Vol. 1 No. 3 Edisi September 2025 E.ISSN. 3109-855X

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

ANALISIS SWOT PADA INOVASI UMKM MAKANAN TRADISIONAL (STUDI KASUS PADA WARUNG SEBLAK PRIWIAL KECAMATAN CIHAMPELAS)

SWOT ANALYSIS ON TRADITIONAL FOOD MSME INNOVATION (CASE STUDY ON PRIWIAL SEBLAK STALL IN CIHAMPELAS DISTRICT)

Niken Rahayu Lukman[1], Ani Wahyu Rachmawati[2]

[1]Universitas Wanita Internasional Bandung, Email : nikenrahayulukman21@gmail.com
[2]Universitas Wanita Internasional Bandung, Email : aniwahyu.06@gmail.com

*email koresponden: nikenrahayulukman21@gmail.com

DOI: https://doi.org/10.62567/ijosse.v1i3.1322

Abstract

This study aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) of Warung Seblak Priwial, a traditional food MSME in Cihampelas District, West Bandung Regency. Warung Seblak Priwial offers unique features such as a wider menu variety, an interactive buffet concept, and affordable delivery services with secure packaging. However, several operational constraints exist, such as limited workforce, irregular opening hours, minimal supporting facilities, and suboptimal digital promotion. The SWOT analysis was conducted through observation and in-depth interviews with the business owner and consumers, identifying product strengths and challenges in market competition, as well as adapting to rising raw material prices. The analysis results indicate that Warung Seblak Priwial has the potential to increase its competitiveness through optimizing digital promotions, improving service quality, expanding its online market, and continuing menu innovation efforts. Strategies for strengthening human resources and integrating with the digital ecosystem are considered crucial for maintaining its existence and expanding customer reach amidst increasingly fierce competition. This study recommends that Warung Seblak Priwial focus on utilizing internal factors, namely strengths and weaknesses, and then utilizing external factors, namely opportunities and threats, in order to realize sustainable business growth.
Keywords: *Bussiness Innovation, SWOT Analysis, Traditional Food MSME*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) pada inovasi bisnis Warung Seblak Priwial yang merupakan UMKM makanan tradisional di Kecamatan Cihampelas, Kabupaten Bandung Barat. Warung Seblak Priwial menawarkan keunikan berupa variasi menu yang lebih banyak, konsep prasmanan yang interaktif, serta layanan pesan antar dengan biaya terjangkau dan kemasan yang aman. Namun, terdapat sejumlah kendala operasional seperti keterbatasan tenaga kerja, jadwal buka yang tidak menentu, fasilitas pendukung yang minim, dan promosi yang belum

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

maksimal secara digital. Analisis SWOT dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pemilik usaha dan konsumen, yang mengidentifikasi keunggulan produk dan tantangan dalam persaingan pasar serta adaptasi terhadap kenaikan harga bahan baku. Hasil analisis menunjukkan bahwa Warung Seblak Priwial berpotensi meningkatkan daya saing melalui optimalisasi promosi digital, pengembangan kualitas pelayanan, perluasan pasar daring, serta upaya inovasi menu yang berkelanjutan. Strategi penguatan sumber daya manusia serta integrasi dengan ekosistem digital dinilai penting untuk mempertahankan eksistensi dan memperluas jangkauan pelanggan di tengah persaingan yang semakin sengit. Penelitian ini merekomendasikan agar Warung Seblak Priwial fokus pada pemanfaatan faktor internal yaitu kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness), lalu pemanfaatan faktor eksternal yaitu peluang (opportunity) dan ancaman (threats) guna mewujudkan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan
Kata Kunci: Inovasi Bisnis, Analisis SWOT, UMKM Makanan Tradisional.

1. PENDAHULUAN

Industri kuliner Indonesia, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), menjadi salah satu penggerak utama perekonomian nasional. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan kontribusi umkm terhadap PDB mencapai 60%-61% pada 2025, dengan sektor kuliner sebagai penyumbang terbesar. Fenomena ini tidak lepas dari adaptasi terhadap tren global, termasuk permintaan akan pengalaman kuliner yang personal dan interaktif.

Sebagai bagian dari kekayaan kuliner tradisional, seblak telah berevolusi dari makanan jalanan menjadi produk yang diminati berbagai kalangan. Popularitasnya didukung oleh fleksibilitas rasa dan harga terjangkau, dengan rata-rata harga *topping* seblak prasmanan sekitar Rp2.000 per porsi. Namun, persaingan yang ketat memicu perlunya inovasi, salah satunya melalui konsep seblak prasmanan yang memungkinkan konsumen memilih *topping* dan tingkat kepedasan secara mandiri.

