

MANAJEMEN OPERASIONAL UMKM BERBASIS SWOT: STUDI KASUS GILINGAN TEPUNG BU SONAH

SWOT-BASED UMKM OPERATIONAL MANAGEMENT: CASE STUDY OF BU SONAH FLOUR MILL

¹⁾Faza Shidiq Ahyat, ²⁾Nadia Anggita, ³⁾Sahra Vadya, ⁴⁾Salma Fatin Khairunnisa

Program Studi Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja
Jl. Otto Iskandardinata No 76, Subang, Jawa Barat 41211

Email korespondensi: nadia2022@stiesa.ac.id
No hp: 081220464235

ABSTRAK

Histori Artikel:

Diajukan:
07/07/2025

Diterima:
28/09/2026

Diterbitkan:
05/10/2026

UMKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal dan nasional. Studi ini bertujuan untuk menganalisis manajemen operasional UMKM Gilingan Tepung Bu Sonah melalui pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha ini terletak pada lokasi strategis, biaya operasional rendah, dan kualitas produk yang konsisten. Namun, terdapat kelemahan seperti keterbatasan pemasaran digital, kapasitas produksi rendah, dan belum adanya sertifikasi pangan. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi tren makanan sehat, dukungan program pemerintah, dan potensi diversifikasi produk. Sementara itu, ancaman utama berasal dari persaingan industri besar, fluktuasi harga bahan baku, serta regulasi pangan yang semakin ketat. Berdasarkan analisis SWOT, strategi pengembangan yang disarankan mencakup pelatihan manajerial, pemanfaatan media sosial untuk promosi, perluasan jaringan distribusi, serta inovasi produk dan pemanfaatan limbah sekam sebagai nilai tambah. Dengan strategi ini, UMKM Gilingan Bu Sonah diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya di tengah tantangan ekonomi modern.

Kata kunci: UMKM, manajemen operasional, SWOT, gilingan tepung, strategi pengembangan

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam ekonomi nasional, bukan hanya sebagai penyedia lapangan kerja tetapi juga sebagai penggerak perekonomian lokal. Salah satu jenis UMKM yang berkembang di Kabupaten Subang adalah usaha penggilingan tepung beras yang dikelola

oleh Ibu Sonah, yang terletak di Jl. DI Panjaitan, Kelurahan Soklat. Usaha ini sudah berjalan sejak tahun 2010 dan melayani berbagai segmen pasar, mencakup rumah tangga hingga pelaku UMKM dalam bidang makanan tradisional.

Namun, berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, usaha Gilingan Bu Sonah

masih menghadapi beberapa permasalahan mendasar, di antaranya minimnya pemanfaatan pemasaran digital, sistem distribusi yang terbatas, belum adanya sertifikasi standar pangan resmi, serta ketergantungan pada satu jenis produk (tepung beras). Permasalahan ini membuat usaha mudah kalah bersaing dengan perusahaan besar yang menawarkan harga lebih rendah dan lebih banyak pilihan produk.

Pentingnya pengembangan kapasitas usaha kecil untuk bersaing di zaman modern. Misalnya, pelatihan dalam manajemen usaha dan pemasaran digital dapat memberikan dorongan signifikan pada pendapatan UMKM makanan tradisional. Kebutuhan akan diversifikasi produk serta penerapan standar kebersihan dalam usaha pangan lokal untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Hal ini menekankan pentingnya pelaksanaan program pendampingan bagi UMKM seperti Gilingan Bu Sonah.

Dengan mempertimbangkan latar belakang dan isu-isu tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan pemasaran digital di usaha Gilingan Bu Sonah, mendorong variasi produk tepung beras serta penggunaan limbah sekam sebagai produk bernilai tambah, membantu mempersiapkan usaha untuk sertifikasi standar pangan melalui pelatihan dasar mengenai kebersihan dan dokumentasi usaha.

Dengan tercapainya sasaran-sasaran ini, diharapkan bisnis Gilingan Bu Sonah dapat meningkatkan daya saingnya, memperluas area pemasarannya, serta berkontribusi lebih pada perekonomian lokal dengan cara yang lebih berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2016), pendekatan kualitatif merupakan metode eksploratif untuk memahami makna yang dihasilkan individu atau kelompok terkait permasalahan sosial atau kemanusiaan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti bertindak sebagai

instrumen utama yang aktif dalam pengumpulan data, melalui teknik seperti wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, serta partisipasi langsung. Data yang diperoleh bersifat deskriptif dan dianalisis secara induktif, dengan fokus pada proses dan makna (Waruwu et al., 2025).

