang besar bagi mereka untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan data melalui observasi dan menganalisis secara langsung untuk memperoleh sumber data yang valid dan sesuai dengan rinci.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM yang bergerak dalam usaha kuliner, khususnya sate ayam dan sate kambing Madura, berkembang karena faktor budaya dan ekonomi. Sate Madura dikenal dengan cita rasanya yang khas dengan perpaduan kecap manis, bawang putih, bumbu kacang, dan aneka rempah. Sate Madura telah menjadi bagian dari warisan kuliner Indonesia, sehingga banyak pelaku UMKM memilih bisnis ini. Mayoritas usaha sate Madura beroperasi dengan gerobak atau warung kecil, sehingga mudah berpindah dan menjangkau pelanggan secara luas. Sate ayam dan kambing Madura menjadi salah satu makanan favorit banyak orang, baik untuk konsumsi sehari-hari maupun acara khusus.

Di era digital, teknologi dan media sosial berperan besar dalam membantu UMKM sate Madura memperluas pasar, meningkatkan brand awareness, dan menarik

pelanggan baru. Dengan inovasi dan adaptasi yang terus dilakukan, bisnis ini tetap bertahan serta berkembang di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat.

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat) adalah metode strategis yang digunakan untuk mengembangkan suatu usaha dengan menggabungkan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhinya. Teknik ini membantu bisnis menjadi lebih stabil dan kompetitif. Faktor internal mencakup kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness), sedangkan faktor eksternal meliputi peluang (opportunity) dan ancaman (threat). Berikut adalah analisis dan strategi berbasis SWOT.

Strengths (Kekuatan)

- Kualitas rasa terjamin karena resep turun temurun
- Harga terjangkau
- Bahan baku terpenuhi secara local
- Mudah didapatkan oleh berbagai kalangan konsumen
- Modal usaha relative kecil dengan keuntungan lumayan besar

Weaknesses (Kelemahan)

- Tidak ada pengembangan varian/jenis produk
- Pemasaran yang kurang luas karena hanya menggunakan spanduk tulisan di depan gerobak
- Ketersediaan tempat yang masih menggunakan gerobak dan belum ada tempat berdagang yang permanen
- Tempat makan yang berada di belakang gerobak sate kurang nyaman karena sempit
- Banyaknya produk jenis lain yang lebih diminati pembeli

Opportunities (Peluang)

- Membuat inovasi dengan menambahkan menu baru yaitu sate taichan
- Memanfaatkan aplikasi belanja online, seperti GoFood dan ShopeeFood untuk memudahkan pembeli
- Lokasi yang strategis, di pinggir jalan raya membuat banyak pengendara yang melirik dan menjadi tujuan saat lapar
- Kuliner yang tidak pernah mati, sehingga banyak pecinta kuliner yang selalu ingin membeli
- Memberikan layanan yang ramah, cepat, dan efisien dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

Threats (Ancaman)

- Harga bahan baku yang sering berubah-ubah
- Jumlah penjual sate lain yang rasanya lebih ciri khas
- Perubahan tren kuliner dan gaya hidup konsumen
- Kenaikan biaya sewa lahan, listrik, dan bahan bakar
- Standar kebersihan yang kurang dapat menurunkan reputasi

Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> • Membuka cabang usaha • Melengkapi prasarana • Kerjasama adversing 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan Karyawan • Sosialisai masyarakat • Penguatan Wirausaha
Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> • Menambah varian baru • Meningkatkan layanan • Menjaga kualitas produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Harga terjangkau • Mempertahankan selera konsumen • Dijamin halal

Strategi yang direkomendasikan :

- Tempat makan yang lebih nyaman untuk pengunjung yang makan di tempat
- Mengembangkan varian menu terbaru untuk membangun brand yang lebih kuat dan meningkatkan daya tarik produk
- Mendaftarkan di platform online seperti GoFood, GrabFood untuk meningkatkan penjualan
- Membuka cabang baru di lokasi yang lebih strategis dapat memperluas jangkauan pasar

MATRIKS IFE (INTERNAL FACTOR EVALUATION)