Menurut undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, serta perubahan melalui Undang-undang cipta kerja Nomor 6 tahun 2023. Regulasi ini mengatur kriteria, perlindungan, pemberdayaan, hingga peran pemerintah sebagai fasilitator dan pembuat ekosistem usaha yang kondusif. Penguatan SDM melalui pelatihan dan pendampingan teknis, serta fasilitasi akses teknologi dan pasar adalah kunci pengembangan umkm makanan tradisional yang berkelanjutan (Sahuda, 2024).

Tantangan utama yang dihadapi umkm makanan tradisional adalah keterbatasan modal, akses pasar, pengetahuan digital, serta kesiapan SDM. Digitalisasi dan kolaborasi dengan platform online menjadi solusi utama untuk meningkatkan daya saing dan omset di masa kini. Industri kuliner, khususnya makanan tradisional menjadi lokomotif kebangkitan ekonomi kreatif dan perlu inovasi agar mampu bersaing di pasar modern (Sandiaga Uno, 2022).

Pengembangan umkm perlu mengintegrasikan teori kewirausahaan, penguatan SDM, dan ekosistem bisnis yang mendukung agar mampu bertahan dan berkembang di tengah tantangan globalisasi dan digitalisasi. Strategi pengembangan umkm berbasis ekonomi kreatif harus memprioritaskan peningkatan kualitas SDM, inovasi, dan kolaborasi dengan pemerintah untuk memperkuat daya saing local (Ghalib Agfa Polnaya, 2020).

Usaha mikro, kecil, menengah atau UMKM merupakan kelompok usaha kecil yang diyakini memiliki potensi untuk memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia, terutama pada masa krisis, di mana puluhan perusahaan besar dipandang sebagai yang selamat dari krisis, di mana puluhan perusahaan besar bangkrut. Dalam proses pembangunan ekonomi

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

Indonesia, usaha mikro selalu digambarkan sebagai cabang ekonomi yang penting, karena mayoritas penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam usaha kecil, industri tradisional dan modern.

Penelitian ini lebih berfokus pada inovasi bisnis yang diterapkan dalam usaha seblak di Cihampelas. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan perspektif baru mengenai bagaimana kreativitas inovasi menu dalam bisnis seblak prasmanan yang dapat menjadi faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Bentuk usaha umkm bukanlah hal yang tabu lagi di mata masyarakat. Sebagai langkah awal untuk mendapatkan ide usaha, perlu dilakukan pengamatan terhadap umkm yang ada agar kita dapat mengaplikasikan ilmunya. Selain itu, carilah peluang pengembangan yang ada seperti wirausawan atau pebisnis yang berkecimpung di industri kuliner yang berinovasi dalam industri makanan. Akibatnya, banyak operator restoran bangkrut karena bisnisnya menurun.

Bandung merupakan salah satu kabupaten di Jawa Barat yang banyak penduduknya berbisnis kuliner, salah satunya adalah warung Seblak Priwial yang terletak di Kampung Cisedong Desa Mekarjaya Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat. Dari hasil wawancara kepada 15 konsumen warung Seblak Priwial ini terdapat kelebihan yang membedakan dengan warung seblak lain di daerah Kecamatan Cihampelas, Berikut beberapa kelebihan Seblak Priwial yang membedakan dari tempat lain yaitu:

1) Lebih banyak pilihan menu dan para pelanggan tidak akan bosan dengan menu yang itu-itu saja karena banyak varian menu dan banyak varian bahan- bahan seblak
2) Tersedia tempat duduk *indoor* dan *outdoor* untuk pelanggan yang memilih makan di tempat
3) Diberikan mangkok dan capitan serta kertas menu sehingga produk yang kita beli tidak tertukar dengan pelanggan lain
4) Pelanggan bisa *delivery* atau pesan antar ke rumah dengan ongkir yang sangat murah
5) Ketika memesan untuk dibawa pulang produk tetap aman dan tidak tumpah karna kemasan yang diberikan sangat tepat

Kelebihan – kelebihan dari warung Seblak Priwial ini menjadi daya tarik pelanggan untuk membuatnya menjadi salah satu warung Seblak terbaik di Kecamatan Cihampelas Maka menarik untuk mengetahui seperti apa analisis *SWOT* yang digunakan oleh Seblak Priwial dalam menjalankan bisnisnya.Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Analisis *SWOT* dari warung Seblak Priwial yang berada di Kecamatan Cihampelas,sehingga dapat diketahui bagaimana Seblak Priwial Cihampelas mewujudkan nilai tambahnya untuk diberikan kepada para pelanggan namun tetap bisa bersaing dengan para kompetitornya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha ini menghadapi kendala dalam operasional, tantangan operasional yang dihadapinya antara lain sebagai berikut :

1) Banyaknya pelanggan yang datang dalam waktu yang bersamaan, menyebabkan pemrosesan pesanan memerlukan waktu yang cukup lama, karyawan yang melayani sekaligus memasak hanya berjumlah 3 orang sehingga tidak optimal dalam melakukan pelayanan dengan cepat khususnya layanan pengantaran makanan.
2) Jadwal operasional belum menentu, sehingga para pelanggan mengeluhkan hal tersebut.
3) Lahan parkir yang terbatas menimbulkan kendala dalam pelayanan karena memungkinkan adanya kendala kenyamanan dan aksesibilitas bagi konsumen khususnya konsumen yang menggunakan mobil pribadi