Objek dan Waktu Penelitian

Objek penelitian ini adalah Gilingan Tepung Bu Sonah, sebuah usaha jasa penggilingan tepung beras yang berlokasi di Jl. DI Panjaitan, Kelurahan Soklat, Kp. Sukaesmi RT/RW 16/11, Subang, Jawa Barat. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 20 Mei 2025 dengan narasumber utama Ibu Sonah selaku pemilik usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen operasi yang diterapkan oleh Gilingan Tepung Bu Sonah, dengan menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sebagai alat analisis utama.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan Ibu Sonah sebagai pemilik Gilingan Tepung Bu Sonah. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk menggali informasi terkait operasional usaha, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang diterapkan dalam pengelolaan bisnis.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel, dokumen internal usaha, serta referensi lain yang relevan untuk mendukung analisis dan pembahasan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini. Menurut (Rachmawati, 2007), wawancara kualitatif bertujuan memperoleh pemahaman mendalam tentang pengalaman, pandangan, dan perspektif individu terhadap fenomena yang diteliti. Wawancara dilakukan secara langsung dengan Ibu Sonah untuk memperoleh data primer yang relevan mengenai pengelolaan usaha, strategi pemasaran, operasional, serta pencatatan keuangan.

Dokumentasi

Selain wawancara, teknik dokumentasi juga digunakan untuk melengkapi data penelitian. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen tertulis, foto, laporan keuangan, bukti transaksi, dan arsip lain yang berkaitan dengan aktivitas usaha Gilingan Tepung Bu Sonah. Menurut (Prawiyogi et al., 2021), dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui dokumen yang relevan dengan objek penelitian, guna memperoleh bukti faktual dan mendukung hasil wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM Gilingan Ibu Sonah

UMKM Gilingan Ibu Sonah merupakan salah satu pelaku usaha mikro yang telah berdiri sejak tahun 2010 di Kelurahan Soklat, Subang. Usaha ini dijalankan oleh Ibu Sonah dan dibantu oleh satu orang karyawan, Nanang. Fokus utama dari usaha ini adalah jasa penggilingan beras menjadi tepung, yang menyasar konsumen rumah tangga, pelaku UMKM kuliner, hingga pedagang pasar tradisional. Berdasarkan pendekatan kualitatif yang didasarkan pada observasi lapangan, wawancara langsung, serta analisis dokumen internal, diketahui bahwa usaha ini mengandalkan mesin semi-modern untuk menjaga kualitas hasil gilingan tepung beras dan ketan. Kualitas produk dijaga melalui

perhatian terhadap kebersihan dan higienitas, sehingga menghasilkan tepung yang halus dan bersih. Meskipun dijalankan dalam skala rumah tangga, usaha ini telah menunjukkan keberlangsungan yang stabil dengan proses operasional yang efisien dan pembukuan sederhana yang memungkinkan pemilik usaha memantau arus kas secara rutin.

Dari segi kekuatan internal, Gilingan Ibu Sonah memiliki beberapa faktor unggulan, seperti lokasi usaha yang strategis di pusat kota Subang, legalitas usaha yang telah lengkap, biaya operasional yang rendah karena berbasis keluarga, serta kualitas produk yang konsisten. Selain itu, permintaan pasar terhadap tepung beras tetap stabil, terutama dari kalangan UMKM kuliner yang mengutamakan bahan baku alami dan bebas pengawet. Namun, terdapat pula sejumlah kelemahan yang menjadi perhatian dalam pengembangan usaha ini. Minimnya penggunaan teknologi digital dalam promosi, sistem distribusi yang terbatas, kapasitas produksi yang masih rendah, serta belum adanya sertifikasi pangan formal menjadi hambatan dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Dalam konteks lingkungan eksternal, UMKM ini menghadapi peluang besar dari tren peningkatan konsumsi makanan lokal dan sehat, meningkatnya permintaan dari pelaku UMKM kuliner, serta adanya dukungan program pemerintah terhadap sektor UMKM. Peluang ini dapat direspons melalui pengembangan produk turunan seperti tepung beras instan, tepung organik, dan diversifikasi ke produk olahan lainnya. Selain itu, potensi pemanfaatan limbah sekam sebagai bahan bakar atau pakan ternak menunjukkan bahwa Gilingan Ibu Sonah juga berpotensi untuk menjadi usaha yang ramah lingkungan. Di sisi lain, tantangan yang dihadapi antara lain datang dari persaingan dengan industri besar, fluktuasi harga beras, ketergantungan pada satu jenis produk, serta tuntutan regulasi pangan yang semakin ketat.

