

## ANALISIS SWOT DALAM PENENTUAN STRATEGI BISNIS PADA UMKM AULIA SNACK JAMBI

Irfan Hassandi<sup>1\*</sup> Mira Gustiana Pangestu<sup>2</sup> Alfito Septiawan Syaputra<sup>3</sup> Thalya  
Qur'Aini<sup>4</sup> Aini Tri Agustin<sup>5</sup>

<sup>1,2</sup>Kewirausahaan, Fakultas Ilmu Manajemen dan Bisnis, Universitas Dinamika Bangsa

<sup>3,4,5</sup>Manajemen, Fakultas Ilmu Manajemen dan Bisnis, Universitas Dinamika Bangsa

Jl. Jend. Sudirman, The Hok, Kec. Jambi Selatan, Kota Jambi, Indonesia

Irfanhassandi06@gmail.com<sup>1</sup> myraapangestu29@gmail.com<sup>2</sup> alfitoseptiawan@gmail.com<sup>3</sup> thalyatq@gmail.com<sup>4</sup>  
ainiwutyy123@gmail.com<sup>5</sup>

E-mail Penulis koresponden: irfanhassandi06@gmail.com

### Abstract

*This research aims to develop a business strategy using SWOT analysis of Aulia Snack. The research is descriptive research with a qualitative approach to find out information on the current condition of Aulia Snack's business through interviews and observations with Aulia Snack business owners. The results of the research show the strengths and weaknesses of Aulia Snack as well as the opportunities and threats that business has. Using the SWOT approach in determining a good business strategy for Aulia Snack by combining strengths against opportunities, weaknesses against opportunities, strengths against threats, and weaknesses against threats. From this method, several recommendations can be found, such as maintaining product quality, registering products to standards such as BPOM and Halal or ISO standardization, and using financial technology to record transactions and prepare financial reports.*

*Keywords : Business Strategy, SWOT analysis, MSMEs, Culinary Business*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi bisnis dengan menggunakan analisis SWOT terhadap Aulia Snack. Penelitian bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk mengetahui informasi kondisi bisnis Aulia Snack saat ini melalui wawancara dan observasi kepada pemilik usaha Aulia Snack. Hasil penelitian menunjukkan kondisi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh aulia snack serta peluang dan ancaman yang dimiliki usaha tersebut. Dengan pendekatan SWOT dalam menentukan strategi bisnis yang baik untuk Aulia Snack dengan menggabungkan kekuatan terhadap peluang, kelemahan terhadap peluang, kekuatan terhadap ancaman, dan kelemahan terhadap ancaman. Dari cara tersebut dapat ditemukan beberapa rekomendasi seperti mempertahankan kualitas produk mendaftarkan produk pada standar seperti BPOM dan Halal ataupun standarisasi ISO, dan menggunakan teknologi keuangan untuk pencatatan transaksi dan pembuatan laporan keuangan.

Kata kunci : Strategi Bisnis, Analisis SWOT, UMKM, Usaha Kuliner

### 1. Pendahuluan

Pengembangan ide usaha di jenis bidang yang berbeda merupakan upaya untuk meningkatkan tingkat ekonomi di masyarakat. Tidak sedikit UMKM (usaha kecil, mikro, dan menengah) yang menjalankan usaha di sektor kuliner beroperasi melalui penjualan langsung atau penjualan online (Hadayanti, 2022). UMKM merupakan basis perekonomian Indonesia dan dianggap sebagai industri menengah. Oleh karena itu, diperlukan beberapa program pemerintah dan daerah untuk mencapai pengembangan UMKM yang lebih baik agar bisa menghasilkan produk lokal yang berkualitas. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi yang produktif dan mandiri, diselenggarakan oleh perseorangan atau badan hukum dikendalikan atau dimiliki sebagian oleh langsung atau tidak langsung serta memenuhi kriteria usaha kecil sesuai ketentuan peraturan perundangundangan (Khairani et al., 2023). Studi-studi yang telah dikaji bahwa permasalahan UMKM seringkali terletak pada kesalahannya dalam mengembangkan strategi bisnisnya, misalnya kesalahan pemilihan Lokasi usaha, kesalahan pengembangan produk, kesalahan pemilihan target pasar, kesalahan dalam pemilihan cara pemasaran. Hal-hal tersebut dapat dikurangi dengan adanya pengembangan strategi bisnis yang baik dan relevan dengan bisnis yang dijalankan (Nurmayanti & Mubarakah, 2023).

