

## **Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Penerapan Analisis SWOT Pada UMKM Toko Sembako "NS" Di Desa Sukaraya, Kecamatan Karangbahagia**

*Lailatun Naili Rizqi<sup>1</sup>, R.R Wening Ken Widodasih<sup>2</sup>*

*Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia<sup>1</sup>*

*Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia<sup>2</sup>*

*Email: [lailatunnailirizqi01@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:lailatunnailirizqi01@mhs.pelitabangsa.ac.id)<sup>1</sup>*

---

**Abstract:** *Competition between Micro, Small and Medium Enterprises players is getting tougher from year to year, including competition in the basic food business because the basic food business is a business that has promising opportunities in its business. A basic food business that is not developed will experience underdevelopment and will result in defeat in its competitors. Of course, to outperform the market, business actors have a competitive advantage strategy. The purpose of this study is to examine competitive advantage strategies by applying SWOT analysis to Micro, Small and Medium Enterprises "NS" grocery stores. This study uses a qualitative method with the application of SWOT analysis, this can be identified through internal and external factors, IFAS and EFAS, as well as the SWOT matrix. The results of this study indicate that the internal factors of IFAS get a total of 3.27 and external factors get an overall total of 3.04. It can be seen that internally the company is strong in the competitive process and can see the opportunities that exist and externally the company is able to minimize threats and evaluate weaknesses.*

**Keywords:** *Competitive Advantage Strategy; Micro small and Medium Enterpris; SWOT Analysis*

---

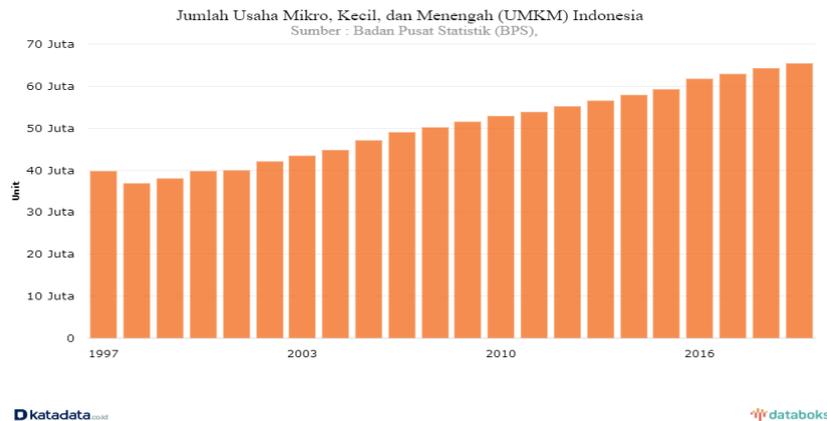
**Abstrak:** Persaingan di antara pelaku UMKM dari tahun ke tahun semakin ketat termasuk persaingan di usaha sembako dikarenakan usaha sembako merupakan sebuah usaha yang memiliki peluang menjanjikan dalam bisnisnya. Usaha sembako yang tidak dikembangkan akan mengalami ketidakkmajuan dan akan mengakibatkan kekalahan dalam persaingannya. Tentu untuk mengungguli pasar, pelaku usaha memiliki strategi keunggulan bersaing. Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti strategi keunggulan bersaing dengan penerapan analisis SWOT pada UMKM Toko sembako "NS". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penerapan analisis SWOT, hal ini dapat diidentifikasi melalui faktor internal dan eksternal, IFAS dan EFAS, serta matriks SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada faktor internal IFAS mendapatkan total keseluruhan 3,27 dan faktor eksternal mendapatkan total keseluruhan 3,04. Hal ini dapat dilihat bahwa secara faktor internal perusahaan kuat dalam proses persaingan serta dapat melihat peluang yang ada dan secara faktor eksternal perusahaan mampu meminimalisir ancaman dan melakukan evaluasi terkait kelemahan.

