

Analisis SWOT Dalam Penentuan Risiko Bisnis Pada UMKM Kedai Kopi

Didit Hadayanti

Universitas Al Ghifari

Alamat: Jl. Cisaranten Kulon No.140, Cisaranten Kulon, Kec. Arcamanik, Kota Bandung, Jawa Barat 40293; Telepon: (022) 7835813

Korespondensi penulis: didithadayanti@gmail.com

Abstract.

SWOT analysis is used in determining business risks in MSME Coffee Shops. Through this analysis, the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the business are determined, so that risks that may arise can be identified and actions taken to overcome them. This research uses a qualitative method to find out information through interviews and observations to the business owner of the coffee shop UMKM. From the research results, there are strengths and opportunities factors from the imami coffee MSME business which can be a recommendation for MSMEs in order to find out risk management in MSME operations so that they can survive in running a business, namely that business income is still stable and already has a fixed customer segmentation. Risk analysis of weaknesses and treats factors is in the payment process which still uses direct payments, marketing media that have not implemented digital marketing and additional seats for consumers. From the results of the business risk analysis, it can be recommended that the strategy for MSME businesses is to add facilities for consumers, both seating facilities and facilities for alternative online payments, especially the use of digital wallets and QRIS.

Keywords: *SWOT Analysis, Risk Business, MSMEs*

Abstrak.

Analisis SWOT digunakan dalam penentuan risiko bisnis pada UMKM Kedai Kopi. Melalui analisis ini, kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari bisnis ditentukan, sehingga dapat diidentifikasi risiko yang mungkin muncul dan diambil tindakan untuk mengatasinya. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui informasi melalui wawancara dan observasi kepada pemilik usaha UMKM imami kopi. Dari hasil penelitian terdapat faktor strength dan opportunities dari usaha UMKM imami kopi yang dapat menjadi rekomendasi bagi UMKM agar dapat mengetahui manajemen risiko pada operasional UMKM agar dapat bertahan dalam menjalankan usaha yaitu pendapatan usaha masih stabil serta sudah memiliki segmentasi pelanggan yang tetap. Analisa risiko dari faktor weaknesses dan treats adalah pada proses pembayaran yang masih menggunakan pembayaran langsung, media pemasaran yang belum menerapkan pemasaran digital dan penambahan kursi bagi konsumen. Dari hasil analisis risiko bisnis maka dapat direkomendasikan strategi bagi usaha UMKM yaitu penambahan fasilitas bagi konsumen, baik fasilitas tempat duduk maupun fasilitas untuk alternatif pembayaran secara online khususnya penggunaan dompet digital dan QRIS.

Kata kunci: Analisis SWOT, Risiko Bisnis, UMKM

LATAR BELAKANG

Perkembangan usaha di berbagai bidang menjadi salah satu bagian dari upaya peningkatan perekonomian pada lapisan masyarakat. Banyak usaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang bergerak di bidang kuliner yang telah menjalankan usahanya baik melalui penjualan langsung ataupun menggunakan penjualan secara online (Febriyantoro & Arisandi, 2018; Koperasi, 2014). Perihal ini juga sangat didukung oleh perubahan trend transaksi yang ada pada masyarakat, yang telah didukung oleh internet sehingga telah merubah pola transaksi bagi banyak perusahaan jual beli menjadi transaksi digital (Muzdalifah et al., 2020; Sudipa et al., 2020).

Dibalik dari perkembangan zaman dan teknologi, terdapat usaha kedai kopi yang banyak ada pada daerah Bandung. Kedai kopi digandrungi generasi millennial karena dapat menjadi tempat berkumpul bagi anak muda sambil menikmati hidangan. Usaha kedai kopi menjadi salah satu usaha yang memiliki daya tarik bagi segmentasi generasi muda, namun karena banyaknya tempat kedai kopi tentunya tidak serta merta dapat menjadi acuan bahwa dalam menjalankan usaha tersebut selalu dapat meningkatkan penjualan serta memperluas pangsa pasar. Tentu saja semua usaha kedai kopi memiliki kelebihan dan kekurangan masing masing yang dapat memicu timbulnya resiko permasalahan.

