

Analisis SWOT dan Penerapan Empat Fungsi Manajemen pada UMKM: Studi pada Lumpia Beef Lumer Pontianak

Sapura Wati¹, Risqa Azzahra², Nayla Rahmah Salsabilah³
^{1,2,3} Universitas Tanjungpura

Histori Naskah

Diserahkan:
28-01-2026

Direvisi:
30-02-2026

Diterima:
04-03-2026

Keywords

ABSTRACT

This qualitative study analyzes the development strategy of the Lumpia Beef Lumer Pontianak UMKM through a SWOT approach and evaluation of the implementation of four management functions, revealing that although this business has key strengths in product quality, friendly service, strategic location, and flavor innovation, as well as opportunities from practical food trends and digital partnerships, its development is still limited by weaknesses such as the absence of a financial system and official permits, inconsistent promotion, and threats of rising raw material prices and healthy living trends. Therefore, SO, WO, ST, and WT strategies are formulated and integrated with the functions of planning, organizing, directing, and supervising to achieve sustainable business development.

: *UMKM, SWOT Analysis, Management Functions, Business Development, Lumpia Beef Lumer*

ABSTRAK

Penelitian kualitatif ini menganalisis strategi pengembangan UMKM Lumpia Beef Lumer Pontianak melalui pendekatan SWOT dan evaluasi penerapan empat fungsi manajemen, yang mengungkap bahwa meskipun usaha ini memiliki kekuatan utama pada kualitas produk, pelayanan ramah, lokasi strategis, dan inovasi rasa, serta peluang dari tren makanan praktis dan kemitraan digital, namun perkembangannya masih dibatasi oleh kelemahan seperti tidak adanya sistem keuangan dan izin resmi, promosi yang tidak konsisten, serta ancaman kenaikan harga bahan baku dan tren hidup sehat, sehingga dirumuskan strategi SO, WO, ST, dan WT yang terintegrasi dengan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan untuk mencapai pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Kata Kunci : UMKM, Analisis SWOT, Fungsi Manajemen, Pengembangan Usaha, Lumpia Beef Lumer

Corresponding Author : Sapura Wati, Universitas Tanjungpura, Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Bansir Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat, e-mail: b1061241012@student.untan.ac.id

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan bisnis di Indonesia cukup terbilang sangat pesat di bidang kuliner atau makanan, karena kuliner merupakan kebutuhan sehari-hari dari masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bisnis kuliner yang berkembang saat ini. Salah satunya adalah lumpia beef, Lumpia beef ini memiliki peluang yang menjanjikan karena tengah digandrungi oleh kawula muda. Usaha lumpia beef ini merupakan salah satu kegiatan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Semakin meningkatnya pertumbuhan UMKM di Indonesia, maka kompetisi pasarpun akan menjadi semakin ketat (Pangestu dkk., 2023). Ketika krisis ekonomi menerpa dunia otomatis memperburuk kondisi ekonomi di Indonesia. Kondisi krisis terjadi priode tahun 1997 hingga 1998, hanya sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang mampu tetap berdiri kokoh. Data Badan Pusat Statistik merilis keadaan tersebut pasca krisis ekonomi jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat pertumbuhannya teruas, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja samapai tahun 2012. Pada tahun itu jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, UMKM sebanyak 56.534.592 unit atau sebesar 99,99%. Sisanya sekitar 0,01% atau sebesar 4.968 unit adalah Usaha bersekala besar (Rahman & Oktavianto, t.t.).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia dan perputaran ekonomi. Pengembangan sektor UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi dan pengurangan kemiskinan. UMKM berperan penting dalam mendukung perekonomian dan menciptakan lapangan kerja yang signifikan (Fajariandi & Permatasari, 2024) Salah satu UMKM yang berkembang di Kota Pontianak adalah *Lumpia Beef Lumer*, sebuah usaha makanan ringan yang berdiri sejak tahun 2022 dan dikelola oleh Syarif Jamaluddin. Lumpia beef merupakan makanan cepat saji yang sempat ramai diperbincangkan di awal tahun 2022 dikarenakan keunikan pada makanan ini sehingga menarik minat pecinta kuliner untuk mencoba salah satu makanan siap saji tersebut (Fitriyani, 2025). Lumpia Beef Lumer hadir sebagai respons terhadap tren kuliner modern yang banyak digemari oleh masyarakat, terutama kalangan anak muda dan Gen Z. Keunikan produk ini terletak pada kombinasi isian daging sapi yang lembut seperti isian burger, namun dibalut dengan kulit lumpia sehingga menghasilkan cita rasa baru yang berbeda dari produk lumpia pada umumnya. Ciri khas tersebut menjadikan Lumpia Beef Lumer cepat dikenal dan diminati sejak awal kemunculannya.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa analisis SWOT merupakan pendekatan yang banyak digunakan dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM. Penelitian Fadlurrahman dkk. (2023) mengembangkan kerangka implementasi strategi berbasis SWOT yang menegaskan bahwa identifikasi faktor internal dan eksternal perlu diikuti dengan tahapan implementasi agar strategi dapat dijalankan secara efektif (Fadlurrahman dkk., 2023). Sementara itu, Bismala (2017) menemukan bahwa efektivitas pengelolaan UMKM tidak hanya ditentukan oleh analisis SWOT, tetapi juga oleh integrasi manajemen produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan sebagai satu kesatuan model manajemen usaha (Bismala, 2016). Penelitian Suci dkk. (2020) pada UMKM di Kota Malang menunjukkan bahwa hasil analisis SWOT menempatkan sebagian besar UMKM pada kuadran strategi agresif (SO), sehingga penguatan kualitas pelayanan, sumber daya manusia, dan pemanfaatan peluang pasar menjadi prioritas pengembangan. Penelitian Sinatria (2024) mengenai UMKM Buciso Florist juga menyimpulkan bahwa analisis SWOT mampu meningkatkan daya saing melalui penguatan branding dan penyusunan strategi manajemen yang adaptif terhadap dinamika persaingan pasar (Sinatria, 2024). Selain itu, Marha dan Yandri (2026) mengombinasikan analisis SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS untuk menghasilkan strategi pertumbuhan (growth-oriented strategy), yang menunjukkan bahwa pemetaan faktor internal dan eksternal dapat menjadi dasar penyusunan strategi bisnis yang lebih terukur (Marha & Yandri, 2026).

