

ANALISIS SWOT BISNIS MAKANAN JAJANAN PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI LINGKUNGAN KAMPUS UMP (UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO)

Ana Andriani^{1*} dan Pujiharto²

¹Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Jawa Tengah

²Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Perikanan, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Jawa Tengah

*) email korespondensi: anaandriani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada bisnis makanan jajanan pada masa pandemi covid 19 di lingkungan kampus UMP. Metode penelitian dengan teknik survey pendekatan Praticipation Action Research. Lokasi penelitian di lingkungan kampus UMP (Universitas Muhammadiyah Purwokerto). Jenis data adalah data primer dan data sekunder. Penentuan responden dilakukan dengan cara sensus (sampling jenuh) dan diperoleh sebanyak 97 responden. Analisis data dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi terletak pada kuadarn II (Strength-Threat) yaitu perubahan dan pengembangan diversifikasi produk.

Kata kunci: analisis SWOT, makanan jajanan, lingkungan, kampus UMP

Diterima: 11 Mei 2021

Diterbitkan: 29 Juni 2021

PENDAHULUAN

Bisnis makanan jajanan dihadapkan pada kondisi persaingan yang semakin meningkat. Pelaku bisnis dituntut harus lebih kreatif dan inovatif dalam menawarkan produk makanan jajanan yang bernilai tambah dibandingkan yang dilakukan pesaing. Melalui aktivitas ekonomi, pedagang makanan jajanan dapat memberikan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan yang beraneka ragam, baik kebutuhan akan pelayanan maupun kebutuhan akan produk makanan jajanan terutama di lingkungan sekolah maupun kampus.

Pada masa pandemic covid 19 banyak sekolah dan kampus yang melaksanakan kegiatan belajar mengajar secara daring yang dapat dilakukan di rumah masing-masing hal ini untuk mengurangi kerumunan dan mengurangi risiko penularan covid 19 (PP Nomor 21 Tahun 2020). Kampus UMP juga melaksanakan hal yang sama dan berdampak pada berkurangnya jumlah mahasiswa yang sebagian besar sebagai konsumen makanan jajanan yang tinggal/kos di lingkungan kampus. Kondisi seperti ini akan mempengaruhi bisnis makanan jajanan di lingkungan kampus UMP. Agar bisnis dapat bertahan dan berkembang, dibutuhkan suatu inovasi terus menerus dari pelaku usaha sehingga bisnis tersebut tetap

kompetitif dan menarik konsumen dari pasar yang dituju serta terciptanya kepuasan dan loyalitas konsumen (Kotler, 2007). Untuk itu diperlukan adanya suatu analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) dalam bisnis makanan jajanan sehingga tercapai efektivitas dan efisiensi dalam pemasaran.

METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat gambaran hubungan antar fenomena, membuat prediksi serta implikasi suatu masalah yang ingin dipecahkan (Gulo, 2015); (Nasir, 2018). Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* di lingkungan kampus UMP. Alasan pemilihan lokasi tersebut karena jumlah pedagang dan pelaku usaha makanan jajanan banyak dan bervariasi. Sampel dalam penelitian ini adalah pelaku usaha produk makanan jajanan di lingkungan kampus yang diambil secara sensus (*sampling jenuh*) sebanyak 97 responden. Pengambilan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, pencatatan.

Data dianalisis dengan analisis SWOT melalui analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal. Analisis ini merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis

untuk dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*oportunities*) namun secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2014). Lebih lanjut dijelaskan bahwa tahapan analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal (Putri, N. E., Astuti, R., & Putri, S. A., 2016) adalah sebagai berikut :

a. Tahapan Analisis Faktor Internal

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi bagian kekuatan dan kelemahan.
2. Berikan peringkat 1-4 untuk masing-masing faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut menunjukkan peringkat kekuatan atau kelemahan.
3. Kalikan masing-masing bobot faktor dengan peringkatnya untuk menentukan nilai tertimbang.
4. Jumlahkan nilai tertimbang dari masing-masing variabel untuk menentukan total nilai tertimbang.

b. Tahapan Analisis Faktor Eksternal

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi bagian peluang dan ancaman.
2. Berikan peringkat 1-4 untuk masing-masing faktor, peluang dan ancaman.
3. Kalikan masing-masing bobot faktor dengan peringkatnya untuk menentukan nilai tertimbang.
4. Jumlahkan nilai tertimbang dari masing-masing variabel untuk menentukan total nilai tertimbang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis SWOT bisnis makanan jajanan dilingkungan kampus UMP diperoleh 7 faktor kekuatan, 5 faktor kelemahan, 6 faktor peluang dan 5 faktor ancaman, berikut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Faktor-faktor yang ada dalam Analisis SWOT Bisnis Makanan Jajanan di Lingkungan Kampus UMP.

