

ANALISIS SWOT DALAMPENGEMBANGAN UMKM KULINER SEBLAK MAMA IHSAN DENGAN MENGGUNAKAN MATRIKS PERHITUNGAN IFE DAN EFE

Tatu Fadhilatul Karimah
tatu.fadhilah.karimah@gmail.com
Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

Artikel ini membahas analisis Umkm Kuliner SWOT terhadap “Seblak Mama Ihsan”, sebuah usaha kuliner rumahan ciri khas sunda. penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman serta strategi pengembangan hasil matriks SWOT, IFE dan EFE yang tersedia. Hasil analisis yang telah divisualisasikan dalam diagram kuadran SWOT dan dijabarkan dalam bentuk strategi pengembangan usaha.

Kata Kunci: UMKM, Analisis SWOT, Strategi, Matriks IFE dan EFE, Seblak “Mama Ihsan”.

ABSTRACT

This article discusses the SWOT analysis of culinary UMKM on "Seblak Mama Ihsan", a typical Sundanese home culinary business. This study aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats as well as development strategies for the results of the available SWOT, IFE and EFE matrices. The results of the analysis have been visualized in a SWOT quadrant diagram and described in the form of a business development strategy.

Keywords: UMKM, SWOT Analysis, Strategy, IFE and EFE Matrix, Seblak "Mama Ihsan".

PENDAHULUAN

UMKM ini mempunyai peran yang penting dalam perekonomian Indonesia. Contoh salah satunya yaitu “Seblak Mama Ihsan”, Seblak ini adalah usaha kuliner rumahan yang mulai berkembang pesat karena harga yang terjangkau dan keunikan rasa pedas manisnya. Akan tetapi ada kendala dalam perkembangan dan perubahan terhadap selera para konsumen yang menuntut UMKM tersebut untuk melakukan evaluasi strategi. Maka dari itu, UMKM ini melakukan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan dalam bisnis secara optimal.

“Seblak Mama Ihsan” merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sedang berkembang, khususnya sebuah makanan pedas khas sunda yang disebut seblak. Usaha ini berdiri sejak tahun 2020 di tengah pandemi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan camilan pedas yang digemari masyarakat, khususnya anak muda. Mengusung konsep home made food dengan cita rasa autentik, Seblak Mama Ihsan berfokus pada pelayanan ramah, harga terjangkau, dan rasa yang konsisten.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitiannya yaitu deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan melalui:

- Observasi langsung ke lokasi usaha
- Wawancara dengan pemilik dan pelanggan
- Dokumentasi Usaha

Analisis data yang dilakukan melalui penyusunan:

1. Identifikasi faktor SWOT
2. Matriks SWOT
3. Matriks IFE dan EFE
4. Kuadran strategi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi SWOT

a) Faktor Internal

➤ Kekuatan (*Strengths*) :

- Rasa khas dan bumbu racikan sendiri.
- Harga terjangkau dan sesuai dengan kantong pelajar/mahasiswa.
- Bahan baku segar dan diolah setiap hari.
- Sudah memiliki pelanggan tetap dan testimoni positif.
- Lokasi strategis dekat dengan sekolah.

➤ Kelemahan (*Weaknesses*) :

- Skala produksi masih terbatas (peralatan sederhana).
- Promosi masih mengandalkan media sosial pribadi.
- Belum tersedia layanan antar luar kecamatan.
- Tidak ada sistem pencatatan keuangan yang terstruktur.

b) Faktor Eksternal

➤ Peluang (*Opportunities*) :

- Tingginya minat masyarakat terhadap makanan pedas.
- Potensi ekspansi dengan sistem franchise atau mitra.
- Dapat memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp.
- Tren konten makanan di media sosial bisa jadi alat promosi.

➤ Ancaman (*Threats*) :

- Banyak kompetitor dengan produk sejenis.
- Harga bahan baku bisa naik drastis.
- Perubahan tren makanan cepat (musiman).
- Gangguan pasokan bahan saat cuaca buruk atau libur panjang.

2. Matriks SWOT

Tabel 1. Matriks SWOT

	Strengths (S)	Weakness (W)
Opportunity (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
	Memanfaatkan cita rasa khas dan bahan segar untuk masuk ke platform digital seperti WhatsApp.	Mengembangkan layanan antar ke luar kecamatan dengan mitra ojek lokal atau platform delivery.
	Meningkatkan promosi online dengan memanfaatkan testimoni pelanggan dan tren makanan pedas di media sosial.	Membuat sistem pencatatan keuangan sederhana menggunakan buku catatan.

	Menjual paket franchise kecil-kecilan dengan sistem standar bumbu racik.	
	Membuat konten video pendek tentang proses pembuatan seblak untuk viral diTikTok/Instagram.	
Threats (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
	Mengandalkan rasa dan kualitas yang konsisten untuk menghadapi persaingan.	Meningkatkan kapasitas produksi secara bertahap dengan alat produksi sederhana.
	Menstabilkan harga jual dengan efisiensi bahan.	Diversifikasi menu atau level pedas agar tetap relevan.
	Menawarkan menu bundling hemat atau promo loyal pelanggan.	Membangun tim kecil untuk membantu promosi, produksi, dan pencatatan.