Berdasarkan keseluruhan analisis SWOT, strategi yang paling relevan untuk diterapkan adalah kombinasi antara penguatan internal dan pemanfaatan peluang eksternal. Strategi tersebut meliputi peningkatan kualitas

manajerial melalui pelatihan, penggunaan media sosial untuk branding dan promosi, serta menjalin kemitraan dengan pelaku usaha lokal lainnya untuk memperluas jaringan distribusi. Usaha ini juga perlu mulai membangun citra produk lokal yang higienis, bebas bahan kimia, dan terjangkau, agar mampu bersaing dengan produk substitusi yang beredar di pasaran. Penambahan fitur layanan, seperti jasa penggilingan keliling atau sistem pemesanan berbasis digital, juga menjadi strategi adaptif yang bisa diterapkan di masa depan.

Strategi Lingkungan

UMKM Gilingan Ibu Sonah telah mampu merespons dinamika pasar dengan pendekatan yang adaptif dan kontekstual. Meskipun masih menghadapi keterbatasan sumber daya, strategi yang disusun dengan mempertimbangkan kekuatan internal dan peluang eksternal mampu meminimalkan risiko serta membuka jalan menuju pengembangan usaha yang berkelanjutan. Pendekatan kualitatif ini memberikan pemahaman mendalam bahwa keberhasilan UMKM dalam menghadapi lingkungan bisnis yang kompleks tidak hanya ditentukan oleh modal dan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan berstrategi, fleksibilitas dalam adaptasi, serta pemanfaatan potensi lokal secara optimal.

Kondisi Pasar

kondisi pasar Gilingan Ibu Sonah saat ini menunjukkan potensi yang besar, namun belum sepenuhnya dioptimalkan. Strategi yang perlu dikembangkan mencakup peningkatan kapasitas produksi, penguatan brand lokal, pemanfaatan media digital untuk pemasaran, serta kemitraan strategis dengan pelaku usaha pangan lokal lainnya. Dengan memperhatikan perubahan perilaku konsumen, dukungan kebijakan pemerintah, serta keunikan produk tradisional, Gilingan Ibu Sonah memiliki peluang besar untuk bertahan dan berkembang dalam lanskap pasar UMKM yang semakin dinamis.

Strategi Pemasaran

strategi pemasaran yang dikembangkan Gilingan Ibu Sonah mencerminkan transisi dari

pendekatan tradisional menuju strategi adaptif berbasis teknologi dan kemitraan lokal. Meskipun masih dalam tahap awal, arah strategis ini relevan dengan dinamika pasar UMKM yang semakin kompetitif dan terdigitalisasi. Dengan komitmen yang kuat, pelatihan SDM, dan optimalisasi aset yang dimiliki, strategi ini berpotensi besar meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pelanggan, dan mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

1. Strengths (Kekuatan)

Kekuatan (strength) dalam analisis SWOT merupakan faktor internal positif yang dimiliki oleh organisasi, perusahaan, atau individu, yang memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan pihak lain. Kekuatan ini dapat berupa sumber daya, kapabilitas, keahlian, aset, atau reputasi yang mendukung pencapaian tujuan. Gilingan Ibu Sonah memiliki sejumlah kekuatan yang mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan usahanya. Adapun beberapa kekuatan tersebut antara lain:

1) Lokasi strategis di pusat kota Subang.

Keberadaan usaha di jantung kota memberi keuntungan aksesibilitas yang tinggi, baik untuk pelanggan individu maupun pelaku usaha lain seperti UMKM makanan tradisional dan pedagang pasar. Hal ini turut memperbesar peluang bisnis, mengurangi biaya logistik pelanggan, dan memudahkan promosi dari mulut ke mulut.

2) Mesin penggilingan sudah tersedia dan cukup andal.

Kepemilikan mesin semi-modern yang masih layak pakai menjadi aset penting. Mesin ini memungkinkan produksi yang efisien dan konsisten tanpa perlu investasi awal yang besar, sekaligus mempercepat proses pelayanan kepada pelanggan.

3) Legalitas usaha cukup lengkap (NPWP, SKU, dll).

Status legal yang jelas memperkuat kepercayaan konsumen dan membuka peluang untuk akses terhadap program bantuan pemerintah, pembiayaan UMKM, serta kemitraan resmi dengan pelaku industri makanan atau koperasi lokal.

