



## **Analisis SWOT Pada Usaha Kuliner (Studi Pada Warung Mas Damar Di Kota Pontianak)**

### *SWOT Analysis On A Culinary Business (A Study On Warung Mas Damar In Pontianak)*

**Hugo Fostin Hokianto<sup>\*1)</sup>**

Manajemen, Universitas Widya Dharma Pontianak  
Jl. H.O.S. Cokroaminoto, No. 445, Pontianak, 78243

**E-Mail:** [hugofostin12@gmail.com](mailto:hugofostin12@gmail.com)\*

**Aksioma: Jurnal  
Manajemen**

Vol. 2

No. 2

Halaman 101-107,

Bulan Agustus Tahun 2023

E-ISSN 2828-0997

#### **Abstract**

*Culinary business is a thriving business that has a large number of customers, thanks to the fact that it fulfills people's food and beverage needs. However, not all businesses can survive, because the competition is very intense. This research examines "Warung Mas Damar", one of the culinary businesses in Pontianak City, using descriptive qualitative research, through the SWOT analysis method to determine the current condition of the business, and developed into a SWOT matrix to determine the strategies that can be used. SWOT matrix to determine strategies that can be used to grow. The results of this study show that "Warung Mas Damar" has a higher number of strengths and opportunities than weaknesses. and opportunities are higher than the value of weaknesses and threats. The IFE and EFE Matrix shows that the business' internal condition is above average and the external condition is on par with the average, and the results of the SWOT analysis were organized into several strategies, such as improving service, using social media and the services, using social media and delivery partner applications to support the business.*

**Keywords:** *SWOT Analysis, IFE and EFE Matrix, SWOT Matrix, Culinary Business*

#### **Abstrak**

Usaha kuliner merupakan usaha yang memiliki jumlah banyak dan memiliki banyak peminatnya, berkat bentuk usaha yang memenuhi kebutuhan makanan dan minuman orang-orang. Meskipun demikian, tidak semua usaha dapat bertahan, karena kompetisi yang sangat ketat. Penelitian ini mengkaji Warung Mas Damar salah satu usaha kuliner di kota Pontianak dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, melalui analisis SWOT untuk mengetahui kondisi dan perkembangan usaha saat ini, dikembangkan menjadi matriks SWOT untuk mengidentifikasi strategi yang dapat digunakan untuk pertumbuhan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Warung Mas Damar memiliki nilai kekuatan dan peluang yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai kelemahan dan ancaman. Matriks IFE dan EFE menunjukkan bahwa kondisi perdagangan internal di atas rata-rata dan kondisi perdagangan eksternal umumnya rata-rata. Hasil analisis SWOT disusun menjadi beberapa strategi seperti

peningkatan layanan, penggunaan media sosial dan penggunaan aplikasi dari mitra distribusi untuk mendukung usaha tersebut.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Matriks IFE dan EFE, Matriks SWOT, usaha kuliner

---

## PENDAHULUAN

Usaha kuliner merupakan usaha yang paling sering ditemukan di berbagai tempat. Makanan merupakan salah satu bagian dari tiga pokok kebutuhan manusia, yaitu pangan, papan, dan sandang (makanan, tempat tinggal, dan pakaian). Baik usaha tersebut besar seperti restoran mewah, ataupun usaha kecil seperti warung dan pedagang kaki lima, usaha kuliner tetap menyediakan kebutuhan orang untuk beristirahat dan menikmati makanan dan minuman yang disediakan sebelum kembali melanjutkan kegiatan yang dilakukannya, dan kebutuhan tersebut menyebabkan usaha kuliner menjadi berkembang pesat, terutama di kota Pontianak.

