

Strategi Manajemen Menggunakan Analisis SWOT Pada Usaha UMKM (Studi Usaha Angkringan Sedulur)

Reizy Farhan^{*1}, Hasbullah², Rahmad Hidayatullah³, Yogi Pangestu⁴, Rama Gita Suci⁵

Universitas Muhammadiyah Riau

Penulis Korespondensi: reizyfarhan24@gmail.com^{*1},
hasbullahhas191@gmail.com², rahmadamadhidayahtullah@gmail.com³,
yogipangestu1201@gmail.com⁴, ramagita@umri.ac.id⁵

Informasi Artikel:

Received: 09 December 2023, Accepted: 07 January 2024, Published: 18 January 2024

Abstract:

Angkringan businesses are widespread and attract many customers because of their wide market reach. Marketing strategies are used to determine business products to get the desired results. Actions that can be taken are SWOT analysis. This research aims to determine strategic management SWOT analysis with strategic management using Porter's Five Force theory. Qualitative methodology is used in the research process. Data collection techniques include interviews and observation. Based on the research results and discussion of marketing strategies using SWOT analysis on angkringan sedulur, including strengths (strengths) by providing games, free wifi and spacious parking and an online marketing system or social media. The weakness is that if it rains, there are only a few seats for shelter and many other angkringan competitors at that location. Opportunities are a strategic location in the middle of the city and next to hotels and the trendy Angkringan style, which is a busy place to hang out. Based on Porter's Five Forces theory, the strategies carried out are building a brand image, increasing product differentiation, choosing quality raw materials, offering games, free WiFi and a large parking area, maintaining the products' quality, and charging cheaper rates than competitors.

Keywords: Strategy Management, SWOT, Business.

1. Introduction

Usaha angkringan tersebar luas dan menarik banyak pelanggan karena jangkauan pasarnya yang luas. Para pemilik perusahaan angkringan yang termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah umumnya adalah generasi muda yang memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat. Dengan UMKM yang menurunkan angka pengangguran di Indonesia, program yang dibuat pemerintah ini bertujuan untuk mencegah pengangguran. Namun pemasaran masih menghadapi tantangan karena kurangnya pendidikan dan pengetahuan pemasaran yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat diakses oleh para pelaku UMKM (Wijoyo et al, 2022).

Biasanya usaha jenis ini berlokasi di bahu jalan, seperti trotoar, halaman toko, atau halaman kantor. Namun, tidak jarang melihat angkringan menyewa tempat atau berdiri di pinggir jalan jajanan. Ketika sebuah grup Angkringan memiliki bisnis seperti ini, mereka sering kali memiliki restoran yang layak dan bersih dengan pertunjukan musik *live*. Angkringan berkaitan erat atau sama dengan tempat berkumpulnya orang-orang yang sering mengunjungi tempat tersebut untuk menikmati makanan dan minuman. Bagi masyarakat menengah ke bawah, angkringan ini menawarkan harga yang unik dan terjangkau sehingga membuat mereka merasa betah dan bisa tinggal sebentar tanpa diganggu atau diusir. Karena telah membangun dan mengembangkan lokasi yang menarik (Wijoyo et al, 2022).

Strategi pemasaran digunakan untuk menentukan produk bisnis dalam kaitannya dengan pengeluaran perusahaan dan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dalam pemasaran. Salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan analisis SWOT yang dapat dijadikan landasan bagi pelaku usaha untuk mencapai tujuannya. Kebenaran rumusan suatu strategi dalam upaya mencapai tujuannya mungkin berkorelasi langsung dengan penggunaan instrumen analisis yang tepat dan benar, sehingga dapat mengurangi risiko ketika menghadapi ancaman dan memaksimalkan peluang yang telah ada. Analisis SWOT cukup mudah digunakan, dan ternyata berguna dalam mengembangkan rencana untuk bisnis dan organisasi. Analisis SWOT memiliki beberapa penerapan umum, termasuk pemeriksaan keadaan atau variabel internal dan eksternal suatu organisasi atau perusahaan dan penilaian terhadap kapasitas organisasi atau perusahaan dalam mengelola operasinya dalam menghadapi pesaing (Novianto, 2019).

