

## **SWOT (STRENGTHSSES, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, ANALISA THREATS) DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN KRIPIK TEMPE MBAK EL**

**Rudi Hartono Silitonga<sup>1</sup>, Tri Rahayu Puji Astuti<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Satu Nusa

Email : , [hartonosilitonga99@gmail.com](mailto:hartonosilitonga99@gmail.com), [trirahayupujiastuti@gmail.com](mailto:trirahayupujiastuti@gmail.com)

### **Abstract**

*Business competition in the culinary world is getting tighter, encouraging business people to develop effective marketing strategies. This study aims to analyze Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) in determining marketing strategies for tempeh chips products by Mbak El, who has been running a business for two years. The research method used is descriptive with a qualitative approach, which involves collecting data through interviews and observations. The results of the analysis show that kripik tempe has several strengths such as ease of management and obtaining raw materials, but also faces weaknesses in understanding marketing strategies. Opportunities to expand market reach and threats of intense competition from similar products were also found. Based on these results, several marketing strategies are recommended to increase sales and competitiveness of tempeh chips products.*

**Key word:** SWOT, marketing strategy, tempeh chips, culinary, qualitative descriptive

### **Abstrak**

Persaingan bisnis dalam dunia kuliner semakin ketat, mendorong para pelaku usaha untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) dalam menentukan strategi pemasaran untuk produk kripik tempe oleh Mbak El, yang telah menjalankan usaha selama dua tahun. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang melibatkan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa kripik tempe memiliki beberapa kekuatan seperti kemudahan dalam pengelolaan dan memperoleh bahan baku, namun juga menghadapi kelemahan dalam pemahaman strategi pemasaran. Peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan ancaman persaingan ketat dari produk serupa juga ditemukan. Berdasarkan hasil ini, direkomendasikan beberapa strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan daya saing produk kripik tempe.

**Kata-kata kunci:** SWOT, strategi pemasaran, kripik tempe, kuliner, deskriptif kualitatif

## **1. Pendahuluan**

Diera gempuran zaman teknologi yang pesat di belahan dunia pada saat ini, banyak berbagai negara juga ikut menyesuaikan kemajuan teknologi agar perkeekonomian negara juga ikut stabil dan berkembang, tidak ketinggalan termasuk salah satunya negara Indonesia. Para pengusaha juga tidak ketinggalan dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dalam memajukan dan mengembangkan usaha mereka, salah satunya pengusaha dalam bidang kuliner. Pengusaha kuliner pada saat ini banyak memanfaatkan media sebagai salah satu alat untuk memperkenalkan usaha kuliner mereka kepada masyarakat luas, sehingga jangkauan semakin melebar. Menurut Marisa dkk.,(2022) Strategi pemasaran dalam dunia bisnis merupakan cara untuk memajukan dan meningkatkan penjualan atau pendapatan dengan perencanaan yang baik dan taktik yang benar. Pengusaha kripik tempe Mbak El juga mendapatkan kendala dalam memajukan dan mengembangkan usaha kripik tempe Mbak El meskipun banyak yang suka dengan kripik tempe tersebut, terutama dalam kaitan strategi pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis SWOT kripik tempe Mbak El dan menentukan strategi pengembangan atau pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan kripik tempe Mbak El. SWOT merupakan singkatan dari Strengths (S),

Weaknesses (W), Opportunities (O), Threats (T). Menurut Slamet dkk.,(2021) SWOT memiliki mamfaat salah satunya dalam organisasi bisnis atau usaha untuk meningkat penjualan, memperbaiki kekurangan dan meminimalkan ancama serta memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Dalam penulisan ini, peneliti memfokuskan dua poin pembahasan masalah dengan maksud agar mencapai focus yang diharapkan terhadap permasalahan dalam strategi pemasaran usaha kripik tempe Mbak El. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh usaha kripiktempe Mbak El. Strategi apa saja yang digunakan dalam pemasaran dan peningkatan penjualan ushaskripik tempe Mbak El.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) dalam menerapkan strategi pemasaran usaha kripik tempe, yang bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan penjualan kripik tempe Mbak El.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif ini mengandalkan uraian deskriptif kata atau kalimat yang disusun secara sistematis, dari pengumpulan data hingga pelaporan hasil penelitian (Ibrahim, 2015). Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan observasi langsung terhadap usaha kripik tempe Mbak El.

Teknik analisis data:

1. Pengumpulan data: Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha dan observasi langsung terhadap operasional usaha kripik tempe Mbak El.
2. Pengelolaan Data: Data yang diperoleh diolah dan disusun dalam bentuk deskriptif untuk memudahkan analisis.
3. Analisis SWOT: Analisis dilakukan dengan menyusun matriks SWOT yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha kripik tempe Mbak El.
4. Penentuan Strategi Alternatif: Berdasarkan matriks SWOT, strategi pemasaran alternatif dirumuskan untuk meningkatkan penjualan dan daya saing usaha.