4) Dikelola oleh keluarga, sehingga efisien dalam biaya tenaga kerja.

Struktur usaha berbasis keluarga memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan operasional, meminimalkan biaya tenaga kerja, dan menciptakan loyalitas serta komitmen kerja yang lebih kuat dibandingkan sistem kerja profesional pada umumnya.

5) Permintaan pasar terhadap tepung beras tetap stabil.

Tepung beras merupakan bahan dasar penting dalam berbagai produk makanan lokal, seperti kue tradisional, jajanan pasar, dan produk UMKM kuliner. Permintaan yang relatif konstan membuat usaha ini lebih tahan terhadap fluktuasi musiman.

6) Proses produksi sederhana dan mudah dipelajari.

Kombinasi dari manajemen keluarga, mesin milik sendiri, dan lokasi yang strategis memberikan keuntungan biaya rendah. Ini memberikan fleksibilitas dalam menetapkan harga jual yang bersaing tanpa mengorbankan margin keuntungan.

7) Biaya operasional relatif rendah.

Konsistensi kualitas adalah kunci kepercayaan pelanggan. Tepung yang halus, bersih, dan higienis menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi pelanggan tetap seperti pembuat kue dan pelaku UMKM makanan.

8) Produk yang dihasilkan konsisten secara kualitas.

Konsistensi kualitas adalah kunci kepercayaan pelanggan. Tepung yang halus, bersih, dan higienis menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi pelanggan tetap

seperti pembuat kue dan pelaku UMKM makanan.

9) Potensi margin keuntungan cukup besar.

Dengan biaya produksi yang rendah dan harga jual jasa yang kompetitif, usaha ini memiliki peluang margin yang tinggi. Hal ini memungkinkan reinvestasi untuk pengembangan peralatan, promosi, atau ekspansi pasar.

10) Pengelolaan keuangan menggunakan sistem pembukuan sederhana.

Meskipun belum menggunakan sistem akuntansi yang kompleks, pencatatan sederhana telah membantu pemilik dalam mengontrol arus kas, mengevaluasi kinerja usaha, dan membuat keputusan finansial yang lebih terarah.

2. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan (weakness) adalah faktor internal dalam organisasi atau usaha yang dapat menghambat pencapaian tujuan dan mengurangi efektivitas operasional. Kelemahan mencakup keterbatasan atau kekurangan yang perlu diperbaiki agar tidak menjadi hambatan dalam menghadapi persaingan. Mengidentifikasi kelemahan sangat penting agar pemilik usaha dapat melakukan perbaikan dan pengambilan keputusan yang lebih tepat. Adapun beberapa kelemahan yang saat ini yang dihadapi oleh Gilingan Ibu Sonah adalah:

1) Minimnya pemanfaatan pemasaran digital.

Usaha ini belum memanfaatkan media sosial atau platform digital untuk mempromosikan jasa penggilingan. Hal ini membuat jangkauan pasar terbatas hanya pada pelanggan sekitar dan tidak maksimal dalam menarik konsumen baru dari luar wilayah.

2) Ketergantungan terhadap pasokan beras musiman.

Ketergantungan pada pasokan beras yang fluktuatif mengikuti musim tanam membuat stabilitas operasional terganggu. Ketiadaan alternatif pemasok tetap atau stok cadangan berisiko menyebabkan terhambatnya proses produksi saat pasokan terganggu.

3) Belum memiliki sistem pemeliharaan peralatan yang terdokumentasi.

Mesin penggilingan merupakan aset penting namun belum ada dokumentasi resmi dan jadwal pemeliharaan berkala. Hal ini berpotensi menyebabkan kerusakan mendadak yang dapat menghambat produksi serta meningkatkan biaya perbaikan jangka panjang.

4) Promosi masih bersifat tradisional (mulut ke mulut).

Strategi promosi saat ini masih mengandalkan rekomendasi pelanggan atau jaringan lokal. Tanpa strategi promosi modern seperti pemasaran konten, kemasan menarik, atau kerjasama dengan reseller, pertumbuhan pasar menjadi sangat lambat.

5) Pengetahuan manajerial masih terbatas.

Pengelolaan usaha dilakukan secara tradisional dan belum berbasis prinsip-prinsip manajemen modern, seperti perencanaan strategis, analisis biaya, atau pengelolaan SDM yang sistematis. Hal ini menyulitkan dalam pengambilan keputusan yang efektif untuk pengembangan usaha.

6) Kurangnya pelatihan teknis berkala bagi tenaga kerja.