Strategi bisnis adalah serangkaian usaha untuk mencapai tujuan usaha. Strategi tersebut menjadi acuan pengelolaan usaha agar dapat bertahan di tengah persaingan, serta bisa makin berkembang (Sari et al., 2017). Menurut (Purwanti & Pontiauwaty, 2013), strategi berarti pola perilaku yang ditujukan untuk mencapai visi dari sebuah organisasi atau perusahaan lewat berbagai misi-misinya. Menurut (Asmariah & Irfan Hassandi, Mira Gustiana Pangestu, Alfito Septiawan Syaputra, Thalya Qur'Aini, Aini Tri Agustin, Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Bisnis Pada Umkm Aulia Snack Jambi, JUMANAGE Volume X Nomor X BULAN 2022



Trisnawati, 2023), Strategi dalam bisnis berbeda dengan strategi korporat. Strategi dalam bisnis, fokus untuk meningkatkan posisi bersaing sebuah produk maupun jasa dari sebuah perusahaan pada segmen tertentu. Pemilihan strategi bisnis yang efektif adalah langkah krusial untuk menghadapi persaingan usaha dan memastikan perusahaan terus berkembang secara signifikan. (Hidayat, 2019). Beberapa komponen dari strategi bisnis adalah Visi Misi Perusahaan, nilai Perusahaan, Analisa SWOT, metode strategi bisnis, rencana alokasi sumber daya, dan pengukuran (Sari et al., 2017). Beberapa fungsi dari strategi bisnis adalah mengarahkan fokus bisnis kepada tujuan yang ingin dicapai, mengoptimalkan penggunaan sumber daya sesuai dengan strataegi yang telah disusun, mengelola resiko Perusahaan yang muncul setelah dilakukan Analisa bisnis, meningkatkan daya saing dengan strategi yang memberikan nilai tambah terhadap bisnis, dan untuk mengevaluasi kinerja Perusahaan. (Aini & Nuryono, 2020)

Dalam membuat strategi bisnis perlu diperhatikan prinsip-prinsip dasar yang mana akan berpengaruh kepada hasil akhir dari pengembangan strategi bisnis. Prinsip dasar tersebut adalah strategi bisnis harus berdasarkan data yang akurat karena jika data tidak akurat maka hasilnya pun akan tidak akurat karena mengembangkan strategi sangat bergantung dengan data yang kita punya. Prinsip kedua adalah Pendekatan bisnis yang tepat, hal ini bertujuan agar metode atau pendekatan yang dipakai relevan dengan kondisi bisnis kita beberapa pendekatan ada Analisa SWOT, Analisa SMART, dan Teori optimasi. Prinsip ketiga adalah penentuan strategi dengan spesifik, yang mana strategi harus mengacu kepada data hasil riset dan juga pemilik bisnis harus melakukan penjabaran berdasarkan masing-masing bidang untuk memudahkan merumuskan strategi. Prinsip terakhir adalah evaluasi yang bertujuan untuk peningkatan kualitas dari strategi. Tentunya strategi sangat perlu masukan agar lebih kaya dan akurat, dengan melakukan evaluasi menyeluruh akan membuat rencana atau strataegi jauh lebih relevan dan akurat (Saifulloh et al., 2023).

UMKM "Aulia Snack Jambi" adalah salah satu UMKM yang bergerak di sektor produksi makanan ringan. Aulia Snack Jambi mulai memproduksi produknya pada tahun 2004. Produk pertama yang mereka produksi adalah Roti Tape. Kemudian berkembang untuk menambah produk baru pada tahun 2012 yaitu Tusuk Gigi. Setelah berjalan selama beberapa tahun, Aulia Snack Jambi sekarang telah menjadi primadona oleh-oleh khas Jambi dan telah tersertifikasi Halal MUI. Aulia Snack telah masuk ke ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret di Kota Jambi, Palembang, Bengkulu, dan Lampung.



