
ANALISIS SWOT DAN PENYUSUNAN MATRIKS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA UMKM: STUDI KASUS PADA SATE PADANG TRI MULYA

*SWOT ANALYSIS AND SWOT MATRIX COMPILATION IN DETERMINING UMKM
BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY: CASE STUDY OF TRI MULYA PADANG SATE*

¹⁾Anggita Zahara²⁾Camila Jiana Zahra³⁾Dewi Apriliani⁴⁾Kemala Dwi Pratiwi

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

*Email korespondensi: camila2022@stiesa.ac.id
No hp: +6281395369948

Histori Artikel:

ABSTRAK

Diajukan:
05/07/2025

Diterima:
08/09/2026

Diterbitkan:
05/10/2026

This study aims to analyze the strategic factors affecting the sustainability and development of the UMKM (Micro, Small, and Medium Enterprise) Sate Padang Tri Mulya using SWOT analysis and SWOT matrix formulation. A case study method with a qualitative descriptive approach was employed, involving direct observation and interviews with the business owner and operators. The findings reveal that the business's main strengths lie in its authentic taste and competitive pricing, while its weaknesses include limited workforce and underutilized promotional efforts. External opportunities include stable market demand and the vast potential of digital marketing, countered by threats such as rising raw material costs and increasing competition. Based on the SWOT matrix, the proposed strategies include strengthening digital marketing, hiring additional staff, product diversification, and cost efficiency. Implementing these strategies is expected to improve the business's competitiveness and long-term sustainability in an increasingly dynamic market environment.

Kata kunci: SWOT Analysis, SWOT Matrix, Business Development Strategy, UMKM, Sate Padang.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Peran vital UMKM ini

mencerminkan betapa strategisnya keberadaan sektor ini dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, pemerataan kesejahteraan, serta ketahanan ekonomi masyarakat. Namun, di sisi lain, UMKM juga dihadapkan pada tantangan yang kompleks, baik dari sisi internal seperti keterbatasan modal, kapasitas manajerial, hingga efisiensi produksi, maupun dari sisi eksternal seperti perubahan preferensi konsumen, persaingan pasar yang semakin

tinggi, serta dinamika teknologi dan regulasi

Dalam konteks lokal, UMKM yang bergerak di bidang kuliner menjadi salah satu sektor yang paling menjanjikan dan mudah diakses oleh masyarakat. Kuliner tidak hanya menjadi kebutuhan pokok, tetapi juga bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Sate Padang Tri Mulya merupakan salah satu UMKM kuliner yang beroperasi di wilayah Jalan Cagak, yang menyajikan makanan khas Minang dengan cita rasa autentik. Sejak berdiri, usaha ini telah membangun basis pelanggan yang cukup loyal, namun belum memiliki strategi pengembangan yang sistematis dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

Pengembangan usaha UMKM seperti Sate Padang Tri Mulya tidak dapat dilakukan secara sembarangan. Diperlukan pemahaman yang mendalam terhadap kondisi internal dan eksternal usaha tersebut. Dalam hal ini, pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) menjadi salah satu alat yang efektif untuk menganalisis faktor-faktor strategis yang mempengaruhi kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Analisis SWOT membantu pelaku usaha untuk mengevaluasi keunggulan dan kelemahan internal yang dimiliki, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal yang dapat memengaruhi kinerja usaha.

Hasil analisis SWOT dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan *matriks SWOT*, yaitu suatu alat strategis yang

menggabungkan empat elemen SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang sesuai. Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM Sate Padang Tri Mulya, serta merumuskan strategi pengembangan usaha berdasarkan hasil penyusunan matriks SWOT.

Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang tidak hanya realistis dan aplikatif, tetapi juga mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Dan serta memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM lainnya, khususnya di sektor kuliner, sebagai referensi dalam mengembangkan strategi bisnis mereka secara lebih terarah dan berbasis analisis yang mendalam.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara sistematis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) pada UMKM Sate Padang Tri Mulya. Penelitian kualitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran mendalam tentang kondisi nyata di lapangan serta proses pengambilan keputusan strategis pada UMKM (Pradana & Mayasari, 2023).