Karyawan belum mendapatkan pelatihan secara rutin, sehingga kemampuan teknis mereka tidak berkembang. Akibatnya, produktivitas dan kualitas layanan tidak mengalami peningkatan signifikan, serta berisiko terhadap kesalahan operasional.

7) Tidak ada brand awareness secara luas.

Usaha ini belum memiliki merek yang dikenal secara luas. Ketiadaan identitas visual (logo, slogan, kemasan) menyebabkan produk sulit dibedakan dari kompetitor, serta menghambat upaya untuk membangun loyalitas pelanggan.

8) Kapasitas produksi masih kecil (skala rumah tangga).

Produksi masih terbatas pada skala rumahan, yang berdampak pada ketidakmampuan dalam memenuhi permintaan dalam jumlah besar. Hal ini menjadi hambatan dalam menjalin kerja sama dengan pasar atau pelanggan besar seperti pelaku industri makanan.

9) Sistem distribusi masih terbatas.

Saluran distribusi hanya mengandalkan pelanggan yang datang langsung atau relasi lokal. Usaha belum menjalin kerja sama distribusi dengan warung, toko bahan kue, atau pedagang pasar secara lebih luas dan terstruktur.

10) Produk belum memiliki sertifikasi standar pangan formal.

Ketiadaan sertifikasi seperti PIRT atau izin BPOM

mengurangi tingkat kepercayaan pelanggan, terutama dari kalangan usaha makanan yang membutuhkan jaminan kualitas dan keamanan produk. Hal ini juga menjadi hambatan dalam ekspansi ke pasar yang lebih besar.

3. Opportunities (Peluang/kesempatan)

Menurut (Sari, 2020) peluang (opportunity) adalah situasi yang menguntungkan di dalam lingkungan perusahaan; kecenderungan-kecenderungan yang terdapat di dalam lingkungan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan merupakan sebuah peluang. Perubahan-perubahan yang terjadi di bidang teknologi, serta perbaikan hubungan antara pembeli dan penjual juga dapat menjadi sebuah peluang bagi perusahaan.

Usaha Gilingan Bu Sonah memiliki berbagai peluang strategis yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan nilai tambah produk, serta memperkuat posisi di industri penggilingan tepung beras. Berikut uraian tiap peluang yang relevan:

1) Meningkatnya kesadaran terhadap produk lokal

Semakin banyak konsumen yang menyadari pentingnya mendukung produk lokal, terutama yang memiliki kualitas baik dan higienis. Hal ini memberikan kesempatan bagi Gilingan Bu Sonah untuk mempromosikan keunggulan sebagai produsen tepung lokal yang bersih dan alami, sekaligus memperkuat citra merek berbasis kearifan lokal.

2) Permintaan dari UMKM makanan yang terus tumbuh

Pertumbuhan UMKM kuliner menciptakan permintaan yang konsisten terhadap bahan baku

seperti tepung beras. Usaha ini dapat memposisikan diri sebagai pemasok utama bagi pelaku UMKM tersebut dengan menjaga kualitas dan kontinuitas pasokan.

3) Potensi memperluas pasar ke luar desa atau kecamatan

Peluang kemitraan dengan pedagang keliling, pasar tradisional, hingga UMKM makanan di daerah lain membuka kesempatan ekspansi distribusi produk. Hal ini bisa menjadi langkah strategis untuk meningkatkan volume produksi serta mengurangi ketergantungan pada pasar lokal semata.

4) Dukungan program pemerintah terhadap UMKM

Pemerintah terus mendorong penguatan UMKM melalui pelatihan, pembiayaan, dan fasilitas lainnya. Gilingan Bu Sonah dapat mengakses bantuan teknis, pelatihan manajerial, maupun hibah alat produksi untuk mendorong efisiensi usaha.

5) Kemungkinan pengembangan produk berbasis olahan tepung

Selain menjual tepung beras, usaha ini memiliki peluang untuk mengembangkan produk turunan seperti tepung beras instan, campuran tepung untuk kue, atau bahan baku pangan alternatif. Diversifikasi ini dapat meningkatkan nilai ekonomi dan memperluas target pasar.

6) Peningkatan tren makanan bebas gluten dan organik.

Konsumen kini lebih sadar terhadap pola makan sehat, seperti produk bebas gluten. Tepung beras secara alami

bebas gluten, sehingga peluang ini bisa dimanfaatkan untuk mengemas dan memasarkan produk ke segmen pasar sehat, terutama jika dipadukan dengan proses produksi yang higienis dan bahan baku organik.

7) Teknologi semi-modern kini makin terjangkau.

