

ANALISIS SWOT ES COKLAT LUMER

Najla Rafifah

najlarafifah964@gmail.com

Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Es Coklat Lumer menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan dengan bisnis tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Es Coklat Lumer memiliki kekuatan dalam hubungan pelanggan yang dekat, semangat pemilik yang kuat, inovasi dan kreativitas, serta fokus pada niche pasar tertentu. Peluang yang dapat dimanfaatkan antara lain meningkatnya popularitas minuman coklat, peningkatan suhu udara, lokasi yang strategis, dan berkembangnya platform digital. Namun, UMKM ini juga menghadapi kelemahan seperti keterbatasan modal, tempat usaha yang terbatas, dan keterbatasan jaringan dan akses pasar, serta ancaman seperti munculnya pesaing baru, perubahan tren pasar, dan krisis ekonomi. Berdasarkan analisis SWOT, UMKM Es Coklat Lumer berada pada posisi kuadran 1 yang menunjukkan perlunya strategi agresif untuk mengembangkan usaha.

Kata kunci: Analisis SWOT, Es Coklat Lumer, UMKM.

ABSTRACT

This study aims to analyze internal and external factors that affect Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Es Coklat Lumer using SWOT analysis. SWOT analysis is used to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats that are relevant to the business. The results of the study indicate that Es Coklat Lumer has strengths in close customer relationships, strong owner enthusiasm, innovation and creativity, and focus on a particular market niche. Opportunities that can be utilized include the increasing popularity of chocolate drinks, increasing air temperature, strategic location, and the development of digital platforms. However, this MSME also faces weaknesses such as limited capital, limited business premises, and limited networks and market access, as well as threats such as the emergence of new competitors, changes in market trends, and economic crises. Based on the SWOT analysis, MSME Es Coklat Lumer is in quadrant 1 which indicates the need for an aggressive strategy to develop the business.

Keywords: SWOT Analysis, Es Coklat Lumer, MSME.

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Namun, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya. Analisis SWOT merupakan alat yang berguna untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi UMKM dan membantu dalam merumuskan strategi yang tepat. Penelitian ini berfokus pada UMKM Es Coklat Lumer untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan dengan bisnis minuman coklat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi UMKM Es Coklat Lumer. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM. Faktor-faktor internal yang dianalisis meliputi kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor-faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Tedjo Tripomo analisis SWOT adalah penilaian atau assesment terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan suatu kondisi yang bisa dikategorikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. SWOT adalah singkatan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats, yang dalam bahasa Indonesia berarti Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi berbagai aspek suatu proyek atau bisnis. Kekuatan dan kelemahan adalah faktor-faktor yg terletak di perusahaan yg harus dievaluasi secara periodik, Peluang dan ancaman adalah faktor-faktor yg terletak di lingkungan perusahaan dan harus cepat diatasi. Unsur – unsur analisis SWOT:

1. Strength: situasi atau kondisi yg merupakan kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini.
2. Weakness; situasi atau kondisi yg merupakan kelemahan dari organisasi atau program saat ini.
3. Opportunity: situasi atau kondisi yg mrp peluang di luar organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi orgns di masa depan.
4. Threat: situasi yg merupakan ancaman bg organisasi yg datang dari luar orgns dan dapat mengancam eksistensi orgns di masa depan

Manfaat analisis SWOT:

- 1 Mengidentifikasi Keunggulan Kompetitif: Analisis SWOT membantu Perusahaan mengenali kekuatan internalnya yang dapat menjadi keunggulan kompetitif di pasar, seperti kualitas produk atau Lokasi strategis.
- 2 Memperbaiki Kelemahan: Dengan mengidentifikasi kelemahan, perusahaan dapat fokus pada peningkatan kinerja dan mengatasi masalah yang menghambat pertumbuhan bisnis.
- 3 Mencari Peluang: Analisis SWOT membantu perusahaan mengidentifikasi peluang yang ada di pasar, baik peluang baru maupun peluang yang belum dimanfaatkan.
- 4 Mengantisipasi Ancaman: Dengan memahami ancaman eksternal, perusahaan dapat mempersiapkan diri dan merencanakan strategi untuk mengatasi tantangan tersebut.
- 5 Merancang Strategi Bisnis: Analisis SWOT memberikan dasar yang kuat untuk merumuskan strategi bisnis yang efektif, baik untuk jangka pendek maupun jangka Panjang
- 6 Memperoleh Keputusan yang Tepat: Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kondisi internal dan eksternal, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi dan tepat guna.
- 7 Meningkatkan Keberlanjutan Bisnis: Analisis SWOT membantu perusahaan dalam menjaga keberlangsungan bisnisnya dengan terus mengembangkan kekuatan, mengurangi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengantisipasi ancaman.
- 8 Menciptakan Inovasi: Analisis SWOT dapat mendorong perusahaan untuk menciptakan inovasi baru yang dapat memberikan nilai tambah dan meningkatkan daya saing di pasar.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pada Es Coklat Lumer)