Gambar 1. Rumah Produksi Aulia Snack Jambi

Dengan adanya uraian diatas tentang perlunya studi lanjut untuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terutama tentang pengembangan strategi, penelitian ini ingin mengembangkan strategi bisnis yang tepat dan berkelanjutan agar UMKM ini lebih baik. Dalam mengembangkan strategi, penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah penilaian komprehensif terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebuah perusahaan. Kesempatan untuk melakukan pengamatan terhadap lingkungan pemasaran internal dan eksternal. Lingkungan internal mencakup analisis kekuatan dan kelemahan, sedangkan lingkungan eksternal mencakup analisis peluang dan ancaman (Suriono, 2021). Analisis SWOT diartikan sebagai metode sistematis untuk menemukan strategi dan faktor yang menunjukkan kecocokan atau kesesuaian yang paling baik antara objek yang diteliti. Analisis SWOT dilandaskan pada gagasan yang menyatakan bahwa strategi yang efektif akan meminimalisir ancaman dan kelemahan sembari memaksimalkan peluang dan kekuatan (Mukhlisin & Pasaribu, 2020). Adapun SWOT

*Irfan Hassandi, Mira Gustiana Pangestu, Alfito Septiawan Syaputra, Thalya Qur'Aini, Aini Tri Agustin, Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Bisnis Pada Umkm Aulia Snack Jambi, JUMANAGE Volume X Nomor X BULAN 2022*

adalah kepanjangan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threat* (ancaman). *Strength dan Weakness* merujuk pada kondisi internal Perusahaan, dan *Opportunity serta Threat* merujuk pada kondisi external Perusahaan (Suherman et al., 2023).

**2. Metodologi**

Penelitian ini dilakukan dalam bulan April 2024. Lokasi penelitian yakni di Kota Jambi yang terletak di Jalan Husein Sastranegara RT.14 Kel. Sungai Asam Kec. Pasar Jambi, Kota Jambi. Objek yang diteliti adalah UMKM Aulia Snack Jambi. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif sendiri merupakan penelitian yang bertujuan untuk menyajikan Gambaran lengkap mengenai suatu kondisi atau fenomena. Sedangkan pendekatan kualitatif adalah pendekatan pada penelitian yang lebih mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang ingin dibahas.

Dengan sifat penelitian deskriptif dan pendekatan yang kualitatif diharapkan penelitain ini dapat memberikan Gambaran tentang kondisi usaha Aulia Snack dan penulis dapat menemukan resiko operasional apa yang akan muncul dan memberikan rekomendasi mitigasi atas resiko tersebut. Teknik pengumpulan data menggunakan instrument observasi dan wawancara terhadap pemilik dari UMKM Aulia Snack Jambi. Jenis data pada penelitian ini adalah data primer, yakni data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil pengamatan dan wawancara langsung kelapangan, yang bertepatan di Aulia Snack Jambi. Instrument yang dipakai untuk mendapatkan data dan informasi adalah dengan memakai observasi dan wawancara.

1. Teknik observasi dilaksanakan dengan cara melaksanakan pengamatan secara langsung ke lapangan terkait jalannya bisnis Tusuk Gigi Aulia, penulis melakukan penelitian dan mencatat seluruh informasi yang menunjang atau mendukung proses penyusunan laporan penelitian mengenai bagaimana Aulia Snack Jambi dalam menentukan dan menghadapi manajemen risiko operasional
2. Teknik wawancara bertujuan untuk mendapatkan hasil terkait kondisi terkini Aulia Snack, Visi misi dan tujuan yang ingin di capai, dan masalah yang ada di Aulia Snack Jambi. Proses wawancara memakai angket pertanyaan yang ditujukan kepada pemilik usaha. Selanjutnya, dilakukan pendataan mengenai analisis SWOT yang mencakup strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman) yang selanjutnya dipakai untuk pengembangan strategi bisnis untuk Aulia Snack.

**3. Hasil dan Analisis**

Matriks SWOT merupakan Strategi yang tepat untuk bisnis dapat didasarkan pada analisis SWOT. Ada empat jenis strategi, yakni: SO (peluang kekuatan), WO (peluang kelemahan), ST (peluang kekuatan), dan WT (peluang kelemahan) (Nurmayanti & Mubarakah, 2023). Matriks SWOT menggambarkan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh industri kecil Aulia Snack Kota Jambi, yang dapat disesuaikan dengan kekurangan dan kekuatan yang dimilikinya (Nurmayanti & Mubarakah, 2023). Tabel 1 menyajikan analisis SWOT dari model tersebut.