Perkembangan ini dapat dibagi berdasarkan kuantitas usaha dan perkembangan teknologi yang mempengaruhinya. Secara kuantitas usaha, menurut Sensus Ekonomi dalam Badan Pusat Statistik (2021, hlm. 31), jumlah usaha kuliner (disebut sebagai usaha makan dan minum) di provinsi Kalimantan Barat memiliki jumlah sebesar 59.284 usaha, yang dimana 60 usaha tersebut adalah usaha skala menengah besar, dan sisanya dipenuhi oleh usaha skala mikro kecil., dan angka ini akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Secara perkembangan teknologi, usaha kuliner sekarang tidak hanya terbatas pada makan ditempat atau makanan dibawa pulang, namun juga dapat memesan secara online tanpa harus mengunjungi tempatnya, dengan pemesanan melalui aplikasi, mempermudah penjual dan pembeli untuk bertransaksi. Berdasarkan kedua faktor perkembangan tersebut, dapat dilihat bahwa usaha kuliner sangat berperan penting pada kehidupan masyarakat, dan dengan adanya teknologi, menyebabkan usaha dapat menjangkau lebih luas potensi konsumen yang tertarik membelinya.

Permasalahan yang muncul dalam usaha kuliner adalah banyaknya usaha kuliner yang sejenis, yang menyediakan makanan yang kurang lebih sejenis juga, dan harga yang sangat kompetitif, menyebabkan usaha kuliner tersebut mengalami kerugian, meskipun ada permintaan terhadap makanan tersebut. Usaha kuliner yang tidak mampu menyesuaikan kondisi lingkungan sekitar, dan tidak menerapkan strategi yang baik untuk bertahan, akan mempersingkat umur usaha tersebut, hingga terpaksa menutup usaha yang menerima kerugian secara terus menerus. Menurut Kementerian Pendidikan Nasional (2010, hlm. 2), 50% usaha kecil (termasuk usaha mikro) yang telah berjalan selama dua tahun telah mengalami kegagalan. Dengan beberapa faktor diatas yang mempersingkat umur tersebut, kemungkinan besar usaha kuliner yang baru saja dibuka dapat sulit bertahan.

Untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan tersebut, diperlukan analisis yang dapat membantu melihat luar dan dalam usaha, baik hal yang positif maupun negatif. Analisis SWOT telah membantu berbagai usaha dan perusahaan, baik usaha besar maupun mikro dan kecil, untuk melihat kondisi yang ada didalam usaha dan kondisi diluar usaha. Dengan dilakukannya analisis SWOT, diharapkan usaha tersebut dapat menggunakan kesempatan yang muncul sekaligus memperbaiki kekurangan yang ada. Untuk itu, penelitian ini melakukan analisis SWOT terhadap Warung Pak Damar di Kota Pontianak, dengan tujuan untuk memahami usaha kuliner secara mendalam, mengkaji kelebihan dan kekurangan usaha Warung Mas Damar, dan saran yang dapat dibeikan berdasarkan analisis yang dilakukan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Usaha Kuliner

Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KLB) mendefinisikan Usaha Kuliner (atau disebut sebagai Usaha Penyedia Makan Minum) sebagai kegiatan pelayanan makanan dan minuman yang mencakup langsung dikonsumsi, baik makan di tempat, *self-service*, dan bawa pulang, baik restoran tersebut memiliki atau tidak memiliki tempat duduk (dalam Badan Pusat Statistik, 2021, hlm. 7). Raharjo (dalam Maidayanti, Buwono, dan Aminuyati, 2013) menjelaskan usaha kuliner sebagai usaha untuk memenuhi rasa lapar dan haus, sekaligus menjadi tempat sosialisasi, tempat pertemuan bisnis, dan lain-lain. Usaha kuliner yang baik adalah usaha yang mempertimbangkan lokasi, produk, harga, dan promosi yang dapat menentukan kesuksesan dan keberlanjutan usaha (Maidayanti, Buwono, dan Aminuyati, 2013).

Sebuah usaha kuliner memiliki minimal salah satu karakteristik penyajian makanan, yaitu (Badan Pusat Statistik, 2021, hlm. 18):

1. Penyajian makanan secara langsung dikonsumsi konsumen di tempat usaha.
2. Penyajian makanan dengan melakukan pengiriman makanan dengan *delivery order* atau dibawa pulang oleh konsumen yang memesan di tempat.
3. Penyajian makanan dengan melakukan pengiriman makanan melalui pemesanan secara online (melalui aplikasi).