**Kata Kunci:** *Strategi Keunggulan Bersaing; Usaha Mikro Kecil Menengah; Analisis SWOT*

---

### **PENDAHULUAN**

Persaingan usaha dibidang perdagangan barang saat ini semakin ketat. Hal ini dikarenakan terlalu banyak pelaku usaha yang menjalankan bisnis pada bidang yang serupa. Kondisi tersebut didukung oleh permintaan pasar yang terus meningkat dan memiliki peluang bisnis yang sangat menjanjikan.



Grafik 1. Peningkatan UMKM dari tahun ke tahun Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan sumber data diatas bahwa Indonesia memiliki 65,5 juta usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM (Dwi Hadya Jayani, 2021). Berdasarkan hal tersebut dapat diasumsikan bahwa UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Dari fenomena tersebut diketahui bahwa persaingan di antara pelaku umkm dari tahun ke tahun semakin ketat persaingan yang dilakukan, termasuk persaingan di usaha sembako dikarenakan usaha sembako merupakan sebuah usaha yang memiliki peluang menjanjikan dalam bisnisnya. Usaha sembako yang tidak dikembakangkan akan mengalami ketidakmajuan dalam berjualan dan akan mengakibatkan kekalahan dalam persaingannya. Dengan melakukan strategi keunggulan bersaing yang tepat dan menerapkan konsep SWOT pada usaha sembako maka usaha yang dijalankan tersebut dapat diharapkan bersaing dengan bisnis usaha yang serupa.

Salah satu cara untuk merumuskan strategi keunggulan bersaing adalah dengan membuat rumusan umum tentang bagaimana sebuah perusahaan dapat bersaing, tujuan apa yang harus dimiliki, dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut David, memiliki dan mempertahankan keunggulan kompetitif sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang suatu organisasi. UMKM harus mampu bersaing ditengah persaingan yang semakin ketat.

Analisi SWOT memiliki kependekan dari *Strength* yang berarti kekuatan, *Weakness* yang berarti kelemahan, *Opportunity* yang berarti peluang, dan *Threat* yang berarti ancaman. Menurut Eisner mengatakan bahwa ide besar dari SWOT merupakan perusahaan atau bisnis yang mampu membangun peluang, mengatasi kelemahan, mengambil keuntungan dari peluang yang ada serta melindungi perusahaan atau bisnis dari ancaman.

Dunia bisnis semakin hari semakin ketat dalam persaingan, tanpa adanya strategi yang diterapkan maka usaha tersebut akan mengalami kemunduran, maka dari itu pelaku usaha di tuntut untuk mampu bersaing di dunia pasar. Berdasarkan uraian dan fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi keunggulan bersaing dengan penerapan analisis SWOT pada UMKM toko Sembako "NS" di Desa Sukaraya, Kecamatan Karangbahagia" penulis berharap penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat kepada pelaku usaha sembako dan memberikan pemahaman inovasi tentang bagaimana membesarkan bisnisnya dengan menggunakan analisis SWOT pada usaha yang dijalankan sehingga dapat memberikan peluang keuntungan pada bisnis pelaku usaha sembako tersebut.

### Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi keunggulan bersaing dan penerapan analisis SWOT yang digunakan oleh toko sembako NS.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian, terdapat jenis-jenis metode penelitian agar memudahkan dalam penelitian. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2017)"metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data

bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi”.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2017), data primer adalah sumber data yang menyediakan data secara langsung kepada pengumpul data. Sedangkan Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2017), data sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

1. Wawancara, Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2017), “wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini berdasarkan pada laporan tentang diri sendiri atau (self-report) dan setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi”. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian adalah peneliti akan melakukan wawancara langsung kepada pemilik UMKM Toko Sembako “NS” sebagai informasi untuk mengumpulkan data terkait kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang terdapat pada UMKM Toko Sembako “NS”.
2. Observasi, Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2017), “observasi merupakan teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain”. Tujuan dari penelitian lapangan ini untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian melalui pengamatan secara langsung atau tidak langsung terhadap UMKM Toko Sembako “NS”.
3. Dokumentasi, menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2017), “dokumentasi adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan peneliti dengan cara pengumpulan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian”. Dokumentasi bisa berbentuk gambar.

