



## Analisis SWOT Dalam Pengembangan Produk Usaha Rumahan Donut's Amira

Eny Trisno Wanti<sup>1\*</sup>, Tyna Yunita<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Bhayangkara Raya

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received May 30, 2024  
Revised June 08, 2024  
Accepted June 12 2024  
Available online 16 June 2024

#### Kata Kunci:

SWOT, MSMEs, DONUT'S

#### Keywords:

SWOT, MSMEs, DONUT'S



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mencari tahu analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) Ibu Nopy "UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) "Donut's Amira" di Gabus, Tambun Utara. Perusahaan "Donut's Amira" adalah UMKM yang bergerak di industri makanan, khususnya di bisnis donat. (Dewi et al., 2023) Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan informasi yang dikumpulkan melalui wawancara. Diantisipasi bahwa penelitian ini akan memuaskan minat penulis tentang analisis SWOT dari upaya "Donut's Amira". Hal ini dimaksudkan agar program ini dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat.

### ABSTRACT

This research aims to determine the SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) analysis of the MSME (Micro, Small and Medium Enterprise) "Donut's Amira" business owned by Mrs. Nopy which is located in Gabus, North Tambun. The business "Donut's Amira" is one of the MSMEs which operates in the culinary sector, especially donuts. This research uses a qualitative approach using data collected through interviews. It is hoped that this research can fulfill the author's curiosity regarding the SWOT analysis of the "Donut's Amira" business.

Through this program, it is hoped that it can open up job opportunities for the community.

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dapat dioperasikan oleh orang, rumah tangga, kelompok, atau badan usaha kecil lainnya yang sesuai dengan kriteria untuk diklasifikasikan sebagai usaha mikro. UMKM memiliki peran yang besar dalam bidang industri dan ekonomi suatu negara, terutama di Indonesia, yang sangat bergantung pada sektor UMKM untuk menciptakan lapangan kerja yang luas. UMKM saat ini mempunyai dampak yang signifikan terhadap perekonomian negara-negara berkembang, seperti Indonesia. Para pemilik UMKM terbukti tangguh dan mampu menghadapi krisis ekonomi. Mereka juga terbukti dapat merekrut pegawai yang tidak mampu direkrut oleh pemerintah. UMKM memberikan kontribusi besar terhadap negara maupun penyerap tenaga kerja (Gustina et al., 2018). Dapat dikatakan bahwa aktivitas UMKM peran kewirausahaan dalam mendorong ekspansi ekonomi suatu negara (Yunita & Wijayanti, 2021).

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini. Selain itu, munculnya banyak usaha kecil dan besar mempengaruhi persaingan yang ketat, terutama di antara bisnis dari jenis yang sama. Industri makanan menjadi salah satu sektor yang diperkirakan akan sibuk dalam persaingan yang semakin parah ini. Karena tingginya aktivitas dalam kehidupan modern kebanyakan orang tidak memiliki banyak waktu luang untuk memasak sendiri makanan di rumah dan cenderung ingin menikmati makanan yang siap saji. Salah satu hal yang terjadi di era globalisasi saat ini adalah mendorong masyarakat untuk menggunakan kreativitasnya dalam menyiapkan kuliner (Hindasah & Ardha, 2022).

Dalam usaha dapat mempersiapkan diri secara analitis untuk kemungkinan pertumbuhan dengan memanfaatkan pengetahuan, teknologi, dan bimbingan dari luar untuk meningkatkan kualitas dalam upaya pengembangan usaha. Pengembangan usaha penting bagi usaha, kecil, dan menengah (UMKM) karena menunjukkan pertumbuhan penjualan yang dapat memanfaatkan peluang, daya saing, dan menguasai sebagian besar pasar (Indrawati et al., 2021).

Selain berkonsentrasi pada ekspor, aktivitas UMKM di Indonesia juga menunjukkan pertumbuhan konsumsi sehingga membuka prospek perekonomian baru (Yunita & Wijayanti, 2021). Donat goreng menjadi salah satu produk UMKM yang ditonjolkan dalam program ini. Usaha ini dimulai dari bisnis rumah tangga (Gustina et al., 2018). Makanan dengan ciri khas bulat dan berlubang dibagian tengahnya ini

\*Corresponding author

E-mail addresses: [trisnowantienny@gmail.com](mailto:trisnowantienny@gmail.com), [tyna.ubj@gmail.com](mailto:tyna.ubj@gmail.com)

menjadi salah satu makanan favorit di sebagian kalangan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, penting bagi pemilik bisnis untuk mempertimbangkan kualitas setiap prosedur produksi.

