

Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Cafe The Rang Awak di Padang

Sari Handayani¹, Elva Susanti²

^{1,2} Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

e-mail: shsarihandayani@gmail.com¹, elvasusanti83@upiyptk.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) kekuatan dan kelemahan yang dihadapi oleh cafe The Rang Awak, 2) ancaman dan peluang yang dihadapi oleh cafe The Rang Awak, dan 3) alternatif strategi apa yang bisa diambil dalam menghadapi persaingan bisnis di cafe The Rang Awak. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan metode wawancara dan observasi kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan memiliki nilai total sebesar 3,23 berbanding kelemahan sebesar 0,66. Posisi perusahaan terhadap lingkungan di luar juga memiliki posisi yang kuat dimana peluang perusahaan memiliki nilai total sebesar 2,16 berbanding ancaman sebesar 1,50. Berdasarkan kuadran SWOT maka posisi perusahaan berada pada kuadran I (positif, positif). Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang, rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi agresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

Kata kunci: *Strategi, Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT).*

Abstract

This research aims to determine 1) the strengths and weaknesses faced by The Rang Awak cafe, 2) the threats and opportunities faced by The Rang Awak cafe, and 3) what alternative strategies can be taken in facing business competition at The Rang Awak cafe. This research uses a descriptive research design. Data collected using interview and observation methods was then analyzed using SWOT analysis. The results of this study show that strengths have a total value of 3.23 compared to weaknesses of 0.66. The company's position towards the external environment also has a strong position where the company's opportunities have a total value of 2.16 compared to threats of 1.50. Based on the SWOT quadrant, the company's position is in quadrant I (positive). This position indicates an organization that is strong and has opportunities. The recommended strategy given is an aggressive strategy, meaning that the organization is in prime and stable condition so that it is possible to continue to expand, increase growth and achieve maximum progress

Keywords: *Strategy, Strength, Weakness, Opportunities and Threat (SWOT).*

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia usaha dewasa ini tampak semakin meningkat. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan mendapat tantangan untuk berusaha menghadapi pesaing. Perusahaan yang ingin memperoleh laba serta dapat bertahan selama bertahun-tahun dengan tumbuh dan berkembang tidak boleh menggantungkan diri pada cara kerja perusahaan sendiri yang kurang efisien. Perusahaan harus mengelola usahanya dengan menggunakan manajemen yang baik, sehingga perusahaan dapat bertahan hidup dan berkembang dimasa yang akan datang. Keadaan dunia usaha kini telah berubah seiring dengan perubahan selera konsumen dan perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitarnya. Gaya hidup konsumtif serta pergaulan sosial membuat sebagian kalangan senang mengkonsumsi makanan yang ada di restaurant dan cafe. Cafe sering dijadikan sebagai tempat berkumpul melakukan kegiatan

berkelompok seperti arisan, merayakan pesta ulang tahun, mengerjakan tugas kelompok, nonton bareng hingga acara makan bersama keluarga. Tak heran jika cafe ramai dipenuhi pengunjung dari berbagai usia dan kalangan, terlebih jika cafe tersebut memiliki desain yang unik dan estetis yang dapat dijadikan spot - spot foto yang menarik. Hal ini membuat industri penyedia jasa makanan menjadi salah satu bisnis yang sangat berkembang seiring peningkatan jumlah penduduk Indonesia dari tahun ke tahun.

