

ANALISIS SWOT PADA UMKM ES COKELAT

Aisyha Destirani¹, Tyna Yunita², Mohammad Dava Ramdhani Umam³

Univesitas Bhayangkara Jakarta

1202210325184@mhs.ubharajaya.ac.id, 2tyna.ubj@gmail.com,

3202210325189@mhs.ubharajaya.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi pilar penting di Indonesia. Dalam mengembangkan UMKM diperlukan adanya strategi pengembangan SWOT untuk berkembang lebih maju. Peluang besar yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan ekspor pasar. Berbagai ancaman yang didapatkan dari persaingan antar produsen dan kebijakan yang merugikan dapat diantisipasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis SWOT pada UMKM es cokelat untuk mengetahui faktor internal serta eksternal untuk dalam mengembangkan UMKM pada es cokelat. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan berupa wawancara kepada penjual, observasi langsung, ataupun data sekunder. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi UMKM dalam meningkatkan kualitas produk, inovasi produk, memperbaiki pengelolaan SDM dan keuangan, serta dapat menjalin kerjasama dengan pemasok atau kemitraan untuk meningkatkan daya saing di pasar.

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have become an important pillar in Indonesia. In developing MSMEs, a SWOT development strategy is needed to develop more advanced. Great opportunities that can be utilized to increase market exports. Various threats obtained from competition between producers and adverse policies can be anticipated. This research aims to analyze SWOT in chocolate ice drink MSMEs to determine internal and external factors for developing MSMEs in chocolate ice drinks. In this study, data were collected in the form of interviews with sellers, direct observation, or secondary data. SWOT analysis is used to identify MSMEs in improving product quality, product innovation, improving HR and financial management, and can establish cooperation with suppliers or partnerships to increase competitiveness in the market.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun suatu daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Pengembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi serta dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara (D. H. Wibowo et al., 2015). Perlu diketahui bahwa UMKM di Indonesia telah menjadi pilar terpenting bagi ekosistem ekonomi. Apalagi diketahui bahwa 99% pelaku usaha di Indonesia adalah sektor UMKM. Peran UMKM ini telah berkontribusi 60% terhadap produk domestik bruto nasional dan 97% terhadap penyerapan tenaga kerja yang terdampak pandemi (Arianto, 2021). Olahan cokelat menjadi salah satu jenis UMKM yang sedang berkembang saat ini. Indonesia salah satu negara penghasil kakao terbesar di dunia. Kakao telah menjadi komoditas ekspor utama Indonesia dan menjadi penyumbang devisa negara terbesar. Industri pengolahan kakao juga diperlukan seiring dengan melimpahnya produksi kakao, karena nilai ekonomi kakao olahan lebih tinggi dibandingkan kakao mentah (Maswadi, 2011). Khasiat cokelat yang bermanfaat muncul karena produk tumbuhan ini mengandung beberapa nutrisi yang diperlukan tubuh. Dalam 100 gram cokelat mengandung beberapa nutrisi seperti air, energi, protein, lemak, karbohidrat, serat, kalsium, fosfor, zat besi, natrium, dan kalium yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Gambar cokelat dapat di lihat di bawah ini.



Gambar 1.1 Bubuk cokelat

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, minuman adalah sesuatu atau barang yang diminum dan kekinian berarti keadaan sekarang atau terkini, sehingga secara harafiah minuman kekinian dapat diartikan sebagai sesuatu yang diminum masa kini. Minuman kekinian adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan minuman populer dan inovatif yang terkenal dengan cita rasa uniknya. Dengan ketatnya persaingan bisnis saat ini, membangun bisnis menuntut pendekatan yang kreatif. Salah satu usaha yang sangat berkembang pesat dan memiliki persaingan kompetitif di Indonesia saat ini adalah minuman kekinian. (Veronica & Ilmi, 2020). Salah satu UMKM minuman olahan cokelat ini terletak di Kota Bekasi yang berlokasi pada daerah Rawalumbu Bekasi. UMKM es cokelat ini dibentuk atas dasar banyaknya minat dari masyarakat dalam mengonsumsi minuman kekinian yang berbahan dasar cokelat. Target dari produk ini adalah semua kalangan masyarakat yang menyukai minuman yang berbahan dasar bubuk cokelat, mulai dari anak-anak maupun sampai orang dewasa atau tua (Selong, 2022).