Pentingnya mengetahui manajemen risiko dalam hal pemasaran sangat berpengaruh signifikan bagi UMKM dalam menentukan strategi pemasaran yang sesuai terhadap kualitas pelayanan, diversifikasi produk hingga pada peningkatan omset penjualan (Sutrisno, 2018; SUTRISNO, 2019; Violin, 2019). Manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen. Dalam melakukan analisa kebutuhan konsumen dalam rangka mencapai strategi pemasaran maka dapat dilakukan analisa manajemen resiko dari usaha pada UMKM, Tentu saja dalam manajemen UMKM memiliki kelebihan dan kekurangan masing masing yang dapat memicu timbulnya resiko permasalahan (Chotimah et al., 2019). Manajemen risiko sangat penting untuk dilakukan karena dapat mempersiapkan UMKM dalam menghadapi kondisi yang tidak menentu, contohnya kondisi penurunan permintaan penjualan (Jikrillah et al., 2021; Wijayantini, 2012). Oleh karena itu, diperlukan menganalisa resiko yang akan dihadapi oleh usaha UMKM khususnya menggunakan metode Analisa SWOT yang meliputi *Strength* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (ancaman). Penggunaan analisa SWOT

karena sangat berguna untuk meneliti masalah maupun resiko yang akan dihadapi oleh suatu perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Risiko

Risiko artinya bahaya, akibat atau konsekuensi yg dapat terjadi dampak sebuah proses yang sedang berlangsung atau yang akan berlangsung atau yang akan datang. Risiko bisa di artikan sebagai suatu keadaan yang tidak pasti, dimana ketika terjadi suatu keadaan yg tidak dikehendaki bisa menyebabkan kerugian. Dalam suatu usaha, tidak terlepas dengan adanya resiko (Assauri, 2015). Sebab manajemen risiko sangat memengaruhi kegiatan pada bisnis. Apabila penanganan usaha berjalan menggunakan baik, maka kegiatan yang dilakukan terhadap usaha tersebut akan mengalami kemudahan tanpa hambatan yang dipengaruhi oleh resiko yang dihadapinya (Suryaningrat et al., 2021). Terdapat tujuan dalam manajemen risiko yaitu untuk mengidentifikasi risiko pada sebuah proyek dan menyebarkan seni manajemen buat mengurangi atau bahkan menghindarinya, serta usaha dalam memaksimalkan peluang yang ada (Siswanti et al., 2020). Manajemen risiko mempunyai tujuan yaitu untuk meminimalisir insiden yang akan berpengaruh terhadap keuntungan atau kerugian, buat menaikkan kejadian yg memiliki akibat positif, serta mengurangi kejadian yg berdampak negatif terhadap pekerjaan.

Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weaknesses*) internal perusahaan atau lembaga, serta peluang (*Oppurtunity*) dan ancaman (*Treats*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan (Benzaghta et al., 2021). Analisis Swot merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor ini dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara objek yang diteliti. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang dan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Analisis SWOT merupakan suatu bentuk analisis yang digunakan oleh manajemen perusahaan atau organisasi yang sistematis dan dapat membantu dalam usaha penyusunan suatupencapaian yang matang untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan atau organisasi (Teoli et al., 2019). Baik tujuan yang berjangka panjang maupun tujuan yang berjangka pendek.

A. *Strength* (Kekuatan)

Strength (Kekuatan) yaitu situasi ataupun kondisi yang merupakan gambaran kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang harus dilakukan dalam menggunakan analisis ini adalah setiap organisasi/perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki kemudian dibandingkan dengan pesaingnya.

B. *Weaknesses* (Kelemahan)

Weaknesses (Kelemahan) yaitu suatu situasi maupun kondisi yang merupakan gambaran kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Weaknes merupakan cara menganalisis kelemahan yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan yang mana kelemahan tersebut dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan ataupun organisasi (Prayitno & Sutrisno, 2019).

C. *Opportunities* (Kesempatan)

Opportunities (Kesempatan) yaitu situasi atau kondisi yang merupakan gambaran peluang yang ada dari sisi luar (eksternal) suatu organisasi atau perusahaan dan gambaran tersebut dapat memberikan peluang berkembangnya suatu organisasi atau perusahaan dimasa depan. Opportunities merupakan analisis yang digunakan untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang. Baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