Berdasarkan penjabaran tersebut maka tujuan penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui taktik manajerial yang dapat meningkatkan daya saing UMKM, dimana menggunakan analisis SWOT. Sebelum menetapkan dan menjalankan strateginya hendaklah terlebih dahulu melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threats*) dengan memeriksa dan mengevaluasi peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan sebelum membuat dan melaksanakan rencana. Seorang pemilik bisnis dapat merumuskan rencananya menggunakan berbagai kriteria dengan menggunakan metode analisis SWOT. Analisis ini didasarkan penalaran yang dapat meminimalkan peluang dan ancaman sekaligus memaksimalkan kekuatan dan kelemahan. Oleh karena itu, analisis SWOT sangat penting bagi manajemen pemilik bisnis karena berfungsi sebagai landasan untuk mengembangkan dan melaksanakan rencana dalam kepemilikan bisnis (Dewi et al., 2023).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang ada pada UMKM "Donut's Amira" yaitu strategi alternatif pemasaran untuk meningkatkan daya saing pada era digital. Ibu Nopy pemilik UMKM Donut's Amira menjadi narasumber penelitian ini yang bertujuan untuk memahami kondisi kerja komunitas UMKM. Penelitian menggunakan metodologi kualitatif yang melibatkan pelaksanaan wawancara secara langsung. Observasi mendalam yang dilakukan peneliti untuk mengkaji realitas sosial komunitas pekerja UMKM menjadi penekanan utama teknik kualitatif. Melalui perbincangan dan pernyataan para informan, hal ini dimanfaatkan untuk mengumpulkan sumber data yang terpercaya dan komprehensif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Produk**

Objek penelitian analisis SWOT yang penulis lakukan adalah usaha "Donut's Amira" milik ibu nopy yang telah dijalani sejak tahun 2022. Usaha Donut's Amira yang dimiliki oleh ibu Nopy sudah berjalan hampir 2 tahun. Pemilik usaha ini adalah ibu Nopy yang berusia 30 tahun. Pengetahuan yang dijadikan modal untuk operasional usahanya dipelajari sendiri karena ibu Nopy berpengalaman bekerja dibidang donat.

Usaha Donut' Amira ini belum memiliki cabang dan belum memiliki pegawai sendiri, dan untuk tempatnya pun masih dilataran rumahnya.

Donut's Amira merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Usaha ini berlokasi di Gabus, Tambun Utara dengan menu utamanya donat. Donat merupakan salah satu makanan lezat dan harganya terjangkau yang disukai semua kalangan usia. Dengan berbagai macam topping yang menarik, donat menjadi salah satu produk bakery yang sangat digemari oleh masyarakat umum. Industri donat sekarang berkembang pesat dan termasuk makanan yang dapat dikonsumsi dalam keadaan darurat. Ini adalah hasil dari keakraban publik yang meluas dengan donat dan kreativitas mereka yang berkelanjutan dengan kombinasi topping (Dewi et al., 2023).

Donat kentang aneka topping ini merupakan usaha home yang dikelola oleh sistem keluarga. Pembuatan donat kentang ini terbuat dari bahan tepung terigu, mentega, telur, gula pasir, ragi, susu dancow, dan berbagai macam toppingnya yang berkualitas baik, dengan mengutamakan lagi bahan baku untuk adonan tanpa menggunakan campuran bahan pengawet.

Selama ini Donut's Amira dijual berdasarkan pesanan yang ada dalam kemasan berbagai macam isi, 1 box ada yang isi 6 dengan harga Rp. 12.000. Donut's Amira juga menerima pesanan untuk ulang tahun dengan hiasannya. Salah satu makanan favorit Indonesia adalah donat Amira, yang sering ditawarkan sebagai camilan favorit di mal dan di sepanjang jalan. Produk donat disiapkan dengan peralatan dasar dan bahan-bahan alami yang bebas dari bahan pengawet.

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah identifikasi metodis berbagai elemen untuk menciptakan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada penalaran yang dapat meminimalkan bahaya dan kelemahan sekaligus memaksimalkan kekuatan dan peluang. Analisis SWOT yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi sumber daya kesulitan serta kekuatan dan kelemahan perusahaan dihadapi (Mashuri & Nurjannah, 2020).