Cafe The Rang Awak, adalah salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang jasa atau layanan penyedia makanan dan minuman. Cafe ini berdiri pada tahun 2018, saat ini cafe The Rang Awak memiliki pekerja sebanyak 3 orang. Cafe The Rang Awak beralamat di Jl. Andalas No.127, Andalas, Kec. Padang Timur, kota Padang, Sumatera Barat, 25171. Lokasi cafe cukup terbilang strategis karena berada di pinggir jalan dan dekat dengan kampus UIN Imam Bonjol. Target utamanya adalah mahasiswa dan kaum muda, namun masyarakat usia menengah pun juga banyak yang berkunjung ke cafe ini. Tempat ini memiliki dekorasi yang cozy dengan furniture kayu dan suasana yang ramah. Menu yang ditawarkan sangat variatif, harganya pun terbilang murah untuk sekelas cafe, sangat cocok dikantong mahasiswa. Lokasi yang strategis, dekorasi yang menarik, menu yang variatif serta harga yang murah membuat cafe ini ramai dikunjungi mahasiswa dan anak-anak muda. Hanya saja, cafe ini memiliki keterbatasan dalam lahan parkir disebabkan karna cafe berada ditengah-tengah unit pertokoan lain. Lahan parkir hanya cukup menampung 1 unit mobil dan 8 - 10 unit motor. Manajemen Strategi yang inovatif harus dikembangkan untuk memastikan bahwa cafe akan melaksanakan tanggung jawab untuk memenuhi kelangsungan bisnisnya.

Untuk memaksimalkan persaingan dengan industri-industri lainnya, Cafe The Rang Awak perlu menerapkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunitis, dan Threats*) dalam menjalankan usahanya. Kekuatan (*Strength*) adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan - keunggulan lainnya yang berhubungan dengan para pesaing dan kebutuhan pasar. Kelemahan (*Weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang menghambat kinerja dari perusahaan. Peluang (*Opportunitis*) adalah situasi dimana posisi dari perusahaan sangat menguntungkan dalam lingkungan industri, identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan pemasok dan pembeli. Ancaman (*Threats*) dalam perusahaan adalah situasi dimana posisi dari perusahaan yang sangat tidak menguntungkan dalam lingkungan persaingan. Ancaman merupakan hal yang sangat mengganggu posisi dari perusahaan dan menghambat tujuan perusahaan.

Analisis SWOT adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh suatu organisasi atau proyek (Sasoko & Mahrudi, 2023). Menurut Rangkuti (2006) analisis SWOT adalah suatu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)". Menurut Griffin (2004) analisis SWOT adalah salah satu langkah yang paling penting dalam memformulasikan strategi, dengan menggunakan misi organisasi sebagai konteks, manajer mengukur kekuatan dan kelemahan internal demikian juga kesempatan dan ancaman eksternal".

Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada. Bagaimana mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada. Selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

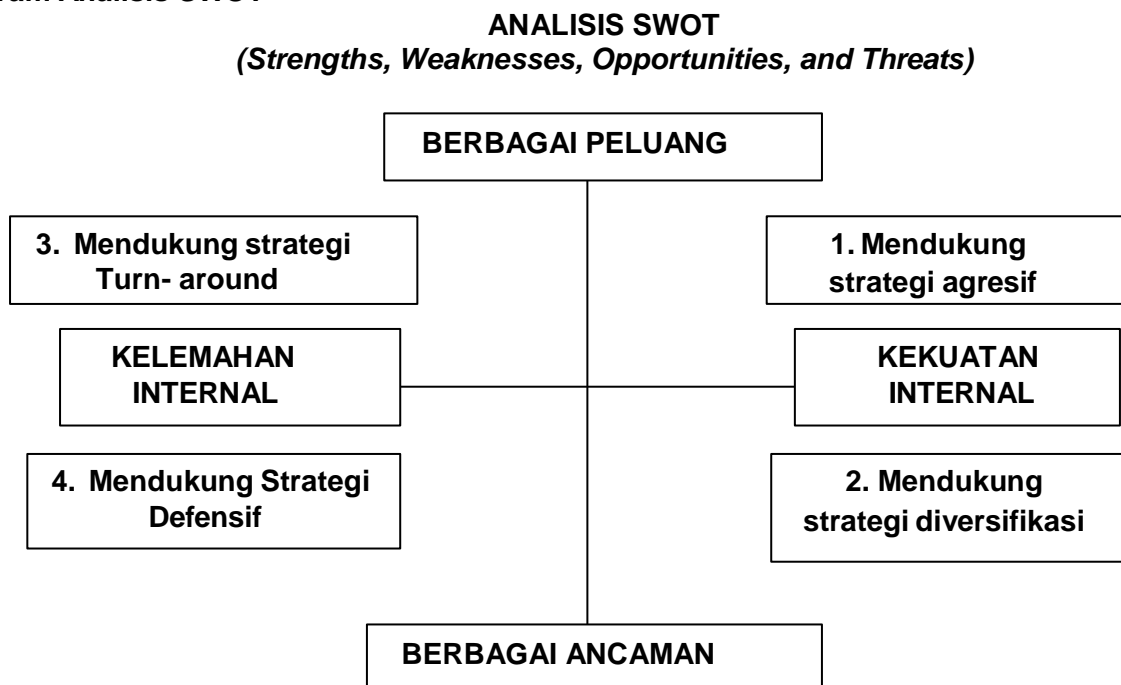
Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor eksternal dan internal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Lingkungan internal (*strengths* dan *weaknesses*) serta lingkungan eksternal (*opportunities* dan *threats*) yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal

peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Dapat disimpulkan bahwa SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna menentukan rumusan yang tepat dan melakukan strategi perusahaan yang terbaik. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Proses pengambilan keputusan strategis perusahaan selalu berkaitan erat dengan pengembangan misi, visi, tujuan, strategi serta kebijakan perusahaan. Oleh karenanya perencanaan yang strategis sangat memerlukan analisa-analisa dari masing masing SWOT ini (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) di lingkungan perusahaan. Menurut Jogiyanto SWOT (2005:46) “sangat diperlukan dalam menilai kekuatan- kekuatan maupun kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan serta menilai kesempatan-kesempatan eksternal maupun tantangan-tantangan yang dihadapi”. Menurut Kotler & Armstrong (2008:64) “Swot adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan”. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan. Salah satunya yang kita bahas adalah strategi promosi dan penempatan produk.

Tujuan analisis SWOT pada perusahaan adalah untuk membenarkan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan yang telah dianalisis. Apabila terdapat kesalahan, maka perusahaan itu harus mengolah untuk mempertahankan serta memanfaatkan peluang yang ada secara baik. Begitu juga pihak perusahaan harus mengetahui kelemahan yang dihadapi agar menjadi kekuatan serta mengatasi ancaman menjadi peluang. Pada saat ini, pentingnya keunggulan sangat besar. Jadi keunggulan adalah tentang bagaimana suatu perusahaan benar-benar dapat menerapkan strategi generik tersebut kedalam prakteknya. Pada dasarnya keunggulan berkembang dari nilai yang perusahaan mampu ciptakan untuk pembelinya. Keunggulan mungkin mengambil bentuk harga yang lebih rendah dibandingkan harga pesaing untuk manfaat yang sesuai atau penyediaan manfaat unik yang lebih sekedar mengimbangi harga premi.

Diagram Analisis SWOT



Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif

(*Growth Oriented Strategy*). Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus ditetapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat melihat evaluasi keseluruhan terhadap kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Treath*). Tujuan fundamental analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi trend, kekuatan dan kondisi yang memiliki dampak potensial pada formulasi dan implementasi strategi pemasaran perusahaan. Ini merupakan langkah paling penting atas dasar dua alasan. Pertama, setiap perubahan dalam lingkungan eksternal bisa menimbulkan dampak serius pada pasar-pasar sebuah perusahaan. Dengan mengantisipasi dan melakukan tindakan, perusahaan akan mampu mengambil manfaat dari perubahan-perubahan ini. Kedua, langkah ini memberikan peluang untuk menyusun aspek-aspek terpenting untuk dievaluasi.