Kajian yang mengintegrasikan hasil analisis SWOT dengan penerapan empat fungsi manajemen pada tingkat operasional UMKM masih relatif terbatas.

Meskipun analisis SWOT telah banyak digunakan sebagai instrumen untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM, sebagian besar penelitian masih berhenti pada tahap identifikasi faktor internal dan eksternal tanpa mengkaji bagaimana hasil analisis tersebut diintegrasikan ke dalam fungsi-fungsi manajemen yang menentukan efektivitas implementasi strategi. Kesenjangan ini menyebabkan rekomendasi yang dihasilkan cenderung bersifat deskriptif dan normatif, sehingga belum mampu menjelaskan hubungan antara formulasi strategi dengan praktik perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam pengelolaan usaha. Kondisi tersebut juga tampak pada UMKM Lumpia Beef Lumer Pontianak yang memiliki berbagai potensi dan tantangan, namun belum diketahui sejauh mana faktor-faktor SWOT telah diterjemahkan ke dalam pelaksanaan fungsi manajemen sebagai dasar pengembangan usaha yang berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang tidak hanya mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, tetapi juga menganalisis keterkaitan hasil analisis SWOT dengan penerapan empat fungsi manajemen agar diperoleh strategi pengembangan yang lebih operasional dan aplikatif bagi UMKM..

LANDASAN TEORI

Pengertian Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

1. *Strengths* (Kekuatan)

Menurut (Winata & Sinatria, t.t.) kekuatan adalah kekuatan adalah sumber daya, yaitu sumber daya, keterampilan atau kemampuan dan keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Kekuatan menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi di pasar.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

Menurut (Winata & Sinatria, t.t.) kelemahan adalah kelemahan adalah terbatasnya sumber daya yang ada di dalam perusahaan serta kemampuan dan kapasitasnya, yang secara langsung menurunkan tingkat kinerja perusahaan. Kelemahan tersebut antara lain buruknya fasilitas, dana yang tidak mencukupi, kemampuan manajemen dan lemahnya kemampuan pemasaran.

3. *Opportunities* (Peluang)

Menurut (Winata & Sinatria, t.t.) peluang merupakan kondisi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Peningkatan teknologi, peningkatan hubungan antara perusahaan dan pembeli merupakan salah satu gambaran kemungkinan yang dimiliki perusahaan.

4. *Threats* (Ancaman)