Tabel 1. *Tabel Matriks SWOT*

IFE	<b>S (Strength)</b>	<b>W (Weakness)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk sudah terdaftar haki</li> <li>• Lokasi tempat produksi yang strategis</li> <li>• Harga terjangkau untuk kalangan bawah, tengah, maupun atas</li> <li>• Hubungan yang baik dengan mitra</li> <li>• Karyawan yang bekerja di Aulia Snack memiliki spesifikasi keahlian sesuai dengan yang dibutuhkan Aulia Snack</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki produk yang kurang bervariasi</li> <li>• Produk yang mudah hancur</li> <li>• Pembukuan keuangan yang masih tradisional</li> <li>• Memiliki packing yang kurang menarik</li> <li>• Tempat produksi yang masih kurag ruang</li> </ul>
EFE	<b>O (Opportunity)</b>	<b>Strategi WO:</b>
	<b>Strategi SO:</b>	

*Irfan Hassandi, Mira Gustiana Pangestu, Alfito Septiawan Syaputra, Thalya Qur'Aini, Aini Tri Agustin, Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Bisnis Pada Umkm Aulia Snack Jambi, JUMANAGE Volume X Nomor X BULAN 2022*



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan baku mudah diperoleh baik di Pasar Tradisional maupun Pasar Modern</li> <li>• Tersedianya banyak jasa pengiriman untuk memudahkan pengiriman produk</li> <li>• Semakin mudahnya memasarkan produk di media sosial.</li> <li>• Semakin mudahnya konsumen mencari informasi tentang suatu produk</li> <li>• Semakin majunya teknologi mesin untuk produksi barang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk proses produksi agar lebih efisien</li> <li>• Menjalin mitra dengan supplier bahan baku tidak hanya satu untuk mencegah resiko ditipu atau ada permainan harga dari supplier</li> <li>• Mempertahankan kualitas produk mendaftarkan produk pada standar seperti BPOM dan Halal ataupun standarisasi ISO.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memanfaatkan kemudahan informasi untuk mencari ide pengembangan produk</li> <li>• Membuat desain baru untuk packing barang sehingga menarik untuk pembeli dan ditampilkan di sosmed</li> <li>• Menggunakan teknologi keuangan untuk pencatatan transaksi dan pembuatan laporan keuangan</li> </ul>
<p><b>T (Threats)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesaing produk sejenis</li> <li>• Pilihan rasa yang beragam pada pesaing produk sejenis</li> <li>• Harga bahan baku yang bisa naik turun</li> <li>• Kerusakan mesin yang tidak terduga</li> <li>• Resiko padamnya listrik pada rumah produksi</li> <li>• Selera Individu yang berbeda dan gampang berubah</li> </ul>	<p><b>Strategi ST:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan pelatihan kepada pegawai agar bisa sementara memperbaiki mesin jika rusak mendadak.</li> <li>• Mulai menggunakan metode seperti EOQ dan MRP untuk memprediksi jumlah persediaan agar bisa mengurangi resiko fluktuasi harga.</li> <li>• Menjalin hubungan baik dengan mitra agar produk kita tetap menjadi produk utama.</li> </ul>	<p><b>Strategi WT :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan inovasi terhadap bentuk Keripik Tusuk Gigi Aulia sehingga memberikan keunikan dan ketahanan pada produknya.</li> <li>• Membeli lahan baru untuk memperluas tempat produksinya.</li> <li>• Membuat inovasi rasa yang beragam untuk memberikan pilihan kepada pembeli.</li> </ul>

**4. Pembahasan**

**Strategi SO**

Strategi SO adalah strategi yang dirancang dengan memanfaatkan semua kekuatan perusahaan untuk memaksimalkan peluang yang ada. Dalam strategi SO, perusahaan mengejar peluang dari luar dengan mempertimbangkan kekuatan perusahaan; ini dikenal sebagai strategi agresif positif, yang berarti bersaing dengan penuh inisiatif dan terencana (Rasyid Ridha et al., 2023). Strategi SO yang dapat dilakukan oleh Aulia Snack adalah memanfaatkan kemajuan teknologi untuk proses produksi agar lebih efisien. Menambah mesin atau menambah mesin dengan spesifikasi khusus seperti mesin penggoreng, mesin packing atau mesin lainnya guna meningkatkan efisiensi produksi (Khairani et al., 2023).