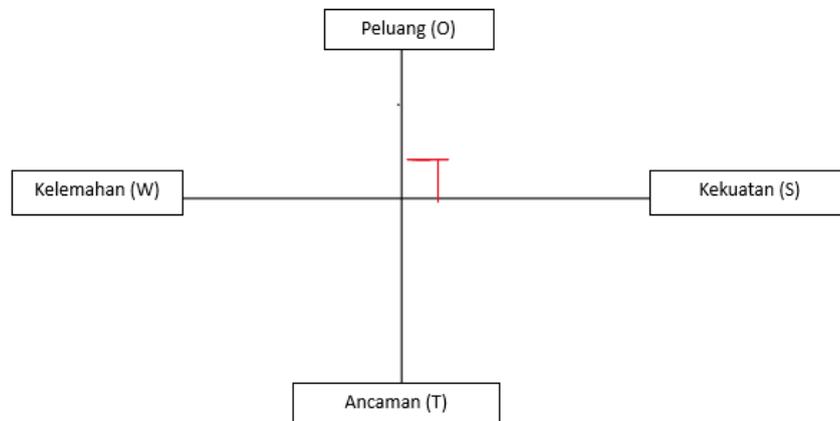
Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan			
Kualitas rasa	0.15	3	0.45
Harga terjangkau	0.40	4	0.40
Bahan baku terpenuhi secara local	0.10	3	0.30
Modal relatif kecil, profit tinggi	0.10	3	0.30
Mudah didapatkan	0.15	3	0.45
Sub total	0.90		1.90
Kelemahan			
Tidak ada pengembangan varian	0.10	2	0.20
Pemasaran yang kurang luas	0.05	2	0.10
Tempat makan yang berada di belakang gerobak	0.10	2	0.20
Banyaknya produk jenis lain	0.05	2	0.10
belum ada tempat berdagang yang permanen	0.10	2	0.20
Sub Total	0.40		0.80
Total Skor	1.30		2.70

MATRIKS EFE (EXTERNAL FACTOR EVALUATION)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Peluang			
menambahkan menu baru	0.10	4	0.40
Memanfaatkan aplikasi belanja online	0.10	4	0.40
Lokasi yang strategis	0.15	4	0.60
Kuliner yang tidak pernah mati	0.10	4	0.40
Memberikan layanan yang ramah	0.15	4	0.60
Sub total	0.55		2.40
Ancaman			
Harga bahan baku yang sering berubah-ubah	0.15	4	0.60
Jumlah penjual sate lain yang rasanya lebih ciri khas	0.10	4	0.40
Perubahan tren kuliner dan gaya hidup konsumen	0.15	4	0.60
Kenaikan biaya sewa lahan, listrik, dan bahan bakar	0.05	2	0.10

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Peluang			
Standar kebersihan yang kurang dapat menurunkan reputasi	0.15	4	0.40
Sub Total	0.60		2.10
Total Skor	1.15		3.70

Kuadran Analisis SWOT



KESIMPULAN

Sate ayam dan sate kambing pak bejo memiliki kekuatan besar yaitu rasanya yang khas dan harga yang terjangkau. Tetapi, masih menjadi kendala pada kelemahan seperti belum ada varian produk baru yang pak bejo buat dan tempat yang kurang nyaman karena belum memiliki bangunan atau kioshal itu harus segera diganti agar lebih terlihat nyaman dan meningkatkan penjualan. Peluang yang besar untuk pak bejo berjualan di lokasi yang ramai dengan orang dan pelayanan yang ramah dan baik kepada konsumen. Ancaman yang besar yaitu dari harga bahan baku yang sering mengalami kenaikan mempengaruhi penjualan, dan kenaikan listrik, sewa lahan maupun bahan bakar.

DAFTAR PUSTAKA

- <http://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/home/detail/1770/STRATEGI-PENINGKATAN-OMSET-UKM-PERCETAKAN-DENGAN-PENDEKATAN-ANALISIS-SWOT>
<https://journal.unindra.ac.id/index.php/usaha/article/view/2497>
<https://www.kompasiana.com/mutiatus/683e7494c925c4165c7ac042/di-balik-asap-sate-kewirausahaan-komunitas-madura-di-kota-semarang>.