Strength (Kekuatan) <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha strategis 2. Hubungan dan komunikasi antara penjual dan pembeli/konsumen terjalin dengan baik 3. Proses produksi yang mudah dan sederhana 4. Produk yang dihasilkan berkualitas 5. Produk telah memiliki ijin dari dinas kesehatan 6. Akses terhadap bahan baku terjamin 7. Kapasitas produksi cukup memenuhi 	Weaknesses (Kelemahan) <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum memiliki merek/brand produk 2. Keterbatasan modal 3. Pembukuan/pengelolaan keuangan belum rapi 4. Kurangnya keterampilan dalam manajemen usaha 5. Kurang aktif dalam kegiatan promosi
Opportunities (Peluang) <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan jajanan semakin bervariasi. 2. Kebijakan pemerintah yang mendukung perkembangan UMKM 3. Bisnis makanan jajanan yang prospektif 4. Media sosial untuk mendukung bisnis makanan jajanan 5. Kepercayaan dan hubungan dengan pelanggan baik 6. Ketersediaan bahan baku yang melimpah 	Threats (Ancaman) <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya usaha pesaing atau sejenis 2. Adanya diversifikasi produk jajanan yang lebih menarik 3. Kecenderungan harga bahan baku yang fluktuatif 4. Berkurangnya jumlah pembeli karena pandemi covid 19 5. Kualitas/mutu bahan baku yang tidak menentu

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 3 tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata skor kekuatan sebesar 0,248 lebih tinggi dari rata-rata skor kelemahan sebesar 0,215. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki pada bisnis makanan jajanan di Lingkungan Kampus UMP lebih besar dibandingkan kelemahannya. Selisih rata-rata skor kekuatan dan kelemahan sebesar

0,033 dan bernilai positif artinya kekuatan mampu mengatasi kelemahan dengan berbagai macam faktor kekuatan yang dimilikinya. Kekuatan utama pada bisnis makanan jajanan adalah proses produksi yang mudah dan sederhana dengan skor 0,290. Sedangkan faktor kelemahan utamanya adalah keterbatasan modal dengan nilai skor 0,374.

Tabel 2. Matriks SWOT Strategi Bisnis Makanan Jajanan di Lingkungan Kampus UMP.

IFAS EFAS	Strengths (S) Daftar faktor kekuatan internal	Weaknesses (W) Daftar faktor kelemahan internal
Opportunities (O) Daftar peluang eksternal	1) Meningkatkan kualitas variasi produk sesuai yang diinginkan pembeli/konsumen. 2) Memanfaatkan sosial media untuk mengoptimalkan penjualan	1) Memanfaatkan dan mengembangkan fasilitas pemasaran baik media <i>offline</i> maupun <i>online</i> . 2) Memanfaatkan fasilitas pinjaman ke perbankan (KUR) sehingga dapat meningkatkan modal usaha. 3) Memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi guna memperbaiki pengelolaan keuangan.
Threats (T) Daftar ancaman eksternal	1) Melakukan pengembangan terhadap diversifikasi produk.	1). Mencari alternatif sumber bahan baku untuk menjaga kontinuitas, kualitas dan kuantitas produksi.

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Tabel 3. Analisis Faktor Internal Bisnis Makanan Jajanan di Lingkungan Kampus UMP.

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Lokasi usaha strategis	0,072	3,8	0,266
Hubungan dan komunikasi antara penjual dan pembeli/konsumen terjalin dengan baik	0,063	3,6	0,227
Proses produksi yang mudah dan sederhana	0,088	3,3	0,290
Produk yang dihasilkan berkualitas	0,065	3,7	0,240
Produk telah memiliki izin dari dinas kesehatan	0,066	3,7	0,244
Akses terhadap bahan baku terjamin	0,068	3,6	0,245
Kapasitas produksi cukup memenuhi	0,074	3,1	0,229
Total Skor Kekuatan			1,741
Rata-rata Skor Kekuatan			0,248
Kelemahan			
Belum memiliki merek/brand produk	0,075	3,8	0,285
Keterbatasan modal	0,096	3,9	0,374
Pembukuan/pengelolaan keuangan belum rapi	0,062	2,1	0,130
Kurangnya keterampilan dalam manajemen usaha	0,067	2,3	0,154
Kurang aktif dalam kegiatan promosi	0,074	1,8	0,133
Total Skor Kelemahan			1,076
Rata-rata Skor Kelemahan			0,215
Selisih Rata-rata Skor Kekuatan dan Kelemahan			0,033

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Tabel 4 menunjukkan rata-rata skor peluang sebesar 0,310 lebih rendah dari rata-rata skor ancaman sebesar 0,315. Peluang yang dimiliki pada bisnis makanan jajanan di Lingkungan Kampus UMP lebih kecil dibandingkan ancamannya. Selisih rata-rata skor peluang dan ancaman sebesar -0,005 dan bernilai negatif artinya peluang tidak mampu mengatasi ancaman dengan berbagai macam

faktor peluang yang dimilikinya. Peluang utama pada bisnis makanan jajanan adalah kebutuhan makanan jajanan semakin bervariasi dengan skor 0,336. Sedangkan faktor ancaman utamanya adalah berkurangnya jumlah pembeli karena pandemi covid 19 dengan skor 0,334. Faktor ini bersifat sementara, diharapkan akan kembali normal jika pandemi covid 19 sudah hilang

Tabel 4. Analisis Faktor Eksternal Bisnis Makanan Jajanan di Lingkungan Kampus UMP.

