ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BAKSO KUY DI KECAMATAN KAUMAN KABUPATEN TULUNGAGUNG

Lailul Khusna[1], Sapta Andaruisworo[2], Nur Solikin[3]

[1,2,3]*Universitas Nusantara PGRI Kediri*
E-mail : [1]lailullkhusna5@gmail.com, [2]sapta@unpkediri.ac, [3]gatotkoco.80@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze internal and external factors and formulate a business development strategy for Bakso Kuy in Kauman District, Tulungagung Regency using SWOT analysis. Meatball (bakso) is a processed beef-based livestock product with high nutritional value that plays an important role in driving regional economic growth through the MSME sector. Bakso Kuy faces various challenges including intense competition, fluctuating raw material prices, limited facilities, and suboptimal use of digital media. This study used a descriptive qualitative approach with the business owner and 50 consumers as research subjects. Data were collected through interviews, observation, documentation, and questionnaires, then analyzed using IFAS, EFAS, and SWOT matrices. The results showed a total IFAS score of 2.439 with main strengths including distinctive taste, price according to quality, and fast service, while the total EFAS score was 2.622 with main opportunities including ease of promotion through social media and increasing trends in meatball consumption. Based on the SWOT quadrant diagram, the business is in Quadrant I with coordinates (0.733; 0.486), so the recommended strategy is the SO or aggressive strategy, namely maintaining product quality, optimizing promotion through social media, and developing menu variations to expand market share.

Keywords : *SWOT Analysis, EFAS, IFAS, Business Development Strategy, Meatball MSME*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan bisnis untuk Bakso Kuy di Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pemilik usaha dan 50 konsumen sebagai subjek penelitian. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan matriks IFAS, EFAS, dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan skor IFAS total sebesar 2,439 dengan kekuatan utama meliputi cita rasa yang khas, harga sesuai kualitas, dan pelayanan cepat. Skor EFAS total sebesar 2,622 dengan peluang utama meliputi kemudahan promosi melalui media sosial dan tren peningkatan konsumsi bakso. Berdasarkan diagram kuadran SWOT, usaha tersebut berada di Kuadran I dengan koordinat (0,733; 0,486), sehingga strategi yang direkomendasikan adalah strategi SO berupa agresif, yaitu mempertahankan kualitas produk, mengoptimalkan promosi melalui media sosial, dan mengembangkan variasi menu untuk memperluas pangsa pasar.

Kata Kunci : *Analisis SWOT, IFAS, EFAS, Strategi Pengembangan Bisnis, UMKM Bakso*

PENDAHULUAN

Bakso merupakan produk olahan dari daging sapi yang memiliki nilai gizi tinggi dan digemari masyarakat dari berbagai kalangan usia (Yannuarista et al., 2023). Menurut SNI 3818:2023, bakso adalah produk olahan dari daging hewan ternak yang digiling atau dihaluskan, dicampur dengan pati dan bumbu serta umumnya berbentuk bulat dan dimatangkan sebelum dikonsumsi. Produk ini berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Kecamatan Kauman di Kabupaten Tulungagung merupakan kawasan yang potensial bagi pengembangan UMKM kuliner berbasis olahan hasil ternak. Bakso Kuy yang berdiri sejak tahun 2019 merupakan salah satu UMKM yang terus berkembang di wilayah ini. Namun, usaha ini menghadapi berbagai tantangan meliputi persaingan yang ketat, fluktuasi harga bahan baku daging sapi, keterbatasan fasilitas pendukung, serta belum optimalnya pemanfaatan media digital untuk promosi dan pemasaran produk.

Penelitian terdahulu oleh Malonda et al., (2019) menunjukkan bahwa usaha bakso di perkotaan berada pada Kuadran I dengan strategi agresif, namun kurang relevan untuk konteks pedesaan. Putri & Prabowo, (2021) juga menemukan posisi serupa pada UMKM bakso di Surabaya, namun hanya berfokus pada peningkatan volume penjualan. Sementara itu Hasibuan, (2024) merekomendasikan strategi peningkatan daya saing melalui kekuatan produk dan peluang pasar. Berbeda dari penelitian sebelumnya, penelitian ini mengkaji pengembangan usaha Bakso Kuy secara menyeluruh dengan mengintegrasikan faktor produksi, pemasaran, dan pengembangan menu dalam satu kerangka strategi.

Analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) merupakan alat perencanaan strategis yang efektif untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal perusahaan (Rangkuti, 2017). Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan, (2) menganalisis faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman, serta (3) merumuskan strategi pengembangan yang tepat bagi Usaha Bakso Kuy di Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung.

METODE

Penelitian dilaksanakan di Usaha Bakso Kuy yang berlokasi di Jl. Raya Jatimulyo, RT.03/RW.06, Jabon, Jatimulyo, Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur pada periode Maret–Agustus 2026. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan memahami fenomena secara mendalam berdasarkan kondisi lapangan (Sugiyono, 2022).Subjek penelitian terdiri dari pemilik Usaha Bakso Kuy dan 50 konsumen yang telah melakukan pembelian minimal satu kali. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dokumentasi, dan kuesioner, sedangkan data sekunder bersumber dari BPS dan literatur ilmiah.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT yang didukung oleh matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary). Tahapan analisis meliputi: (1) identifikasi faktor internal dan eksternal, (2) pemberian bobot dan rating menggunakan rubrik analisis SWOT (Solikin, 2018). (3) penghitungan skor terbobot, (4) penyusunan matriks SWOT, dan (5) penentuan posisi usaha pada diagram kuadran SWOT.

Teknik Analisis Data

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada upaya memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), serta meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Dalam pengambilan keputusan strategis, analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal perusahaan sebagai dasar dalam penentuan strategi yang tepat (Rangkuti, 2017).

2. Analisis Faktor Internal (IFAS)

IFAS (Internal Factors Analysis Summary) merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal perusahaan yang meliputi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses). Analisis ini dilakukan melalui proses penilaian dan pembobotan terhadap data yang diperoleh, sehingga menghasilkan skor yang menggambarkan kondisi strategis internal perusahaan (Zahro & Maula, 2022).

3. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

EFAS (External Factors Analysis Summary) merupakan alat analisis yang berasal dari konsep SWOT yang digunakan untuk melakukan penilaian dan pembobotan dari setiap data yang diperoleh di lapangan tentang faktor eksternal berupa peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang dimiliki perusahaan dengan tujuan untuk memberikan kuantifikasi faktor eksternal (Kurniawan & Abidin, 2019).

4. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan tahapan lanjutan dari analisis lingkungan internal dan eksternal yang mengombinasikan kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal sehingga menghasilkan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha (Wiswasta et al., 2018).

5. Kuadran SWOT

Kuadran SWOT digunakan untuk menentukan posisi strategis perusahaan berdasarkan hasil perhitungan skor total IFAS dan EFAS. Posisi ini ditentukan dengan cara menghitung selisih antara total skor kekuatan dan kelemahan (sumbu X) serta selisih antara total skor peluang dan ancaman (sumbu Y). Hasil perpotongan kedua sumbu tersebut menunjukkan kuadran posisi perusahaan yang menjadi dasar penentuan strategi prioritas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Faktor Internal (IFAS)

Analisis faktor internal menunjukkan bahwa Usaha Bakso Kuy memiliki total skor IFAS sebesar 2,439, yang mengindikasikan bahwa kondisi internal usaha tergolong cukup baik karena kekuatan yang dimiliki lebih dominan dibandingkan kelemahannya. Kekuatan utama usaha terletak pada cita rasa khas yang membedakan produk dari tempat lain, harga yang sesuai dengan kualitas produk, serta pelayanan yang cepat selama proses pembelian.