Analisis SWOT merupakan sejenis analisis yang digunakan dalam manajemen bisnis yang secara metodis dapat mendukung upaya mengembangkan rencana menyeluruh untuk menentukan tujuan, baik jangka pendek maupun jangka panjang (Rahmawati, 2023). Dalam usaha ini, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penerapan strategi pemasaran pada "Donut's Amira". Adapun macam-macam dari faktor ini adalah :

**Tabel 1. Analisis Matriks SWOT**

<p style="text-align: center;"><b>INTERNAL</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Strengths (S)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Memiliki branding sendiri. Donut's Amira merupakan nama panggilan akrab owner sendiri.</li> <li>➤ Terkait biaya, pemilik Donat Amira tetap memberikan kisaran tarif berdasarkan kapasitas belanja pelanggan.</li> <li>➤ Cara pemilik usaha "Donut's Amira mempromosikan usahanya adalah dengan memanfaatkan sosial media seperti Whatsapp dan lainnya.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Weakness (W)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Setelah 2 tahun usaha "Donut's Amira" belum memiliki kedai offline untuk usahanya, masih menjadi rumah pemilik usaha sebagai lokasi usahanya.</li> <li>➤ Produksi yang dilakukan usaha "Donut's Amira" masih berdasarkan pesanan yang diterima saja.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>EKSTERNAL</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Opportunity (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kualitas produk yang baik, seperti rasa, tekstur, dan penampilan, sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan meningkatkan penjualan.</li> <li>➤ Variasi rasa donat yang banyak membantu meningkatkan penjualan dan meningkatkan keunggulan bersaing.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi (SO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Membentuk ciri khas atas produk.</li> <li>➤ Melakukan promosi dan penjualan dengan pemanfaatan perkembangan teknologi.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi (WO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Memperhatikan dan memenuhi keinginan pasar juga konsumen.</li> <li>➤ Melakukan pemasaran dan memperkenalkan produk diluar daerah dengan memanfaatkan teknologi.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Threats (T)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Banyak pesaing dalam industri makanan menawarkan menu yang sama dengan "Donut's Amira" dengan harga pasaran.</li> <li>➤ Perubahan dalam selera konsumen dapat mempengaruhi penjualan, seperti peningkatan minat pada produk yang berbeda atau penurunan minat pada produk yang sama.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi (ST)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Membuat ciri khas yang menonjol pada produk.</li> <li>➤ Mengembangkan atau menjual produk via online.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi (WT)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Membuat kemasan dan produk yang inovatif berdasarkan dengan khas produk.</li> <li>➤ Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan konsep produk donat.</li> </ul>

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas, dapat diberikan rekomendasi strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM. Secara khusus, analisis SWOT dapat dilakukan untuk mengkaji elemen lingkungan yang berdampak pada pelaku UMKM. Selain itu UMKM dapat menggunakan analisis SWOT untuk menemukan strategi pemasarannya. UMKM dapat menggunakan teknik pemasaran S-O dengan mengembangkan produk baru dan ciri khas yang membuatnya lebih mudah dikenali oleh pelanggan. Pendekatan W-O menghimbau para pelaku UMKM untuk selalu sadar akan apa yang diinginkan pasar dan pelanggan. Dalam jangka waktu tertentu, pelaku UMKM harus melakukan inovasi karena adanya pergeseran preferensi konsumen dan pasar.

## REFERENSI

- Dewi, C., Putra, R. A., Habibah, R. N., Luthfiah, R. Z., Lalistya, S. A., Nafisa, S., & Ningsih, R. (2023). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis Swot Pada Umkm Usaha "Donatochi" Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm. *Jurnal Usaha*, 4(1), 39–45.
- Gustina, Yenida, Wahyuni, D., & Afifah. (2018). Pengelolaan Bisnis Rumahan Donat Goreng (Kasus Pada Umkm Gusniwati). *Menara Ekonomi*, IV(03), 18–27.
- Hindasah, L., & Ardha, F. M. I. (2022). Pengembangan Produk Usaha Donat. *Webinar Abdimas*, 0274, 1064–1071. <https://prosiding.umy.ac.id>
- Indrawati, B., Wijayanti, M., & Yunita, T. (2021). Analis Karakteristik Wirausaha, Modal, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Gofood Bekasi Dengan Intervening Inovasi. *International Journal*, 34(4), I-II.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Rahmawati, A. (2023). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Era Digital pada UMKM Donat Ratu. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), 131–141. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i1.6936>
- Yunita, T., & Wijayanti, M. (2021). Edukasi Kewirausahaan Pada Pemuda Karang Taruna Melalui Motivasi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3278–3287. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5752>