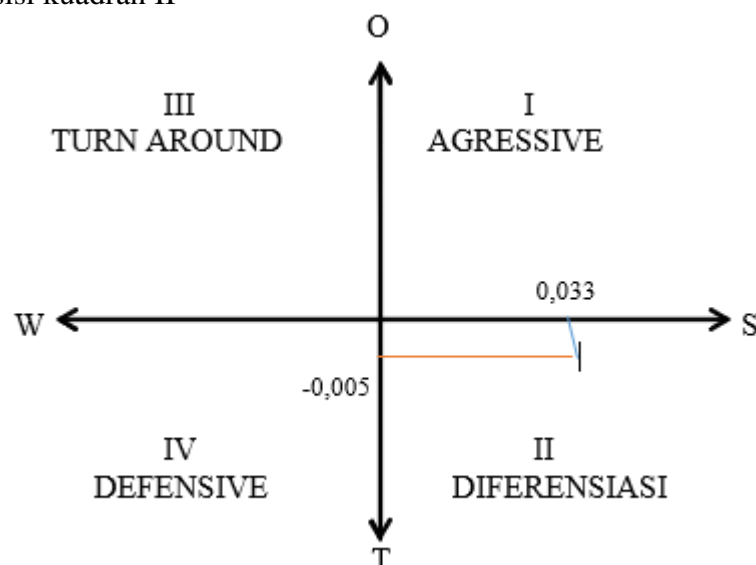
Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Kebutuhan jajanan semakin bervariasi.	0,091	3,7	0,336
Kebijakan pemerintah yang mendukung perkembangan UMKM	0,098	3,0	0,294
Bisnis makanan jajanan yang prospektif	0,087	3,6	0,313
Media sosial untuk mendukung bisnis makanan jajanan	0,090	3,7	0,333
Kepercayaan dan hubungan dengan pelanggan baik	0,078	3,8	0,296
Ketersediaan bahan baku yang melimpah	0,085	3,4	0,289
Total Skor Peluang			1,861
Rata-rata Skor Peluang			0,310
Ancaman			
Banyaknya usaha pesaing atau sejenis	0,091	3,6	0,327
Adanya diversifikasi produk jajanan yang lebih menarik	0,081	3,3	0,267
Kecenderungan harga bahan baku yang fluktuatif	0,087	3,7	0,322
Berkurangnya jumlah pembeli karena pandemi covid 19	0,088	3,8	0,334
Kualitas bahan baku yang tidak menentu	0,093	3,5	0,325
Total Skor Ancaman			1,575
Rata-rata Skor Ancaman			0,315
Selisih Rata-rata Skor Peluang dan Ancaman			-0,005

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Analisis faktor internal (tabel 3) dan analisis faktor eksternal (tabel 4) dapat digambarkan pada posisi kuadran II

$$S - W = 0,248 - 0,215 = 0,033$$

$$O - T = 0,310 - 0,315 = -0,005$$



Gambar 1. Hasil Analisis SWOT Bisnis Makanan Jajanan di Lingkungan Kampus UMP.

Hasil analisis SWOT bisnis makanan jajanan di lingkungan kampus UMP terletak pada kuadran II (*Strength – Threat*), pada kuadran kedua strategi yang dapat diambil adalah strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi adalah strategi yang menuntut bisnis makanan jajanan untuk melakukan perubahan dan pengembangan terhadap diversifikasi produk guna menutup kelemahannya dan mengejar peluang yang tersedia.

KESIMPULAN

Analisis SWOT bisnis makanan jajanan di lingkungan UMP untuk faktor internal (kekuatan lebih besar dibanding kelemahan) sedangkan faktor eksternal (peluang lebih kecil dibanding dengan ancaman). Strategi terletak pada kuadran II (*Strength-Threat*) yaitu dengan melakukan perubahan dan pengembangan diversifikasi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Gulo, W. H. 2015. *Metodologi Penelitian*. Penerbit PT. Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks, Indonesia
- Nasir, M. 2018. *Metode Ilmiah*. Penerbit Ghalia. Jakarta
- PP Nomor 21 Tahun 2020 tentang kebijakan *PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar)*
- Putri, N. E., Astuti, R., & Putri, S. A. (2016). Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis Swot Dan Metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*) (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang) . *Journal of Applied Business and Economic* Vol. 5 No. 4 (Juni 2019) 384-397