

ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) "STUDI KASUS PADA CHICAGO FRIED CHICKEN"

Alya Meilani¹, Daspar²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa
alyameilanny.12@gmail.com, daspar@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dengan studi kasus pada *Chicago Fried Chicken*. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang dilakukan melalui wawancara dengan pemilik usaha, observasi langsung, serta dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa keunggulan utama usaha ini terletak pada cita rasa produk yang unik dan harga yang bersahabat. Namun, terdapat beberapa kelemahan, seperti keterbatasan modal, manajemen operasional yang belum optimal, dan kurangnya pemanfaatan pemasaran digital. Di sisi lain, meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan cepat saji lokal menjadi peluang yang bisa dimaksimalkan. Adapun tantangan yang dihadapi antara lain persaingan ketat dari usaha sejenis dan fluktuasi harga bahan baku. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan strategis untuk mendukung pengembangan dan peningkatan daya saing UMKM di sektor kuliner.

Kata kunci: Analisis SWOT, UMKM, Strategi Bisnis, *Chicago Fried Chicken*, Makanan Cepat Saji.

Abstract

This research aims to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) of micro, small, and medium enterprises (MSMEs), with a case study on Chicago Fried Chicken. The approach used is descriptive qualitative, which is conducted through interviews with business owners, direct observation, and documentation. The results of the analysis show that the main advantage of this business lies in the unique taste of the product and the friendly price. However, there are several weaknesses, such as limited capital, suboptimal operational management, and lack of utilization of digital marketing. On the other hand, the increasing public interest in local fast food is an opportunity that can be maximized. The challenges faced include intense competition from similar businesses and fluctuations in raw material prices. The findings of this study are expected to provide strategic input to support the development and improvement of MSME competitiveness in the culinary sector.

Keywords: SWOT Analysis, MSMEs, Business Strategy, *Chicago Fried Chicken*, Fast Food.

Article History

Received: June 2025

Reviewed: June 2025

Published: June 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed

under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Untuk mampu bersaing di kancah global, UMKM dituntut untuk mengadopsi strategi bisnis yang tepat dan efektif. Salah satu metode yang kerap digunakan adalah analisis SWOT, yang membantu dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta tantangan dalam menjalankan usaha. Studi ini menjadi sasaran studi kasus oleh *Chicago Fried Chicken*, sebuah UMKM di sektor kuliner yang beroperasi di wilayah Cikarang Utara, sebagai objek studi kasus. Mengingat persaingan pasar yang semakin ketat, UMKM perlu memiliki strategi yang solid guna mempertahankan keberadaannya dan meningkatkan daya saing usaha.

Salah satu pendekatan yang dapat dimanfaatkan dalam merumuskan strategi tersebut adalah melalui analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). Analisis SWOT membantu pelaku usaha memahami faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis, sehingga dapat merancang langkah-langkah strategis yang efektif (Rangkuti, 1998).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial sebagai pilar utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, sektor UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di seluruh wilayah. Peran UMKM tidak hanya penting dalam menjaga stabilitas ekonomi domestik, tetapi juga berkontribusi pada pemerataan pendapatan dan pengurangan angka kemiskinan. Meski demikian, UMKM kini dihadapkan pada tantangan besar akibat dinamika pasar yang terus berubah serta pergeseran preferensi konsumen yang menuntut kemampuan beradaptasi dan bersaing secara lebih efektif.

Salah satu pendekatan strategis yang dapat dimanfaatkan untuk menganalisis situasi bisnis adalah metode SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Menurut (Fajri et al., 2022), analisis SWOT adalah sebuah teknik dalam perencanaan strategis yang bertujuan untuk menilai berbagai faktor internal maupun eksternal yang berpengaruh terhadap kinerja suatu organisasi. Dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari dalam organisasi, serta peluang dan ancaman dari lingkungan luar, strategi yang lebih tepat dapat dirancang.

Chicago Fried Chicken, sebagai bagian dari sektor UMKM yang berfokus pada usaha kuliner makanan cepat saji, tengah menghadapi berbagai dinamika pasar, seperti kompetisi harga, perubahan selera konsumen, serta keterbatasan dalam promosi dan inovasi produk. Meski demikian, usaha ini memiliki kekuatan dalam hal cita rasa khas, harga yang kompetitif, dan kedekatan dengan konsumen lokal.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, terutama dari merek-merek besar baik lokal maupun internasional, UMKM seperti *Chicago Fried Chicken* dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan. Oleh karena itu, diperlukan analisis strategis untuk mengetahui posisi usaha secara menyeluruh. Salah satu metode yang dapat diterapkan adalah analisis SWOT, yang melibatkan pengenalan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

Melalui pendekatan analisis SWOT, pemilik usaha dapat menyusun strategi yang lebih tepat dalam mengembangkan bisnis dan memenangkan persaingan di pasar. Studi kasus ini akan membahas kondisi internal dan eksternal dari *Chicago Fried Chicken* sebagai dasar untuk perencanaan strategi ke depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan situasi dan kondisi UMKM berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja usaha.
2. Pendekatan: Fokus penelitian diarahkan pada satu objek yaitu *Chicago Fried Chicken*, sehingga memungkinkan analisis mendalam terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
3. Teknik Pengumpulan Data: Observasi langsung pada aktivitas operasional dan pemasaran, wawancara dengan pemiliknya, dokumentasi; seperti laporan penjualan, data lokasi, dan media promosi.
4. Teknik Analisis Data: Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), Matriks SWOT untuk mengembangkan alternatif strategi.