Kelemahan utama yang masih perlu diperhatikan adalah fasilitas parkir yang kurang memadai, antrean pada area prasmanan, keterbatasan tempat duduk, ketersediaan produk saat jam ramai, dan jam operasional yang masih terbatas. Oleh karena itu, peningkatan fasilitas dan operasional usaha perlu dilakukan untuk mendukung kenyamanan konsumen dan kualitas pelayanan.

Tabel 1. Analisis Faktor Internal (IFAS) Usaha Bakso Kuy

No	Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan (*strengths*)			
1.	Bakso Kuy memiliki cita rasa yang enak	0,122	2	0,244
2.	Bakso yang disajikan memiliki cita rasa khas yang membedakannya dari produk bakso di tempat lain.	0,122	3	0,366
3.	Harga yang ditetapkan oleh usaha Bakso Kuy sesuai dengan kualitas produk yang diterima oleh konsumen.	0,122	3	0,366
4.	Pelayanan kepada konsumen berlangsung dengan cepat selama proses pembelian.	0,122	3	0,366
5.	Lokasi usaha Bakso Kuy mudah dijangkau sehingga memudahkan konsumen untuk berkunjung.	0,122	2	0,244
	Total Kekuatan	**0,61**		**1,586**
Kelemahan (*weaknesses*)				
1.	Ketersediaan produk Bakso Kuy terkadang tidak mencukupi pada saat jam ramai.	0,073	2	0,146
2.	Fasilitas parkir yang tersedia kurang memadai bagi konsumen.	0,073	3	0,219
3.	Ketersediaan tempat duduk masih terbatas ketika jumlah pengunjung meningkat.	0,073	2	0,146
4.	Jam operasional usaha masih terbatas dalam melayani konsumen.	0,073	2	0,146
5.	Area pengambilan makanan secara prasmanan terkadang menimbulkan antrean pada waktu tertentu.	0,098	2	0,196
	Total Kelemahan	**0,39**		**0,853**
	Total	**1,00**		**2,439**

Sumber : Hasil Analisis IFAS, 2026

2. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Hasil analisis faktor eksternal menunjukkan bahwa Usaha Bakso Kuy memperoleh total skor EFAS sebesar 2,622, yang menunjukkan bahwa peluang yang dimiliki lebih besar dibandingkan ancaman yang dihadapi. Peluang utama usaha meliputi kemudahan akses informasi melalui media sosial, luasnya penerimaan produk bakso oleh berbagai kalangan masyarakat, meningkatnya tren

konsumsi bakso, serta peluang pengembangan menu baru. Selain itu, kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang turut mendukung keberlangsungan usaha.

Ancaman utama yang dihadapi adalah strategi promosi pesaing yang lebih menarik dan kemudahan konsumen dalam berpindah ke usaha lain. Ancaman lainnya meliputi banyaknya usaha bakso sejenis, perubahan tren makanan, dan persaingan harga. Oleh karena itu, Usaha Bakso Kuy perlu mempertahankan kualitas produk, meningkatkan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi usaha agar tetap mampu bersaing di pasar.

Tabel 2. Analisis Faktor Internal (EFAS) Usaha Bakso Kuy

No	Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (*opportunities*)				
1.	Informasi mengenai usaha mudah diakses melalui media sosial sehingga meningkatkan jangkauan promosi.	0,111	3	0,333
2.	Produk bakso dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat sehingga memiliki potensi pasar yang luas.	0,111	3	0,333
3.	Adanya kecenderungan pembelian ulang oleh konsumen.	0,111	2	0,222
4.	Tren konsumsi bakso di masyarakat mengalami peningkatan.	0,111	3	0,333
5.	Pengembangan menu baru berpotensi meningkatkan minat konsumen.	0,111	3	0,333
	Total Peluang	**0,555**		**1,554**
Ancaman (*threats*)				
1.	Banyaknya usaha bakso sejenis memberikan alternatif pilihan bagi konsumen.	0,089	2	0,178
2.	Strategi promosi pesaing yang lebih menarik dapat memengaruhi preferensi konsumen.	0,089	3	0,267
3.	Kemudahan konsumen dalam berpindah ke usaha lain menjadi tantangan bagi keberlangsungan usaha.	0,089	3	0,267
4.	Perubahan tren makanan di masyarakat dapat memengaruhi minat terhadap produk bakso.	0,089	2	0,178
5.	Harga yang ditawarkan oleh pesaing yang lebih rendah dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.	0,089	2	0,178
	Total Ancaman	**0,445**		**1,068**
	Total	**1,00**		**2,622**