Strategi kedua adalah menjalin mitra dengan supplier bahan baku tidak hanya satu untuk mencegah resiko ditipu atau ada permainan harga dari supplier. Dengan fluktuasi harga dan ketersediaan supplier yang banyak tentu Aulia Snack perlu memerlukan beberapa supplier terutama untuk bahan baku agar mengurangi resiko yang ditimbulkan supplier seperti permainan harga atau pemutusan hubungan sepihak oleh supplier. Dengan banyak opsi membuat Aulia Snack dapat bergerak lebih fleksibel dalam pemenuhan bahan baku (Purwanti & Pontiaty, 2013). Dengan perkembangan teknologi, pembeli sudah dengan mudah mendapatkan informasi mengenai produk. Dengan kemudahan ini jika suatu produk tidak memenuhi standar maka pembeli akan dengan mudah meninggalkan. Beberapa standar yang diperlukan untuk produk makanan seperti standar BPOM dan halal diperlukan untuk diurus Aulia Snack. Selain itu Aulia Snack dapat mengurus standarisasi ISO 9000 untuk proses produksinya agar lebih terjamin dan terpercaya (Ikhwan et al., 2020).

**Strategi WO**

*Irfan Hassandi, Mira Gustiana Pangestu, Alfito Septiawan Syaputra, Thalya Qur'Aini, Aini Tri Agustin, Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Bisnis Pada Umkm Aulia Snack Jambi, JUMANAGE Volume X Nomor X BULAN 2022*



Strategi WO berfokus pada memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan (Nurmayanti & Mubarakah, 2023). Oleh karena itu, kelemahan perusahaan harus diperbaiki dan ditemukan cara untuk memaksimalkan peluang yang ada. Strategi yang direkomendasikan untuk Aulia Snack dalam menjalankan bisnisnya adalah Memanfaatkan kemudahan informasi untuk mencari ide pengembangan produk. Perkembangan informasi yang sudah menyebar di berbagai sosial media seperti Instagram dan tiktok tentunya akan memberi kemudahan untuk mencari ide pengembangan produk untuk Aulia Snack. Dengan menggunakan sosial media gampangya tinggal melihat apa yang sedang trending dan apa yang bisa diberi nilai tambah terhadap produk Aulia Snack tentang hal trending tersebut. (Ikhwan et al., 2020). Selanjutnya, adalah membuat desain baru untuk packing barang sehingga menarik untuk pembeli dan ditampilkan di sosial media. Tidak bisa dipungkiri, dengan perkembangan zaman sosial media sudah menjadi kunci untuk Sebagian Individu. Bahkan hal yang tidak kelihatan menarik di sosial media akan ditinggalkan oleh penggunanya. Oleh karena itu penting untuk Aulia Snack memperbaharui packingnya agar terlihat menarik terutama ketika di tampilkan di sosial media agar menarik minta pembeli yang umumnya kini menggunakan sosial media (Nurmayanti & Mubarakah, 2023).

Strategi berikutnya adalah menggunakan teknologi keuangan untuk pencacatan transaksi dan pembuatan laporan keuangan. Teknologi sudah berkembang, kemudahan pun banyak tercipta, dengan kondisi Aulia Snack yang masih mencatat manual peluang untuk terkena *human error* akan lebih besar. Dengan beralih menggunakan teknologi keuangan untuk mencatat transaksi dan membuat laporan itu akan meminimalisir *human error* dan salah catat. Ini juga dapat didukung dengan menyediakan pelatihan untuk pekerjanya dalam menggunakan aplikasi (Asmariah & Trisnawati, 2023).

#### Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang didasarkan pada kekuatan perusahaan untuk menangani risiko yang mungkin terjadi pada Perusahaan (Benzaghta et al., 2021). Strategi yang dapat dilakukan UMKM Aulia Snack adalah dengan melakukan pelatihan kepada pegawai agar bisa sementara memperbaiki mesin jika rusak mendadak (Saifulloh et al., 2023). Dengan pelatihan tersebut, pekerja dapat sewaktu-waktu memperbaiki mesin jika terjadi rusak mendadak. Pelatihan bisa bersifat pelatihan dasar mengenai perbaikan mesin produksi. Sehingga pekerja memiliki kemampuan dasar untuk memperbaiki mesin. Selanjutnya adalah Mulai menggunakan metode seperti EOQ dan MRP untuk memprediksi jumlah persediaan agar bisa mengurangi resiko fluktuasi harga. EOQ adalah *Economic Order Quantity* yang mana digunakan untuk menentukan jumlah unit yang akan dipesan agar mencapai titik ideal dari segi biaya. Selain itu metode MRP yang mana merupakan kepanjangan dari *material required planning* adalah metode yang digunakan untuk merencanakan kebutuhan bahan baku dari kebutuhan hingga kapan harus dipesan. Dengan menerapkan kedua metode ini dapat mengurangi resiko fluktuasi harga sehingga manajemen persediaan bahan baku jauh lebih baik dan terencana (Rasyid Ridha et al., 2023).