Berikut adalah tabel format dalam menganalisis dan menentukan keputusan strategis dengan pendekatan matrik SWOT:

IFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
EFAS		
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

METODE

Peneliti dalam melaksanakan penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif, penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang seluas - luasnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu. Penelitian ini digunakan karena mampu menggambarkan strategi apa yang tepat untuk meningkatkan keunggulan pada cafe The Rang Awak dalam menghadapi persaingan global. Hal ini sejalan dengan pendapat Bogdan dan Taylor (dalam Moloeng, 2004) yang mengemukakan bahwa prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif berupa kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini dilakukan di cafe The Rang Awak yang berlokasi di Jl. Andalas, Padang. Penelitian ini akan menggambarkan atau memaparkan analisis SWOT dalam penentuan strategi bersaing pada cafe The Rang Awak. Penelitian ini didukung melalui pengumpulan data melalui teknik wawancara (interview) dan pengamatan (observasi).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Yang pertama Observasi (pengamatan). Kegiatan Observasi bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang kehidupan sosial yang sulit diketahui dengan metode-metode lainnya. Observasi yang kita lakukan akan dapat memberikan kejelasan tentang sebuah permasalahan dan kemudian mencari solusi untuk masalah tersebut. Observasi yang dilakukan

bertujuan guna mendapatkan data atau informasi dimana peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap cafe The Rang Awak untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Fokus pengamatan tertuju pada keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan, kelemahan yang menjadi faktor penghambat perusahaan, peluang dimasa yang akan datang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan.

Yang kedua metode wawancara, dimana pada penelitian ini menggunakan wawancara tidak berstruktur guna memberikan pemilik perusahaan dan karyawan kebebasan saat menjawab dan tidak terikat pilihan - pilihan yang membuat mereka bingung. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh cafe The Rang Awak, peluang dimasa yang akan datang serta bagaimana strategi dalam mempertahankan eksistensinya dan ancaman yang akan dihadapi oleh cafe The Rang Awak.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*). Analisis IFAS digunakan untuk menganalisis lingkungan internal perusahaan, melalui pendekatan fungsional sehingga dapat diidentifikasi sejauh mana kekuatan dan kelemahan di daerah-daerah fungsional perusahaan, dan juga untuk memberikan suatu basis bagi pengidentifikasian dan pengevaluasian hubungan di antara daerah-daerah tersebut. IFAS matriks dikembangkan dalam lima tahap, yaitu. Yang pertama membuat daftar *critical success factor* seperti yang telah diidentifikasi pada internal audit process sekitar 5 - 8 faktor internal, termasuk faktor kekuatan rasio dan angka komparatif. Yang kedua memberi bobot nilai pada masing-masing faktor mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting) bagi masing-masing faktor. Nilai bobot menunjukkan kepentingan relatif dari faktor tersebut untuk menjadi sukses dalam industri perusahaannya. Faktor-faktor yang dipertimbangkan untuk memiliki peran yang paling besar pada prestasi organisasi diberikan nilai tertinggi, demikian pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus 1. Yang ketiga memberi rating (nilai) antara 1 - 5 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut mempunyai kelemahan yang besar (rating 1), kelemahan yang kecil (rating 2), kekuatan yang kecil (rating 3), kekuatan yang sedang (rating 4), dan kekuatan yang besar (rating 5). Jadi sebenarnya rating mengacu kepada perusahaan, sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan itu berada. Yang keempat kolom bobot dan rating dari masing-masing faktor untuk menentukan skornya. Yang kelima jumlah total skor masing-masing variabel, nilainya merupakan nilai bagi organisasi dari sisi IFAS matriks.