### Analisis SWOT

Dalam menjalankan sebuah usaha, sebuah tujuan dan sasaran harus ditetapkan, dan strategi harus disusun untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut. Untuk itu, seorang pemilik usaha atau pemilik perusahaan harus menjalankan analisa lingkungan. Alasannya adalah (Wahyudi, 1996, hlm. 49):

1. Karena sebuah usaha atau perusahaan tidak dapat berdiri sendiri tanpa melibatkan interaksi dengan lingkungannya yang berubah setiap saat, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.
2. Pengaruh lingkungan yang rumit dan kompleks tersebut akan mempengaruhi kinerja usaha atau perusahaan.

Salah satu bentuk analisis lingkungan adalah menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dijelaskan oleh Nazarudin (2020, hlm. 32) sebagai suatu metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi usaha untuk mencapainya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Analisis SWOT terdiri dari (Wahyudi, 1996, hlm. 68-69):

1. *Strengths* (Kekuatan), yaitu keunggulan sumber daya, keterampilan atau kemampuan yang mampu memenuhi pasar yang tidak dimiliki oleh pesaing.
2. *Weaknesses* (Kelemahan), yaitu keterbatasan sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang menghalangi efektivitas usaha.
3. *Opportunities* (Peluang), yaitu situasi diluar usaha yang menguntungkan atau berpotensi menguntungkan usaha.
4. *Threats* (Ancaman), yaitu situasi diluar usaha yang merugikan atau berpotensi merugikan usaha.

Apabila analisis SWOT telah dilakukan, dan setiap bagian dari analisis tersebut diketahui, maka dapat disusun strategi yang dapat mendukung usaha tersebut sekaligus mengetahui kondisi saat ini dan ancaman yang dapat menghalangi tujuan usaha. Penyusunan strategi menggunakan hasil analisis SWOT disebut sebagai Matriks SWOT, yang merupakan alat untuk mengembangkan empat jenis strategi, yaitu (Umar, 2020, hlm. 83):

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), yaitu strategi yang menggunakan kemampuan internal usaha untuk memanfaatkan peluang eksternal.
2. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), yaitu strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
3. Strategi ST (*Strengths-Threats*), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari ancaman eksternal.
4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), yaitu strategi defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan ancaman eksternal.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode analisis SWOT, observasi, dan wawancara. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan data-data naratif dengan kata-kata untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diberikan (Chang, 2014, hlm. 30). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan karakteristik dari situasi yang sedang diamati (Supriyanto dan Maharani, 2013, hlm. 7).

Observasi adalah pengamatan tentang fenomena-fenomena yang diselidiki (Hadi dalam Supriyanto dan Maharani, 2013, hlm. 52). Observasi ini melibatkan peneliti sebagai *non-participant observation*, yang hanya mengamati objek penelitian (Supriyanto dan Maharani, 2013, hlm. 53). Pengamatan ini dimulai dari lokasi dan lingkungan sekitar usaha, kebersihan tempat, dan jumlah tempat duduk yang disediakan. Observasi dalam penelitian ini berguna untuk mendukung penyusunan analisis SWOT, dimana hasil pengamatan dapat digunakan untuk menilai apakah usaha tersebut telah berjalan dengan baik.

Wawancara adalah proses untuk mendapatkan informasi dengan melakukan sesi tanya jawab antara peneliti dengan responden (Supriyanto dan Maharani, 2013, hlm. 54). Wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang usaha yang dijalankan, dengan bertanya langsung kepada pemilik usaha kuliner tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Latar Belakang Usaha