D. *Threats* (Ancaman)

Threats (Ancaman) yaitu suatu kondisi yang merupakan gambaran ancaman dari suatu perusahaan atau organisasi dalam menjalankan suatu usaha. Ancaman merupakan cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi dalam menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan. Yang mana ancaman tersebut dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan atau organisasi. Jika tidak segera diatasi, maka ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang akan dijalankan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif. Metode penelitian pada dasarnya adalah suatu cara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan

tertentu (Sugiyono, 2017). Tujuan penelitian kualitatif untuk mengetahui informasi melalui wawancara dan observasi kepada pemilik usaha UMKM imami kopi pada daerah cirangrang timur, bandung. metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mempertimbangkan kondisi alamiah subjek dimana peneliti sebagai alat utama, analisis data induktif dengan hasil penelitiannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menganalisa resiko bisnis pada usaha UMKM kedai kopi maka dilakukan pengumpulan data terkait lokasi penelitian, proses bisnis transaksi, serta fasilitas dari tempat penelitian dan lainnya. Tujuannya adalah untuk mengetahui faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weaknesses*), serta peluang (*Oppurtunity*) dan ancaman (*Treats*) dalam lingkungan yang dihadapi oleh usaha UMKM kedai kopi (Sutrisno, 2018). Terdapat analisis SWOT dari usaha UMKM imami kedai kopi, sebagai berikut:

1. Analisa dari sisi Kekuatan (*Strength*)

Dari hasil penelitian, usaha UMKM imami kedai kopi ini memiliki banyak kelebihan yang berguna untuk mengembangkan perusahaannya untuk menjadi lebih baik, berikut adalah beberapa kelebihan yang dimiliki yaitu :

- a. Varian produk yang beragam pada UMKM sehingga menjadikan banyak pilihan bagi konsumen dalam memilih produk serta melakukan transaksi.
- b. Harga yang terjangkau membuat UMKM tersebut memiliki value yang besar dalam segi harga, sehingga konsumen dapat melakukan perbandingan harga dan memilih harga yang paling sesuai dengan budget.
- c. Layanan yang sangat baik dari para pelayan membuat konsumen puas terhadap pelayanan kopitiam tersebut.
- d. Tempat yang bersifat indoor dan outdoor, fasilitas toilet yang lengkap serta sangat dijaga kebersihannya, perihal ini membuat pelanggan merasa nyaman saat berada di kedai kopi.

2. Analisa dari sisi Kelemahan (*Weaknesses*)

Terdapat beberapa kelemahan dari usaha UMKM kedai kopi antara lain:

- a. Transaksi pembayaran masih menggunakan pembayaran secara langsung atau *cash*.
- b. Kurangnya tempat duduk bagi pelanggan, sehingga seringkali ketika ramai maka beberapa pelanggan memilih untuk berdiri pada area kedai kopi.
- c. Belum fasih dalam menerapkan transaksi pembayaran secara online,

- d. Pemanfaatan internet dalam menambah jumlah konsumen dan target pemasaran dirasa belum maksimal.

3. Analisa dari sisi Peluang (*Opportunities*)

Eksistensi dari usaha UMKM imami kedai kopi tentunya masih sangat berpeluang dalam meningkatkan penjualan, disebabkan salah satu peluang terbesar karena segmentasi pelanggan dari usaha ini sudah memiliki pelanggan tetap, sehingga usaha ini belum mempunyai masalah yang berhubungan dengan pendapatan usaha. Namun terdapat beberapa peluang terkait transaksi dan pemasaran digital yang dapat diterapkan oleh usaha UMKM kedai kopi jika dilihat dari faktor kelemahan yaitu:

- a. Transformasi Mekanisme Pembayaran Digital, Perubahan tatacara pembayaran transaksi juga sangat penting dalam kelancaran transaksi, sehingga pembayaran seharusnya menggunakan transaksi online.
- b. Pemanfaatan internet sebagai media pemasaran dalam menopang operasional usaha, fasilitas internet tidak saja berguna untuk menjadi fasilitas konsumen namun juga dalam mendukung proses operasional usaha.
- c. Memperluas segmentasi pasar ke generasi milenial dengan urban lifestyle, di jaman saat ini konsumen lebih mengutamakan kepraktisan dimana semua serba instan.

4. Analisa dari sisi ancaman (*threats*)

Walaupun dari sisi finansial tidak terdapat kendala, namun faktor ancaman baik secara internal atau eksternal usaha juga harus dipertimbangkan, terdapat beberapa hal yaitu:

- a. Peralihan dari masa pandemi ke new normal membuat pelanggan menurun namun tidak terlalu drastis.
- b. Banyak pesaing untuk usaha kedai kopi, dengan tipe varian produk yang cenderung sama.
- c. Selera yang berbeda setiap konsumen sehingga terkadang tidak menjadi pelanggan tetap.
- d. Tidak mampu meraih target pasar yang semakin besar dalam memperkenalkan produk baru
- e. Konsumen lebih memilih pembayaran seperti menggunakan Q-ris, dompet digital dan transaksi online lainnya.