Analisis EFAS digunakan untuk menganalisis berbagai hal yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial budaya, demografi lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, informasi tentang persaingan di pasar industri dimana perusahaan itu berada. Sebelumnya perlu diketahui disini bahwa penentuan *scoring* dan *critical success factor* angkanya bebas, yang dipentingkan disini bahwa skor tersebut menunjukkan besarnya pengaruh (dampak) dari masing-masing faktor tersebut terhadap perusahaan yang bersangkutan. Ada lima tahap pengembangan EFAS matriks, pertama membuat *critical success factor* yang diidentifikasi dalam eksternal audit process yang mencakup perihal peluang dan ancaman. *Critical success factor* tersebut dibuat secara spesifik dengan menggunakan teknik statistik seperti prosentase, rasio dan perbandingan jika memungkinkan. Yang kedua menentukan bobot *critical success factor* dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot yang diberikan mencerminkan persepsi tentang pentingnya suatu faktor tertentu dibandingkan dengan faktor yang lain. Yang ketiga *setiap critical success factor* diberi rating antara 1 - 4. Yang keempat mengalikan antara bobot dan nilai ratingnya untuk mendapat skor untuk semua *critical success factor*. Yang kelima menjumlahkan skor untuk mendapatkan nilai skor total untuk perusahaan sudah tentu bahwa dalam EFAS matriks kemungkinan nilai terbesar adalah 5,0 dan nilai terendah adalah 1,0. Total skor 5,0 berarti bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total skor sebesar 1,0 berarti strategi - strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

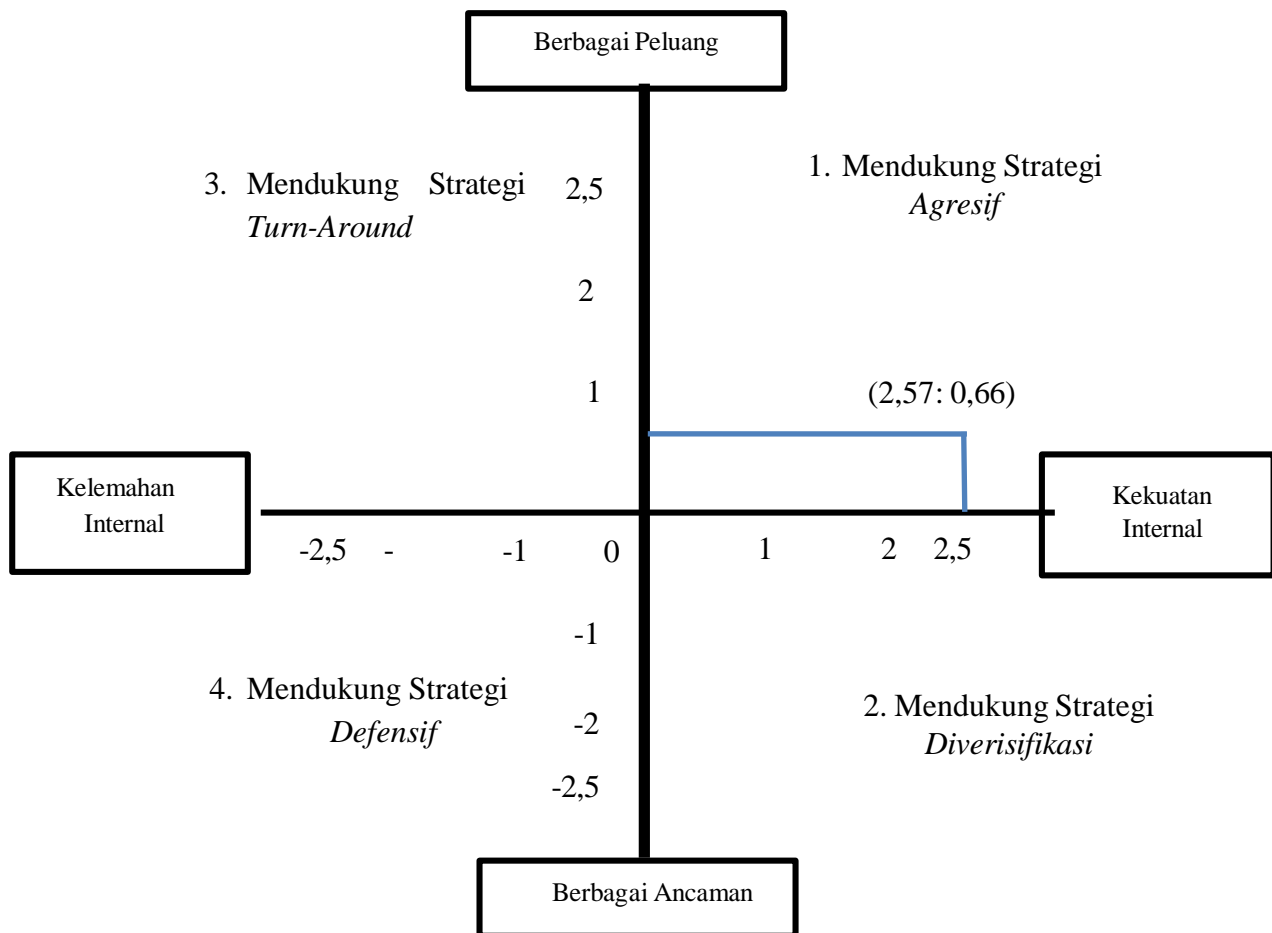
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan memiliki nilai total sebesar 3,23 berbanding kelemahan sebesar 0,66. Posisi perusahaan terhadap lingkungan di luar juga memiliki posisi yang kuat dimana peluang perusahaan memiliki nilai total sebesar 2,16 berbanding ancaman sebesar 1,50. Kekuatan dalam menentukan keunggulan UMKM The Rang Awak Cafe terdapat pada desain cafe yang unik dan estetik sangat bagus dijadikan sebagai spot foto yang menarik. Selain itu kekuatan cafe ini juga dipengaruhi oleh pelayanan yang ramah baik pelayanan dari owner maupun karyawan sehingga pelanggan cafe merasa ada suasana kekeluargaan dan nyaman di cafe ini, harga dari menu makanan dan minuman yang ditawarkan juga merupakan salah satu faktor kekuatan dari cafe ini. Harga makanan dan minuman yang relatif murah dengan porsi yang banyak membuat cafe ini selalu ramai dikunjungi. Faktor kekuatan lain dari cafe ini adalah jam operasional cafe yang panjang, cafe ini buka dari jam 09.00 pagi hingga pukul 00.00. karna jam operasional yang panjang cafe ini sering dijadikan sebagai tempat nonton bareng oleh kaum muda.