Menurut (Winata & Sinatria, t.t.) ancaman adalah kondisi yang tidak baik atau menguntungkan bagi perusahaan. Ancaman merupakan gangguan terbesar terhadap posisi perusahaan saat ini atau yang diinginkan. Peraturan pemerintah yang baru atau yang diganti dapat menjadi salah satu ancaman terhadap kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Empat fungsi manajemen merupakan rangkaian aktivitas yang saling berkaitan dalam mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Fungsi pertama adalah perencanaan (*planning*), yaitu proses menetapkan tujuan, menyusun strategi, serta menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai sasaran organisasi. Fungsi kedua adalah pengorganisasian (*organizing*), yakni proses mengatur sumber daya, membagi tugas, menetapkan wewenang, dan membentuk struktur kerja agar setiap aktivitas dapat berjalan secara terkoordinasi. Selanjutnya, pengarahan (*directing*) berperan dalam menggerakkan seluruh sumber daya melalui kepemimpinan, komunikasi, motivasi, dan koordinasi sehingga setiap individu mampu melaksanakan tugas sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Adapun fungsi terakhir, pengawasan (*controlling*), merupakan proses memantau, mengevaluasi, dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan dengan membandingkan hasil yang dicapai terhadap rencana yang telah disusun, sehingga penyimpangan yang terjadi dapat segera diperbaiki (Agnusia, 2022; Amirullah, 2015; Arrafinur & Bahrani, 2025). Keempat fungsi tersebut membentuk suatu siklus manajemen yang saling melengkapi dan menjadi dasar bagi organisasi, termasuk UMKM, dalam meningkatkan efektivitas operasional serta mencapai keberlanjutan usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Melalui metode ini, peneliti berupaya mendapatkan pemahaman mendalam mengenai kondisi usaha pada waktu penelitian dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana perencanaan dan pengelolaan usaha dilakukan oleh pemilik, khususnya terkait analisis lingkungan internal dan eksternal menggunakan pendekatan SWOT. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha Lumpia Beef Lumer, observasi lapangan terkait proses produksi, pelayanan, serta interaksi dengan pelanggan, dan dokumentasi berupa pencatatan data pendukung usaha. Subjek penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha melalui analisis SWOT, sedangkan objek penelitian adalah UMKM Lumpia Beef Lumer yang berlokasi di Jalan Daya Nasional Pontianak.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan mengacu pada model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Bado, 2022; Creswell, 2014; Miles & Huberman, 1994). Pada tahap pengumpulan data, peneliti memperoleh informasi melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya, data direduksi dengan memilih dan mengelompokkan informasi yang relevan sesuai dengan fokus penelitian, yaitu faktor-faktor internal dan eksternal usaha berdasarkan analisis SWOT serta penerapan empat fungsi manajemen. Data yang telah direduksi kemudian disajikan secara sistematis dalam bentuk uraian deskriptif dan matriks SWOT untuk memudahkan interpretasi hubungan antar faktor. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan melalui proses interpretasi terhadap temuan penelitian sehingga diperoleh gambaran mengenai strategi pengembangan UMKM Lumpia Beef Lumer Pontianak berdasarkan analisis SWOT serta implementasi fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Latar Belakang Usaha

UMKM Lumpia Beef Lumer merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang makanan ringan dengan produk utama lumpia beef lumer. Usaha ini dimiliki oleh Syarif Jamaluddin dan mulai beroperasi pada tahun 2022 dengan lokasi usaha di Jalan Daya Nasional, tepatnya di dekat Masjid Al-Muhtadin Universitas Tanjungpura (Untan), Pontianak. Sejak berdiri, usaha ini berorientasi pada pengembangan bisnis jangka panjang dengan visi menjadikan Lumpia Beef Lumer sebagai perusahaan yang terus berkembang dan memiliki banyak cabang. Untuk mewujudkan visi tersebut, pemilik menetapkan beberapa misi, yaitu memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan dengan memperlakukan mereka layaknya teman sendiri, mengutamakan kualitas produk melalui penggunaan bahan baku pilihan, serta menciptakan variasi rasa dan menu yang inovatif guna meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Berikut Pertanyaan dan Jawaban Analisis Kualitatif SWOT dari Lumpia beef lumer Pontianak:

1. *Strength (Kekuatan)*

- a. Apa keunggulan dari lumpia beef lumer dibandingkan dengan lumpia beef lain di sekitar audit ini? Lumpia beef lumer Pontianak memiliki rasa yang menarik, dengan bahan yang berkualitas, tanpa pengawet, serta pelengkapannya.
- b. Bagaimana cara bapak memberikan pelayanan agar mendukung usaha bapak? Memberikan pelayanan yang ramah terhadap pelanggan, anggap pelanggan itu seperti teman sendiri
- c. Menurut bapak, bagaimana kemasan dapat menarik perhatian konsumen? Dengan memberikan packaging yang bersih dan menarik
- d. Bagaimana cara bapak menjaga kepuasan konsumen dalam hal pelayanan? Dengan cara membuat pesanan lumpia beef lumer yang cepat
- e. Bagaimana strategi bapak dalam menarik perhatian konsumen? Dengan membuat gerobak yang menarik, sehingga pelanggan jadi tertarik, memiliki harga yang terjangkau, dan banyak pilihan menu
- f. Apa yang menjadi keunikan dari produk bapak ini? Keunikannya terletak pada penggunaan beef seperti pada burger, namun tidak menggunakan roti melainkan dengan kulit lumpia
- g. Apakah lokasi usaha di Jl. Daya Nasional menjadi faktor pendukung utama bagi kelancaran usaha ini? Mengapa? Iya, karena lokasi yang strategis dan juga dari awal buka sudah di sini jadi pelanggan tidak susah untuk mencari tempat ini
- h. Bagaimana cara bapak menjaga kualitas rasa, bahan baku dari produk ini? Dengan cara memilih bahan baku yang segar, premium, alat yang digunakan bersih, dan tidak mengubah takaran rasa dari produk
- i. Apakah bapak pernah mengalami kesulitan untuk mencari bahan baku? Tidak, karena saya tidak hanya mencari di satu tempat saja tetapi banyak tempat yang menyediakan bahan baku ini dan bahan baku yang saya pakai ini mudah untuk saya temukan.
- j. Apakah pesaing baru menjadi ancaman bagi bapak? Tidak, karena orang-orang sudah tau kualitas dari produk saya dan rezeki sudah allah tentukan