Dalam menjalankan usaha diperlukan adanya pemasaran yang tepat agar penjualan yang didapatkan lebih maksimal. Dalam usaha ini dapat digunakan suatu cara untuk mengembangkan strategi pengembangan yaitu analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) (P. A. Wibowo et al., 2023). Analisis SWOT adalah teknik multifaset dalam membentuk sistem organisasi. Pemeriksaan ini didasarkan pada alasan yang dapat meningkatkan Kualitas dan Pintu Terbuka yang Luar Biasa, namun sekaligus dapat membatasi Kekurangan dan Bahaya. (Christian et al., 2023). Analisis SWOT telah terjadi perangkat paling berharga dalam dunia bisnis. Strategi SWOT adalah pemeriksaan yang benar-benar layak, kuat dan produktif dan alat untuk ditemukan dengan cepat dan akurat dan melihat hasil yang mungkin terkait dengan perkembangan baru di dunia perbisnisan. (Christian et al., 2023). Analisis SWOT merupakan langkah awal dalam manajemen strategi untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi perusahaan baik internal maupun eksternal. Faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman yang ada pada lingkungan perusahaan. Sedangkan faktor internal terdiri atas kekuatan dan kelemahan perusahaan yang dapat diukur dari kondisi lingkungan dalam perusahaan. Kekuatan dalam UMKM bisnis cokelat ini berupa bahan baku yang berkualitas, bahan baku yang mudah ditemukan, dan tenaga kerja yang terampil. Sedangkan kelemahan dapat berupa keterbatasan modal, kurangnya inovasi pada produk, dan keterbatasan dalam jaringan distribusi. Peluang bisnis dapat berupa meningkatnya minat konsumen terhadap produk, peningkatan pasar ekspor, dan pembangan produk yang inovatif. Ancaman yang didapatkan dapat berupa persaingan antar produsen. Gambar SWOT dapat dilihat dibawah ini



Gambar 1.2 Analisis SWOT

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada UMKM es cokelat yang merupakan usaha dalam pengolahan produk cokelat dan mempunyai potensi untuk berkembang. Penelitian ini menggunakan data kualitatif berupa penelitian deskriptif dan analisis dalam strategi penjualan. Data kualitatif yang dikumpulkan yaitu berupa wawancara langsung dengan pemilik UMKM. Selanjutnya, observasi langsung terhadap seluruh kegiatan operasional dalam UMKM. Data sekunder yang digunakan berupa data penjualan UMKM melalui yang tercatat di kantor pajak, ataupun dokumen operasional UMKM. Literatur atau publikasi mengenai analisis SWOT pada UMKM olahan produk cokelat atau beberapa usaha lain berupa jurnal ilmiah ataupun artikel media online lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan metode wawancara langsung dengan pemilik UMKM es cokelat, maka diperoleh rangkuman analisis SWOT, sebagai berikut:

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Analisis faktor internal UMKM es cokelat adalah sebagai berikut:

a) Harga (Kekuatan)

Harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan produk lainnya dipasaran. Harga yang ditawarkan yang bervariasi sesuai dengan ukuran dan jenis produk. Penentuan harga produk juga berdasarkan dengan rasa dan ukuran produk sehingga konsumen dapat membeli sesuai dengan harga yang diinginkan.

b) Lokasi Usaha (Kekuatan)

Pemilihan lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau sehingga konsumen dengan mudah menemukan tempat usaha, dan akan memungkinkan tempat usaha lebih ramai dikunjungi oleh pelanggan.

c) Pelayanan terhadap Konsumen (Kekuatan)

Sumber daya manusia harus berada dalam posisi yang sesuai dengan keahlian, berpengalaman, dan kapisitasnya. Konsumen atau pelanggan yang datang membeli produk dilayani dengan baik agar konsumen yang datang merasa puas dengan produk minuman yang tawarkan dan pelayanan yang diberikan. Selain itu proses dalam pembayaran sudah dapat dilakukan dengan sistem pembayaran elektronik untuk kenyamanan dan kepraktisan transaksi para pembeli.

d) Bahan baku produk (Kekuatan)

Bahan baku yang digunakan merupakan olahan cokelat dengan kualitas terbaik. Dengan bahan baku berkualitas maka produk yang dihasilkan adalah yang terbaik juga. Selain itu, kemudahan dalam bahan baku juga sangat mempengaruhi keberlanjutan dalam

usaha atau kegiatan operasional UMKM. Hasil penelitian ini didapatkan dengan cara mewawancarai pemilik UMKM, berdasarkan wawancara tersebut belum ada kendala terkait dengan bahan baku yang digunakan.

e) Promosi (Kelemahan)