Tujuan dari penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi manajemen perusahaan angkringan berdasarkan fenomena yang ditemukan. Dengan menawarkan perspektif yang membantu pelaku usaha angkringan menjadi lebih fokus, analisis SWOT dimaksudkan untuk digunakan dalam pelaku usaha angkringan. Hal ini dapat digunakan sebagai perbandingan gagasan dari berbagai sudut pandang, baik dari segi peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahannya. Penggunaan analisis SWOT memiliki keuntungan dalam membantu Anda mengidentifikasi strategi pemasaran yang tepat dan menjadi referensi saran mengenai prospek pangsa pasar. Ini juga membantu Anda mengidentifikasi kelemahan-kelemahan dalam bisnis angkringan agar dapat Anda pertahankan.

2. Kajian Pustaka

Strategi pemasaran adalah penerapan alasan pemasaran dengan harapan perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran. Target pasar, positioning produk, bauran pemasaran, dan jumlah uang yang dikeluarkan untuk pemasaran semuanya termasuk dalam strategi pemasaran (Kotler, 2001). Langkah paling penting dan menantang dalam keseluruhan proses pemasaran adalah membuat rencana pemasaran. Tindakan ini akan membentuk potensi kesuksesan maksimum suatu unit perusahaan. Strategi pemasaran menguraikan kekuatan yang perlu dikembangkan dan kekurangan yang perlu diperbaiki, beserta cara mencapainya, dan harus disampaikan ke seluruh tingkat manajemen.

Strategi manajemen adalah seni dan ilmu dalam menciptakan, melaksanakan, dan menilai pilihan lintas fungsi yang membantu organisasi mencapai tujuannya (David, 2011). Proses menentukan tujuan organisasi, membuat rencana dan kebijakan untuk mencapainya, dan mengalokasikan sumber daya untuk melaksanakan rencana dan kebijakan untuk mencapai tujuan merupakan penekanan utama manajemen strategis. Manajemen strategis

mengintegrasikan operasi dari beberapa area fungsional perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi.

Strategi manajemen merupakan rencana implementasi suatu bisnis. Kerangka kerja untuk pilihan manajerial disediakan oleh rencana tersebut dan industri merupakan komponen utama lingkungan bisnis. Untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, suatu bisnis harus: (1) secara konsisten menyesuaikan diri terhadap perubahan tren eksternal serta kapasitas, kapabilitas, dan sumber daya internal; dan (2) merencanakan, menerapkan, dan menilai strategi yang penting secara efektif (Porter, 2008). Menurut Porter (2008), mengintegrasikan bisnis dengan lingkungannya sangat penting untuk mengembangkan strategi bersaing.

Analisis SWOT adalah cara metodis untuk mengungkap berbagai aspek untuk menciptakan strategi sektor perusahaan. Analisis ini didasarkan pada penalaran yang dapat mengurangi bahaya dan kelemahan sekaligus memaksimalkan kekuatan dan peluang (Rangkuti 2004). Analisis SWOT, yang merupakan singkatan dari *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, and *threats*, telah menjadi metode standar yang digunakan oleh bisnis untuk menilai posisi pasar mereka dan untuk memeriksa lingkungan internal dan eksternal mereka dalam waktu yang tidak dapat diprediksi (Rozmi et al., 2018; Wu, 2020).

Menurut Jackson et al. (2003) dan Kim (2005), analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor perusahaan ditinjau dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. SWOT mengakui bahwa faktor internal dan eksternal sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Bull et al. (2016), David et al. (2017), Lee & Ko (2000), Shariatmadari et al. (2013), aspek eksternal adalah unsur-unsur yang berada di luar kendali bisnis, sedangkan aspek internal adalah karakteristik yang berada di bawah kendalinya. Perencanaan strategis adalah suatu proses yang berkesinambungan dan bukan suatu hasil. Karena pemikiran strategis tidak mengenal batas, perencanaan merupakan upaya yang berkelanjutan. Identifikasi lingkungan internal dan eksternal unit bisnis merupakan salah satu prosedur manajemen strategis (Zimmerer, 2002).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dan penelitian deskriptif. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif ini digunakan untuk mengkarakterisasi dan memahami signifikansi data yang sudah tersedia. Dapat juga dikatakan bahwa pendekatan ini menghasilkan penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2017), struktur deskriptif adalah struktur yang berguna untuk mengkarakterisasi objek yang diteliti dengan menggunakan data atau sampel yang telah dikumpulkan, tanpa melakukan analisis atau mencapai kesepakatan. Oleh karena itu, para akademisi akan menguraikan bagaimana usaha angkringan dapat mendukung perekonomian di tengah epidemi saat ini. Oleh karena itu, penulis membahas tentang perusahaan angkringan UMKM Pekanbaru yang akan menjadi bahan penelitian selanjutnya. Peneliti menggunakan pendekatan pengumpulan data yaitu data sekunder dan primer untuk memberikan gambaran umum mengenai penelitian ini. Profil dan taktik pemasaran usaha angkringan UMKM merupakan contoh data sekunder dalam konteks ini. Informasi tertulis mengenai tujuan penelitian yang dikumpulkan dari berbagai sumber digunakan untuk mengumpulkan data ini. Observasi lapangan langsung dan wawancara merupakan data primer. Di sini, wawancara dilakukan secara tatap muka dengan menggunakan pertanyaan tentang tujuan penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Angkringan Sedulur yang terletak di Jalan Sudirman Kota