2. *Weakness (Kelemahan)*

- a. Bagaimana kondisi fasilitas parkir yang tersedia bagi pelanggan di tempat usaha ini? Tidak memiliki tempat parkir, hanya parkir di depan stand saja
- b. Bagaimana sistem pengelolaan keuangan yang diterapkan dalam usaha ini? Tidak ada pengelolaan keuangan
- c. Apakah usaha ini sudah memiliki izin resmi dari pemerintah? Jika belum, apa alasannya? Nda ada izin dari pemerintah , karena memang sudah dari awal buka disini
- d. Dari sisi produksi, apakah lumpia yang dijual diproduksi sendiri atau diperoleh dari pihak lain? Tidak memproduksi lumpia sendiri, tapi saya beli sendiri di pasar atau tempat yang menyediakan kulit lumpia
- e. Apakah bapak memiliki rencana untuk mengembangkan usaha, misalnya dengan membuka cabang baru? Tidak memiliki niatan buka cabang, karena susah mencari tenaga kerja dan juga sekarang fokus ke yang 1 outlet ini
- f. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan melalui media sosial, seperti Instagram dan TikTok? Apakah dilakukan secara konsisten? Tidak konsisten upload konten di Instagram maupun TikTok, kadang hanya upload cerita di Instagram saja itu pun tidak setiap hari

3. *Opportunities (Peluang)*

- Apakah yang membuat bapak terinspirasi ingin membuka usaha ini? Karena munculnya tren Lumpia beef lumer yang menjadi cemilan kalangan anak muda apalagi gen z
- Menurut bapak apakah gaya hidup masyarakat yang suka sesuatu yang praktis itu bisa menjadi peluang bagi usaha bapak? Iya benar, gaya hidup masyarakat pontianak itu yang menyukai segala sesuatu yang praktis itu bisa menjadi peluang untuk usaha saya
- Untuk lokasi yang bapak pilih ini apakah strategis bagi usaha bapak? Iya sangat strategis, karena lokasi yang dipilih ini sudah dari awal saya buka usaha, tidak pernah pindah-pindah jadi pelanggan sudah tahu dan hafal tempat nya.
- Apakah Memiliki pelanggan yang tetap bisa menjadi peluang untuk bapak? Iya tentu menjadi peluang saya karena itu bisa menjadi keuntungan bagi saya
- Apakah bapak bekerja sama dengan aplikasi online untuk usaha ini? Iya, saya bekerja sama dengan aplikasi online seperti gojek dan maxim
- Apakah usaha bapak ini sudah menyediakan metode pembayaran online? Iya itu sudah ada qris
- Apakah bahan baku untuk usaha Bapak mudah ditemukan dan tersedia di banyak tempat? Iya, bahan baku mudah ditemukan karena saya tidak hanya mencari di satu tempat saja, tetapi di banyak tempat yang menyediakan bahan ini. Bahan baku yang saya pakai juga mudah untuk saya temukan
- Apakah bapak sudah melakukan promosi melalui media social? Sudah, saya promosi dengan tiktok dan juga instagram
- Apakah perubahan cuaca hujan bisa menjadi peluang untuk usaha bapak? Iya, karena saat cuaca dingin orang-orang suka makanan yang goreng-gorengan seperti lumpia beef ini

A. *Threats (Ancaman)*

- Kenapa bapak tidak mau buka outlet di tempat yang sudah di sediakan dan tidak ilegal? Karena saya sudah dari awal buka disini takutnya pelanggan itu susah mencari tempat baru outlet saya, kemudian tempat yang disediakan itu ada bayarannya tentu bisa mengurangi keuntungan.
- Apakah dengan adanya kebijakan atau aturan yang melarang jualan secara ilegal itu menjadi ancaman bagi usaha bapak? Iya, menjadi tantangan karena harus mencari tempat yang strategis lagi
- Apakah yang menjadi ancaman untuk usaha bapak ini dari bahan bakunya? Naiknya harga bahan baku, itu tentu akan mengurangi keuntungan usaha saya
- Apakah kendala yang sering muncul terkait jasa kurir dalam usaha bapak ini? Jasa kurir yang kadang kurang memperhatikan aspek keamanan barang
- Apakah ada ancaman bagi usaha bapak jika masyarakat banyak mengikuti tren gaya hidup sehat? Iya ada, karena semakin masyarakat sadar akan kesehatan pasti mereka akan mengurangi minyak-minyakan tentu mereka akan mengurangi beli lumpia ini juga sehingga keuntungan saya bisa berkurang jika banyak yang ikut tren tersebut
- Apakah cuaca menjadi ancaman bagi usaha bapak ini? Iya, karena saat angin kuat itu pasti akan mengganggu aktivitas jualan saya ini.