Lokasi dan Objek Penelitian

Berikut Lokasi penelitian beserta Objek penelitian yang kelompok kami teliti:

Lokasi Penelitian: Jl. Raya Cagak, Desa Jalancagak, Kec. Jalancagak, Kab. Subang, Jawa Barat 41281.

Objek Penelitian: UMKM Sate Padang Tri Mulya.

Sumber Data

Data Primer: Diperoleh langsung dari pemilik usaha dan anggota keluarga yang terlibat dalam operasional UMKM melalui wawancara dan observasi.

Data Sekunder: Berasal dari dokumen legalitas usaha, catatan keuangan, serta referensi literatur terkait analisis SWOT dan pengembangan UMKM (Fatimah, 2023).

Teknik Pengumpulan Data

Observasi: Mengamati langsung proses operasional, pelayanan, dan interaksi dengan pelanggan di lokasi usaha.

Wawancara: Melakukan wawancara terstruktur dengan pemilik dan anggota keluarga yang terlibat, untuk menggali informasi mendalam terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha (Budiman, 2017).

Dokumentasi: Mengumpulkan dokumen pendukung seperti izin usaha, catatan keuangan, dan foto kegiatan usaha sebagai data pelengkap (Budiman, 2017).

Teknik Analisis Data

Analisis SWOT: Data yang terkumpul dianalisis menggunakan kerangka SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi UMKM.

Penyusunan Matriks SWOT: Hasil analisis SWOT dituangkan dalam bentuk matriks untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat, seperti strategi SO, WO, ST, dan WT (Rapi, 2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM Sate Padang Tri Mulya

Usaha Sate Padang Tri Mulya adalah sebuah bisnis kuliner khas Sumatera Barat yang didirikan dan dikelola oleh Ibu Yuniar sejak tahun 2020. Bisnis ini dijalankan dengan dedikasi penuh oleh pemiliknya sendiri, dibantu oleh anggota keluarga dalam operasional sehari-hari. Tujuan utama usaha ini adalah menyajikan cita rasa autentik Sate Padang kepada pelanggan.

Secara lokasi, Usaha Sate Padang Tri Mulya berada di tanah milik Ibu Yuniar pribadi, beralamat di Jl. Raya Cagak, Desa Jalancagak, Kec. Jalancagak, Kab. Subang, Jawa Barat 41281. Usaha ini telah memperoleh izin dari RT, RW, dan Kepala Desa, menunjukkan bahwa operasionalnya sah dan terdaftar secara legal.

Produk utama yang dijual adalah sate padang dengan variasi menu seperti sate ayam, sate jeroan, atau porsi hemat untuk anak-anak

yang dipastikan halal dan aman untuk dikonsumsi, sesuai dengan peraturan mengenai makanan dan minuman yang berlaku di Indonesia. Dalam menjalankan usahanya, Ibu Yuniar dibantu oleh anggota keluarganya, terutama dalam proses penyajian dan pelayanan kepada pelanggan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi posisi kompetitif suatu organisasi atau proyek. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman). Analisis ini membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha atau pengambilan keputusan strategis (David, 2011).

Pembagian analisis SWOT terdiri dari dua faktor yaitu, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Penelitian ini berfokus pada analisis SWOT UMKM Sate Padang Tri Mulya.

Faktor Internal

Ini adalah atribut dari organisasi itu sendiri yang dapat dikendalikan (Porter, 1980).

***Strengths* (Kekuatan)**

Mengacu pada atribut internal yang positif dan berguna untuk mencapai tujuan. Dalam konteks Sate Padang Tri Mulya, kekuatan dapat berupa cita rasa yang khas dengan harga yang terjangkau, dan pelayanan

yang ramah serta bertanggung jawab, yang semuanya menarik pelanggan setia dan memperluas daya tarik di masyarakat lokal.