## 3. Hasil Pembahasan

Setelah melakukan beberapa pengumpulan data melalui wawancara dan analisis SWOT secara langsung pada usaha kripik tempe Mbak El maka hasil tersebut diuraikan sebagai berikut:

Hasil wawancara kripik Mbak El mengungkapkan keunggulan dari kripik tempennya dari pesaing nya adalah terletak dari bahan-bahan atau material yang membuat cita rasa dan aroma kripik tempe tersebut menjadi salah satu ciri khas atau pembanding dengan kripik tempe yang sudah ada. Beberapa bahan yang Mbak kemukakan adalah: Daun jeruk, ketumbar, Bawang putih dan beberapa bahan yang lainnya, yang diyakini berbeda dengan kripik tempe yang sudah ada di pasaran.

Selanjutnya Mbak El mengungkapkan kelemahann dari kripik tempennya adalah memperoleh bahan-bahan dengan kualitas yang baik, harga dari bahan-bahan yang tidak stabil yang berakibat pada hasil produksi, serta strategi dalam memperkenalkan kripik tempe Mbak El yang dirasa belum baik. Mbak El juga mengungkapkan peluang ia dapatkan dari kripiktempe adalah perluasan dari jangkauan pembeli atau menambah beberapa mitra atau bekerja sama dengan beberapa orang dengan sistem reseller, yang juga berdampak pada omset atau pemasukan.

Adapun ancaman kripik Mbak El mengungkapkan ia hadapi dari kripik tempe adalah dengan pesaing-pesaing kripik tempe yang lainnya yang ada dipasaran, namun ia mengungkapan tetap optimis dengan kripik tempeknnya, ia meyakini dengan kekuatan rasa yang memiliki ciri khas tersendiri, pelanggan setia serta beberapa timnya dapat membuat usahanya bertahan lama. Dari beberapa wawancara diatas, kemudian analisis SWOT di uraikan sebagai berikut

Matriks Penentuan Alternatif Strategi:

Kekuatan (S)	Strategi SO :	Peluang (O) :
	Rasa, Menggunakan pemasaran digital untuk memperluas basis pelanggan.	Penambahan omset/pemasukan dengan memperbanyak reseller.
Kelemahan (W)	Strategi WO :	Ancaman (T) :
	Peningkatan pemahaman dan implementasi strategi pemasaran yang efektif.	Persaingan dengan usaha kripik tempe yang lainnya yang ada di pasaran.

Analisis SWOT menunjukkan beberapa kekuatan, Rasa yang autentik dan tingginya minat konsumen, serta banyaknya peminat dari berbagai kalangan. Kelemahan yang ditemukan adalah kurangnya pemahaman dalam strategi pemasaran yang efektif. Peluang yang dapat dimanfaatkan termasuk potensi memperluas jangkauan penjualan melalui pemasaran digital dan kemitraan dengan lebih banyak kantin. Namun, ada juga ancaman dari persaingan ketat dengan produk serupa di pasar.

Strategi pemasaran yang diusulkan meliputi peningkatan promosi digital, diversifikasi produk, dan peningkatan kerjasama dengan mitra bisnis. Berdasarkan analisis SWOT penelitian ini menilai usaha Mbak El dengan memperhatikan empat aspek utama yaitu sebagai berikut:

a. Kekuatan

Kripik tempe Mbak El memiliki cita rasa yang autentik, kemudahan dalam pengelolaan dan memperoleh bahan baku. Selain itu, produk ini diminati oleh berbagai kalangan, mencapai basis pelanggan.

b. Kelemahan

Usaha ini menghadapi tantangan dalam memahami dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Keterbatasan ini dapat menghambat potensi pertumbuhan dan daya saing di pasar.

c. Peluang

Peluang yang bisa dimanfaatkan meliputi potensi perluasan jangkauan penjualan melalui pemasaran digital dan kemitraan dengan lebih banyak reseller dan kantin. Hal ini dapat meningkatkan omset atau pemasukan.

d. Ancaman

Ancaman utama datang dari persaingan ketat dengan kripik tempe yang ada dipasaran atau beberapa tempat. Produk sejenis dengan strategi pemasaran yang lebih baik dapat menarik pelanggan yang sama.