Tabel 1. Analisis SWOT Lumpia Beef Lumer Pontianak

Strengths	Weaknesses
1. Rasa yang menarik, tanpa pengawet dan bahan baku berkualitas	1. Tidak memiliki tempat parkir
2. Pelayanan yang ramah terhadap pelanggan	2. Tidak ada pengelolaan keuangan
3. Packaging yang bersih dan menarik	3. Tidak ada izin pemerintah
4. Penyajian cepat	4. Tidak memproduksi lumpia sendiri
5. Gerobak menarik	5. Tidak ada rencana buka cabang
6. Harga terjangkau	6. Promosi media social tidak konsisten

7. Banyak pilihan menu 8. Bahan segar dan premium, alat bersih, serta rasa produk yang konsisten 9. Inovasi unik 10. Lokasi strategis 11. Produk sudah dikenal dan dipercaya karena kualitasnya yang baik.	
Opportunities 1. Tren Lumpia Beef Lumer digemari anak muda dan Gen Z. 2. Gaya hidup praktis masyarakat 3. Lokasi strategis 4. Pelanggan tetap 5. Kerjasama dengan aplikasi online 6. Adanya pembayaran via qris 7. Bahan baku mudah ditemukan 8. Target pasar yang luas diikuti jangkauan yang luas lewat sosial media	Threats 1. Jasa kurir yang sering kurang memperhatikan aspek keamanan barang 2. Lokasi jualan illegal 3. Harga bahan baku 4. Jasa kurir 5. Tren masyarakat hidup sehat 6. Cuaca hujan

Tabel 2. Matriks SWOT Lumpia Beef Lumer Pontianak

Strategi SO	Strategi WO	Strategi ST	Strategi WT
- Menawarkan menu unik dengan rasa khas untuk menarik gen Z (S1,O1) - Memperkuat citra brand dengan pelayanan ramah dan cepat sesuai gaya hidup praktis (S2,O2) - Memaksimalkan promosi di media sosial dengan packaging menarik dan harga terjangkau (S3,O8) - Memanfaatkan kerja sama dengan aplikasi online dan QRIS untuk memperluas pasar (S6,O5,O6) - Menjaga kualitas rasa dan bahan segar agar pelanggan tetap loyal (S8,O4,O7)	- Menggunakan media sosial (Instagram,Tiktok) secara konsisten untuk promosi (W6,O8) - Membuat sistem pencatatan sederhana untuk keuangan (W2,O2) - Mengandalkan delivery online untuk mengatasi keterbatasan parkir (W1,O5) - Mengurus izin usaha agar legal dan bisa ikut program pemerintah (W3,O2) - Menyusun rencana ekspansi kecil berbasis franchise mini (W5,O1,O4)	- Menawarkan varian lebih sehat (panggang atau reduce oil) untuk menghadapi tren hidup sehat (S1,T5) - Menjaga kualitas dan pelayanan agar tetap unggul meski harga bahan baku naik (S2,S8,T3) - Memperkuat brand image lewat packaging dan rasa unik agar tahan persaingan (S3,S9,T2) - Menyesuaikan menu/promo sesuai cuaca (paket hangat saat musim hujan) (S7,T6) - Memberikan intruksi kurir agar keamanan makanan tetap terjaga (S4,T1)	- Mengurus izin usaha agar tidak terkena risiko penerbitan lokasi ilegal (W3,T2) - Menyusun sistem keuangan sederhana untuk antisipasi kenaikan bahan baku (W2,T3) - Promosi rutin di media sosial untuk mengimbangi tren hidup sehat (W6,T5) - Menjalin kerjasama dengan jasa kurir yang lebih profesional (W5,T4) - Meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha meski masi satu outlet (W5,T4)

Setelah melakukan analisis SWOT terhadap Lumpia Beef Lumer, Kami menemukan beberapa poin penting yang dapat mempengaruhi perkembangan strategi bisnis.

- Usaha ini memiliki beberapa keunggulan yaitu, kualitas produk yang baik, harga produk yang terjangkau dan banyaknya varian, pelayanan ramah dan cepat, lokasi yang strategis, dan pemasaran yang sudah bagus, Faktor-faktor ini memberikan nilai kompetitif dalam mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru.
- Namun memiliki beberapa kelemahan yaitu, tidak mempunyai lahan untuk parkir pelanggan, belum adanya izin usaha resmi, pencatatan keuangan yang belum maksimal, kurang konsisten dalam melakukan promosi, belum adanya rencana membuka cabang. Aspek-aspek tersebut perlu dibenahi agar operasional lebih optimal dan usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

3. Peluang usaha ini cukup besar, seperti meningkatnya tren makanan praktis dan proses pembayaran yang sudah praktis, melakukan kerja sama dengan aplikasi pesan antar, memiliki peluang kerja sama dengan event lokal, memiliki pelanggan tetap serta bahan baku yang mudah ditemukan. Peluang ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan dan memperbesar jangkauan pasar.
4. Tantangan utama yang dihadapi meliputi tren hidup sehat yang menuntut variasi menu rendah minyak (sehat), harga bahan baku yang tidak stabil, ketidakstabilan musim, ketentuan izin usaha pemerintah, dan risiko lokasi usaha yang belum sepenuhnya legal. Ancaman tersebut perlu diantisipasi melalui strategi yang tepat agar tidak berdampak negatif pada keberlangsungan usaha.