Ketersediaan mesin dan alat pengolahan modern dengan harga yang relatif murah memungkinkan usaha untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi. Investasi ini bisa dilakukan bertahap sesuai dengan pertumbuhan usaha.

8) Komunitas pengusaha lokal bisa menjadi mitra jaringan pasar.

Menjalin hubungan dengan komunitas pengusaha setempat, seperti koperasi UMKM atau kelompok kuliner, memungkinkan kolaborasi strategis dalam distribusi, promosi bersama, hingga pembelian bahan baku secara kolektif untuk efisiensi biaya.

9) Bisa dikembangkan menjadi tempat pelatihan penggilingan.

Dengan pengalaman dan keahlian yang dimiliki, usaha ini dapat merintis jasa pelatihan penggilingan beras bagi pelaku UMKM baru atau masyarakat yang ingin belajar. Ini membuka peluang pendapatan tambahan sekaligus memperkuat reputasi sebagai pelaku usaha berpengalaman.

10) Potensi limbah sekam bisa dijadikan bahan bakar atau pakan.

Limbah hasil penggilingan seperti sekam dapat diolah menjadi briket atau pakan ternak. Pemanfaatan limbah ini mendukung prinsip usaha berkelanjutan (sustainable business) sekaligus menambah nilai ekonomi dari proses produksi.

4. Threats (Ancaman)

Menurut (Yusuf, n.d.) Ancaman (threat) adalah faktor eksternal yang berasal dari luar perusahaan dan dapat merugikan perusahaan, menempatkan perusahaan dalam situasi sulit, atau menimbulkan masalah yang sulit dihadapi. Ancaman dapat berupa banyaknya pesaing, harga yang tidak stabil, munculnya pesaing baru, atau harga penawaran yang kompetitif di pasar.

UMKM Gilingan Ibu Sonah mengidentifikasi beberapa hal yang dapat menjadi ancaman bagi kelangsungan usahanya. Adapun beberapa hal yang dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan Gilingan Ibu Sonah antara lain:

1) Persaingan dari industri besar dengan harga murah.

Kehadiran pabrik penggilingan berskala besar yang mampu memproduksi dalam jumlah masif dengan biaya yang lebih rendah menjadi ancaman serius. Harga jual yang mereka tawarkan seringkali lebih murah, sehingga dapat menggerus pangsa pasar usaha kecil seperti Gilingan Bu Sonah, apalagi jika konsumen lebih mementingkan harga ketimbang keunikan dan kualitas lokal.

2) Fluktuasi harga bahan baku beras.

Ketergantungan pada bahan baku beras menjadikan usaha ini rentan terhadap perubahan harga pasar. Saat harga beras naik akibat musim paceklik atau gangguan

distribusi, biaya produksi meningkat dan bisa menurunkan margin keuntungan atau menyebabkan kenaikan harga yang tidak kompetitif.

3) Regulasi ketat tentang standar pangan.

Penerapan regulasi dari BPOM atau Dinas Kesehatan mengenai higienitas dan sertifikasi pangan mengharuskan usaha memiliki standar produksi yang lebih tinggi. Bagi UMKM, keterbatasan sumber daya membuat pemenuhan regulasi ini menjadi beban tambahan, baik dari segi biaya maupun waktu.

4) Potensi gangguan suplai dari petani.

Ketergantungan pada pasokan beras dari petani lokal menciptakan risiko jika terjadi gagal panen, perubahan cuaca ekstrem, atau perpindahan petani ke komoditas lain yang lebih menguntungkan. Hal ini bisa menyebabkan keterlambatan produksi atau bahkan berhenti sementara.

5) Kemunculan produk substitusi seperti tepung instan pabrik.

Produk-produk tepung beras instan dari pabrik besar dengan kemasan menarik, daya simpan panjang, dan distribusi luas kini makin digemari konsumen. Jika Gilingan Bu Sonah tidak berinovasi pada produk atau kemasan, maka akan sulit bersaing di tengah tren pasar yang berubah.

6) Ketergantungan pada satu jenis produk (tepung beras).

Fokus pada satu jenis produk utama yaitu tepung beras menyebabkan usaha ini tidak memiliki diversifikasi. Jika permintaan menurun atau muncul gangguan produksi, usaha bisa terdampak secara signifikan

karena tidak ada alternatif sumber pendapatan

7) Biaya perawatan mesin jika tidak dirawat bisa jadi tinggi.