#### **Tempat Penelitian**

yang akan dilakukan bertempat pada UMKM Toko Sembako “NS” di Perumahan Puri Nirwana Residence, Jl. Arjuna blok Li No. 03 RT 008/RW 011, Desa Sukaraya, Kecamatan Karangbahagia, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.

#### **HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan pada toko sembako NS, maka didapatkan hasil analisis SWOT berupa faktor internal dan eksternal yaitu, sebagai berikut:

#### **Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)**

##### **Kekuatan**

1. Menyediakan barang yang lengkap
2. Harga yang terjangkau
3. Lokasi yang strategis
4. Kualitas pelayanan yang baik

##### **Kelemahan**

1. Kekurangan modal
2. Kurangnya media promosi
3. Kurang luasnya penjualan secara online
4. Tidak memiliki pembukuan keuangan

#### **Faktor eksternal (Peluang dan Ancaman)**

##### **Peluang**

1. Di sekitar toko sembako “NS” banyak permukiman warga
2. Prospek dan peluangnya cukup besar untuk dikembangkan karena semua orang membutuhkan bahan-bahan pokok.
3. Perkembangan teknologi

**Ancaman**

1. Banyak kompititor yang sejenis
2. Jaraknya antar kompetitor yang terlalu dekat
3. Harga sembako yang sering naik turun.

**Matriks IFAS dan EFAS**

**Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)**

Matrik IFAS digunakan dengan cara megevaluasi dan pembobotan dari semua data yang diperoleh tentang faktor internal suatu organisasi yaitu faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi. Tujuan pembobotan adalah untuk mengkuantifikasi faktor internal dalam skala 1 sampai 4 dari sangat tidak penting sampai sangat penting. IFAS = Internal Strategic Factors Analysis Summary (Analisis Faktor Strategi Internal), yakni terdiri dari kekuatan dan kelemahan dari perusahaan

Tabel 1. *Internal Strategic Factors Analysis Summary*

<b>TABEL IFAS</b>			
<b>FAKTOR EKSTERNAL</b>	BOBOT	RATING	NILAI
<b>KEKUATAN</b>			
Menyediakan produk yang lengkap	0,17	3	0,51
Harga terjangkau	0,17	4	0,69
Lokasi Strategis	0,17	3	0,70
Kualitas pelayanan yang baik	0,17	3	0,68
Sub Total	0,69	13	2,58
<b>KELEMAHAN</b>			
Kurangnya modal	0,08	2	0,16
Kurang media promosi	0,07	2	0,15
Kurang luasnya penjualan secara online	0,07	3	0,21
Tidak memiliki pembukuan keuangan	0,09	2	0,18
Sub Total	0,31	9	0,70
TOTAL	1,00	22	3,27

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2023

Nilai 3,00-4,00 dapat digambarkan sebagai perusahaan yang kuat secara internal. Berdasarkan tabel matriks IFAS di atas, terlihat bahwa skor kekuatan adalah 2,58 sedangkan skor kelemahan adalah 0,70. Artinya toko sembako "NS" memiliki faktor kekuatan yang lebih besar dari faktor kelemahan. Dan posisi internal yang mencapai 3,27 secara keseluruhan berarti internal perusahaan dapat dikatakan kuat.

**Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)**

Matriks EFAS digunakan untuk mengevaluasi dan pembobotan dari setiap data yang diperoleh di lapangan tentang faktor eksternal yang berbentuk peluang dan ancaman yang dimiliki organisasidengan tujuan untuk mengukur faktor eksternal dengan dengan skala 1 sampai 4 dari sangat tidak penting hingga sangat penting. EFAS = External Strategic Factors Analysis Summary (Analisis Faktor Strategi Eksternal), yang terdiri dari peluang dan ancaman terhadap perusahaan.