B. Hasil perumusan strategi

Berdasarkan hasil analisis SWOT dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan secara komprehensif untuk meningkatkan daya saing.

1. Strategi SO (*Strength–Opportunities*)

Memperluas kerja sama dengan aplikasi pesan antar (GoFood, GrabFood, ShopeeFood) untuk meningkatkan jangkauan pasar dengan mengandalkan citra kualitas produk dan pelayanan cepat. meningkatkan promosi digital (media sosial, influencer kuliner, dan konten video singkat) dengan menonjolkan varian rasa dan harga terjangkau, mengembangkan menu baru rendah minyak atau lebih sehat, memanfaatkan tren makanan praktis dan sehat tanpa meninggalkan ciri khas “lumer” nya, mengikuti event lokal atau bazar kuliner untuk memperkenalkan produk pada pasar baru, karena sudah memiliki kualitas dan pelayanan yang baik

2. Strategi WO (*Weakness–Opportunities*)

Mengurus izin usaha resmi agar bisa memperluas kerja sama dengan pihak lain dan menambah kepercayaan pelanggan, meningkatkan sistem pencatatan keuangan digital, misalnya dengan aplikasi kasir seperti BukuWarung agar bisa memantau pemasukan dan pengeluaran lebih akurat, membuat program promosi rutin seperti Buy 2 Get 1, diskon akhir pekan, atau voucher dari aplikasi pesan antar untuk menarik pelanggan baru, menyusun rencana jangka panjang pembukaan cabang, dimulai dari kerja sama reseller atau kemitraan, dengan memanfaatkan tingginya minat makanan cepat saji.

3. Strategi ST (*Strength–Threats*)

Menyesuaikan menu dengan tren hidup sehat, misalnya menambah varian lumpia panggang atau menggunakan minyak rendah kolesterol, tetapi menjaga kualitas dan rasa, menjaga stabilitas harga jual dengan memperkuat hubungan dengan pemasok bahan baku agar tidak terlalu terpengaruh fluktuasi harga pasar, mengoptimalkan lokasi strategis dengan meningkatkan tampilan gerai dan kenyamanan pengunjung, agar tetap menarik meski ada keterbatasan lahan parkir, serta memperkuat branding melalui testimoni pelanggan dan review online untuk meningkatkan kepercayaan saat menghadapi ketentuan izin atau persaingan baru.

4. Strategi WT (*Weakness–Threats*)

Mencari solusi parkir alternatif, seperti kerja sama dengan area sekitar atau sistem *take away* dan *delivery only* untuk mengatasi keterbatasan lahan, Membuat SOP (Standard Operating Procedure) agar promosi, pelayanan, dan kualitas produk lebih konsisten, Membuat perencanaan keuangan dan dana darurat, agar bisnis tetap stabil saat harga bahan baku naik atau musim sepi, Mengurus legalitas lokasi usaha agar terhindar dari risiko hukum dan mendukung pengembangan usaha ke depannya.

C. Keterkaitan Analisis SWOT dengan Empat Fungsi Manajemen pada UMKM Lumpia Beef Lumer

Setelah tahap perencanaan dan perumusan strategi melalui analisis SWOT tersusun dengan baik, langkah selanjutnya adalah menerjemahkannya ke dalam fungsi pengorganisasian (*organizing*). Fungsi ini berkaitan erat dengan perancangan struktur organisasi, pengalokasian sumber daya yang tersedia, serta pembagian tugas dan wewenang yang jelas bagi setiap anggota di dalam UMKM Lumpia Beef Lumer. Melalui pengorganisasian yang efektif, seluruh rencana bisnis dan strategi yang telah dirumuskan dapat dieksekusi secara terstruktur oleh sumber daya manusia yang kompeten di bidangnya masing-masing, sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai secara efisien.

1. Perencanaan (*Planning*) berisi Visi, Misi, Strategi & Analisis SWOT

a. Visi dan misi usaha

Visi: “Ingin membuat lumpia beef lumer menjadi perusahaan berkembang dan punya banyak cabang.”