Published by:

Pekanbaru. Memahami pendekatan objek kajian dan menerapkan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman objek.

Berdasarkan gabungan kekuatan, kelemahan, peluang, dan analisis ancaman, analisis SWOT dapat digunakan secara strategis untuk menjadikan pilihan alternatif dalam bisnis (Lee & Ko, 2000; Valentin, 2001; Weihrich, 1982). Metode-metode ini dapat menunjukkan bagaimana peluang dan bahaya dapat diseimbangkan dengan kekuatan dan kelemahan. Dengan membuat empat strategi SO (kekuatan – peluang), ST (kekuatan – ancaman), WO (kelemahan – peluang), dan WT (kelemahan – ancaman) berdasarkan elemen internal dan eksternal (Bayram & Üçüncü, 2016; David et al, 2019; Thomas et al, 2014). Menurut Davis (2007), alat tersebut berupa faktor eksternal matriks evaluasi (EFE), matriks evaluasi faktor internal (IFE) atau profil kompetitif matriks (CPM) juga dapat membangun matriks SWOT. Berikut paparan matriks SWOT pada obyek penelitian.

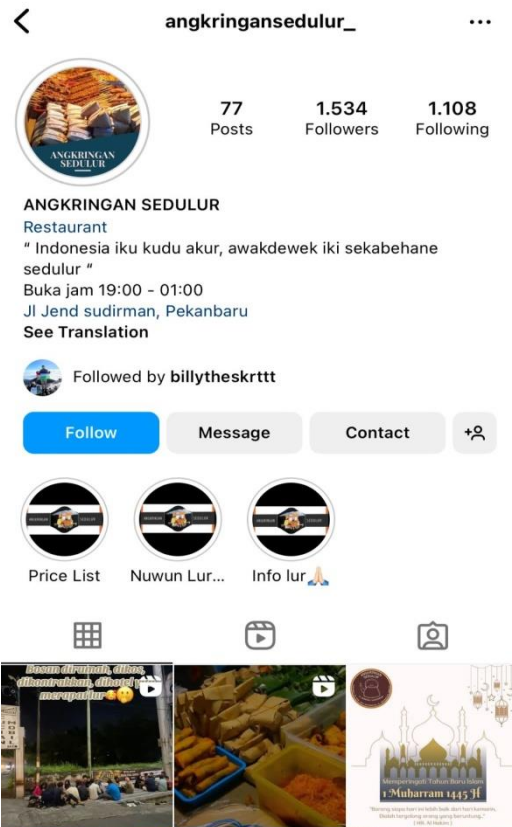
1. Analisis SO (*Strength and Oppurtunity*), Analisa ini di buat berdasarkan jalan pikiran usaha angkringan sedulur yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Analisis ST (*Strength and Threats*), Analisa dalam megunakan kekuatan yang dimiliki angkringan sedulur.
3. Analisis WO (*Weaknes and Oppurtunity*), Analisa ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Analisis WT (*Weanes and Threats*), Analisa ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

4. Hasil dan Pembahasan

Dengan gaya pengelolaannya yang kekinian, Angkringan menjadi populer di kalangan masyarakat, khususnya di kalangan pelajar. Pelanggan dapat menggunakan internet secara gratis di Angkringan Sedulur, yaitu melalui wifi gratis.