Selanjutnya adalah menjalin hubungan baik dengan mitra agar produk kita tetap menjadi produk utama. Dengan semakin banyaknya produk sejenis dan banyaknya perkembangan produk baru mitra terutama Swalayan, minimarket, kantin akan berusaha menjual produk yang sedang ramai dipasaran dan laku. Dengan tetap menjalin hubungan baik dengan mitra tentu produk kita bisa tetap menjadi produk utama. Menjalinkan hubungan yang baik bisa dilakukan dengan memberikan diskon tambahan kepada mitra jika tetap mempercayakan produk kita dan menempatkan produk kita di rak utama. Selain itu bisa dengan memberikan bingkisan setiap bulan kepada mitra yang penjualannya baik. Dengan menerapkan ini hubungan dengan mitra akan lebih baik dan produk kita tetap menjadi produk utama di Mitra tersebut.

#### Strategi WT

Strategi ini berpusat pada tindakan pertahanan, yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan perusahaan dan sekaligus menghindari ancaman (Benzaghta et al., 2021). Dalam situasi seperti ini, strategi yang salah dapat memberikan dampak buruk terhadap perusahaan. Dengan demikian, seluruh perusahaan harus bekerja sama untuk memperbaiki kelemahan dan melindungi perusahaan dari ancaman eksternal (Mukhlisin & Pasaribu, 2020). Strategi yang dapat dilakukan terhadap Aulia Snack adalah Melakukan inovasi terhadap bentuk Keripik Tusuk Gigi Aulia sehingga memberikan keunikan dan ketahanan pada produknya (Bahari et al., 2018). Dengan kelemahan yang dimiliki produknya yang cenderung rapuh, Aulia snack sangat perlu melakukan riset ulang pada resepnya agar produknya lebih kokoh dan tak gampang rusak. Selain itu inovasi dari segi bentuk dan jenis produk sangat diperlukan agar memberikan pilihan menarik untuk pembeli. Inovasi dapat berupa bentuk produk yang awalnya tusuk gigi, mungkin bisa dibuat dalam bentuk bulat, atau lonjong sehingga ada pengembangan produk baru dengan bentuk baru untuk menambah varian atau pilihan pembeli.

Selanjutnya adalah dengan membeli lahan baru untuk memperluas tempat produksinya. Kelemahan yang dimiliki Aulia Snack adalah lahan yang cenderung sempit dan adanya resiko mesin mati atau rusak. Tentu jika lahan terbatas maka perlu membeli lahan tambahan agar bisa meletakkan mesin baru untuk

*Irfan Hassandi, Mira Gustiana Pangestu, Alfito Septiawan Syaputra, Thalya Qur'Aini, Aini Tri Agustin, Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Bisnis Pada Umkm Aulia Snack Jambi, JUMANAGE Volume X Nomor X BULAN 2022*

produksi. Membeli lahan bisa di sekitaran Lokasi sekarang ataupun sedikit jauh dengan mempertimbangkan harga tanah atau bangunan. Selain itu ada opsi sewa agar mengurangi biaya jika beli langsung (Bahari et al., 2018). Yang terakhir adalah dengan membuat inovasi rasa yang beragam untuk memberikan pilihan kepada pembeli. Kompetitor dapat melakukan amati tiru modifikasi, sehingga Aulia Snack perlu mengurangi resiko itu muncul dengan menambahkan varian rasa pada produk tusuk gigi jika belum adanya kesempatan untuk pengembangan produk baru. Tambahan rasa akan membuat produk memiliki tambahan nilai yang mana memberikan pilihan kepada konsumen dan mengurangi peluang konsumen bosan dengan produk kita (Rasyid Ridha et al., 2023).