Misi: “Memberikan pelayanan yang ramah, anggap pelanggan seperti teman sendiri, Mengutamakan kualitas produk dengan memilih bahan baku pilihan, Menciptakan rasa dan menu yang bervariasi sehingga dapat menarik pelanggan.

b. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

Perencanaan dalam manajemen memang memerlukan analisis internal eksternal. Semua data SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) digunakan sebagai bahan menyusun rencana bisnis

c. Strategi Perusahaan meliputi SO, WO, ST, WT

Proses penentuan langkah strategis. Misalnya: Promosi digital (SO), Membuat sistem keuangan (WO), Menambah varian sehat (ST), Mengurus izin usaha (WT)

Jadi bagian SWOT dan strategi merupakan inti dari fungsi *perencanaan* karena menentukan apa yang akan dilakukan usaha agar bisa berkembang.

2. Fungsi pengorganisasian (*Organizing*) terkait struktur, sumber daya, dan pembagian tugas

a. Desain dan Struktur Organisasi



b. Kekuasaan dan Kewenangan

Pada UMKM Lumpia Beef Lumer, seluruh kekuasaan dan kewenangan terpusat pada pemilik usaha, Syarif Jamaluddin, karena usaha masih berskala mikro dan dikelola tanpa karyawan. Pemilik memiliki kewenangan penuh dalam menentukan harga, memilih bahan baku, menjaga kualitas rasa, mengatur lokasi usaha, serta mengambil keputusan strategis. Selain itu, pemilik merangkap peran produksi, pelayanan, pemasaran, dan keuangan. Ia berwenang mengelola proses memasak, mencatat keuangan secara sederhana, membuat konten promosi, bekerja sama dengan aplikasi ojek online, serta memberikan pelayanan ramah kepada pelanggan. Sentralisasi

kewenangan ini membuat operasional lebih cepat dan fleksibel, namun ke depan dapat diperluas jika usaha berkembang dan membutuhkan tenaga tambahan

c. MSDM

Dalam aspek Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), usaha Lumpia Beef Lumer masih beroperasi secara mandiri tanpa melibatkan karyawan. Seluruh aktivitas mulai dari produksi, pelayanan, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan ditangani langsung oleh pemilik usaha. Tidak adanya tenaga kerja tambahan membuat proses pengambilan keputusan menjadi lebih sederhana dan cepat. Selain itu, pemilik juga tidak pernah mengikuti pelatihan formal terkait pengolahan makanan atau manajemen usaha, karena bisnis ini dijalankan berdasarkan inspirasi dan inisiatif pribadi. Meskipun demikian, pengalaman langsung di lapangan menjadi modal utama bagi pemilik untuk memahami kebutuhan pelanggan, menjaga kualitas produk, dan menjalankan operasional secara efektif.

3. Fungsi Pengarahan dan Implementasi dalam manajemen organisasi

a. Faktor Individu

Dalam usaha Lumpia Beef Lumer, faktor individu sangat berpengaruh terhadap keberhasilan operasional karena seluruh proses usaha dijalankan oleh satu orang, yaitu pemilik usaha. Faktor individu seperti kemampuan, pengalaman, motivasi, dan sikap kerja menjadi unsur utama yang menentukan kualitas pelayanan dan produk. Pemilik memiliki kemampuan memasak dan inovasi produk yang muncul dari inspirasi pribadi, bukan dari pelatihan formal. Selain itu, motivasi internal pemilik untuk membuka usaha dari tren kuliner anak muda mendorongnya untuk terus menjaga kualitas dan memberikan pelayanan ramah kepada pelanggan. Sikap kerja yang disiplin, cepat dalam melayani, dan konsisten dalam menjaga rasa produk menjadi kekuatan individu yang mendukung keberlangsungan usaha ini. Dengan demikian, faktor individu pemilik menjadi penentu utama keberhasilan usaha karena tidak adanya tenaga kerja tambahan dalam operasional usaha.

b. Motivasi dan Kepemimpinan

Motivasi pemilik Lumpia Beef Lumer muncul dari tren kuliner yang sedang digemari anak muda serta keinginan pribadi untuk menciptakan produk berkualitas. Dorongan ini membuat pemilik konsisten menjalankan usaha meskipun tanpa karyawan dan tanpa pelatihan formal. Dalam kepemimpinan, pemilik menerapkan gaya sederhana dan langsung, karena seluruh aktivitas usaha ditangani sendiri. Sikap ramah, cepat melayani, serta komitmen menjaga kualitas menjadi bentuk kepemimpinan yang efektif untuk mempertahankan pelanggan dan menjaga keberlangsungan usaha.