Analisis faktor internal mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, sementara analisis faktor eksternal mengolah peluang dan ancaman yang ada di lingkungan Perusahaan (Subaktilah et al., 2018). SWOT mengidentifikasi faktor internal (kelebihan (advantages) dan kelemahan (weaknesses) dan factor eksternal peluang (Opportunity) dan ancaman (Threats) (Aulawi et al., n.d.). Es Coklat Lumer merupakan

salah satu usaha mikro, kecil dan menengah yang berlokasi di Perumahan Kota Serang Baru Blok D62 No 47, Sukaragam, Serang Baru, Bekasi, Jawa Barat. Usaha tersebut telah berdiri sejak tahun 2023. Usaha tersebut dimiliki oleh seorang Ibu Rumah Tangga yang bernama Suprapti. Usaha tersebut menjual minuman coklat dengan berbagai macam pilihan topping, ada Es Coklat Roti, Es Coklat Durian, dan yang lainnya. Target pasarnya adalah remaja, anak sekolah, pekerja di sekitar Lokasi.

A. Opportunity (Peluang)

- 1 Meningkatkan popularitas minuman coklat: Minuman Coklat yang sedang banyak di gemari banyak orang
- 2 Peningkatan suhu udara: Suhu udara yang meningkat membuat banyak orang mencari minuman segar dan menjadi peluang usaha untuk menjual minuman dingin
- 3 Lokasi yang strategis: Berlokasi di jalan utama yang banyak di lewati banyak orang.
- 4 Memiliki banyak relasi: Memiliki banyak relasi sehingga tidak sedikit yang memesan minuman untuk acara-acara tertentu.
- 5 Harga yang terjangkau: Harga yang terjangkau dapat menarik banyak pelanggan
- 6 Berkembangnya platform digital: Es Coklat Lumer memanfaatkan platform digital untuk menerima pesanan, dan untuk mempromosikan produk penjualan.
- 7 Kurangnya pesaing dengan konsep es coklat di area sekitar: ini adalah peluang untuk menarik pelanggan yang akan mencari minuman yang berbeda.
- 8 Cara dan bahan yang mudah ditemukan: menjadi salah satu peluang untuk berjualan karna tidak perlu repot mencari bahan ketika penjual kehabisan bahan.
- 9 Preferensi konsumen: dapat membuka peluang untuk menciptakan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
- 10 Pertumbuhan pasar local: meningkatnya daya beli Masyarakat di sekitar Lokasi UMKM.

B. Strengths (Kekuatan)

1. Adaptabilitas: UMKM cepat beradaptasi dengan permintaan pelanggan dan pengambilan Keputusan yang cepat.
2. Hubungan pelanggan yang lebih dekat: Pemilik memiliki interaksi langsung dengan pelanggan, membangun hubungan yang lebih personal dan loyalitas pelanggan yang kuat.
3. Pengambilan Keputusan yang cepat: dapat membuat dan mengambil Keputusan dengan cepat.
4. Semangat pemilik UMKM yang kuat: Pemilik memiliki semangat yang kuat dan motivasi yang tinggi untuk mengembangkan bisnisnya.
5. Biaya Operasional yang rendah: Dibandingkan dengan Perusahaan besar, UMKM memiliki biaya overhead yang lebih rendah.
6. Kualitas produk: UMKM mengutamakan kualitas produk sebagai keunggulan kompetitif.
7. Penggunaan sumber daya local yang efisien: Dapat memberikan keunggulan biaya
8. Inovasi dan kreativitas: Pemilik UMKM memiliki inovasi dan kreativitas yang tinggi untuk mengembangkan produk.
9. Fokus pada niche pasar tertentu: memahami kebutuhan pelanggan di niche tersebut dengan baik.
10. Reputasi yang baik: UMKM ini memiliki reputasi yang baik karna mengutamakan produk dan memiliki kepercayaan dari Masyarakat setempat.

C. Weaknesses (kelemahan)

1. Kurangnya proses yang terdokumentasi: kurangnya proses yang terdokumentasi

menjadikan UMKM tersebut terhambat pertumbuhan dan penurunannya.