Tabel 2. *Eksternal Factor Analysis Summary*

<b>TABEL EFAS</b>			
<b>FAKTOR INTERNAL</b>	BOBOT	RATING	NILAI
<b>PELUANG</b>			
Disekitar Toko sembako "NS" banyak permukiman warga	0,23	4	0,91
Prospek dan peluangnya cukup besar untuk dikembangkan	0,24	3	0,73
perkembangan teknologi	0,22	3	0,66
Subtotal	0,69	10	2,30
<b>ANCAMAN</b>			
Banyaknya kompetitor yang sejenis	0,10	2	0,19
Jaraknya antar kompetitor yang terlalu dekat	0,09	2	0,19

Harga sembako yang sering naik turun	0,12	3	0,35
Subtotal	0,31	7	0,73
TOTAL	1,00	17	3,04

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel matriks EFAS terlihat bahwa skor peluang adalah 2,30 sedangkan nilai kelemahan adalah 0,73. Artinya toko sembako "NS" memiliki peluang lebih besar dibandingkan faktor ancaman. Dan posisi eksternal mendapatkan total 3,04. Dengan cara ini, perusahaan secara eksternal dapat mengidentifikasi peluang dan mengurangi ancaman yang muncul dalam perusahaan.

#### Matriks SWOT UMKM Toko Sembako "NS"

Matriks SWOT merupakan alat strategi yang dapat membantu untuk menggambarkan kesesuaian antara peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi UMKM Toko sembako "NS" dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki Toko sembako "NS", serta untuk melihat alternatif strategi apa yang sesuai dan dapat diterapkan, yang dimiliki suatu perusahaan berdasarkan empat tipe strategi, yaitu:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi ini dibuat dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh toko sembako "NS" untuk memanfaatkan peluang yang ada.
2. Strategi ST (*Strength-Threats*), strategi yang menggunakan kekuatan untuk meminimalisir atau mengurangi ancaman eksternal yang terdapat pada toko sembako "NS".
3. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunity*), strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalisir atau mengurangi kelemahan toko sembako "NS"
4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), strategi ini bertujuan untuk meminimalisir kelemahan serta menghindari ancaman terhadap toko sembako "NS"

Tabel 3. Matriks Analisis SWOT UMKM Toko sembako "NS"

Internal	<p>Strength - S</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan produk yang lengkap</li> <li>2. Harga terjangkau</li> <li>3. Lokasi Strategis</li> <li>4. Kualitas pelayanan yang baik</li> </ol>	<p>Weakness - W</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya modal</li> <li>2. Kurang media promosi</li> <li>3. Kurang luasnya penjualan secara online</li> <li>4. Tidak memiliki pembukuan keuangan</li> </ol>
Eksternal		
<p>Opportunity -O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Letak usaha toko sembako "NS" dekat dengan permukiman warga</li> <li>2. Prospek dan peluangnya cukup besar untuk dikembangkan</li> <li>3. Perkembangan teknologi</li> </ol>	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tetap menjaga kelengkapan produk</li> <li>2. Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik konsumen</li> <li>3. Meningkatkan kualitas pelayanan</li> </ol>	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperluas jaringan penjualan produk secara online</li> <li>2. Memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin untuk media promosi</li> </ol>
<p>Threath -T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya kompetitor yang sejenis</li> <li>2. Jaraknya antar kompetitor yang terlalu dekat</li> <li>3. Harga sembako yang sering naik turun</li> </ol>	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga harga dan ketersediaan produk sudah yang ada</li> <li>2. Menjalin hubungan yang baik dengan konsumen</li> </ol>	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan penjualan secara online sehingga memperluas penjualan</li> <li>2. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi</li> </ol>

#### Diagram Matriks

Analisis dari tabel 4.2 dan tabel 4.3 menghasilkan nilai pada masing-masing faktor, yaitu pada faktor kekuatan (2,58) dan faktor kelemahan (0,70) serta faktor peluang (2,30) dan faktor ancaman