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

4) Tidak adanya fasilitas penunjang seperti *smoking area*, mushola, dan toilet
5) Tidak adanya program keanggotaan *(member card)* juga menjadi kendala dalam membangun dan mengetahui loyalitas konsumen

Dapat dilihat dari beberapa tantangan operasional yang dihadapi Warung Seblak Priwial dalam menghadapi persaingan bisnis seblak di Cihampelas. Analisis *SWOT* memungkinkan perusahaan untuk mencocokkan sumber daya internal dan kapabilitas dengan lingkungan eksternal, sehingga membantu dalam mengembangkan strategi yang sesuai. Analisis ini dapat digunakan untuk membantu organisasi memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghindari ancaman (Pearce,2019). Melalui analisis *SWOT*, diharapkan warung seblak khususnya Warung Seblak Priwial di Cihampelas dapat meningkatkan daya saingnya di Kecamatan Cihampelas.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada bulan Maret 2025 diketahui bahwa warung Seblak berdiri sejak tahun 2016 di kampung Cisedong Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat, Warung Seblak Priwial menawarkan berbagai pilihan seblak yang lezat dengan harga terjangkau. Jika dibandingkan dengan pedagang lain yang rata-rata hanya menyediakan satu hingga tiga menu, Warung Seblak Priwial memiliki keunggulan tersendiri karena menyajikan lebih banyak variasi menu. Dapat dilihat dari gambar 1.1 berikut adalah varian menu dan minuman yang terdapat di Warung Seblak Priwial

Gambar 1.1 daftar menu seblak

(Sumber : seblak priwial)

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan, strategi memegang peranan krusial dalam mencapai tujuan karena strategi menentukan arah Tindakan serta metode yang digunakan untuk meraih hasil yang diinginkan. Menurut Anggun (2021:15) strategi memiliki tiga fungsi utama dalam pencapaian tujuan bisnis yaitu:

1) Strategi sebagai penunjang pengambilan keputusan. Stategi berfungsi sebagai elemen kunci untuk kesuksesan organisasi atau perusahaan dengan menciptakan pola atau tema yang memastikan konsistensi agar keputusan yang dibuat oleh individu di dalam organisasi/perusahaan
2) Strategi sebagai alat koordinasi dan komunikasi. Peran utama strategi dalam hal koordinasi dan komunikasi adalah untuk memastikan seluruh bagian dalam organisasi atau perusahaan bergerak dan berproses menuju tujuan yang sama
3) Stratei sebagai tujuan. Strategi bersama dengan misi dan visi menetapkan arah masa depan perusahaan secara jelas

Vol. 1 No. 3 Edisi September 2025 E.ISSN. 3109-855X
Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

Oleh karena itu, analisis *SWOT* diperlukan untuk mengidentifikasi analisis *SWOT* yang tepat guna meningkatkan daya saing warung Seblak Priwial di Kecamatan Cihampelas. Warung Seblak Priwial yang berada di Kampung Cisedong Rt 02/ Rw 10 Desa Mekarjaya Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat, dimana terdapat beberapa warung seblak lainnya di kecamatan Cihampelas yang disebut juga sebagai pesaing. Lokasi seluruh pesaing tersebut berada tidak jauh dari wilayah warung Seblak Priwial Cihampelas. Berikut data pesaing/kompetitor :

Tabel 1. Data kompetitor

No	Nama Warung Seblak	Data Pembanding
1	Seblak Ibu Elis	*Strength* : seblak 1 porsi lebih banyak dikarenakan bukan prasmanan *Weakness* : tidak ada tempat duduk jika ingin makan di tempat *Opportunity* : menambah beberapa bangku/ kursi untuk pelanggan yang mengantri *Threats* : beberapa menu di tiru oleh pesaing
2	Seblak Mamah Eno	*Strength* : seblak porsi Rp. 5000 masih bisa di beli dengan porsi yang banyak *Weakness* : bumbu yang kurang sedap dan terkesan pelit bumbu *Opportunity* : perbanyak memakai cabai asli dibanding dengan cabai bubuk *Threats* : Pelanggan beralih tempat langganan
3	Seblak Teh ulan	*Strength* : Banyak varian menu dan seblak nya enak *Weakness* : lama dan melayani pelanggan *Opportunity* : menambah karyawan untuk membantu melayani pelanggan *Threats* : Pelanggan beralih tempat langganan
4	Seblak Bi lastri	*Srength :* pelayanan cepat *Weakness* : dapur yang kurang higenis atau kurang bersih *Opportunity* : memberikan bangku/kursi untuk pelanggan yang mengantri *Threats* : pesaing lebih banyak
5	Seblak Teh cika	*Strength* : bumbunya pas dan kental *Weakness* : pelayanan kurang cepat dan jadwal buka yang tidak menentu *Opportunity* : menambah karyawan untuk membantu dan pastikan jadwal buka warung *Threats* : konsep menu yang mudah ditiru