Dengan strategi yang direkomendasikan penulis diharapkan Aulia Snack dapat mulai mengembangkan usahanya. Langkah berikutnya adalah pembuatan timeline penerapan strategi yang telah direkomendasikan. Dalam mengembangkan timeline ini, penulis membagi alur waktunya kedalam triwulan atau per tiga bulan dalam 1 tahun. Rincian dari timeline dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. *Timeline Pelaksanaan Strategi*

Rekomendasi Strategi	Triwulan	Triwulan	Triwulan	Triwulan
	1	2	3	4
Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk proses produksi.	√	-	-	-
Menjalin mitra dengan supplier bahan baku tidak hanya satu.	-	-	-	√
Mempertahankan kualitas produk mendaftarkan produk pada standarisasi yang ada.	-	-	√	-
Memanfaatkan kemudahan informasi untuk mencari ide pengembangan produk.	√	-	-	-
Membuat desain baru untuk packing barang.	√	-	-	-
Menggunakan teknologi keangan untuk pencacatan transaksi.	-	√	-	-
Melakukan pelatihan kepada pegawai agar bisa sementara memperbaiki mesin jika rusak mendadak.	-	-	√	-
Mulai menggunakan metode seperti EOQ dan MRP untuk memprediksi jumlah persediaan.	-	-	√	-
Menjalin hubungan baik dengan mitra.	-	-	-	√
Melakukan inovasi terhadap bentuk Keripik Tusuk Gigi Aulia Snack.	-	√	-	-
Membeli lahan baru untuk memperluas tempat produksinya.	-	-	-	√
Membuat inovasi rasa yang beragam.	-	√	-	-

## 5. Kesimpulan

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) merupakan alat yang penting bagi Aulia Snack untuk mengevaluasi risiko operasional dan mengembangkan strategi untuk mengatasinya. Selain itu, analisis SWOT dapat berfungsi sebagai gambaran karena setelah setiap faktor ditentukan, kebijakan yang akan diambil untuk perbaikan berikutnya telah ditetapkan. UMKM Aulia Snack hanya perlu melakukannya dengan penuh komitmen, disiplin, dan tanggung jawab untuk menjadi pelaku usaha yang berkualitas, berintegritas, dan menghasilkan produk yang berkualitas. SWOT sendiri mencakup:

1. Kekuatan: hal yang menjadi kekuatan sebagai modal yang dapat diandalkan
2. Kelemahan: melihat hal yang dianggap sebagai kelemahan, dengan demikian membentuk prioritas untuk mengatasi kelemahan tersebut.
3. Peluang: melihat berbagai peluang yang dapat diraih untuk mengatasi kelemahan dan menunjang tantangan dan kekuatan.
4. Ancaman: melihat hal yang dapat diraih untuk mengatasi kelemahan dan menunjang kekuatan dan tantangan.

Setelah analisis SWOT dilakukan, ada beberapa rekomendasi strategi bisnis yang dapat diterapkan untuk bisnis kecil dan menengah (UMKM) Aulia Snack Jambi yaitu :

***Infan Hassandi, Mira Gustiana Pangestu, Alfito Septiawan Syaputra, Thalya Qur'Aini, Aini Tri Agustin, Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Bisnis Pada Umkm Aulia Snack Jambi, JUMANAGE Volume X Nomor X BULAN 2022***



1. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk proses produksi agar lebih efisien
2. Menjalin mitra dengan supplier bahan baku tidak hanya satu untuk mencegah resiko ditipu atau ada permainan harga dari supplier
3. Mempertahankan kualitas produk mendaftarkan produk pada standar seperti BPOM dan Halal ataupun standarisasi ISO.
4. Memanfaatkan kemudahan informasi untuk mencari ide pengembangan produk
5. Membuat desain baru untuk packing barang sehingga menarik untuk pembeli dan ditampilkan di sosmed
6. Menggunakan teknologi keaungan untuk pencacatan transaksi dan pembuatan laporan keuangan
7. Melakukan pelatihan kepada pegawai agar bisa sementara memperbaiki mesin jika rusak mendadak.
8. Mulai menggunakan metode seperti EOQ dan MRP untuk memprediksi jumlah persediaan agar bisa mengurangi resiko fluktuasi harga.
9. Menjalin hubungan baik dengan mitra agar produk kita tetap menjadi produk utama.
10. Melakukan inovasi terhadap bentuk Keripik Tusuk Gigi Aulia Snack sehingga memberikan keunikan dan ketahanan pada produknya.
11. Membeli lahan baru untuk memperluas tempat produksinya.
12. Membuat inovasi rasa yang beragam untuk memberikan pilihan kepada pembeli.