2. Keterbatasan modal: Pendanaan seringkali menjadi kendala utama untuk melakukan pengembangan UMKM dengan baik.
3. Keterbatasan keahlian dan pengetahuan: pemilik memiliki keterbatasan dalam pengetahuan, tetapi pemilik juga seringkali dibantu oleh ananya untuk melakukan pemasaran produk, pendataan pendapatan dan pengeluaran, dsb.
4. Keterbatasan jaringan dan akses pasar: Keterbatasan pada area local atau melalui jaringan pribadi, sehingga sulit untuk melakukan ekspansi ke pasar yang lebih luas.
5. Keterbatasan Branding: Kurangnya keahlian dalam branding membuat UMKM kesulitan untuk membangun citra merek yang kuat.
6. Rentan terhadap perubahan ekonomi: Memiliki Cadangan keuangan yang terbatas.
7. Tempat usaha yang terbatas: Keterbatasan tempat yang dimiliki UMKM tersebut dapat menghambat UMKM dalam memenuhi permintaan pasar.
8. Meningkatnya harga bahan: menjadi salah satu penghambat penjualan karna harga bahan lebih tinggi dari biasanya.
9. Perubahan cuaca secara mendadak: Perubahan cuaca yang terjadi seperti dari cerah menjadi hujan secara mendadak menjadi penghambat UMKM untuk berjalan.
10. Penurunan pelanggan: Pelanggan yang tidak menetap dan gampang bosan menjadi salah satu kelemahan untuk berjalan.

D. Threats (Ancaman)

1. Munculnya pesaing baru: Dapat merebut pelanggan.
2. Perubahan tren pasar dan preferensi konsumen: Selera dan kebutuhan konsumen yang berubah dengan cepat dapat membuat penjualan menjadi tidak relevan.
3. Kenaikan harga bahan baku: Peningkatan harga bahan baku dapat mengurangi keuntungan jika tidak menaikkan harga jual.
4. Krisis ekonomi: Penurunan daya beli Masyarakat akibat krisis ekonomi dapat mengurangi permintaan produk.
5. Persaingan harga yang ketat: Adanya pesaing yang menawarkan produk yang sama dengan harga yang lebih rendah.
6. Kejadian tak terduga: Sering terjadi banjir ketika sedang hujan yang lebat.
7. Isu Kesehatan terhadap produk: munculnya isu Kesehatan terkait kandungan bahan, reputasi dan penjualan akan terpengaruhi.
8. Keterbatasan infrastruktur: Pemadaman Listrik dapat mengganggu operasional, terutama untuk peralatan pendinginan.
9. Perubahan musim: Penjualan Es Coklat Lumer sangat bergantung pada musim/cuaca.
10. Adopsi teknologi baru oleh pesaing: pesaing yang lebih canggih menggunakan teknologi menjadi salah satu ancaman untuk penjualan.

Tabel 1 SWOT Matriks

SWOT MATRIKS	Strength - S	Weakness – W
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan pelanggan yang lebih dekat 2. Semangat pemilik UMKM yang kuat 3. Inovasi dan kreativitas 4. Fokus pada niche pasar tertentu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan modal 2. Tempat usaha yang terbatas 3. Keterbatasan jaringan dan akses pasar 4. Kurangnya proses yang terdokumentasi

<p>Opportunity – O</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki banyak relasi Harga yang terjangkau Berkembangnya platform digital Pertumbuhan pasar local 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengembangkan usaha dengan menggunakan platform digital, agar dapat meningkatkan keuntungan Mempertahankan kualitas 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan pendataan penjualan Memperluas tempat usaha
<p>Threats – T</p> <ol style="list-style-type: none"> Perubahan musim Munculnya pesaing baru Krisis ekonomi Isu Kesehatan terhadap produk 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> Menciptakan inovasi baru Menetapkan harga yang terjangkau untuk semua kalangan 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan promosi yang lebih menarik Meningkatkan jaringan dan akses pasar yang lebih luas.

TABEL EKSTERNAL FACTOR EVALUATION (EFE)