(Sumber : diolah peneliti 2025)

Sebagai usaha yang baru berusia 9 tahun, produk yang dijual Warung Seblak Priwial kerap diminati anak-anak, remaja, bahkan orang dewasa. Pada tanggal 13 April 2025 telah dilakukan Prasurvey data awal terkait *SWOT* (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) kepada 15 orang konsumen sebagai data pendukung dari hasil observasi diatas, berikut data yang dihasilkan :

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

Tabel 2. Data Pra Survey

Jawaban	Pertanyaan			
Analisis *SWOT*	*Strength* (Berdasarkan fasilitas tempat)	*Weakness* (Berdasarkan pelayanan)	*Opportunity* (Berdasarkan makanan yang pernah dipesan)	*Threats* (Berdasarkan inovasi)
Konsumen 1	Bisa makan ditempat	Makanan datangnya lama	Jangan terlalu banyak minyak	Menunya mudah ditiru
Konsumen 2	Adanya tempat duduk untuk ngantri	Kurang cepat dalam menanggapi	Banyakin *topping* buat lumpia basah	Menu mudah ditiru
Konsumen 3	Tempatnya adem	Kurang cepat dalam menanggapi	Jeruk nipis nya kurang banyak	Menu mudah ditiru
Konsumen 4	Bisa makan di tempat	Pesanan lama di antar	Lebih banyakin es batu nya	
Konsumen 5	Disetiap meja terdapat tissue	Kurang respon	Jangan terlalu banyak air di seblak basahnya	
Konsumen 6	Bisa makan di tempat	Kalo *delivery* diantar nya lebih lama dibanding beli ketempat	Jangan terlalu banyak minyak	
Konsumen 7	Adanya lahan parkir	Kurang respon	Jangan terlalu banyak air di seblak basahnya	
Konsumen 8	Adanya outdoor dan indoor	Pesanan lama diantar	Banyakin *topping*	
Konsumen 9	Disediakan tissue	Pesanan lama diantar	Banyakin daun jeruknya	
Konsumen 10	Adanya lahan parkir	Kurang respon	Banyakin daun jeruknya	
Konsumen 11	Adanya outdoor dan indoor	Kurang respon	Lebih banyakin es batunya	
Konsumen 12	Bisa makan di tempat	Pesanan lama diantar	Banyakin *topping*	
Konsumen 13	Bisa makan di tempat	Kurang cepat dalam menanggapi	Banyakin *topping*	
Konsumen 14	Adanya lahan parkir	Pesanan lama diantar	Jangan terlalu banyak air di seblak kuahnya	
Komsumen 15	Adanya lahan parkir	Pesanan lama diantar	Jangan terlalu banyak minyak	

(Sumber : diolah peneliti 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Warung Seblak Priwial, diketahui bahwa salah satu kendala utama yang dihadapi adalah fluktuasi harga bahan baku yang tidak stabil. Hal ini mengharuskan pemilik usaha untuk lebih kreatif dalam mencari bahan pengganti agar

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

kualitas produk tetap terjaga dan keuntungan tetap diperoleh, meskipun harga bahan baku meningkat tanpa menaikkan harga jual produk.

Saat ini, promosi usaha dilakukan hanya melalui *platform WhatsApp* dan *Instagram* untuk menarik pelanggan. tetapi Seblak priwial ini lebih sering di promosikan secara mulut ke mulut oleh para pelanggan. Merek yang dibahas secara offline seringnya merupakan merek yang menonjol dan terlihat dan mudah di ingat. penelitian telah menunjukkan bahwa konsumen cenderung membuat berita WOM *(word of mouth)* mereka sendiri dan membagikan informasi mengenai pengalaman konsumsi positif mereka sendiri. mereka cenderung hanya meneruskan WOM negatif dan membagikan informasi yang mereka dengan tentang pengalaman konsumsi negatif orang lain (kotler keller, 2021 Hal 402).

Promosi tersebut dilakukan di *WhatsApp* dan *Instagram* dengan mengajak Masyarakat membeli produk dengan menggugah foto makanan dan memberikan keterangan. Pemilik Warung Seblak Priwial hingga saat ini belum memanfaatkan pemasaran digital melalui *platform online* seperti *Grabfood*, *Gofood*, atau *Shopeefood*. Akibatnya, warung ini masih kurang dikenal oleh masyarakat di luar wilayah Kecamatan Cihampelas. Selain itu, ada keluhan dari beberapa pelanggan terkait jam operasional warung yang belum konsisten.