Mesin penggilingan adalah aset utama. Tanpa jadwal pemeliharaan rutin, kerusakan mendadak bisa menghambat produksi dan menimbulkan biaya servis yang besar. Selain itu, mesin yang aus juga menurunkan kualitas hasil penggilingan, yang bisa berdampak pada kepuasan pelanggan.

8) Konsumen beralih ke produk praktis dalam kemasan modern.

Perubahan gaya hidup masyarakat yang mengutamakan kepraktisan membuat produk dalam kemasan instan dan modern lebih diminati. Tanpa inovasi dalam kemasan atau bentuk penyajian, Gilingan Bu Sonah berisiko kehilangan konsumen yang menginginkan kenyamanan dan estetika.

9) Tantangan dalam memperoleh izin skala industri.

Untuk bisa berkembang menjadi usaha berskala lebih besar, diperlukan legalitas tambahan seperti izin industri, NIB, hingga sertifikasi pangan formal. Proses ini tidak hanya memakan waktu, tetapi juga membutuhkan pemahaman administratif yang masih menjadi hambatan bagi UMKM tradisional.

10) Risiko kebisingan atau pencemaran debu di lingkungan sekitar.

Operasi mesin penggilingan menghasilkan suara bising dan debu halus yang dapat mengganggu lingkungan sekitar. Jika tidak diatasi, ini bisa memicu keluhan warga atau bahkan teguran dari aparat pemerintah, yang pada akhirnya bisa membatasi jam operasional atau lokasi usaha.

Analisis Strategi

Dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, UMKM Gilingan Ibu Sonah memerlukan strategi yang tepat dan terarah agar dapat terus berkembang dan bersaing di tengah pesatnya pertumbuhan sektor UMKM pangan. Strategi yang dirumuskan bertujuan untuk:

- **Memanfaatkan kekuatan internal** seperti lokasi strategis, biaya operasional rendah, dan legalitas yang telah lengkap.
- **Mengambil peluang eksternal** seperti meningkatnya permintaan tepung beras dari UMKM kuliner dan dukungan pemerintah.
- **Mengatasi kelemahan internal**, seperti kurangnya pemasaran digital dan kapasitas produksi yang masih terbatas.
- **Menghadapi ancaman eksternal** seperti persaingan dari industri besar dan fluktuasi harga bahan baku.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat untuk mencocokkan sehingga membantu perusahaan meningkatkan 4 jenis strategi yang berupa strategi SO (Strength-Opportunities), strategi WO (Weakness-Opportunities), strategi ST (Strength-Threats), dan strategi WT (Weakness Threats). (Winata & Sinatria, n.d.).

1. Strategi SO (Strength-Opportunity)

Menurut (Winata & Sinatria, n.d.), strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal organisasi untuk meraih keberhasilan dengan memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal. Dalam hal ini, Lulu Cell dapat memaksimalkan kekuatan seperti lokasi yang strategis, pelayanan ramah, dan variasi layanan digital, untuk mengambil keuntungan dari peluang seperti meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan digital dan potensi kerja sama dengan distributor.

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal:

- **Branding Produk Lokal Berkualitas:** Membangun citra sebagai produsen tepung beras lokal yang higienis dan bebas pengawet melalui media sosial dan kemasan menarik.
- **Inovasi dan Diversifikasi Produk:** Mengembangkan produk baru seperti tepung beras organik, instan, atau campuran bahan kue untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
- **Pemanfaatan Limbah untuk Nilai Tambah:** Mengolah sekam hasil penggilingan menjadi bahan bakar alternatif atau pakan ternak sebagai sumber pendapatan tambahan dan langkah keberlanjutan.

2. Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Menurut (Winata & Sinatria, n.d.), strategi WO digunakan untuk mengatasi kelemahan internal organisasi dengan cara memanfaatkan peluang eksternal. Dalam konteks Lulu Cell, beberapa kelemahan seperti keterbatasan modal dan stok yang tidak stabil dapat diatasi jika peluang eksternal dimanfaatkan secara maksimal.

Strategi ini bertujuan memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang:

- **Pelatihan Manajerial dan Teknis:** Mengikuti pelatihan dari dinas UMKM guna meningkatkan kapasitas manajemen dan teknis, serta menyusun standar operasional dan jadwal pemeliharaan mesin.
- **Perluasan Jaringan Distribusi:** Menjalin kerja sama dengan reseller lokal dan pedagang pasar untuk memperluas distribusi serta meningkatkan kapasitas produksi secara bertahap.

- **Kemitraan dengan Petani dan UMKM Pangan:** Mengamankan pasokan bahan baku serta membangun jaringan logistik bersama pelaku usaha pangan lainnya.