(0,66). Berdasarkan nilai tersebut diketahui bahwa nilai kekuatan lebih tinggi dari nilai kelemahan, dan nilai peluang lebih tinggi dari nilai ancaman, sehingga dapat digambarkan pada diagram SWOT berikut:



Gambar 2. Diagram SWOT UMKM Toko Sembako "NS"

Toko Sembako "NS" berada di kuadran 1 artinya toko sembako "NS" memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, hal ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, karena dengan adanya peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dan sangat memungkinkan untuk terus berkembang dan mencapai kemajuan yang maksimal.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di UMKM Toko Sembako "NS" melalui analisis SWOT dapat diambil kesimpulannya bahwa toko sembako merupakan jenis usaha yang memiliki peluang yang menjanjikan dalam bisnisnya. Dalam penelitian ini menggunakan penerapan analisis SWOT untuk mengetahui strategi keunggulan bersaing pada UMKM toko sembako "NS".

Penerapan analisis SWOT pada UMKM toko sembako bisa dilihat dari nilai perhitungan faktor internal atau IFAS (Internal Factor Analysis Summary) memiliki skor sebesar 3,27 terdapat pada kekuatan dan kelemahan perusahaan. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa toko sembako "NS" kuat dalam internal perusahaan. Pada faktor eksternal (External Factor Analysis Summary) mendapatkan skor 3,04 yang menyatakan bahwa toko sembako "NS" mampu melihat peluang yang ada dan meminimalisir ancaman dari luar.

Terdapat dalam matriks SWOT maka dapat dikatakan bahwa toko sembako "NS" untuk menerapkan strategi keunggulan bersaingnya menggunakan strategi SO yaitu strength memiliki skor 2,58 dan opportunity memiliki skor 2,30. Dan pada diagram SWOT toko sembako "NS" berada di kuadran 1 yang artinya toko sembako "NS" memiliki kekuatan dan peluang, hal ini adalah situasi yang sangat menguntungkan dengan adanya kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada

## SARAN

Berdasarkan hasil keseluruhan yang diperoleh, terdapat saran untuk beberapa pihak yang dapat menjadi acuan dan bermanfaat. Adapun sarannya antara lain:

1. Bagi pelaku usaha, sebaiknya toko sembako "NS" untuk membuat promosi yang semenarik mungkin dan menyediakan penjualan secara online untuk memperluas penjualan. Dan untuk meningkatkan keuntungan pada toko sembako "NS" maka perlu diterapkan strategi S-O seperti tetap menjaga kelengkapan produk, memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik konsumen, dan meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, selain menggunakan metode analisis SWOT, peneliti selanjutnya juga dapat menggabungkan metode lain untuk menganalisis strategi keunggulan bersaing. Dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian yang berbeda untuk mengembangkan metode analisis SWOT pada jenis perusahaan yang berbeda.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abd Rahman Rahim, H., & Radjab, E. (2018). *MANAJEMEN STRATEGI*.
- Dwi Hadya Jayani. (2021). *UMKM Indonesia Bertambah 1,98% pada 2019*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/12/umkm-indonesia-bertambah-198-pada-2019>
- Hasanah, N., Ak, M., Muhtar, S., Si, M., & Muliastari, I. (2018). *MUDAH MEMAHAMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*. [www.penerbituwais.com](http://www.penerbituwais.com)
- Kurniawan, M., Tyas, J., & Sos, W. S. (2021). *ANALISIS STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING DENGAN PENERAPAN ANALISIS SWOT PADA UMKM DIMSUM CIKMEL*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Prof. Dr. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Alfabeta, cv.
- Taufiqurrahman, S. W., Si, M., Phill, M., & Rahayu, D. D. (2014). Analisis strategi keunggulan bersaing dengan pendekatan analisis SWOT pada Spartan Gym Pekanbaru. In *JOM Fekon* (Vol. 1, Issue 2).