

## ANALISIS SWOT ALFAMART

Ade Setiawan<sup>1</sup>, Daspar<sup>2</sup>  
Universitas Pelita Bangsa

Email : [adesetiawan1751@gmail.com](mailto:adesetiawan1751@gmail.com)<sup>1</sup>, [daspar@pelitabangsa.ac.id](mailto:daspar@pelitabangsa.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Makalah ini mengkaji strategi bisnis Alfamart menggunakan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam rangka memahami posisi strategis perusahaan di tengah persaingan ketat industri ritel modern Indonesia. Melalui identifikasi faktor internal dan eksternal, serta penggunaan Matriks IFE dan EFE, penelitian ini menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi kinerja Alfamart. Hasil analisis menunjukkan bahwa Alfamart memperoleh skor IFE sebesar 2,80 dan skor EFE sebesar 2,90, yang menempatkannya dalam kuadran strategi agresif. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang cukup untuk secara aktif memanfaatkan peluang eksternal. Kekuatan utama Alfamart antara lain jaringan toko yang luas, brand awareness tinggi, serta efisiensi logistik, sementara kelemahannya meliputi ketergantungan pada pemasok besar dan layanan yang belum konsisten di semua cabang. Peluang datang dari meningkatnya konsumsi masyarakat dan perkembangan digitalisasi, sedangkan ancaman berasal dari persaingan ketat dan perubahan perilaku konsumen. Disarankan agar Alfamart memperkuat layanan, mengoptimalkan teknologi digital, serta memperluas kemitraan strategis guna mempertahankan posisi dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** SWOT, Alfamart, strategi bisnis, matriks IFE, matriks EFE

### ABSTRACT

*This paper examines Alfamart's business strategy using the SWOT analysis approach (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) to understand the company's strategic position amid intense competition in Indonesia's modern retail industry. By identifying internal and external factors and applying the IFE (Internal Factor Evaluation) and EFE (External Factor Evaluation) matrices, the study assesses the strengths, weaknesses, opportunities, and threats that influence Alfamart's performance. The analysis results show an IFE score of 2.80 and an EFE score of 2.90, placing Alfamart in the aggressive strategy quadrant. This indicates that the company has sufficient internal strength to actively seize external opportunities. Alfamart's key strengths include its extensive store network, strong brand awareness, and efficient logistics, while weaknesses lie in its dependence on major suppliers and inconsistent service quality across branches. Opportunities stem from growing consumer demand and digitalization trends, while threats include tight*

### Article History

Received: Juli 2025  
Reviewed: Juli 2025  
Published: Juli 2025

Plagirism Checker No 223  
DOI : 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/)

*competition and shifts in consumer behavior. It is recommended that Alfamart enhance service quality, leverage digital technology, and expand strategic partnerships to maintain its market position and ensure sustainable business growth.*

**Keywords:** SWOT, Alfamart, business strategy, IFE matrix, EFE matrix

## PENDAHULUAN

Industri ritel modern di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Minimarket seperti Alfamart dan pesaing utamanya, Indomaret, telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Persaingan yang semakin ketat mendorong setiap perusahaan untuk memiliki strategi bisnis yang tepat guna mempertahankan eksistensi dan meningkatkan pangsa pasar.

Alfamart merupakan salah satu jaringan minimarket terbesar di Indonesia dengan ribuan gerai yang tersebar di berbagai wilayah. Keberhasilannya dalam menjangkau pasar luas tidak terlepas dari kekuatan internal seperti sistem logistik yang efisien, brand yang kuat, serta lokasi toko yang strategis. Namun demikian, Alfamart juga menghadapi sejumlah tantangan, seperti ketergantungan terhadap pemasok besar, persaingan harga yang ketat, serta perubahan perilaku konsumen yang kini cenderung ke arah digitalisasi dan belanja online.

Dalam konteks ini, penting bagi Alfamart untuk melakukan evaluasi strategis secara menyeluruh guna menghadapi berbagai dinamika lingkungan bisnis. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam merumuskan strategi bisnis adalah analisis SWOT, yang mencakup evaluasi terhadap faktor kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats). Dengan menerapkan Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation), perusahaan dapat mengetahui posisi strategisnya serta menentukan langkah-langkah yang paling tepat dalam mengembangkan usahanya ke depan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja Alfamart, serta merumuskan strategi bisnis berdasarkan hasil analisis SWOT. Diharapkan, hasil kajian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengambilan keputusan strategis yang lebih efektif dan berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN

### *Jenis dan Pendekatan Penelitian*

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk memberikan gambaran sistematis dan akurat mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja Alfamart. Data diperoleh dari sumber sekunder seperti laporan perusahaan, artikel ilmiah, dan observasi industri ritel, lalu dianalisis melalui matriks IFE dan EFE dengan pembobotan dan penilaian kuantitatif. Pendekatan ini membantu menentukan posisi strategis Alfamart secara objektif dan menjadi dasar perumusan strategi bisnis yang tepat dan relevan dengan kondisi nyata perusahaan.