Fakta-fakta tersebut menunjukkan bahwa Warung Seblak Priwial belum sepenuhnya mengoptimalkan uapaya pengembangan usahanya. Oleh sebab itu, sangat penting untuk merancang strategi khusus agar bisnis ini dapat terus berkembang dan bersaing di tengah ketatnya kompetisi usaha saat ini

Melalui analisis *SWOT* yang efektif, diharapkan Warung Seblak Priwaial Cihampelas dapat meningkatkan daya saingnya dan menjadi salah satu warung seblak yang terus eksis di kecamatan Cihampelas dan sekitarnya. Dengan memahami tantangan dan peluang dalam industri ini, Warung Seblak Priwial dapat mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalisir kelemahan dan ancaman yang dihadapi.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini difokuskan pada pengumpulan informasi deskriptif dan naratif untuk memahami pengalaman dan persepsi konsumen terhadap inovasi produk seblak di Warung Seblak Priwial. Subjek penelitian ini adalah pemilik usaha dan informan kunci (pelanggan), sedangkan objek penelitiannya adalah inovasi produk seblak yang ditawarkan oleh warung tersebut. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara mendalam dengan informan, dan dokumentasi. Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan model Miles and Huberman yang mencakup empat tahapan, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. *Strength* (Kekuatan)

Penelitian enelitian ini menemukan beberapa kekuatan *(Strength)* utama Warung Seblak Priwial. Menurut pemilik, inovasi menu menjadi daya tarik utama: *"Kalo untuk inovasi mah kita udah buat banyak menu baru seperti cipe, karedok, seblak balado, seblak kering… mungkin karna kita ada cipe yang pake bumbu kacang jadi itu yang sering dibilang beda dari yang lain"* (Wawancara, 11 Juni 2025). Selain itu, Teh Nabila menambahkan bahwa faktor kenyamanan tempat juga berperan penting: *"Disini mah suka rame yang beli teh karna ada*

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

tempat duduk… apalagi kalo outdoor bisa liat pemandangan kebun warga sama sungai, terus juga namanya Priwial katanya unik" (Wawancara, 11 Juni 2025).

Dari sisi karyawan, kekuatan terletak pada pelayanan dan cita rasa khas. Seperti disampaikan Bapak Supriatna: *"Mungkin dari pelayanan nya… karna kan ada sistem delivery yang bisa antar ke rumah"* (Wawancara, 11 Juni 2025). Hal serupa ditegaskan Teh Nabil: *"Banyak yang bilang mah rasa seblak disini beda… kuah nya teh kental dan wangi, ga cawerang (tawar)"* (Wawancara, 11 Juni 2025). Teh Ica juga menyoroti banyaknya pilihan topping: *"Karna banyak topping, mereka juga bisa request mau dipotong kaya gimana"* (Wawancara, 11 Juni 2025).

Pelanggan pun menilai inovasi dan variasi menu sebagai keunggulan. Teh Linda menyatakan: *"Inovasi yang paling bagus disini mah seblak kering sama seblak balado… terus ada tempat buat makan di tempat, kalo males keluar bisa pesan antar"* (Wawancara, 15 Juni 2025). Sementara Teh Zahra menekankan keragaman menu: *"Lebih suka jajan disini karna banyak pilihan menu nya… kalo dibandingkan sama warung seblak lain mah jarang-jarang jualan yang serba ada"* (Wawancara, 11 Juni 2025).

Secara keseluruhan, kekuatan Warung Seblak Priwial terletak pada inovasi menu, brand unik, cita rasa khas, fasilitas makan di tempat, layanan delivery, serta variasi topping dan menu non-seblak, menjadikannya salah satu warung seblak favorit di Cihampelas.

b. kelemahan *(Weakness)*

Warung Seblak Priwial memiliki sejumlah kekuatan baik dari pemilik, karyawan, maupun pelanggan. Menurut Teh Yayang selaku pemilik, kekuatan utama ada pada nama brand yang unik, variasi menu yang beragam, pilihan bumbu sesuai selera, serta fasilitas makan indoor dan outdoor (Wawancara, 11 Juni 2025). Teh Nabila menambahkan bahwa warung memiliki layanan pesan antar, cita rasa khas dengan kuah kental berbumbu, serta topping yang bervariasi (Wawancara, 11 Juni 2025). Dari sisi pelanggan, kekuatan yang paling dirasakan adalah rasa seblak yang kaya bumbu, pilihan menu tidak hanya seblak, serta layanan delivery dengan biaya terjangkau (Wawancara, 11 Juni 2025).

c. *Weakness* (Kelemahan)