***Weaknesses* (Kelemahan)**

Mengacu pada atribut internal yang negatif dan merugikan untuk mencapai tujuan. Untuk Sate Padang Tri Mulya, kelemahan meliputi kurangnya karyawan yang membatasi kapasitas usaha, serta promosi yang kurang optimal karena belum maksimal dalam memanfaatkan media sosial, yang dapat membatasi jangkauan pelanggan baru.

Faktor Eksternal

Ini adalah kondisi di lingkungan eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh organisasi tetapi harus ditanggapi (Kotler & Keller, 2016).

***Opportunities* (Peluang)**

Mengacu pada faktor-faktor eksternal yang positif yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan organisasi. Dalam kasus Sate Padang Tri Mulya, peluang dapat berupa popularitas Sate Padang di masyarakat yang menciptakan permintaan stabil, serta potensi besar pemasaran digital melalui media sosial untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Threats

Mengacu pada faktor-faktor eksternal yang negatif yang dapat merugikan organisasi. Ancaman bagi Sate Padang Tri Mulya termasuk kenaikan harga bahan baku (daging, bumbu, dll.) akibat inflasi atau gangguan pasokan, yang dapat meningkatkan biaya produksi dan mengurangi margin keuntungan.

Dengan memahami keempat elemen ini, Sate Padang Tri Mulya dapat mengembangkan strategi yang memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, mengambil keuntungan dari peluang, dan mengurangi dampak ancaman.

Analisis Matriks SWOT

Analisis Matriks SWOT dilakukan untuk mengintegrasikan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) UMKM Sate Padang Tri Mulya, guna merumuskan strategi pengembangan usaha yang efektif.

Faktor-faktor yang diidentifikasi:

Strengths (S)

S1 (Cita rasa khas/autentik), S2 (Harga terjangkau/kompetitif), S3 (Pelayanan ramah), S4 (Tanggung jawab kualitas produk).

Weaknesses (W)

W1 (Tidak ada karyawan), W2 (Keterbatasan operasional/kapasitas), W3 (Promosi kurang optimal).

Opportunities (O)

O1 (Popularitas Sate Padang tinggi), O2 (Potensi pemasaran digital besar), O3 (Pasar belum tergarap).

Threats (T)

T1 (Kenaikan harga bahan baku), T2 (Penurunan keuntungan), T3 (Persaingan alternatif makanan).

Tabel Matriks SWOT

Kategori	Kode Strategi	Isi Strategi
SO (Strength- Opportunity)	SO1	Manfaatkan cita rasa (S1) & harga terjangkau (S2) untuk ekspansi pasar digital (O2) dan pasar baru (O3), didukung popularitas (O1). (Contoh: Promosi menu otentik via platform online).
SO (Strength- Opportunity)	SO2	Pertahankan pelayanan ramah (S3) & kualitas (S4) didukung permintaan stabil (O1) untuk loyalitas pelanggan.
WO (Weakness- Opportunity)	WO1	Atasi promosi kurang optimal (W3) dengan memanfaatkan

		pemasaran digital (O2) untuk menjangkau pasar belum tergarap (O3). (Contoh: Kembangkan kampanye digital terarah).		ST (Strengt h- Threat)	ST2	Kelola bahan baku (S4) efisien & cari pemasok alternatif untuk mitigasi kenaikan harga (T1) & penurunan keuntungan (T2).
WO (Weakne ss- Opportu nity)	WO2	Atasi keterbatasan operasional/ karyawan (W1, W2) dengan merekrut bantuan, didukung potensi pasar (O3) untuk tingkatkan kapasitas.		WT (Weakne ss- Threat)	WT1	Kurangi risiko kelelahan pemilik (W1) & dampak persaingan (T3) dengan rekrut bantuan & optimalkan promosi (W3) di tengah kenaikan biaya (T1, T2). (Contoh: Negosiasi harga pemasok dan rekrut staf).
ST (Strengt h- Threat)	ST1	Andalkan cita rasa (S1) & kualitas (S4) sebagai diferensiasi hadapi persaingan (T3) dan kenaikan harga (T1). (Contoh: Pertahankan kualitas sebagai value utama).		WT (Weakne ss- Threat)	WT2	Atasi keterbatasan operasional (W2) dengan pengelolaan keuangan disiplin