4.1 Media Sosial Angkringan Sedulur

Instagram merupakan alat digital yang digunakan Angkringan Sedulur untuk mengembangkan pangsa pasarnya. Hal ini tentunya akan menghadirkan Angkringan Sedulur kepada komunitas online, dimana pemasaran seperti ini memperluas pasar dan memberikan nilai tambah bagi perusahaan di era digital ini.



Gambar 1. Media Sosial Angkringan Sedulur

4.2 Varian Makanan Angkringan Sedulur

Sate telur, sate kerang, sate usus, sate kulit ayam, sate udang, tahu tempe dan bacem, bihun goreng, sosis, bakso, nuget, otak-otak, aneka tempe goreng, tahu, bakwan, gembus, nasi kucing varian teri pedas, ayam tumis, dan sambal cumi hanyalah beberapa dari sekian banyak pilihan makanan yang tersedia di Angkringan Sedulur. Pilihan minumannya ada beberapa macam, seperti kopi, es jeruk, milo, es teh, dan variasi es lainnya.

4.3 Kelemahan pada Angkringan Sedulur (Weakness)

Angkringan sedulur yang menjadi usaha angkringan yang juga memiliki kelemahan karena ketika turun hujan tempat duduk untuk berteduh hanya sedikit, lebih banyak tempat duduk yang tidak beratap. Selain itu, banyak pesaing angkringan lain dilokasi tersebut.

4.4 Kekuatan pada Angkringan Sedulur (Strengths)

Angkringan sedulur yang menjadi usaha angkringan yang juga memiliki kekuatan karena angkringan yang menyajikan *games*, *free wifi* dan parkir yang luas. Selain itu sistem marketing online atau media sosial.

4.5 Peluang Yang Dimiliki Angkringan Sedulur (Opportunities)

Angkringan yang terletak di Jalan Sudirman ini memiliki posisi strategis di jantung kota, bersebelahan dengan hotel, sehingga dapat memanfaatkan potensi yang dihadirkan oleh ide bisnis angkringan semi-modern. Tak disangka banyak sekali tamu yang datang ke sana. Pengusaha melihat posisi strategis Angkringan Sedulur sebagai prospek usaha yang menjanjikan. Dengan menawarkan lingkungan yang nyaman dan beragam pilihan makanan

Published by:

dengan harga terjangkau, perusahaan ini mampu menghasilkan keuntungan. Potensi bisnis ini dikelola secara efektif dengan menyediakan layanan pelanggan yang ramah kepada staf dan mengizinkan para tamu untuk menginap selama mereka ingin mengobrol, minum, dan berbagi ide.

4.6 Ancaman Yang Dimiliki Angkringan Sedulur (Threats)

Persaingan dengan angkringan dengan bisnis usaha yang serupa ataupun usaha lain. Beberapa pelanggan cenderung memilih tempat makan yang tertutup seperti cafe. Namun angkringan ini memiliki manajemen pemasaran yang dapat menarik banyak orang lain. Angkringan sedulur juga pernah beberap kali diserang oleh oknum-oknum tidak bertanggung jawab seperti premanisme untuk dimintai uang.

4.7 Strategi Pemasaran Berdasarkan SWOT

4.7.1 Indikator Strengths (Kekuatan)

Indikator kekuatan angkringan meliputi penciptaan gaya model yang menampilkan tema angkringan semi-modern, peningkatan kualitas makanan, menjaga kebersihan angkringan, dan melakukan pemasaran sosial lebih dari sekadar menggunakan media sosial. Selain itu, layanan pelanggan yang responsif menjadi prioritas utama saat menyajikan makanan dan minuman kepada masyarakat umum. tradisi. Salah satu manfaat angkringan sedulur menggunakan sistem pemasaran media sosial adalah memungkinkan mereka menjangkau khalayak yang lebih luas. Platform media sosial ini menggunakan alamat lengkap yang diberikan di bio media sosial dan gambar video. Agar bagi yang berminat dengan angkringan sedulur ini segera mengetahui alamatnya dan segera sampai. Selain itu, ada yang istimewa dari lokasi angkringan sedulur yang berdekatan sebelah hotel untuk menarik pelanggan.

