



Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Tahu Berbasis Analisis SWOT Kuantitatif

Avanda okta Pradini^{1*}, Doni Galuh Prasetyo¹, Kevin Dyo Pamungkas¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Kadiri

Diterima 15 Desember 2025/ Direvisi 12 Januari 2026/ Disetujui 19 Januari 2026

ABSTRAK

Penelitian UD Tahu MAR merupakan usaha pengolahan tahu yang berdiri sejak tahun 2006 di Kota Kediri dan menghadapi persaingan usaha yang semakin intensif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kondisi internal dan eksternal usaha serta merumuskan strategi pengembangan yang sesuai. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif melalui analisis SWOT yang disusun dalam Matriks Faktor Internal (IFAS) dan Matriks Faktor Eksternal (EFAS). Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan internal yang relatif dominan, terutama pada kualitas produk dan bahan baku, meskipun masih dihadapkan pada keterbatasan modal, sarana produksi, dan distribusi. Lingkungan eksternal menunjukkan adanya peluang dari meningkatnya minat konsumen terhadap produk lokal dan pemanfaatan media digital, namun disertai ancaman berupa persaingan usaha sejenis dan fluktuasi harga kedelai. Strategi pengembangan yang direkomendasikan berfokus pada optimalisasi kualitas produk sebagai keunggulan kompetitif untuk merespons tekanan lingkungan eksternal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan usaha tahu skala kecil dan menengah.

Kata kunci: Analisis SWOT; Kualitas produk; Strategi Pengembangan; Tahu MAR

ABSTRACT

UD Tahu MAR is a tofu processing enterprise established in 2006 in Kediri City and currently facing increasingly intense business competition. This study aims to examine the internal and external conditions of the enterprise and to formulate appropriate development strategies. The research employed a descriptive, quantitative method using SWOT analysis, structured through the Internal Factor Analysis Summary (IFAS) and External Factor Analysis Summary (EFAS) matrices. The results indicate that the enterprise has relatively dominant internal strengths, particularly in product quality and raw material selection, although it still faces limitations in capital, production facilities, and distribution coverage. From an external perspective, opportunities arise from increasing consumer interest in local food products and the use of digital media, while major threats include competition from similar enterprises and fluctuations in soybean prices. The recommended development strategy emphasizes optimizing product quality as a means of gaining a competitive advantage to respond to external pressures. This study is expected to provide practical insights for the development of small and medium-scale tofu enterprises.

Keywords: Development strategy; Product quality; SWOT analysis; Tahu MAR

PENDAHULUAN

Sektor agribisnis, khususnya industri pengolahan pangan berbasis kedelai, memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian dan ketahanan pangan nasional (Siregar et al., 2025). Namun, keberlanjutan usaha pada sektor ini dihadapkan pada

berbagai tekanan, seperti ketidakpastian pasokan bahan baku, volatilitas harga, serta meningkatnya persaingan antar pelaku usaha, yang menuntut adanya perencanaan strategis yang adaptif dan berorientasi jangka panjang (Zainuri & Setiadi, 2023). Kondisi tersebut mengharuskan pelaku usaha untuk mampu mengelola sumber daya internal

secara optimal sekaligus merespons dinamika lingkungan eksternal secara efektif.

Dalam proses perumusan strategi, Analisis SWOT banyak digunakan sebagai alat analisis strategis karena mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi usaha melalui pemetaan faktor internal dan eksternal secara sistematis (Mukhlasin, 2020). Pendekatan SWOT yang dikombinasikan dengan penilaian kuantitatif dinilai lebih objektif dalam menentukan prioritas strategi, terutama pada usaha kecil dan menengah yang memiliki keterbatasan sumber daya (Rafiky et al., 2025). Namun demikian, penerapan analisis SWOT secara kuantitatif masih belum banyak dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM sebagai dasar pengambilan keputusan strategis (Rahmawati & Sutantri, 2019).

UD Tahu MAR sebagai salah satu usaha pengolahan tahu di Kota Kediri menghadapi permasalahan internal berupa keterbatasan modal, sarana produksi, dan jangkauan distribusi yang berpotensi menghambat peningkatan kinerja usaha. Di sisi lain, usaha ini juga dihadapkan pada tantangan eksternal berupa intensitas persaingan yang tinggi serta fluktuasi harga kedelai yang memengaruhi stabilitas biaya produksi (Aldillah, 2018). Hingga saat ini, belum terdapat kajian yang secara khusus mengukur faktor-faktor internal dan eksternal UD Tahu MAR menggunakan pendekatan SWOT kuantitatif sebagai dasar perumusan strategi pengembangan yang terarah dan berkelanjutan. Oleh karena itu, permasalahan utama penelitian ini adalah bagaimana kondisi internal dan eksternal UD Tahu MAR berdasarkan analisis SWOT kuantitatif serta strategi

pengembangan yang paling tepat untuk meningkatkan daya saing usaha di tengah dinamika lingkungan bisnis.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode campuran (mixed methods) yang mengombinasikan analisis kualitatif dan kuantitatif berbasis Analisis SWOT. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai kondisi internal dan eksternal usaha serta mendukung perumusan strategi pengembangan secara sistematis dan terukur (Sugiharto et al., 2025).