4. Fungsi Pengawasan dan Pengendalian dalam Organisasi

a. Pengawasan dan Pengendalian Organisasi

Dalam usaha Lumpia Beef Lumer, kegiatan pengawasan dan pengendalian dilakukan secara langsung oleh pemilik usaha karena seluruh proses operasional ditangani sendiri tanpa karyawan. Pemilik melakukan pengawasan harian terhadap kualitas bahan baku, kebersihan peralatan, konsistensi rasa, serta kecepatan penyajian. Pengendalian dilakukan dengan memastikan takaran resep tetap sama setiap hari, memilih bahan segar, dan menjaga standar pelayanan yang ramah kepada pelanggan. Selain itu, pemilik juga mengawasi harga bahan baku di pasaran sebagai bentuk antisipasi terhadap ancaman kenaikan harga yang dapat memengaruhi keuntungan. Dalam aspek pemasaran, pengendalian dilakukan dengan memilih waktu yang tepat untuk mengunggah konten atau mempromosikan produk melalui media sosial dan aplikasi pesan antar. Seluruh proses pengawasan ini dilakukan secara

fleksibel dan cepat karena usaha dikelola secara mandiri, sehingga pemilik dapat langsung memperbaiki kekurangan yang muncul saat operasional berlangsung.

b. Manajemen Operasi

Manajemen operasi pada usaha Lumpia Beef Lumer dijalankan secara sederhana namun efektif karena seluruh proses operasional ditangani langsung oleh pemilik. Kegiatan operasional dimulai dari pemilihan bahan baku yang segar dan mudah ditemukan, pengolahan isian, penggorengan lumpia, hingga penyajian yang cepat dengan menjaga takaran dan kualitas rasa agar tetap konsisten. Pemilik juga memastikan kebersihan alat, penataan gerobak, serta kesiapan bahan untuk memperlancar pelayanan kepada pelanggan. Selain pengolahan langsung, pemilik mengelola operasional berdasarkan kondisi harian seperti cuaca, jumlah pembeli, dan pesanan melalui aplikasi ojek online. Fleksibilitas dalam menyesuaikan volume produksi, respons cepat terhadap perubahan situasi, dan kendali penuh terhadap kualitas membuat manajemen operasi pada usaha ini tetap stabil meskipun dikelola tanpa karyawan.

PENUTUP

Analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM Lumpia Beef Lumer memiliki kekuatan yang cukup besar terutama dari segi kualitas produk, pelayanan, dan lokasi yang strategis. Namun, terdapat beberapa kelemahan seperti kurangnya sistem keuangan, tidak adanya izin usaha, dan promosi yang tidak konsisten. Peluang dari tren makanan praktis dan kerja sama online membuka potensi bagi usaha ini, tetapi tetap harus mewaspadai ancaman seperti kenaikan harga bahan baku dan tren hidup sehat. Dengan strategi SO, WO, ST, dan WT yang tepat serta penerapan empat fungsi manajemen secara konsisten, Lumpia Beef Lumer memiliki peluang besar untuk berkembang secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnusia, N. A. (2022). Prinsip-Prinsip Manajemen Dalam Al-Qur'an Dan Hadis. *OSF Preprints, OSF Preprints, Article* xgakv. <https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/xgakv.html>
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media.
- Arrafinur, S., & Bahrani, B. (2025). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Retensi Tenaga Pendidik di Lembaga Pendidikan Era Digital. *JURNAL MAPPESONA*, 8(2), 76–87. <https://doi.org/10.30863/mappesona.v8i2.5863>
- Bado, B. (2022). *Model Pendekatan Kualitatif: Telaah dalam Metode Penelitian Ilmiah* (1 ed.). Tahta Media Group.
- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship (JEE)*, 5(1), 19–26. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4 ed.). SAGE Publications, Inc. <https://www.pdfdrive.com/qualitative-quantitative-and-mixed-methods-approaches-e91943566.html>
- Fadlurrahman, F., Orbawati, E. B., Pajrin, R., Mukti, A., & Raharjo, B. (2023). Analisis SWOT dan Framework Implementasi Strategi Pengembangan UMKM. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 8(3), 229–237. <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i3.3345>
- Fajariandi, M. H., & Permatasari, I. R. (2024). *Strategi Bauran Pemasaran Berdasarkan Analisis Swot Pada Umkm Lumpia Dapur Mamania Di Kota Malang*. 02(02).
- Fitriyani, A. (2025). *Analisis SWOT Dalam Manajemen Pemasaran Pada Platform Belanja Online PT.XYZ*.

- Marha, M., & Yandri, P. (2026). Analisis Manajemen Strategi SWOT UMKM “Bolu Kukus Siliwangi.” *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.30651/imp.v6i1.30371>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis* (R. Holland, Ed.; 2 ed.). SAGE Publications, Inc.
- Pangestu, I. R., Febriyanti, A., Pratiwi, A. G., Pramesti, A. D., & Rahadhini, D. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Lumpia Beef Sini Suka Di Sragen. . . *September*, 6(2).
- Sinatria, N. (2024). Manajemen Strategi dengan Pendekatan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Daya Saing di Pasar Bunga Lokal (Studi kasus pada: UMKM Buciso Florist). *JURNALIS (Jurnal Akuntansi Dan Ilmu Bisnis)*, 5(1), 1–6.
- Winata, R. A., & Sinatria, N. (t.t.). *Penerapan Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada UMKM Pengrajin Genteng SP BLKT di Desa Bulokarto)*.