Sumber : Hasil Analisis EFAS, 2026

4. Matriks SWOT

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal, diperoleh empat alternatif strategi pengembangan Usaha Bakso Kuy, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Strategi SO berfokus pada pemanfaatan kekuatan usaha untuk memanfaatkan peluang yang tersedia melalui peningkatan kualitas produk, promosi media sosial, dan pengembangan variasi menu. Strategi WO diarahkan pada perbaikan kelemahan usaha dengan memanfaatkan peluang yang ada, seperti peningkatan fasilitas dan penyampaian informasi kepada konsumen. Strategi ST dilakukan dengan memanfaatkan keunggulan usaha untuk menghadapi persaingan, sedangkan strategi WT berfokus pada upaya meminimalkan kelemahan dan mengurangi dampak ancaman yang dihadapi usaha.

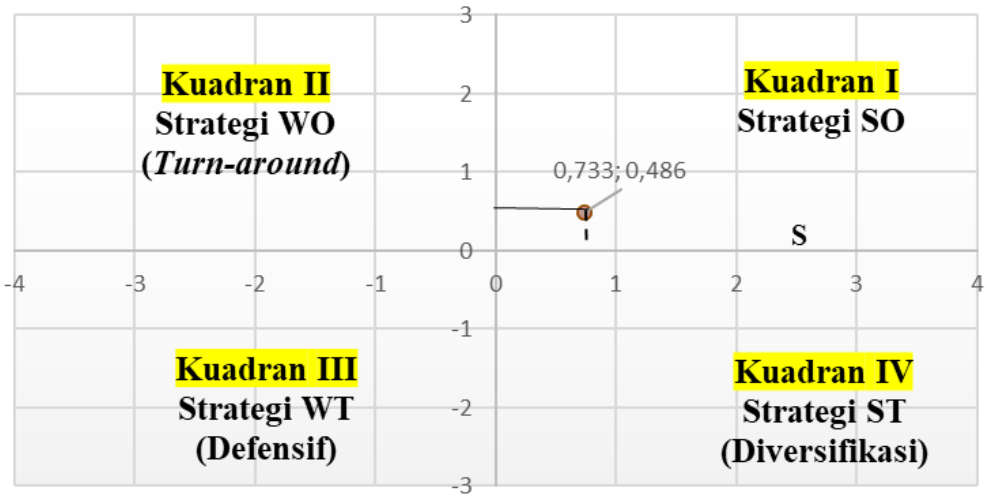
Tabel 3. Matriks SWOT

IFAS / EFAS	Strengths (S) S1. Cita rasa bakso enak S2. Cita rasa khas S3. Harga sesuai kualitas S4. Pelayanan cepat S5. Lokasi strategis	Weaknesses (W) W1. Produk terbatas saat jam ramai W2. Parkir kurang memadai W3. Tempat duduk terbatas W4. Jam operasional terbatas W5. Antrean di area prasmanan
Opportunities (O) O1. Promosi melalui media sosial O2. Pasar luas O3. Pembelian ulang konsumen O4. Tren konsumsi meningkat O5. Peluang pengembangan menu	Strategi SO 1. Mempertahankan kualitas produk. 2. Meningkatkan promosi. 3. Mengembangkan menu.	Strategi WO 1. Mengoptimalkan promosi. 2. Meningkatkan fasilitas 3. Menata pelayanan.
Threats (T) T1. Banyak pesaing T2. Promosi pesaing lebih menarik T3. Konsumen mudah beralih T4. Perubahan tren makanan T5. Harga pesaing lebih rendah	Strategi ST 1. Mempertahankan keunggulan produk. 2. Meningkatkan pelayanan. 3. Menjaga harga sesuai kualitas.	Strategi WT 1. Menambah ketersediaan produk . 2. Memperbaiki fasilitas. 3. Menata efesiensi pelayanan.