Promosi berfungsi sebagai sarana untuk mengkomunikasikan secara efektif keunggulan suatu produk atau layanan guna membujuk pelanggan agar melakukan pembelian. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemilik UMKM masih belum maksimal, promosi hanya dilakukan hanya terbatas pada media sosial seperti Instagram, *facebook*, dan *google*. Dampak promosi yang efektif terhadap pendapatan perusahaan tidak bisa dianggap remeh. Semakin mahir suatu bisnis dalam menjalankan strategi promosi, semakin tinggi kemungkinan untuk meningkatkan penjualan dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

f) Keuangan (Kelemahan)

Keuangan menjadi aspek paling penting dalam menjalankan sebuah operasional kegiatan bisnis tanpa adanya pengelolaan uang maka bisnis akan berisiko terhenti. Keterbatasan modal dan pencatatan keuangan menjadi kelemahan dalam UMKM ini. Keterbatasan modal maka akan memungkinkan terjadinya hambatan dalam melakukan pengembangan usaha. Selain itu, perhitungan keuangan belum dilakukan secara terperinci dan hanya dilakukan perhitungan tiap bulan saja.

g) Loyalitas pelanggan (Peluang)

Adanya hubungan yang baik antara karyawan antara pelanggan sehingga para pembeli atau konsumen bisa membeli produk dengan santai dan nyaman. Hubungan antar pelanggan menjadi kunci penting dalam menjual produk kepada konsumen.

h) Kenaikan harga bahan baku (Ancaman)

UMKM es cokelat merupakan usaha atau bisnis yang memiliki produk ciri khas cokelat. Hal ini menjadi ancaman bila terjadi kenaikan harga bahan baku. Jika kenaikan harga bahan baku maka terjadi juga kenaikan harga produk. Kenaikan harga bahan baku menjadi hambatan bagi usaha dalam berkembang.

i) Banyak pesaing baru (Ancaman)

Munculnya pesaing-pesaing yang menjual produk yang sama dengan harga yang relatif lebih murah ataupun produk yang dijual lebih bervariasi yang dapat berisiko berkurangnya pelanggan atau konsumen.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Faktor internal ataupun faktor eksternal menjadi peran penting dalam menjalankan suatu usaha UMKM es cokelat yang terdiri dari kekuatan utama yaitu bahan baku yang berkualitas, lalu dalam kelemahan terdiri dari tidak adanya promosi yang efektif dalam pemasaran, selanjutnya dalam peluang kelayakatan terhadap pelanggan menjadi poin penting dalam menjual produk sehingga pelanggan dapat setia membeli produk umkm, dan ancaman utama yaitu munculnya pesaing-pesaing yang memiliki usaha yang berbahan baku sama yaitu cokelat.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan maka, strategi yang tepat dalam mengatasi permasalahan yang ada berdasarkan hasil analisis SWOT sebagai berikut:

- a. Melakukan perluasan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam melakukan kegiatan promosi sehingga produk lebih dikenal oleh masyarakat luas.
- b. Menjaga kualitas bahan baku agar tetap terjamin dalam menjual produknya.
- c. Melakukan evaluasi dalam pengelolaan keuangan agar dapat terperinci dan jelas di setiap harinya.
- d. Menjaga keyolalitas pelanggan agar konsumen merasa nyaman dan setia untuk membeli produk UMKM es cokelat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233–247.
- Christian, N., Yunita, T., Mulyadi, B., & Rafael, C. (2023). Penerapan Analisis SWOT pada Pemasaran Ayam Bakar Rembiga Lombok. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 74-80.
- Maswadi. (2011). Agribisnis Kakao dan Produk Olahannya berkaitan dengan Kebijakan Tarif Pajak di Indonesia. *Perkebunan Dan Lahan Tropika*, 1(2), 23.
- Selong, M. T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Kedai Tentang Kita Minum Cokelat Kekinian Kota Sorong. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 880–887.
- Veronica, M. T., & Ilmi, I. M. B. (2020). Minuman Kekinian di Kalangan Mahasiswa Depok dan Jakarta. *Indonesian Jurnal of Health Development*, 2(2), 83–84.
- Wibowo, D. H., Arifinin, Z., & Sunarti. (2015). Strategi dan Program Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Wibowo, P. A., Yunita, T., Sya'adah, T. N., & Salsabilah, V. (2023). Strategi Pengembangan Analisis SWOT UMKM Produk Olahan Cokelat. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 22-29.
- Wulandari, R. (2006). *Aneka Kreasi Coklat*. Jakarta. Kawan Pustaka.