Kelemahan dalam menentukan keunggulan pada UMKM The Rang Awak Cafe adalah terbatasnya SDM yang dimiliki dan sempitnya lahan parkir. Hal ini menyebabkan manajemen sulit melakukan pengembangan dalam hal penambahan jumlah konsumen yang ingin makan ditempat. Peluang dalam menentukan keunggulan pada UMKM The Rang Awak Cafe adalah pertumbuhan industri makanan yang diramalkan masih akan sangat menguntungkan di masa depan dan terjalinnya kerjasama yang baik dengan komunitas lokal. Peningkatan tren gaya hidup masyarakat dan sikap konsumtif memberikan peluang bagi UMKM the Rang Awak untuk terus mengembangkan usahanya diiringi dengan inovasi terhadap keanekaragaman menu makanan dan selalu menjaga kualitas makanan. Ancaman dalam menentukan keunggulan pada UMKM The Rang Awak Cafe adalah munculnya regulasi tertentu dari pemerintah dan terjadinya fluktuasi harga bahan baku. Regulasi dari pemerintah seperti Covid - 19 dapat menyebabkan terhambatnya perkembangan industri ini dikarenakan adanya pembatasan jarak sosial. Fluktuasi harga bahan baku juga mengancam pertumbuhan industri ini karena manajemen akan sulit mengatur jumlah pengeluaran dan penghasilan.