Matriks SWOT

SWOT	Strategi
SO (<i>Strength + Opportunity</i>)	- Gunakan <i>branding</i> lokal untuk promosi digital - Kerja sama dengan ojek <i>online</i>
WO (<i>Weakness + Opportunity</i>)	- Optimalkan media sosial untuk promosi - Rancang SOP dan loyalitas pelanggan
ST (<i>Strength + Threat</i>)	- Tingkat efisiensi bahan baku - Promosikan keunggulan lokal
WT (<i>Weakness + Threat</i>)	- Efisiensi biaya operasional - Gunakan bahan baku lokal.

Faktor internal berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

- **Kekuatan:**
 1. Cita rasa khas lokal
 2. Harga kompetitif
 3. Lokasi strategis
 4. Pelayanan cepat
 5. Menu sederhana dan familier
 6. Kepuasan pelanggan tinggi
 7. Karyawan lokal berdedikasi
 8. Operasional fleksibel
 9. Pemilik terlibat langsung
 10. *Branding* lokal dikenal.
- **Kelemahan:**
 1. Promosi digital lemah
 2. Modal terbatas
 3. Tidak ada pelatihan SDM rutin
 4. Sistem pembukuan manual
 5. Ketergantungan pada pemilik
 6. Variasi menu terbatas
 7. Kemasan sederhana
 8. Tidak ada sistem loyalitas
 9. Kurang aktif di media sosial
 10. Tidak memiliki SOP tertulis.

- **Peluang:**
 1. Tren *fast food* meningkat
 2. Digitalisasi UMKM
 3. Program bantuan pemerintah
 4. Kolaborasi dengan ojek *online*
 5. Event kuliner lokal
 6. Konsumen muda suka praktis
 7. Edukasi wirausaha dari pemerintah
 8. Meningkatnya transaksi *cashless*
 9. *Influencer* lokal mudah dijangkau
 10. Tingkat konsumsi ayam tinggi.
- **Ancaman:**
 1. Persaingan dari *brand* besar
 2. Harga bahan pokok naik
 3. Perubahan tren makanan
 4. Ketatnya perizinan usaha
 5. Fluktuasi ekonomi lokal
 6. Pandemi atau krisis Kesehatan
 7. Gangguan rantai pasok
 8. Sewa tempat meningkat
 9. Banyak kompetitor kecil
 10. Kualitas bahan baku tidak stabil.

Matriks IFE dan EFE

Matriks IFE digunakan dengan cara evaluasi dan pembobotan dari semua data yang diperoleh tentang faktor internal suatu organisasi yaitu faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi.

IFAS dan EFAS (*Internal/External Factors Analysis Summary*) untuk pembobotan faktor dan penentuan posisi strategi.