Strategi pemasaran yang diusulkan yaitu:

1. Peningkatan Promosi Digital: Menggunakan pemasaran digital untuk memperluas basis pelanggan dengan menarik orang-orang untuk ikut menjadi reseller.
2. Pengembangan Produk: dengan menambah variasi baru pada produk kripik tempe untuk dapat membuat atau menarik lebih banyak pelanggan, dengan berbagai pilihan rasa.
3. Peningkatan Kerjasama dengan Mitra Bisnis : Bekerjasama dengan lebih banyak orang-orang untuk ikut gabung menjadi reseller, atau penjualan ke beberapa kantin atau toko untuk memperluas distribusi. Dengan meningkatkan strategi ini, diharapkan usaha kripik tempe Mbak El dapat meningkatkan penjualan dan daya saing di pasar kuliner.

Berdasarkan dari hasil pemaparan diatas penerapan SWOT dalam usaha apapun sangat berdampak dan mempengaruhi berlangsung dan kesuksesan sebuah usaha, seperti halnya yang dihadapi oleh pengusaha kripik tempe Mbak El, hal tersebut juga dikuatkan atau didukung dari hasil beberapa penelitian yang sudah dilakukan diantaranya yang ditulis oleh

Fauzani dkk.,(2018) dengan judul: Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk PT. Karunia Sentosa Plastik di mana hasil penelitian tersebut mengemukakan kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, dan strategi apa saja yang dilakukan dalam pengembangan usahanya, kemudian yang ditulis oleh Mashuri, (2020) dengan judul: Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT.Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru) dengan hasil bagaimana cara penerapanpemasaran dan strategi yang terapkan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Febriansyah dkk.,(2023) dengan judul: Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Usaha Pembuatan Keripik Di Ud. Mustika Kota Langsa dimana mengemukakan hal yang sama dengan penelitian sebelumnya, penerapan strategi dalam pengembangan usaha, lalu yang ditulis oleh Sukatmadiredja dkk.,(2019) dengan judul: Strategi Pemasaran Melalui Analisis Swot Pada Perusahaan Kopi Lokal, dan yang terakhir ditulis oleh (Malond dkk.,(2019) dengan judul: Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Bakso Baper Jogja. Berdasarkan dari beberapa penelitian sebelumnya yang telah diuraikan, peneliti juga menemukan hal yang sama dengan beberapa penelitian tersebut dimana sama-sama menerapkan analisis SWOT dalam pengembangan usaha yang berfokus pada usaha kuliner, sama halnya pada usaha kripik tempe Mbak El.

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa analisis SWOT membantu dalam memahami posisi dan potensi pengembangan usaha kripik tempe Mbak El. Untuk meningkatkan penjualan dan daya saing, disarankan untuk mengadopsi strategi pemasaran yang mencakup promosi digital, pengembangan produk, dan peningkatan kerjasama bisnis. Dengan menerapkan strategi ini, diharapkan usaha kripik tempe Mbak El dapat berkembang lebih pesat dan bersaing di pasar kuliner yang semakin ketat, serta dapat berdampak pada sesama pengusaha yang lainnya, khusus usaha kuliner lainnya.

#### 5. Daftar Pustaka

- Ariani, D. (2023). *Manajemen Kualitas* (3rd ed.). Universitas Terbuka.
- Dharmmesta, B. (2022). *Manajemen Pemasaran* (3rd ed.). Universitas Terbuka.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *TEKNIK ANALISIS SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Quadrant.
- Fauzani, M., Akramiah, N., & Sutikno, B. (2018). *Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produkpt. Karunia Sentosa Plastik*.
- Febriansyah, D., Hanum, N., Rosa Indah, D., Ekonomi, F., & Samudra Jl Syarief Thayeb, U. (2023). *Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Usaha pembuatan Keripik Di Ud. Mustika Kota Langsa*. In JIM: Manajerial Terapan (Vol. 379, Issue 1).
- Haque, M., Iskandar, A., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep,Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Malonda, P. M., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2019). *Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Bakso BaperJogja*. *Loindong 3827 Jurnal EMBA*, 7(3), 3827–3836.
- Mashuri, D. N. (2020). *Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Pt. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)*. *Jurnal PerbankanSyariah*, 1(1), 97–112. <https://ejournal.stiesyariahbengkalis.ac.id/index.php/jps>
- Riyanto, S., Azis, Muh. N. L., & Putera, A. R. (2021). *Analisis SWOT sebagai Penyusunan Strategi Organisasi* [https://pics.unipma.ac.id/content/download/B009\\_18\\_07\\_2022\\_03\\_25\\_2810](https://pics.unipma.ac.id/content/download/B009_18_07_2022_03_25_2810)
- Simamora, B. (2023). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Universitas Terbuka.
- Sukatmadiredja, N. R., Rosita, W. M., & Mahardika, S. (2019). *Strategi Pemasaran Melalui*

*Analisis Swot Pada Perusahaan Kopi Lokal.*