Warung Mas Damar adalah sebuah usaha kuliner yang dijalankan oleh Pak Damar, pemilik yang membuka usaha tersebut, dengan slogan usaha "Bikin Lidah Tergoda...". Lokasi usaha ini berada di Jalan Kedah, sebelah Hotel Aston Pontianak, Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat. Pak Damar menjelaskan melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa usaha ini telah berjalan sejak tahun 2016, dan usaha kulinernya buka setiap hari dari jam 17.30 WIB sampai 01.00 WIB. Produk yang ditawarkan oleh Warung Mas Damar ada berbagai macam, seperti Cap Cay, Cap Mie, Nasi Goreng, Mie Goreng, Mie Rebus, Mie Tiaw Goreng, Mie Tiaw Rebus, Magelangan/Mawut, dan lain-lain. Pak Damar menjelaskan bahwa tujuan menjalankan usaha ini sepenuhnya untuk menghidupi keluarganya, dengan menu makanan yang mampu dimasak olehnya, mendorongnya untuk menjual sebagai pemilik warung makan tersebut. Dengan pendapatan kurang lebih Rp 3.000.000,00 per bulan, dapat dikatakan bahwa usaha pak Damar mampu bertahan sejak dibukanya pertama kali, berkat usaha Pak Damar tetap menjual makanannya dari tidak laku dan tidak dikenal menjadi laku dan dikenal.

### Analisis SWOT

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, maka dapat dibentuk analisis SWOT yang dapat menggambarkan situasi usaha saat ini dan strategi yang harus diambil untuk tetap menjalankan usaha tersebut melalui matriks SWOT. Tabel berikut menunjukkan hasil Analisis SWOT Warung Mas Damar.

**Tabel 1.** Analisis SWOT Warung Mas Damar di Kota Pontianak

<b>Strengths</b>	<b>Opportunities</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan yang baik dari pemilik usaha</li> <li>• Harga makanan yang terjangkau</li> <li>• Memiliki Sosial Media untuk Memasarkan Warungnya (Instagram @ria_riafood)</li> <li>• Tempat duduk yang cukup banyak untuk melayani berbagai konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variasi Menu yang banyak dibandingkan dengan usaha kuliner sejenis</li> <li>• Adanya pelanggan tetap</li> <li>• Lokasi yang dekat dengan Hotel cocok untuk orang yang ingin mencari makanan yang tidak jauh</li> <li>• Potensi untuk menjadi mitra aplikasi-aplikasi yang mampu mengantarkan makanan</li> </ul>

<b>Weaknesses</b>	<b>Threats</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi yang kurang efektif</li> <li>• Tempat Parkir yang kurang luas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyaknya usaha yang sejenis</li> <li>• Konsumen yang dapat berpindah ke usaha pesaing</li> </ul>

Sumber: Data Peneliti, 2023.

Setelah Analisis SWOT dilakukan, maka kemudian tahap selanjutnya adalah menjabarkannya dengan matriks IFE dan EFE, yang bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha saat ini. Tabel berikut menunjukkan matriks IFE dan EFE.

**Tabel 2.** Matriks IFE Warung Mas Damar di Kota Pontianak

<b>No.</b>	<b>Faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor Bobot</b>
1	Pelayanan	0.4	4	1.6
2	Harga Makanan	0.4	3	1.2
3	Promosi Usaha	0.2	2	0.4
	<b>Total</b>	1		3.2

Sumber: Data Peneliti, 2023.

**Tabel 3.** Matriks EFE Warung Mas Damar di Kota Pontianak

<b>No.</b>	<b>Faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor Bobot</b>
1	Pelanggan Tetap	0.4	3	1.2
2	Lokasi	0.3	3	0.9
3	Variasi Menu	0.3	2	0.6
	<b>Total</b>	1		2.7

Sumber: Data Peneliti, 2023.

Dapat dilihat bahwa berdasarkan nilai IFE dan EFE total, dapat disimpulkan bahwa secara internal, usaha memiliki kekuatan internal diatas rata-rata, dan secara eksternal, usaha memiliki kekuatan eksternal sesuai dengan rata-rata usaha pada umumnya. Dengan mengetahui hasil analisis SWOT tersebut, dapat dibentuk menjadi matriks SWOT yang dapat menentukan strategi yang dapat mendukung usaha kuliner Warung Mas Damar. Tabel berikut menunjukkan matriks SWOT Warung Mas Damar.