Sumber : Hasil Analisis Matriks SWOT, 2026

5. Kuadran SWOT

Penentuan posisi usaha pada diagram SWOT dilakukan berdasarkan selisih antara faktor kekuatan dan kelemahan pada sumbu X serta faktor peluang dan ancaman pada sumbu Y. Hasil analisis menunjukkan nilai koordinat sebesar X = 0,733 dan Y = 0,486. Nilai tersebut menempatkan Usaha Bakso Kuy pada Kuadran I, yang menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan dan peluang yang lebih dominan dibandingkan kelemahan dan ancaman. Dengan demikian, strategi yang direkomendasikan adalah strategi SO (*Strengths–Opportunities*) atau strategi agresif.



Gambar 1. Kuadran SWOT
Sumber: Hasil Analisis, 2026

6. Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Usaha Bakso Kuy berada pada Kuadran I sehingga strategi yang direkomendasikan adalah strategi SO (*Strengths–Opportunities*). Strategi yang dapat diterapkan meliputi mempertahankan kualitas produk dan pelayanan, mengoptimalkan promosi melalui media sosial, serta mengembangkan variasi menu untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pasar. Temuan ini sejalan dengan Malonda et al., (2019) yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas produk, pelayanan, dan promosi dapat meningkatkan loyalitas konsumen sekaligus memperluas pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Usaha Bakso Kuy memiliki kondisi internal dan eksternal yang mendukung pengembangan usaha dengan total skor IFAS sebesar 2,439 dan EFAS sebesar 2,622. Hasil analisis menunjukkan bahwa Usaha Bakso Kuy berada pada Kuadran I dengan koordinat (0,733; 0,486), sehingga strategi yang direkomendasikan adalah strategi SO (*Strengths–Opportunities).* Strategi yang dapat diterapkan meliputi mempertahankan kualitas produk dan pelayanan, mengoptimalkan promosi melalui media sosial, serta mengembangkan variasi menu untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar usaha.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik Usaha Bakso Kuy di Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung yang telah memberikan izin dan membantu selama pelaksanaan penelitian. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Direktorat Statistik Peternakan Perikanan dan Kehutanan. (2024). *Peternakan Dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik.

Hasibuan, M. A. (2024). *Analisis SWOT Dan Rekomendasi Strategis Untuk Peningkatan Daya Saing Usaha Bakso*. *1*(3), 486–497.

Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui Analisis Matrik IFAS Dan EFAS. *Al Tijarah*, *Vol,5 No.2*(2), 93–103.

Malonda, P. M., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. S. . (2019). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Rumah Makan Bakso Baper. *Loindong 3827 Jurnal EMBA*, *7*(3), 3827–3836.

Putri, D. A., & Prabowo, B. (2021). Analisis Strategi Bisnis dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM (Studi Kasus Bakso Super Rasa di Jalan Gayungan Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, *3*(1), 117. https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.865

Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Solikin, N. (2018). *Rubrik Pengisian Riset SWOT Sapi Potong di Kabupaten Kediri*.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta Bandung.

Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. https://library.unmas.ac.id/repository/EBK-00057.pdf

Yannuarista, D., Rintania, S., & Sasmito, M. S. (2023). Uji Organoleptik Dan Analisa Usaha Bakso Sapi Dengan Konsentrasi Tepung Tapioka Yang Berbeda. *Stock Peternakan*, *5*(2). http://ojs.universitasmuarabungo.ac.id/index.php/Sptr/index

Zahro, S. F., & Maula, L. R. (2022). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Roti (Studi Kasus Roti Maestro Merjosari Kota Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*.