Menurut Teh Yayang, kelemahan muncul jika bahan baku habis sehingga mengganggu pelayanan (Wawancara, 11 Juni 2025). Teh Nabila menambahkan bahwa keterbatasan waktu membuatnya tidak bisa selalu mengurus warung, serta menu baru kadang berhasil dan kadang gagal. Untuk mengatasi bahan baku, mereka biasa menyetok atau memesan dari pedagang (Wawancara, 11 Juni 2025). Dari sisi karyawan, Teh Ica menyebut sulitnya menyesuaikan rasa saat mencoba menu baru, sedangkan Teh Nabil menganggap menjelaskan menu baru ke pelanggan satu per satu cukup melelahkan (Wawancara, 11 Juni 2025). Namun, Bapak Supriatna sebagai driver menyebut menu baru tidak memengaruhi pekerjaannya. Dari pelanggan, kelemahan yang disoroti adalah seblak basah yang terlalu berair sehingga bumbu kurang terasa (Teh Evi dan Teh Santi), serta fasilitas warung yang dirasa sempit dan belum ada Wi-Fi (Teh Anggi, Teh Nurul, Teh Yuli) (Wawancara, 11 Juni 2025).

d. *Opportunity* (Peluang)

Menurut Teh Yayang, peluang besar Warung Seblak Priwial adalah rencana membuka cabang di Batujajar serta terus menambah menu baru seiring waktu (Wawancara, 11 Juni 2025). Dari karyawan, peluang terlihat dari promosi digital, seperti Teh Nabil yang rutin

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

mengunggah informasi buka warung di WhatsApp, dan Teh Ica yang membuat konten di TikTok dan Instagram meski masih melalui akun pribadi (Wawancara, 11 Juni 2025). Dari pelanggan, beberapa menyebut belum mengetahui promosi warung di media sosial karena lebih banyak mengenalnya dari mulut ke mulut (Kang Faisal, Wawancara 15 Juni 2025). Ada juga yang menilai konten media sosial dapat meningkatkan popularitas (Teh Cecil, Wawancara 16 Juni 2025). Dengan demikian, peluang utama adalah pengembangan cabang baru dan optimalisasi media sosial.

e. *Threats* (Ancaman)

Menurut Teh Yayang, ancaman datang dari pesaing yang membuka warung seblak serupa dengan menu hampir sama, meskipun ia yakin pelanggan tetap memilih Priwial (Wawancara, 11 Juni 2025). Teh Nabila menambahkan ancaman berupa kenaikan harga bahan baku dan kondisi ekonomi yang tidak stabil, yang bisa membuat pengeluaran bertambah atau karyawan harus dirumahkan (Wawancara, 11 Juni 2025). Dari sisi karyawan, Teh Nabil menyebut bahwa kenaikan harga bahan baku sering memaksa pengurangan bumbu atau topping agar harga jual tidak naik (Wawancara, 11 Juni 2025). Menurut pelanggan, ancaman yang mereka rasakan terkait fasilitas terbatas, terutama lahan parkir (Teh Cecil), adanya miskomunikasi antar karyawan (Tiara), pelayanan yang kadang lambat (Rania), serta promosi yang masih mengandalkan mulut ke mulut (Sri, Khoirunnisa) (Wawancara, 15 Juni 2025).

f. Matrix SWOT

Matrix SWOT merupakan alat untuk Menyusun faktor-faktor strategis organisasi atau perusahaan dan menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal bisa di sesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan (Isniati & Rizki, 2019). Analisis ini akan mengidentifikasi secara mendalam kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) yang merupakan faktor-faktor internal perusahaan, serta peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang berasal dari lingkungan eksternal. Analisis matriks SWOT ini akan menjadi landasan bagi Warung Seblak Priwial dalam mengambil keputusan strategis, sehingga warung dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi.

g. Strategi S-O *(Strength- Opportunity)*

Strategi ini menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengurangi atau menghadapi ancaman eksternal, tidak selalu berarti menghadapi ancaman secara langsung tetapi memanfaatkan kekuatan guna mengurangi dampaknya (Rangkuti, 2005). Dengan adanya faktor-faktor internal dan eksternal ini, diharapkan Warung Seblak Priwial dapat mengambil langkah-langkah strategis yang tepat guna mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di masa depan dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Hal tersebut disampaikan Teh Yayang dan Teh Nabila kepada penulis dalam wawancara sebagai berikut :

> "Kalo untuk kekuatan yang menjadi peluang di Warung Seblak Priwial ini ada sih teh dari fasilitas sih teh karna kan warung lain gaada tempat makan di tempat nah kalo kita kan ada terus juga ada indoor sama outdoor" (Wawancara, 15 Juni 2025)

Adapun sudut pandang dari karyawan tentang Analisis S-O ini, hal tersebut disampaikan oleh Teh Nabil dalam wawancara sebagai berikut:

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

> "Kalo menurut saya mah mungkin kalo diadain promo dengan diberikan kartu jika pembelian lebih dari sepuluh kali maka akan diberikan gratis menu apapun dengan harga 1 porsi mungkin akan lebih menguntungkan"

h. Strategi S-T *(Strengt-Threats)*

Strategi ini menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengurangi atau menghadapi ancaman eksternal, tidak selalu berarti menghadapi ancaman secara langsung tetapi memanfaatkan kekuatan guna mengurangi dampaknya (Rangkuti, 2005). Dalam upaya mempertahankan posisinya sebagai umkm di Kecamatan Cihampelas Warung Seblak Priwial tidak hanya perlu memaksimalkan kekuatan-kekuatan internal yang dimiliki, tetapi juga harus waspada terhadap ancaman-ancaman eksternal yang dapat menghambat pertumbuhan bisnisnya. Sebagai UMKM Warung Seblak Priwial menyadari bahwa lingkungan persaingan yang semakin ketat dan dinamis menuntut perusahaan untuk secara proaktif mengidentifikasi dan memitigasi berbagai tantangan yang mungkin muncul. Dengan memahami ancaman-ancaman potensial serta mengupayakan strategi yang tepat untuk menangkalnya, Hal tersebut disampaikan Teh Nabila dan Teh Yayang kepada penulis dalam wawancara sebagai berikut :

> "kalo dari kekuatan jadi ancaman mah mungkin dari menu sih teh karna kan kita tuh yang awalnya ngasih menu cipe terus lambat laun warung seblak lain pada ngikutin menu cipe kita" (Wawancara, 15 Juni 2025)

Analisis strength-threats di atas menunjukkan bahwa Warung Seblak Priwial memiliki kekuatan internal yang cukup kuat, namun juga harus menghadapi berbagai ancaman eksternal yang potensial menghambat pertumbuhan bisnisnya. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyusun strategi yang tepat untuk memanfaatkan kekuatannya dalam menghadapi tekanan persaingan, dan plagiarismen oleh usaha lain.

i. Strategi W-O *(Weakness-Opportunity)*

Strategi ini dirancang dengan memperbaiki kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Ditekankan bahwa terkadang peluang besar ada tetapi organisasi harus terlebih dahulu memperbaiki kelemahannya untuk dapat mengambil peluang tersebut (Rangkuti, 2005). Melalui Analisis W-O dapat mengidentifikasi area-area yang membutuhkan perbaikan dan merancang strategi yang efektif untuk memanfaatkan potensi yang belum tergali secara optimal. Hal tersebut disampaikan Teh Yayang dan Teh Nabila kepada penulis dalam wawancara sebagai berikut :

> "Nah kalo untuk kelemahan yang bisa menjadi peluang mungkin bisa nambah cabang atau nambah lagi karyawan atau mungkin pengen lebih aktif di sosial media" (Wawancara, 15 Juni 2025)

Analisis weakness-opportunities di atas menunjukkan bahwa Warung Seblak Priwial perlu memperkuat kapabilitas internal dalam memanfaatkan peluang-peluang yang ada di pasar. Dengan mengatasi kelemahan pada aspek teknologi dan inovasi produk, serta mengoptimalkan sumber daya dan anggaran yang tersedia, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing.

j. Strategi W-T *(Weakness- Threats)*

Strategi ini bertujuan meminimalkan kelemahan internal serta menghindari atau mengurangi ancaman eksternal. Diterapkan Ketika organisasi berada dalam posisi tidak mneguntungkan (Rangkuti,2005). Dalam konteks analisis SWOT, fokus pada aspek weakness dan threats menjadi penting untuk mengidentifikasi dan mengatasi tantangan-tantangan utama yang dihadapi perusahaan. Kelemahan internal, seperti keterbatasan sumber daya atau kapabilitas, dapat menjadi kerentanan yang harus diatasi. Sementara itu, ancaman eksternal,

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

seperti munculnya pesaing baru atau perubahan preferensi konsumen, dapat menimbulkan risiko bagi keberlanjutan bisnis. Berikut hal-hal yang disampaikan Teh Yayang dan Teh Nabila sebagai pemilik kepada penulis pada saat wawancara :

> "kalo untuk kelemahan jadi ancaman mungkin perihal bahan baku sama kinerja karyawan aja sih teh, karna kan kalo bahan baku ga sesuai *budget* kita juga mengalami krisis ekonomi" (Wawancara, 15 Juni 2025)

Sebagai UMKM, Warung Seblak Priwial perlu melakukan perluasan cabang ke lokasi-lokasi strategis lainnya untuk menghadapi munculnya pesaing baru dengan konsep serupa. Di sisi lain, perusahaan juga terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan agar dapat menyesuaikan dengan perubahan tren serta preferensi konsumen yang cepat berubah.

Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi Warung Seblak Priwial dengan cara memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Dari faktor internal, kekuatan yang dimiliki meliputi fasilitas indoor dan outdoor, brand unik, menu baru yang selalu hadir, karyawan yang ramah, layanan delivery, cita rasa khas berbumbu kental, serta topping beragam. Sementara itu, kelemahan yang masih ada antara lain kendala bahan baku, penyesuaian karyawan terhadap menu baru, kesulitan komunikasi dengan pelanggan, kualitas seblak basah yang kadang terlalu berair, keterbatasan lahan maupun cabang, serta belum tersedianya fasilitas Wi-Fi. Dari faktor eksternal, peluang yang dapat dimanfaatkan yaitu membuka cabang baru dan memperluas promosi melalui media sosial, sedangkan ancaman yang dihadapi berupa munculnya pesaing dengan menu serupa, perubahan tren konsumen, fluktuasi harga bahan baku, pelayanan yang belum maksimal, serta strategi pemasaran yang masih bergantung pada mulut ke mulut.

Berdasarkan hasil analisis, strategi yang dapat diterapkan adalah strategi S-O dengan memanfaatkan fasilitas yang ada untuk menarik pelanggan serta membuat program member card agar konsumen lebih loyal. Strategi S-T dilakukan dengan mematenkan nama dan produk agar tetap kuat menghadapi pesaing. Strategi W-O meliputi membuka cabang baru, memperluas lahan, menambah karyawan, serta meningkatkan promosi melalui media sosial. Adapun strategi W-T difokuskan pada antisipasi kenaikan harga bahan baku dan peningkatan kinerja karyawan agar pelayanan lebih cepat dan optimal. Selain itu, peningkatan inovasi juga menjadi fokus utama Warung Seblak Priwial, meliputi inovasi produk, proses, model bisnis, pemasaran, dan organisasi. Strategi penetrasi pasar dilakukan dengan memperkuat promosi, memperluas distribusi, serta membangun kemitraan strategis. Pengembangan sumber daya manusia turut ditekankan untuk mendukung keberlanjutan inovasi. Dengan langkah-langkah tersebut, Warung Seblak Priwial diharapkan mampu menjadi UMKM unggulan di Kecamatan Cihampelas.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT yang diterapkan pada Warung Seblak Priwial berhasil mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh usaha tersebut. Pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor tersebut memungkinkan Warung Seblak Priwial untuk merumuskan strategi inovasi yang tepat dan efektif melalui matriks SWOT. Strategi inovasi yang dihasilkan tidak hanya berfokus pada pemanfaatan kekuatan dan peluang, tetapi juga mengatasi kelemahan serta memitigasi ancaman yang ada. Implementasi inovasi tersebut terbukti menjadi langkah strategis yang penting untuk meningkatkan daya saing Warung Seblak Priwial di pasar kuliner

Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)
Journal page is available to
https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index
Email: admin@jurnalcenter.com

yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, analisis SWOT dan strategi inovasi yang terintegrasi menjadi landasan utama dalam pengembangan usaha yang berkelanjutan dan berorientasi pada peningkatan nilai tambah bagi pelanggan. Warung Seblak Priwial diperkirakan akan mampu mempertahankan serta memperkuat posisinya dengan terus melakukan inovasi yang responsif terhadap dinamika pasar dan kebutuhan konsumen.

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Manajemen Pemasaran (Edisi 13) Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Intisari Manajemen Pemasaran (Edisi 6) . Jakarta : Erlangga

Hinelo, R., Abdul, I., Selvi., Machmud, R., Asnawi, M. (2025). Strategi Berkelanjutan Dalam Pengembangan UMKM. Merjosari: CV Literasi Nusantara Abadi

Yusuf, M., Haryoto, C., Husainah, N., Nuraeni. (2023). Teori Manajemen. Sumatra Barat : Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim

Jurnal

Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. Journal of Global Business Insights, 6(1), 54-72.

Cummins, S., W. Peltier, J., A. Schibrowsky, J., & Nill, A. (2014). Consumer behavior in the online context. Journal of Research in Interactive Marketing, 8(3), 169-202.

Faisal Dhermawan1,Putri Delvina Sari2, Yupita Asmul Fauziah3, Dea Dalilla4,Marliana Priyandini5, Rismawati. 2025. "Inovasi Rasa dan Strategi Pemasaran: Kunci Sukses UMKM Seblak di Tengah Persaingan". _Jurnal Penelitian ilmu-ilmu sosial_ 2 no.6 : 96-99

Gajjar, N. B. (2013). Factors affecting consumer behavior. International Journal of Research in Humanities and Social Sciences, 1(2), 10-15.

Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis–where are we now? A review of academic research from the last decade. Journal of strategy and management, 3(3), 215-251.

Kumalasari, R. A. D., Permanasari, K. I., Karismariyanti, M., & Munandar, D. (2022). Mobile Banking: System Quality, Information Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty. Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran, 9(1), 141-148.

Lestari, T. W., Nurjaya, N., Merdiani, W., Putra, A. N., & Rizky, N. A. D. (2024). Service Quality and Promotion Impact on Purchasing Decisions and Consumer Satisfaction in Using Aqua Bottled Water by PT Tirta Investama in Gebang Purworejo District. Majalah Ilmiah Bijak, 21(2), 369-380.