Matriks IFAS dan EFAS									
FAKTOR INTERNAL (STRENGTH & WEAKNESS)					FAKTOR EKSTERNAL (OPPORTUNITIES & THREATS)				
	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor		Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Strength	1. Lokasi strategis	0.11	4	0.43	Opportunities	1. Pertumbuhan pasar	0.12	4	0.49
	2. Menu Unik	0.09	3	0.26		2. Kerjasama dengan komunitas lokal	0.15	4	0.59
	3. Layanan Baik	0.13	5	0.64		3. Diversifikasi menu	0.10	3	0.29
	4. Harga Bersaing	0.13	5	0.64		4. Saluran distribusi online	0.12	3	0.37
	5. Desain tempat menarik	0.13	5	0.64		5. Pengguna media sosial	0.12	3.5	0.43
	6. Jam operasional panjang	0.13	5	0.64					
	Sub Total	0.70		3.23		Sub Total	0.61		2.16
weakness	1. Sumber daya terbatas	0.09	2.5	0.21	threats	1. Persaingan dari cafe	0.15	4	0.59
	2. Ketergantungan Pada cuaca	0.13	2.5	0.32		2. Perubahan regulasi	0.12	4	0.49
	3. Lahan parkir sempit	0.09	1.5	0.13		3. Fluktuasi harga bahan baku	0.12	3.5	0.43
	Sub Total	0.30		0.66		Sub Total	0.39		1.5
	Total	1.00		3.89		Total	1.00		3.66

IFA S-W 2.5
 S 7
 EFA O-T 0.6
 S 6



SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil atas penentuan keunggulan melalui analisis SWOT yang dilakukan di UMKM The Rang Awak Cafe, sebagai berikut. Kekuatan produksi UMKM The Rang Awak Cafe meliputi, desain tempat yang menarik, jam operasional yang panjang, harga yang bersaing, pelayanan yang baik, lokasi yang strategis dan menu yang unik. Kelemahan produksi UMKM The Rang Awak Cafe meliputi, lahan parkir yang sempit, ketergantungan pada cuaca dan sumberdaya yang terbatas. Peluang produksi UMKM The Rang Awak Cafe meliputi, pertumbuhan pasar yang baik, kerjasama dengan komunitas lokal, diversifikasi menu, saluran distribusi online dan pengguna media sosial. Ancaman produksi UMKM The Rang Awak Cafe meliputi, tingkat persaingan antar industri sejenis, perubahan regulasi pemerintah dan flktuasi harga bahan baku.

Berdasarkan bobot nilai tersebut di atas, sebagaimana telah dijelaskan bab landasan teori bahwa analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal menyatakan bahwa sebuah perusahaan yang baik adalah jika Opportunities (peluang) lebih besar dibandingkan threats (ancaman) dan apabila Strengths (kekuatan) lebih besar dibandingkan Weaknesses (kelemahan) begitupula sebaliknya. Jadi, berdasarkan bobot nilai analisis SWOT tersebut di atas UMKM The Rang Awak Cafe termasuk sebuah perusahaan yang baik, karena faktor internal perusahaannya posisi Strengths (kekuatan) memiliki bobot nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan Weaknesses (kelemahan) dan pada faktor eksternal bobot nilai Opportunities (peluang) juga lebih besar jika dibandingkan dengan bobot nilai Threats (ancaman). Berdasarkan kuadran SWOT maka posisi perusahaan berada pada kuadran I (positif, positif) dengan nilai (2,57: 0,66). Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang, rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi agresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2007). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Griffin, M. (2004). *Manajemen*. Jakarta. Salemba Empat.
- Irawan, (2008) Manajemen pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- J. David Hunger, T. L. (2003). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Airlangga.
- Jogiyanto 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset Untuk Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sunarto. 2004. Anggaran Perusahaan. Yogyakarta : amus.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). Teknik Analisis SWOT dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 8-19; 22(1).