### *Populasi dan Sampel*

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi bisnis Alfamart. Sampel dipilih secara purposive, yaitu berdasarkan data sekunder yang relevan seperti laporan tahunan perusahaan, artikel ilmiah, dan publikasi industri ritel. Faktor-faktor yang diambil sebagai sampel digunakan dalam analisis SWOT serta

perhitungan Matriks IFE dan EFE, dengan bobot dan rating ditentukan berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap kinerja Alfamart.

### Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui studi dokumentasi dengan menelaah sumber-sumber sekunder seperti laporan tahunan Alfamart, artikel ilmiah, buku teks manajemen strategis, serta publikasi terpercaya yang membahas industri ritel. Teknik ini dipilih untuk memperoleh data faktual dan relevan yang dapat dianalisis secara kuantitatif dalam penyusunan matriks IFE dan EFE serta analisis SWOT secara keseluruhan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

<p><b>Kekuatan (Strengths):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jaringan toko sangat luas dan tersebar di seluruh Indonesia</li> <li>Brand image yang kuat dan mudah dikenali masyarakat</li> <li>Sistem distribusi dan logistik terintegrasi dan efisien</li> <li>Produk yang lengkap dan sesuai kebutuhan harian</li> <li>Lokasi toko strategis dekat pemukiman</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (Weaknesses):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ketergantungan pada produk dari supplier besar</li> <li>Kualitas layanan pelanggan yang tidak konsisten antar cabang</li> <li>Toko di beberapa lokasi kurang terawat atau sempit</li> <li>Margin keuntungan yang rendah karena kompetisi harga</li> <li>Minimnya variasi produk lokal dan khas daerah</li> </ol>
<p><b>Peluang (Opportunities):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Pertumbuhan konsumsi masyarakat Indonesia yang terus meningkat</li> <li>Perkembangan teknologi digital dan e-commerce</li> <li>Dukungan pemerintah terhadap digitalisasi UMKM dan ritel</li> <li>Peningkatan tren belanja praktis dan instan</li> <li>Potensi ekspansi ke daerah terpencil dan luar Jawa</li> </ol>	<p><b>Ancaman (Threats):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Persaingan ketat dari Indomaret, Superindo, dan minimarket lainnya</li> <li>Munculnya toko online dan e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dll</li> <li>Fluktuasi harga bahan pokok yang memengaruhi margin</li> <li>Kebijakan pemerintah yang bisa membatasi jam operasional toko</li> <li>Ketidakstabilan ekonomi yang mengurangi daya beli masyarakat</li> </ol>

Tabel 1. IFE (Internal Factor Evaluation)

### 1. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Jaringan toko yang luas	0.15	4	0.60
Sistem logistik efisien	0.10	4	0.40
Brand awareness kuat	0.10	3	0.30
Produk lengkap	0.10	3	0.30
Teknologi (aplikasi digital)	0.10	3	0.30
Margin keuntungan kecil	0.10	2	0.20
Ketergantungan pada supplier	0.10	2	0.20
Persaingan harga ketat	0.10	2	0.20
Lokasi toko kurang strategis	0.08	2	0.16

Variasi layanan antar cabang	0.07	2	0.14
<b>Total</b>			<b>2.80</b>

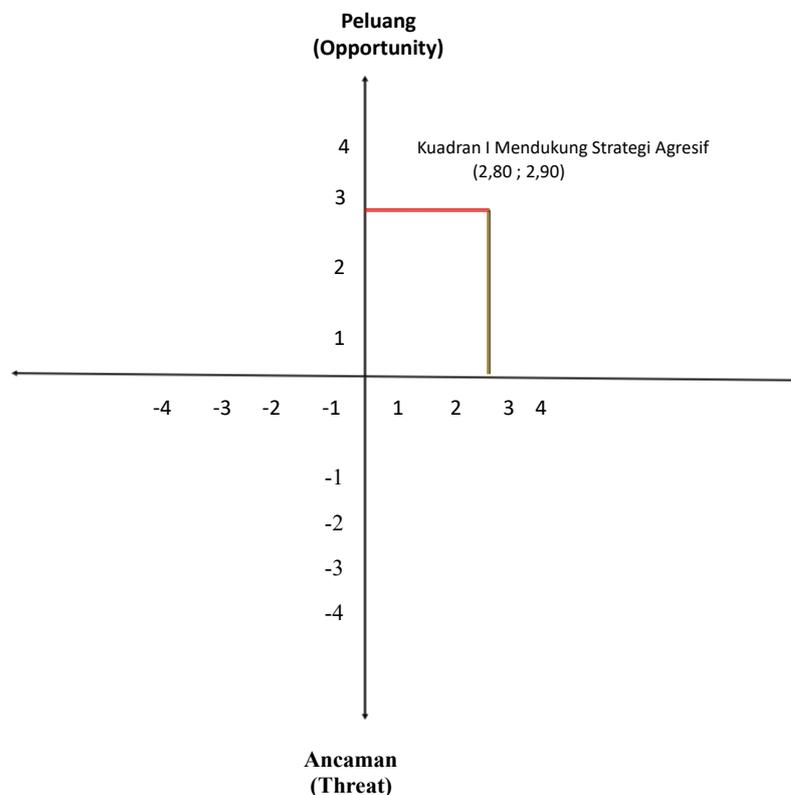
Skor 2.80 berarti posisi internal perusahaan cukup baik. Perusahaan memiliki kekuatan internal yang mampu dimanfaatkan meskipun ada kelemahan yang harus diperbaiki.