**Tabel 4.** Matriks SWOT Warung Mas Damar di Kota Pontianak

<b>Strengths</b>	<b>Weaknesses</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan yang baik dari pemilik usaha</li> <li>2. Harga makanan yang terjangkau</li> <li>3. Memiliki Sosial Media untuk pemasaran</li> <li>4. Tempat duduk yang cukup banyak</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi yang kurang efektif</li> <li>2. Tempat Parkir yang kurang luas</li> </ol>

<b>Opportunities</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
1. Menu bervariasi dibandingkan usaha sejenis 2. Adanya pelanggan tetap 3. Lokasi yang strategis dekat hotel 4. Potensi untuk menjadi mitra aplikasi pesan antar	Menambah variasi makanan dengan harga yang terjangkau (S2, O1)  Mendaftar menjadi mitra aplikasi pesan antar sekaligus mempromosikannya di media sosial (S3, O4)	Testimoni pelanggan dan pengenalan pada makanannya sebagai bentuk promosi (W1, O1, O2)  Membuka opsi pesan antar untuk menambah kapasitas pemesanan apabila tempat makan dipenuhi konsumen (W2, O4)
<b>Threats</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
1. Banyaknya usaha yang sejenis 2. Konsumen yang dapat berpindah ke usaha pesaing	Memperkuat Pelayanan untuk mempertahankan konsumen lama (S1, T1)	Melakukan promosi yang konsisten untuk mendapatkan konsumen baru (W1, T1)

Sumber: Data Peneliti, 2023.

## KESIMPULAN

Usaha menjual makanan merupakan usaha yang banyak diminta dan banyak tersebar di masyarakat, terutama makanan merupakan salah satu dari 3 kebutuhan pokok masyarakat, yaitu pangan, papan, dan sandang. Salah satu usaha tersebut adalah usaha kuliner Warung Mas Damar. Berdasarkan hasil analisis penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa kondisi usaha kuliner tersebut memiliki kondisi yang baik (jumlah kekuatan dan peluang melebihi jumlah kelemahan dan ancaman), serta disusunnya strategi seperti melakukan promosi untuk mendapatkan konsumen yang baru dan mempertahankan konsumen lama mampu membuat usaha tersebut mampu bertahan.

Saran yang dapat diberikan kepada Warung Mas Damar adalah perlunya untuk menambah variasi makanan dengan harga terjangkau, mendaftar jadi mitra aplikasi pesan antar seperti GoFood atau ShopeeFood, promosi melalui sosial media mengenai testimoni makanan, dan memperkuat layanan konsumen untuk mempertahankan konsumen lama serta fokus pada promosi yang konsisten dapat memajukan usaha kuliner tersebut.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen Universitas Widya Dharma Pontianak, Ibu Vika Oktaviani Siboro, S.E., M.E., dosen Pengantar Bisnis yang telah mengajari saya mengenai ilmu bisnis, dan menugaskan saya makalah untuk menganalisa sebuah usaha dan melakukan wawancara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Penyedia Makan Minum Tahun 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Chang, W. (2014). *Metodologi Penulisan Ilmiah: Teknik Penulisan Esai, Skripsi, Tesis, & Disertasi untuk Mahasiswa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kementerian Pendidikan Nasional. (2010). *Modul 3: Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Kementerian Pendidikan Nasional.

- Midayanti, G. H., Buwono, S., & Aminuyati. (2013). SWOT Analysis Usaha Rumah Makan Pondok Ale-Ale. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 2(12).
- Nazarudin, H. (2020). *Manajemen Strategik*. Palembang: NoerFikri Offset.
- Supriyanto, A. S., & Maharani, V. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumberdaya Manusia: Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Umar, H. (2020). *Manajemen Strategik: Konsep dan Analisis*. Jakarta: The Jakarta Business Research Center. Retrieved from <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/793/1/Buku%20MS%20draft.pdf>
- Wahyudi, A. S. (1996). *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Tangerang: Binarupa Aksara.