4.7.2 Indikator Weakness (Kelemahan)

Angkringan sedulur memiliki tempat duduk yang tidak beratap atau diruang terbuka. Ketika turun hujan tempat duduk untuk berteduh hanya sedikit. Selain itu, banyak pesaing angkringan lain dilokasi tersebut. Hal ini mengakibatkan rendahnya tingkat kunjungan pelanggan dan berdampak pada omzet penjualan makanan dan minuman di Angkringan Sedulur. Jika dibandingkan dengan angkringan lainnya, pemilihan pilihan makanan dan minuman di Angkringan Sedulur tidak menawarkan harga yang sebanding.

4.7.3 Indikator Opportunities (Peluang)

Posisinya yang strategis di tengah kota dan dekat dengan hotel memberikan peluang bagi angkringan sedulur untuk menjadi tujuan populer wisatawan menikmati makanan dan minuman. Didirikan pada 12 Oktober 2019, Angkringan Sedulur melihat prospek bisnis di sektor-sektor utama. Target pasarnya hampir menekankan ruang yang ramah untuk berbincang dan berkumpul santai. Tempat makan seperti angkringan atau sejenisnya kini tidak hanya sekedar tempat makan, namun juga menjadi tempat nongkrong dengan beragam permainan. Mahasiswa menjadi target pasar Angkringan Sedulur. Dalam urusan makan dan minum, para pelajar dan warga asing ini memilih membeli makanan dan minuman dibandingkan menyiapkan atau menyajikannya di rumah kos. Pemasok makanan dan minuman serta tempat makan angkringan semi-kafe seperti Sedulur bisa mendapatkan keuntungan dari hal ini. Selepas belajar, mengerjakan pekerjaan rumah, atau bekerja seharian, bersantailah dengan beragam minuman di angkringan Dewuyung dan tempat arisan untuk berkumpul bersama teman.

4.7.4 Indikator *Threats* (Ancaman)

Persaingan dengan angkringan lain di wilayah metropolitan merupakan bahaya terbesar bagi perusahaan angkringan. Hal ini akan berdampak pada banyaknya konsumen yang mengunjungi Angkringan Sedulur. Sebagian besar pengunjung Angkringan adalah pelajar atau anak-anak yang belajar di luar negeri yang lebih memilih membeli makanan dan minuman siap saji daripada memasak. Pelanggan mahasiswa akan memilih angkringan yang berada dekat dengan daerah tempat tinggalnya. Namun angkringan ini memiliki manajemen pemasaran yang dapat menarik banyak orang lain. Angkringan sedulur juga pernah diserang oleh oknum-oknum tidak bertanggung jawab seperti premanisme untuk dimintai uang. Namun pemilik usaha telah melaporkan kepada pihak berwenang, RT/RW setempat dan pemuda setempat.

4.8 Matrix SWOT

Tabel 1. Matrix SWOT Angkringan Sedulur

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Internal	Angkringan yang menyajikan <i>games</i> , free wifi dan parkir yang luas	Ketika turun hujan tempat duduk untuk berteduh hanya sedikit
Faktor Eksternal	Sistem Marketing <i>online</i> atau Media sosial	Banyak pesaing angkringan lain di lokasi tersebut
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Lokasi yang strategis di tengah Kota dan disebelah Hotel	1. Meningkatkan Cita rasa makanan dan menjaga kebersihan angkringan	1. Memanfaatkan lokasi disebelah hotel untuk menarik pengunjung
2. Trend Gaya Angkringan menjadi ramai untuk tempat nongkrong	2. Membuat tempat menjadi menarik dengan menambah berbagai <i>games</i>	2. Membuat ruang tambahan untuk berteduh agar menjadi tempat nongkrong yang menarik
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi TW
1. Persaingan usaha dengan angkringan lain di daerah tersebut	1. Memilih Bahan baku yang berkualitas	1. Menu angkringan yang lengkap dibanding angkringan disekitarnya dan mempunyai ciri khas sambal
2. Oknum-oknum tidak bertanggung jawab seperti premanisme	2. Melapor kepada pihak berwenang, RT/RW setempat dan pemuda setempat	2. Memperbanyak video dan foto produk di media sosial Angkringan Sedulur

Berdasarkan pembahasan tabel diatas maka disimpulkan menjadi poin berikut :

a.Matriks Strenght (Kekuatan)

1. Angkringan yang menyajikan *games*, free wifi dan parkir yang luas
2. Sistem Marketing *online* atau Media sosial

b.Matriks Weakness (Kelemahan)