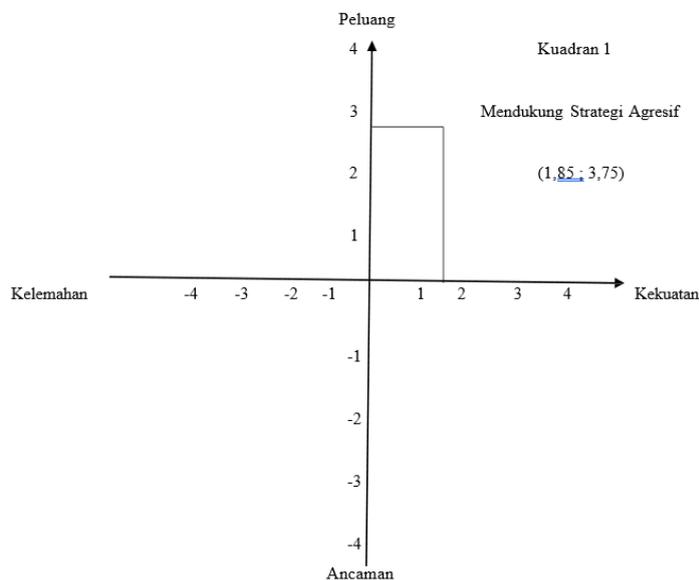
Tabel 2 Eksternal Factor Evaluation

Analisis Faktor Eksternal	WEIGHT	RATING	SKOR
Peluang			
1. Memiliki banyak relasi	0,70	4	2,8
2. Harga yang terjangkau	0,40	4	1,6
3. Berkembangnya platform digital	0,50	3	1,5
4. Pertumbuhan pasar local	0,15	3	0,45
Sub Total	1,75		6,35
Ancaman			
1. Perubahan musim	0,40	4	1,6
2. Munculnya pesaing baru	0,60	3	1,8
3. Krisis ekonomi	0,25	2	0,5
4. Isu Kesehatan terhadap produk	0,30	2	0,6
Sub Total	1,55		4,5
Total Skor			1,85

TABEL INTERNAL FACTOR EVALUATION (IFE)

Tabel 3 Internal Factor Evaluation

Analisis Faktor Internal	WEIGHT	RATING	SKOR
Kekuatan			
1. Hubungan pelanggan yang lebih dekat	0,70	4	2,8
2. Semangat pemilik UMKM yang kuat	0,80	4	3,2
3. Inovasi dan kreativitas	0,50	3	1,5
4. Fokus pada niche pasar tertentu	0,70	3	2,1
Sub Total	2,7		9,6
Kelemahan			
1. Keterbatasan modal	0,50	3	1,5
2. Tempat usaha yang terbatas	0,65	3	1,95
3. Keterbatasan jaringan dan akses pasar	0,45	2	0,9
4. Kurangnya proses yang terdokumentasi	0,50	3	1,5
Sub Total	2,1		5,85
Total Skor			3,75



Gambar 1. Matrks Space

KESIMPULAN

Analisis SWOT memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi UMKM Es Coklat Lumer. UMKM ini memiliki potensi untuk berkembang dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang

ada, serta mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman. Strategi SO yang disarankan diharapkan dapat membantu UMKM ini untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. UMKM Es Coklat Lumer telah melakukan analisis SWOT yang komprehensif, memberikan gambaran jelas mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi operasionalnya. Usaha ini menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan, didukung oleh beberapa kekuatan internal, seperti kedekatan hubungan dengan pelanggan, semangat tinggi dari pemilik, inovasi dan kreativitas, serta fokus pada niche pasar yang spesifik. Berbagai peluang eksternal juga dapat dimanfaatkan, termasuk popularitas minuman cokelat yang terus meningkat, kondisi suhu udara yang sering panas, lokasi bisnis yang strategis, dan perkembangan pesat platform digital. Namun, UMKM ini juga menghadapi sejumlah tantangan berupa kelemahan internal, seperti keterbatasan modal dan tempat usaha, serta jangkauan jaringan dan akses pasar yang masih terbatas. Selain itu, ancaman eksternal yang perlu diantisipasi mencakup munculnya pesaing baru, pergeseran tren pasar, dan potensi dampak dari krisis ekonomi. Berdasarkan hasil analisis SWOT, posisi UMKM Es Coklat Lumer berada pada Kuadran I. Kondisi ini mengindikasikan bahwa perusahaan memerlukan implementasi strategi yang agresif untuk mendorong pengembangan usaha. Strategi SO (Kekuatan-Peluang) yang direkomendasikan, seperti pemanfaatan platform digital untuk meningkatkan keuntungan dan komitmen terhadap pemeliharaan kualitas produk, diharapkan dapat mendukung UMKM ini mencapai pertumbuhan berkelanjutan dan keberlangsungan bisnis di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulawi, H., Rahmawati, D., Adawiyah, R., & Putri, I. (n.d.). Strategi Pencapaian Keunggulan Bersaing Minuman Kemasan Lemon Menggunakan Metode Business Model Canvas & SWOT. <https://jurnal.itg.ac.id/>
- Subaktilah, Y., Kuswardani, N., Yuwanti, S., Magister Teknologi Agroindustri, P., Teknologi Pertanian, F., Jember Jl Kalimantan No, U., & Tegalboto Jember, K. (2018). Analisis SWOT: Faktor Internal dan Eksternal pada Pengembangan. In *Jurnal Agroteknologi* (Vol. 12, Issue 02).