#### Daftar Rujukan

- Aini, M. N., & Nuryono, A. (2020). Analisis Bahaya dan Resiko Kerja di Industri Pengolahan Teh dengan Metode HIRA atau IBPR. In *Journal of Industrial and System Engineering* (Vol. 1, Issue 1).
- Asmariah, D., & Trisnawati, R. (2023). *Manajemen Resiko Operasional Pembiayaan Mudharabah*.
- Bahari, H., Leksono, E. B., & Ismiyah, E. (2018). *PENDEKATAN RISK MANAGEMENT & ANALISIS SWOT UNTUK MENGANTISIPASI PENURUNAN LABA DI ECOS MINIMART GRESIK*. *XVIII(2)*, 23–40. <https://doi.org/10.350587/Matrik>
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, *6(1)*, 55–73. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Hadayanti, D. (2022). Analisis SWOT Dalam Penentuan Risiko Bisnis Pada UMKM Kedai Kopi. *CEMERLANG : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *2(1)*, 42–49.
- Hidayat, W. (2019). KONSEP 5 C DAN MAQOSHID SYARIAH DALAM PENERAPAN MANAJEMEN RESIKO DI BMT. *Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, *9(2)*, 195–211. <http://jurnal.stesislamicvillage.ac.id/index.php/JURNAL>
- Ikhwani, Y., Falahi, A., Ekonomi, F., & Muslim Nusantara Al-Washliyah, U. (2020). ANALISIS MANAJEMEN RESIKO OPERASIONAL MEBEL KAYU SEMBARANG KAMPUNG (STUDI PADA CV. KARYA MEGA MANDIRI). In *Jurnal Mutiara Manajemen* | (Vol. 7, Issue 1). <http://u.lipi.go.id/1487664422>
- Khairani, A., Yunita, T., Asri, B., Pradana, Y., Sari, P., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2023). Pengembangan Analisis SWOT UMKM Kopi Cinta Bekasi. In *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship* (Vol. 1). <https://journal.csspublishing/index.php/business>
- Mukhlisin, A., & Pasaribu, M. H. (2020). ANALISIS SWOT DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN DAN MENGAMBIL KEBIJAKAN YANG TEPAT. In *Journal Research and Education Studies* (Vol. 1, Issue 1).
- Nurmayanti, M., & Mubarakah, iyatul. (2023). Analisis SWOT dengan Pendekatan Manajemen Risiko Pada UMKM di Kabupaten Kuningan (Studi Kasus Pada UMKM Telur Asin Khas Brebes “Mbak Wil” di Kabupaten Kuningan). *Jurnal Pendidikan Tembusai*, *7(2)*, 3881–3890.
- Purwanti, H., & Pontiaty, I. (2013). Manajemen Resiko Pada Pengendalian Banjir di Sungai Ciliwung. In *Periode Juli-Desember*.
- Rasyid Ridha, M., Permana, A., & Malinda, M. (2023). Analisis SWOT Usaha Kecil Menengah (UMKM) Deden Telur di Bandung. *Seminar Nasional Teknik Dan Manajemen Industri Dan Call for Paper (SENTEKMI 2023)*, *2(1)*, 118–124.

- Saifulloh, S., Pamungkas, R., & Sari, D. A. (2023). Analisis Manajemen Risiko Pada UMKM Keripik Singkong “Sugi” Menggunakan SWOT Dan Matrik Risiko. *Gontor Agrotech Science Journal*, 8(3), 118–124. <https://doi.org/10.21111/agrotech.v8i3.9398>
- Sari, R. A., Yuniarti, R., & Puspita, D. (2017). Analisa Manajemen Resiko Pada Industri Kecil Rotan di Kota Malang. *Journal of Industrial Engineering Management*, 2(2), 40–47.
- Suherman, Harianja, E. S., Kurniawan, N., Simanjourang, L. A., Arindha, M. V., & Sianturi, H. (2023). Analisis SWOT UMKM Kuliner Terhadap Ekonomi Berkelanjutan di Kawasan Jekan Raya Kota Palangkaraya. In *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary* (Vol. 1). <https://journal.csspublishing/index.php/ijm>
- Suriono, Z. (2021). Analisis SWOT dalam Identifikasi Mutu Pendidikan. In *ALACRITY: Journal Of Education* (Vol. 1, Issue 3). <http://lppipublishing.com/index.php/alacrity>