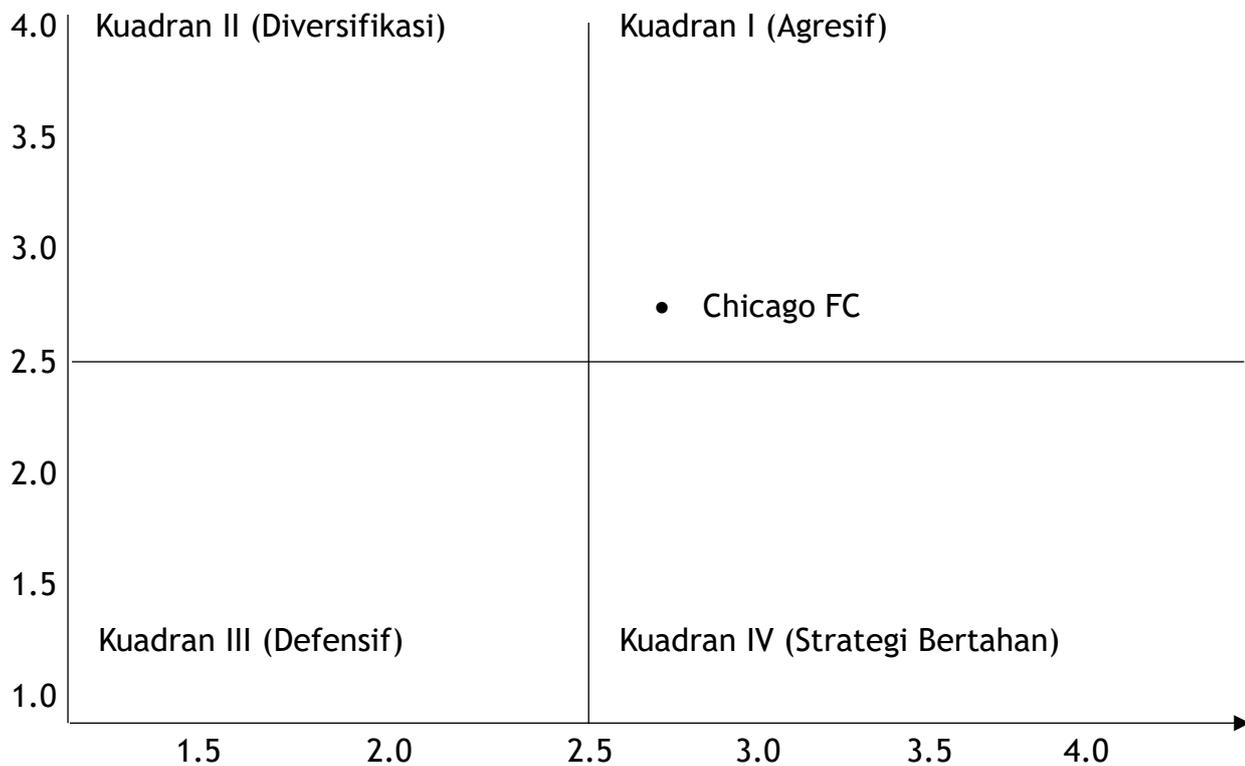
Tabel IFE

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
1	Cita rasa khas lokal	0,10	4	0,40
2	Harga kompetitif	0,08	4	0,32
3	Lokasi strategis	0,08	3	0,24
4	Pelayanan cepat	0,07	3	0,21
5	Promosi digital lemah	0,09	2	0,18
6	Modal terbatas	0,10	2	0,20
7	Sistem pembukuan manual	0,08	2	0,16
8	Variasi menu terbatas	0,07	2	0,14
9	<i>Branding</i> lokal dikenal	0,07	3	0,21
10	Tidak ada SOP tertulis	0,06	2	0,12
	TOTAL	1,00		2,65

Tabel EFE

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
1	Tren makanan cepat saji meningkat	0,10	4	0,40
2	Dukungan pemerintah untuk UMKM	0,10	3	0,30
3	Peluang kerja sama digital platform	0,09	4	0,36
4	Event kuliner lokal	0,08	3	0,20
5	Harga bahan pokok naik	0,10	2	0,20
6	Gangguan rantai pasok	0,09	2	0,18
7	Layanan pesan antar meningkat	0,08	2	0,16
8	Ketatnya perizinan usaha makanan	0,09	3	0,27
9	Risiko pasokan bahan baku	0,07	3	0,21
10	Persaingan dengan merek besar	0,10	2	0,20
TOTAL		1,00		2,70

Kuadran SWOT *Chicago Fried Chicken*



Dokumentasi



KESIMPULAN

Chicago Fried Chicken memiliki kekuatan utama pada cita rasa khas lokal, harga terjangkau, dan lokasi strategis yang dengan mudah merangkul bisnis ini dari masyarakat. Loyalitas pelanggan dan kemudahan memperoleh bahan baku juga menjadi keunggulan yang mendukung kelangsungan bisnis. UMKM masih memiliki beberapa kelemahan signifikan, termasuk manajemen yang tidak terstruktur, kurangnya inovasi produk, dan kurangnya penggunaan teknologi digital dan promosi *online*. Hal ini berisiko menurunkan daya saing dan efisiensi operasional di tengah persaingan pasar yang ketat. Terdapat peluang besar dari tren konsumsi makanan cepat saji, dukungan pemerintah terhadap UMKM, dan pertumbuhan pengguna layanan pesan-antar *online*. Ekspansi ke daerah baru dan kerja sama dengan platform digital juga dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas pangsa pasar.

UMKM dapat menghadapi tantangan dari persaingan *brand* besar, kenaikan harga bahan baku, dan perubahan preferensi konsumen untuk makanan sehat. Selain itu, ketergantungan pada aplikasi pihak ketiga dan regulasi yang semakin ketat dapat menghambat proses kelancaran usaha.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang didukung oleh matriks IFAS dan EFAS, posisi UMKM *Chicago Fried Chicken* terletak pada kuadran I, yang merepresentasikan strategi agresif. Ini mengindikasikan bahwa usaha tersebut memiliki kekuatan internal yang solid serta dihadapkan pada berbagai peluang dari lingkungan eksternal. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah peningkatan promosi digital, inovasi menu, kerja sama dengan layanan antar makanan *online*, dan pemanfaatan program pendanaan pemerintah. Strategi agresif sangat sesuai untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Fajri, M., Hipni, A., & Mutia, M. (2022). "Strategi Pengembangan Home Industry Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dan Metode QSPM Studi Kasus Industri Sepatu, Sandal Etnik Dan Kulit Di CV Deallova Nusantara HS". *Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, 2(2), 185-196.