1. Ketika turun hujan tempat duduk untuk berteduh hanya sedikit
2. Banyak pesaing angkringan lain di lokasi tersebut

c.Matriks Opportunities (Peluang)

1. Lokasi yang strategis di tengah Kota dan disebelah Hotel
2. Trend Gaya Angkringan menjadi ramai untuk tempat nongkrong

d. Strategi SO

1. Meningkatkan Cita rasa makanan dan menjaga kebersihan angkringan
2. Membuat tempat menjadi menarik dengan menambah berbagai *games*

e. Strategi WO

1. Memanfaatkan lokasi disebelah hotel untuk menarik pengunjung
2. Membuat ruang tambahan untuk berteduh agar menjadi tempat nongkrong yang menarik

f. Ancaman(T)

1. Persaingan usaha dengan angkringan lain di daerah tersebut.
2. Oknum-oknum tidak bertanggung jawab seperti premanisme

g. Strategi ST

1. Memilih Bahan baku yang berkualitas
2. Melapor kepada pihak berwenang, RT/RW setempat dan pemuda setempat

h. Strategi TW

1. Menu angkringan yang lengkap dibanding angkringan disekitarnya dan mempunyai ciri khas sambal
2. Memperbanyak video dan foto produk di media sosial Angkringan Sedulur

Manajemen strategis diperlukan untuk mengambil keputusan strategis. Teori *Porter Five Force* merupakan pendekatan manajemen strategis yang diterapkan dalam penelitian ini. Menurut Porter (2003), suatu perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif jika menikmati kondisi yang menguntungkan dari lima faktor utama kompetitif: persaingan, ancaman produk alternatif, kekuatan negosiasi pembeli dan pemasok, dan masuknya pesaing baru di tengah rival saat ini. Maka dari itu berdasarkan teori *Porter Five Force* strategi yang dikembangkan dalam usaha ini yaitu:

1. Membangun *branding image* pada usaha angkringan sedulur untuk mengatasi masuknya pendatang baru.

2. Menambah diferensiasi produk dan memilih bahan baku yang berkualitas untuk mengatasi ancaman.
3. Kekuatan tawar menawar pembeli yang rendah sehingga pengusaha menyajikan *games*, free wifi dan parkir yang luas.
4. Angkringan sedulur memiliki pemasok yang memiliki bahan baku berkualitas sehingga perusahaan dapat tetap menjaga kualitas produk yang diproduksinya.
5. Penetapan harga lebih rendah dibandingkan pesaing: dalam skenario ini, bisnis dapat mempertahankan harga lebih rendah dibandingkan pesaing sambil mempertahankan tingkat kualitas produk yang sama.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT pada angkringan sedulur antara lain *trenghts* (Kekuatan) dengan menyajikan *games*, free wifi dan parkir yang luas dan sistem Marketing *online* atau Media social. Pada *Weakness* (Kelemahan) yaitu jika hujan tempat duduk untuk berteduh hanya sedikit dan banyak pesaing angkringan lain dilokasi tersebut. Pada *Oppurtunities* (Peluang) yaitu lokasi yang strategis di tengah Kota dan disebelah Hotel dan Trend Gaya Angkringan menjadi ramai untuk tempat nongkrong. Strategi SO yaitu dengan meningkatkan Cita rasa makanan dan menjaga kebersihan angkringan dan membuat tempat menjadi menarik dengan menambah berbagai *games*. Strategi WO dengan memanfaatkan lokasi disebelah hotel untuk menarik pengunjung dan membuat ruang tambahan untuk berteduh agar menjadi tempat nongkrong yang menarik. Ancaman pada angkringan yaitu persaingan usaha dengan angkringan lain di daerah tersebut dan Oknum-oknum tidak bertanggung jawab seperti premanisme. Strategi ST dengan memilih bahan baku yang berkualitas dan Strategi TW dengan menu angkringan yang lengkap dibanding angkringan disekitarnya, mempunyai ciri khas sambal dan memperbanyak video dan foto produk di media sosial Angkringan Sedulur.

Beberapa rekomendasi antara lain perlunya peningkatan penerapan analisis strategi SWOT agar penjualan dapat ditingkatkan secara optimal, khususnya dalam menganalisis peluang yang ada, perlu menjadi pertimbangan agar penerapan analisis strategi SWOT dapat dioptimalkan dengan baik dan berdasarkan pada visi perusahaan. temuan para peneliti.