## 2. Matriks EFE (External Factor Evaluation)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Pertumbuhan konsumsi sektor ritel	0.15	4	0.60
Peningkatan gaya hidup praktis	0.10	4	0.40
Dukungan pemerintah untuk digitalisasi	0.10	3	0.30
Potensi ekspansi ke daerah baru	0.10	3	0.30
Tren belanja online	0.10	4	0.40
Persaingan ritel modern dan e-commerce	0.15	2	0.30
Fluktuasi harga bahan pokok	0.10	2	0.20
Kebijakan pemerintah (jam, PPN, dll)	0.10	2	0.20
Krisis ekonomi dan daya beli	0.05	2	0.10
Disrupsi teknologi	0.05	2	0.10
<b>Total</b>			<b>2.90</b>

Skor 2.90 menunjukkan lingkungan eksternal memberikan banyak peluang, dan perusahaan relatif baik dalam meresponsnya, meskipun ada beberapa ancaman.

## Kuadran berdasarkan skor IFE dan EFE



## KESIMPULAN

Analisis SWOT menunjukkan bahwa Alfamart memiliki kekuatan besar yang dapat dimanfaatkan untuk menangkap peluang pasar yang luas. Meski terdapat kelemahan dan ancaman, strategi yang tepat dapat membantu perusahaan tetap kompetitif dan berkelanjutan

## FOTO DOKUMENTASI



## DAFTAR PUSTAKA

- Susanti, Yuli. *Optimalisasi pemberdayaan UMKM binaan PT Sumber Alfaria Trijaya (ALFAMART) dengan metode analisis SWOT*. BS thesis. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ummah, Mar'atus Sholikhatul, et al. "ANALISA SWOT STRATEGI PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DI PERUSAHAAN ALFAMART BOYOLALI (Studi Kasus Alfamart Jl. Pandanaran No. 194, Banaran, Kecamatan Boyolali, Kabupaten Boyolali)." *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 12.1 (2024): 39-49.
- Rahardjo, Wibisono Tegar. "Analisis Swot." (2022).
- Peong, Hersanius Kurnia, Kristoforus Toni Harjo, and Eugenius Besli. "ANALISIS PENINGKATAN DAYA BELI KONSUMEN DAN PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA ALFAMART TELUK GONG 3, JAKARTA UTARA." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen STIE Karya* 1.2 (2024): 1-10.
- Peong, Hersanius Kurnia, Kristoforus Toni Harjo, and Eugenius Besli. "ANALISIS PENINGKATAN DAYA BELI KONSUMEN DAN PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA ALFAMART TELUK GONG 3, JAKARTA UTARA." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen STIE Karya* 1.2 (2024): 1-10.
- NASIR, MUHLISAH. *Analisis Swot Dan Inovasi Produk Pada Franchise Kam-Sia Boba Di Kabupaten Sinjai*. Diss. UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN, 2022.
- Mashuri, Mashuri, and Dwi Nurjannah. "Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing." *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1.1 (2020): 97-112.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, 1998.
- Riyanto, Slamet. "10\_Buku Analisis SWOT." (2021).
- Chan, Sam M. Sam Mukhtar. "Analisis SWOT: Kebijakan Pendidikan Era Otonomi Daerah." (2010).
- Sammut-Bonnici, Tanya, and David Galea. "SWOT analysis." *Wiley Encyclopedia of management* 12.1 (2015).
- Teoli, Dac, Terrence Sanvictores, and Jason An. "SWOT analysis." (2019).
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia, 2016.
- Benzaghta, Mostafa Ali, et al. "SWOT analysis applications: An integrative literature review." *Journal of Global Business Insights* 6.1 (2021): 54-72.