3. Strategi ST (Strength-Threat)

Menurut David (2005), strategi ST bertujuan untuk menggunakan kekuatan internal perusahaan guna menghadapi dan mengurangi ancaman eksternal. Dalam konteks usaha Lulu Cell, kekuatan seperti pelayanan yang baik, harga terjangkau, lokasi strategis, dan memiliki pelanggan tetap perlu dimanfaatkan secara optimal untuk mengantisipasi tantangan dari luar seperti tingginya tingkat persaingan dan gangguan operasional.

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal:

- **Harga Kompetitif dengan Tetap Menjaga Kualitas:** Memanfaatkan biaya operasional rendah untuk bersaing harga tanpa mengorbankan kualitas.
- **Sertifikasi Pangan dan Kontrak Petani:** Menggunakan legalitas usaha untuk memperoleh sertifikasi formal serta menjalin kontrak langsung dengan petani guna menjaga stabilitas pasokan dan harga.

4. Strategi WT (Weakness-Threat)

Menurut David (dalam Winata & Sinatria, n.d) mengemukakan bahwa Strategi WT ini memiliki tujuan untuk menghindari kelemahan yang terjadi di internal suatu perusahaan dan melakukan pencegahan terhadap ancaman eksternal perusahaan. Saat berbagai ancaman dan kelemahan didalam perusahaan terus bermunculan dan semakin berbahaya, perusahaan harus mampu menghadapi ancaman dan bahaya tersebut dengan Strategi WT ini.

Strategi ini bertujuan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman:

- **Diversifikasi Pemasok:** Mengurangi risiko terganggunya pasokan dengan menggandeng beberapa pemasok dari wilayah berbeda.
- **Sistem Perawatan Mesin dan Branding Awal:** Membuat jadwal rutin pemeliharaan mesin serta mulai membangun merek sederhana berupa nama usaha, logo, dan slogan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT, UMKM Gilingan Ibu Sonah menunjukkan potensi besar untuk berkembang dengan memanfaatkan kekuatan internal seperti lokasi strategis, biaya operasional yang rendah, dan legalitas usaha yang lengkap. Usaha ini juga diuntungkan dengan permintaan pasar terhadap tepung beras yang stabil dan proses produksi yang sederhana. Namun, Gilingan Ibu Sonah juga memiliki kekurangan internal seperti minimnya pemasaran digital dan kapasitas produksi yang masih terbatas, serta menghadapi ancaman eksternal berupa persaingan dari industri besar, fluktuasi bahan baku, dan sistem distribusi yang masih terbatas. Kelemahan lainnya adalah ketergantungan terhadap pasokan beras musiman.

Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah kombinasi penguatan internal dan pemanfaatan peluang eksternal, termasuk peningkatan kualitas manajerial melalui pelatihan, penggunaan media sosial untuk promosi, menjalin kemitraan dengan pelaku usaha lokal untuk memperluas distribusi, serta mengembangkan citra produk lokal yang higienis dan terjangkau. Diversifikasi produk dan pemanfaatan limbah sekam juga dapat menambah nilai ekonomi dan mendukung keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, M. R., & Prasetya, D. A. (2020). Manajemen strategi dalam praktik bisnis. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Arbiyah, N., Nurwianti, F., & Oriza, D. (2008). Hubungan bersyukur dengan *subjective well being* pada penduduk miskin. *Jurnal Psikologi Sosial*, 14(1), 11-24.
- David, F. R. (2005). Manajemen strategis (Edisi Bahasa Indonesia). Jakarta: Salemba Empat.
- Prawiyogi, A. G., Sadih, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Rachmawati, I. N. (2007). Data Collection in Qualitative Research: Interviews. *Indonesian Journal of Nursing*, 11(1), 35–40.
- Sari, M. D. (2021). Manajemen Strategi: Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Deepublish.
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Winata, R. A., & Sinatria, N. (2024). Penerapan analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada UMKM Pengrajin Genteng SP BLKT di Desa Bulokarto). *Jurnal Akuntansi Aisyah*, 5(1), 1–6.
- Yusuf, M. 2014. Analisis Potensi Stie Kebangsaan Bireuen Dengan Pendekatan Swot. <https://diskominfo.badungkab.go.id/artikel/44096-apa-manfaat-digitalisasi-umkm-#:~:text=Digitalisasi%20UMKM%20memungkinkan%20pelaku%20usaha,gunakan%20smartphone%20yang%20semakin%20marak>.