1. Berdasarkan teori *Porter Five Force* strategi yang dikembangkan dalam usaha ini yaitu:
2. Membangun *branding image* pada usaha angkringan sedulur untuk mengatasi masuknya pendatang baru.
3. Menambah diferensiasi produk dan memilih bahan baku yang berkualitas untuk mengatasi ancaman.
4. Kekuatan tawar menawar pembeli yang rendah sehingga pengusaha menyajikan *games*, free wifi dan parkir yang luas.
5. Angkringan sedulur memiliki pemasok yang memiliki bahan baku berkualitas sehingga perusahaan dapat tetap menjaga kualitas produk yang diproduksinya.
6. Penetapan harga lebih rendah dibandingkan pesaing: dalam skenario ini, bisnis dapat mempertahankan harga lebih rendah dibandingkan pesaing sambil mempertahankan tingkat kualitas produk yang sama.

References

Bayram, B. Ç., & Üçüncü, T. (2016). A case study: Assessing the current situation of forest

- products industry in Taşköprü through SWOT analysis and analytic hierarchy process. *Kastamonu University Journal of Forestry Faculty*, 16(2), 510-514.
- Bull, J., Jobstvogt, N., Böhnke-Henrichs, A., Mascarenhas, A., Sitas, N., Baulcomb, C., & Zähringer, J. (2016). Strengths, weaknesses, opportunities and threats: A SWOT analysis of the ecosystem services framework. *Ecosystem Services*, 17, 99-111.
- David, F. R., Creek, S. A., & David, F. R. (2019). What is the key to effective SWOT analysis, including AQCD factors? *SAM Advanced Management Journal*, 84(1), 25-32.
- David, M. E., David, F. R., & David, F. R. (2017). The quantitative strategic planning matrix: A new marketing tool. *Journal of Strategic Marketing*, 25(4), 342-352.
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Davis, F. R. (2007). *Strategic management concepts and cases*. Prentice Hall.
- Jackson, S. E., Joshi, A., & Erhardt, N. L. (2003). Recent research on team and organizational diversity: SWOT analysis and implications. *Journal of Management*, 29(6), 801-830.
- Kim, G. J. (2005). A SWOT analysis of the field of virtual reality rehabilitation and therapy. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 14(2), 119-146.
- Kotler, J. P. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas* Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lee, S., & Sai On Ko, A. (2000). Building balanced scorecard with SWOT analysis, and implementing “Sun Tzu’s The Art of Business Management Strategies” on QFD methodology. *Managerial Auditing Journal*, 15(1/2), 68-76.
- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Deepublish.
- Porter, M. E., dan A. Maulana. (2008). *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga
- Rangkuti, F. (2004). *Manajemen Persediaan Aplikasi Bidang Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rozmi, A. N. A., Nordin, A., & Bakar, M. I. A. (2018). The perception of ICT adoption in small medium enterprise: A SWOT analysis. *International Journal of Innovation Business Strategy*, 19(1), 69-79.
- Shariatmadari, M., Sarfaraz, A. H., Hedayat, P., & Vadoudi, K. (2013). Using SWOT analysis and SEM to prioritize strategies in foreign exchange market in Iran. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 886-892.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thomas, S., Chie, Q. T., Abraham, M., Jalarajan Raj, S., & Beh, L. S. (2014). A qualitative review of literature on peer review of teaching in higher education: An application of the SWOT framework. *Review of Educational Research*, 84(1), 112-159.
- Valentin, E. (2001). SWOT analysis from a resource-based view. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9(2), 54-69.
- Wehrich, H. (1982). The TOWS matrix—A tool for situational analysis. *Long Range Planning*,

15(2), 54-66.

Wijoyo, A., Hidayat, A. B., Honi, R. A., Nuriyah, S., & Pangestu, S. A. (2022). Pengembangan Usaha Angkringan dengan Menggunakan Analisis SWOT. *OKTAL: Jurnal Ilmu Komputer dan Sains*, 1(12), 2237-2241.

Wu, Y. (2020, February 17). The marketing strategies of IKEA in China using tools of PESTEL, Five Forces Model and SWOT Analysis [*Paper Presentation*]. International Academic Conference on Frontiers in Social Sciences and Management Innovation, Beijing, China.

Zimmerer, T. W. (2002). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