3. Matriks IFE dan EFE (Internal-Eksternal)

1) Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Matriks IFE merupakan sebuah alat manajemen strategi untuk mengidentifikasi, merumuskan, juga mengevaluasi lingkungan internal di suatu perusahaan atau sebuah organisasi. Lingkungan internal tersebut yaitu kelemahan dan kekuatan yang ada dalam bidang fungsional bisnis. Ini bertujuan untuk mengetahui lemah atau kuatnya kondisi lingkungan internal suatu organisasi atau perusahaan. Menurut David (2006) matriks IFE menyingkat dan mengevaluasi kelemahan dan kekuatan primer suatu organisasi atau perusahaan (Sari, 2018; Sulasih, 2019). Berikut yaitu hasil dari Matriks IFE:

Tabel 2. Matriks IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Rasa khas	0.20	4	0.80
Harga terjangkau	0.15	4	0.60
Lokasi strategis	0.10	3	0.30
Skala terbatas	0.15	2	0.30
Promosi lemah	0.05	2	0.10
Total Skor IFE			2.1

2) Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

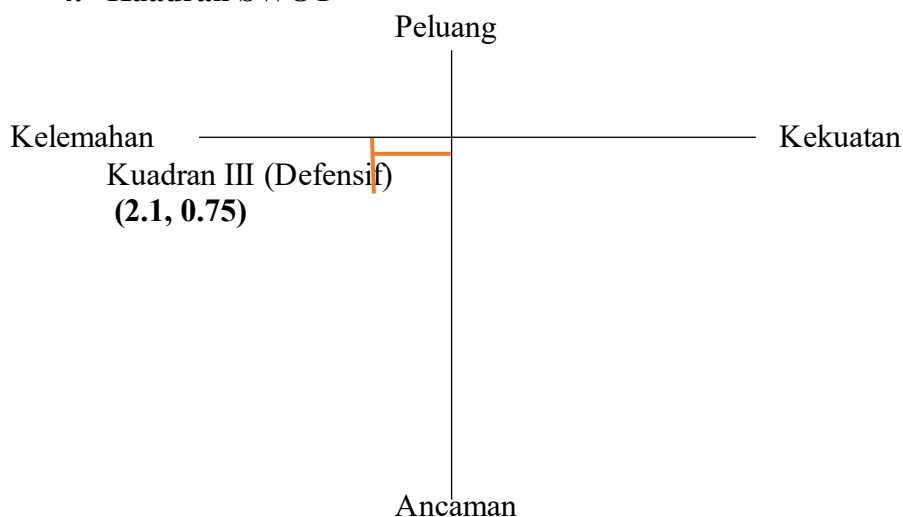
Matriks EFE merupakan sebuah alat manajemen strategi ini untuk mengidentifikasi dan menduga lingkungan eksternal di suatu perusahaan atau sebuah organisasi organisasi. Lingkungan eksternal ini yaitu peluang dan ancaman yang pasti ada dalam lingkungan bisnis. Bertujuan untuk menggali dan menyadari peluang atau ancaman kondisi lingkungan eksternal suatu organisasi atau perusahaan (Sari, 2018; Sulasih, 2019). Berikut yaitu hasil matriks EFE:

Tabel 3. Matriks EFE

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Minat tinggi	0.10	4	0.40
Platform digital	0.05	3	0.15
Banyak competitor	0.05	2	0.10
Harga bahan naik	0.05	2	0.10
Total Skor EFE			0.75

Berdasarkan tabel di atas Tabel Matriks IFE menunjukkan bahwa pada posisi internal yang cukup memiliki kekuatan, akan tetapi menghadapi tekanan besar dari lingkungan eksternal karna ancaman yang tinggi dan peluang yang belum dimanfaatkan.

4. Kuadran SWOT



Usaha ini memiliki kekuatan internal yang cukup, akan tetapi menghadapi tekanan besar dari lingkungan eksternal yaitu ancaman yang tinggi dan peluang yang belum dimanfaatkan. Serta fokus terhadap strategi dengan memperbaiki kelemahan dan menghindari ancaman (strategi defensif).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT, “Seblak Mama Ihsan” memiliki kekuatan utama pada rasa yang khas dan harga yang bersahabat, serta peluang besar dalam tren makanan pedas dan platform digital. Namun, beberapa kelemahan seperti skala usaha yang kecil dan promosi yang terbatas perlu segera dibenahi untuk memperkuat posisi di pasar. Strategi defensif yang tepat untuk dilakukan adalah memperbaiki kelemahan agar mampu menghadapi ancaman yang ada dari luar, seperti yang digunakan pada bisnis UMKM “Seblak Mama Ihsan” dalam menganalisis kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman yang ada baik internal maupun eksternal agar menjadi lebih kompetitif dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2017). Analisis SWOT pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(1), 104–113.
- Haq, N. S., Yunita, T., Sayeti, A. B., & Prasetyo, R. B. (2023). Analisis SWOT pada UMKM Bola Ubi Lumer Crispy untuk Meningkatkan Strategi dan Daya Saing. *Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(5), 498–507.
- Khairani, A., Yunita, T., Pradana, B. A. Y., & Sari, D. P. (2023). Pengembangan Analisis SWOT UMKM Kopi Cinta Bekasi. *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(2), 84–93.
- Nadya, N. (2016). Peran Digital Marketing dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Mumi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(2), 133–144.
- Ramadhan, H. F., Yunita, T., Ardiansyah, I., & Maulana, R. (2023). Analisis SWOT pada UMKM (Baso Aci). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(13), 325–334.
- Rangkuti, F. (2018). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Solihin, I. (2012). Pengantar Manajemen Strategi. Erlangga.
- Sudiantini, D., Octaviany, D. N., Rafly, M., Rahmah, S., Hasanah, N., & Aprilia, T. (2023). Strategi Pemasaran dan Promosi Coffee Shop Koup+ di Galaxy Bekasi. *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(3).
- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155–159.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Yunita, T., Putri, C. F., Turohmah, G. A., & Elang Ageng, J. (2023). Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Volume Penjualan Showroom Rajawali Motor. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1, 30–37.
- Yunita, T., & Wijayanti, M. (2021). Edukasi Kewirausahaan pada Pemuda Karang Taruna Melalui Motivasi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3278–3287.