		hadapi penurunan keuntungan (T2).
--	--	--

menjajaki pemasok alternatif untuk mengelola biaya produksi.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis studi kelayakan bisnis yang komprehensif terhadap UMKM Sate Padang Tri Mulya, meliputi aspek hukum, lingkungan, pasar dan pemasaran, teknis dan operasi, organisasi dan SDM, keuangan, serta aspek hijau, secara keseluruhan usaha ini dinyatakan Sangat Layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Kelayakan ini didasari oleh legalitas usaha yang kuat, dampak lingkungan yang dapat dikelola, posisi pasar yang menjanjikan berkat cita rasa otentik dan harga kompetitif, serta potensi besar dari pemasaran digital.

Meskipun diidentifikasi adanya tantangan internal seperti keterbatasan sumber daya manusia dan promosi yang belum optimal, serta ancaman eksternal berupa fluktuasi harga bahan baku dan persaingan, peluang pasar yang luas dan dukungan operasional yang adaptif dapat dioptimalkan. Strategi pengembangan yang dirumuskan, meliputi penguatan pemasaran digital, peningkatan kapasitas SDM, inovasi produk, dan pengelolaan biaya yang efisien, menjadi kunci untuk mempertahankan daya saing dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan bagi UMKM Sate Padang Tri Mulya di masa mendatang.

Perumusan Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan analisis Matriks SWOT, berikut adalah strategi pengembangan usaha yang direkomendasikan bagi UMKM Sate Padang Tri Mulya:

1. Penguatan Pemasaran Digital

Prioritas Tinggi: Memaksimalkan penggunaan media sosial dan bergabung dengan platform pesan antar *online* (GoFood, GrabFood) untuk memperluas jangkauan pasar.

2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Prioritas tinggi Merekrut asisten/karyawan paruh waktu untuk meringankan beban operasional dan meningkatkan kapasitas layanan

3. Inovasi dan Diversifikasi Produk (Bertahap)

Prioritas Menengah: Menambah variasi menu pendamping atau membuat paket khusus untuk menarik segmen pasar lebih luas dan meningkatkan nilai transaksi.

4. Pengelolaan Kualitas dan Biaya

Prioritas Tinggi: Mempertahankan konsistensi cita rasa dan kualitas bahan baku, serta

SARAN

Untuk mendukung pertumbuhan UMKM Sate Padang Tri Mulya, sangat disarankan untuk segera merekrut karyawan guna meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan. Optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial dan platform pesan antar juga krusial untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, UMKM perlu terus mempertahankan kualitas produk dan secara proaktif mencari pemasok bahan baku alternatif untuk mengelola biaya. Bagi penelitian selanjutnya, direkomendasikan studi kuantitatif tentang dampak implementasi strategi digital atau analisis perbandingan dengan UMKM sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Rusianto, M. (n.d.). *Proposal Bisnis Sate Padang Talago Jaya*.
- Sugiyanto, H. N. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Sage Publications.
- Budiman, T. (2017). Analisis SWOT Pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung). *Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 19.
- Fatimah, T. A. (2023). *ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN SLEMAN Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Jadah Tempe Kaliurang, Kabupaten Sleman*.
- Pradana, B. G. V., & Mayasari, A. (2023). Analisis SWOT pada UMKM Jamu Kenya Klaten. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 4(2), 178–189.
- Rapi, S. (2024). Analisis Swot Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Sentra Industri Olahan Kedelai di Desa Selat Kecamatan Pelayung Kabupaten Batanghari. *Jurnal Sains Student Research*, 2(5), 104–117. <https://doi.org/10.61722/jssr.v2i5.2617>