Rekomendasi Strategi Bagi UMKM

Berdasarkan dari analisa identifikasi risiko menggunakan SWOT maka selanjutnya dapat diberikan rekomendasi strategi pada UMKM terkait dengan hasil analisis SWOT yang dapat

dipergunakan dalam kesinambungan operasional UMKM agar dapat terus bertahan dan meningkatkan penjualan usahanya. Strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM diantaranya :

- a. Penambahan fasilitas kursi bagi pengunjung, sehingga dapat memaksimalkan area lokasi usaha, dan dapat mencegah agar calon konsumen baru pindah ke lokasi lain.
- b. Peningkatan kualitas dari produk, baik dari sisi rasa maupun variasi dari produk
- c. Dukungan SDM dari pengelola usaha agar dapat memanfaatkan teknologi serta internet dalam operasional. Perubahan mekanisme pembayaran yang masih menggunakan pembayaran langsung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian bahwa berdasarkan dari hasil analisis risiko bisnis pada usaha UMKM imami kedai kopi terdapat faktor *strength* dan *opportunities* dari usaha UMKM imami kopi yang dapat menjadi rekomendasi bagi UMKM agar dapat mengetahui manajemen risiko pada operasional UMKM agar dapat bertahan dalam menjalankan usaha yaitu pendapatan usaha masih stabil serta sudah memiliki segmentasi pelanggan yang tetap. Analisa risiko dari faktor *weaknesses* dan *treats* adalah pada proses pembayaran yang masih menggunakan pembayaran langsung, media pemasaran yang belum menerapkan pemasaran digital dan penambahan kursi bagi konsumen. Dari hasil analisis risiko bisnis maka dapat direkomendasikan strategi bagi usaha UMKM yaitu penambahan fasilitas bagi konsumen, baik fasilitas tempat duduk maupun fasilitas untuk alternatif pembayaran secara online khususnya penggunaan dompet digital dan *QRIS*. Serta rekomendasi bagi pengelola agar dapat memaksimalkan internet sebagai media pemasaran untuk memperluas usaha dan segmentasi pelanggan. Saran penelitian yaitu dapat melakukan analisa strategi pemasaran yang sesuai bagi usaha UMKM.

DAFTAR REFERENSI

- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran. *Edisi Pertama Penerbit. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.*
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73.
- Chotimah, C. C., Haryadi, H., & Roestijawati, N. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Motivasi Dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan Alat Pelindung Diri Dasar Yang Dimoderasi Faktor Pengawasan Pada Civitas Hospitalia RSGMP UNSOED. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(3).
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro,

- Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2). <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Jikrillah, S., Ziyad, M., & Stiadi, D. (2021). Analisis Manajemen Risiko Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM di Kota Banjarmasin. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 9(2), 134–141.
- Koperasi, K. (2014). Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Menurut UU NO. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. *Diakses Di: <https://Koperasi.Kulonprogokab.Go.Id>*.
- Muzdalifah, L., Novie, M., & Zaqiyah, S. (2020). Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju UMKM Go-Digital di Era Pandemi Covid 19 dan Era New Normal Bagi Pelaku UMKM Sidoarjo. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 4, 2200–2208.
- Prayitno, P., & Sutrisno, S. (2019). Knowledge Of Communication Adaptation As Stabilization Of Performance On Industrial District. *IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)*, 4(1), 595–600.
- Siswanti, I., Sitepu, C. N. B., Butarbutar, N., Basmar, E., Saleh, R., Sudirman, S., Mahyuddin, M., Parinduri, L., & Prasasti, L. (2020). *Manajemen Risiko Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Sudipa, I. G. I., Astria, C., Irnanda, K. F., Windarto, A. P., Daulay, N. K., Suharso, W., & Wijaya, H. O. L. (2020). Application of MCDM using PROMETHEE II Technique in the Case of Social Media Selection for Online Businesses. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 835(1), 12059.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2015.
- Suryaningrat, Y., Sutrisno, S., & Ratih, S. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 117–130.
- Sutrisno, S. E. (2018). Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Pengusaha Membuka Home Industri Paving Di Kecamatan Balen Bojonegoro. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial*, 1(1), 1–9.
- SUTRISNO, S. E. (2019). ANALISIS PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF KAP LAMPU DAN PANCI DI KECAMATAN GAYAM KABUPATEN BOJONEGORO. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial*, 2(1), 53–72.
- Teoli, D., Sanvictores, T., & An, J. (2019). *SWOT analysis*.
- Violin, V. (2019). PENGARUH HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. SEMEN BOSOWA MAROS. *Jurnal BISNIS & KEWIRAUSAHAAN*, 8(2).
- Wijayantini, B. (2012). Model pendekatan manajemen risiko. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 11(2).