Penelitian dilaksanakan pada Usaha Dagang (UD) Tahu MAR yang berlokasi di Jalan Letjend Suparman No. 131, Kelurahan Tinalan, Kecamatan Pesantren, Kota Kediri. Penentuan responden dilakukan secara purposive sampling dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung dalam kegiatan operasional dan pengambilan keputusan usaha. Responden terdiri dari tiga orang, yaitu pemilik usaha, satu orang bagian produksi, dan satu orang bagian pemasaran. Jumlah responden tersebut dinilai memadai karena fokus penelitian adalah analisis strategi pada satu unit usaha secara mendalam (Yohan Syah Siddiq, 2023).

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap proses produksi, pemasaran, dan pengelolaan limbah, serta wawancara mendalam secara semi-terstruktur dengan responden untuk menggali faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha. Data sekunder diperoleh dari buku teks, artikel jurnal ilmiah, serta laporan penelitian

yang relevan dengan agroindustri tahu dan strategi pengembangan usaha kecil (Sugiyono, 2017).

Analisis data dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama adalah analisis kualitatif, yaitu mengidentifikasi dan mengklasifikasikan hasil observasi dan wawancara ke dalam faktor Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat (Syahroni, 2022). Tahap kedua adalah analisis kuantitatif dengan menyusun matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan External Factor Analysis Summary (EFAS). Setiap faktor diberikan bobot antara 0,0–1,0 berdasarkan tingkat kepentingannya terhadap keberhasilan usaha, dengan total bobot sebesar 1,00. Selanjutnya, masing-masing faktor diberi rating menggunakan skala 1–5, di mana nilai 1 menunjukkan kondisi sangat lemah dan nilai 5 menunjukkan kondisi sangat kuat atau kemampuan respon yang sangat baik terhadap faktor eksternal. Skor faktor diperoleh dari hasil perkalian bobot dan rating (Nurhamidah, 2021).

Hasil perhitungan skor IFAS dan EFAS digunakan untuk menentukan posisi strategi usaha serta merumuskan

alternatif strategi pengembangan UD Tahu MAR melalui pemetaan matriks SWOT. Pendekatan ini dinilai efektif dalam penelitian strategi UMKM karena mampu mengintegrasikan analisis kualitatif dan kuantitatif secara sederhana namun (Hidayah, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Didirikan oleh Bapak Siswanto pada tahun 2006, UD Tahu MAR adalah pelaku usaha pengolahan kedelai yang berlokasi di Kediri. Setelah beroperasi tanpa merek, usaha ini resmi meluncurkan brand pada tahun 2016 guna meningkatkan profesionalisme. Untuk memperluas pasar dan nilai tambah, UD Tahu MAR tidak hanya menjual tahu dasar, tetapi juga mengembangkan produk olahan inovatif seperti stik tahu dan tahu pong. Komitmen utama usaha ini adalah menjaga kualitas dan terus berinovasi untuk bersaing di industri pangan lokal.

Analisis SWOT terhadap UD Tahu MAR telah dilakukan melalui observasi dan pengumpulan data, dan hasilnya kini disajikan dalam tabel.

Tabel 1. Analisis SWOT UD Tahu MAR

| Strengths | Weakness |
|---|---|
| Kualitas Bahan Baku Brand Inovasi Produk | Modal dan Alat Jangkauan Produksi Limbah Produksi |
| Opportunity | Threats |
| Promosi Dukungan Minat Masyarakat | Persaingan Harga Daya Tarik Faktor Cuaca |

Berdasarkan hasil tabel analisis SWOT diatas memiliki beberapa faktor kekuatan dan peluang untuk meningkatkan hasil penjualan, tetapi UD

TAHU MAR juga memiliki kelemahan dan ancaman yang perlu diatasi untuk bisa meningkatkan hasil jual produk.

Tabel 2. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) Toko Pertanian UD.Trijaya Tani

| Faktor Kekuatan | Keterangan | Bobot |
|------------------------|--|--------------|
| Kualitas | Memiliki tekstur padat, kenyal, dan rasa gurih khas yang membedakan dari pesaing | 4 |
| Bahan Baku | Menggunakan bahan kedelai berkualitas dan pewarna alami. | 3 |
| Brand | Sudah dikenal masyarakat, membuka peluang pasar yang semakin luas | 3 |
| Inovasi Produk | Memiliki produk turunan seperti tahu bakso,stik tahu dan lainnya. | 3 |
| Total | | 13 |

| Faktor Kelemahan | Keterangan | |
|-------------------------|--|----|
| Modal dan alat | Keterbatasan modal dan mesin produksi | 4 |
| Jangkauan Produk | Distribusi produk belum menjangkau wilayah yang lebih luas | 3 |
| Limbah | Pengolahan limbah masih sederhana dan belum maksimal | 4 |
| Total | | 11 |

Tabel 3. Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary) Toko Pertanian UD.Trijaya Tani

| Faktor Peluang | Keterangan | Bobot |
|-----------------------|---|--------------|
| Promosi | Perluasan pasar ke luar daerah maupun secara online melalui platform digital. | 3 |
| Dukungan | Dukungan pemerintah dan lembaga UMKM yang dapat membantu peningkatan produksi dan pelatihan manajemen usaha | 3 |
| Minat | Tren masyarakat terhadap produk lokal berkualitas yang higienis dan aman dikonsumsi. | 2 |
| Total | | 8 |

| Faktor Ancaman | Keterangan | |
|-----------------------|---|----|
| Persaingan | Persaingan usaha tahu yang tinggi di daerah Kediri | 5 |
| Harga | Harga kedelai yang fluktuatif memengaruhi biaya produksi | 4 |
| Daya Tarik | Perubahan selera konsumen terhadap jenis tahu tertentu. | 4 |
| Cuaca | Faktor cuaca dan lingkungan yang dapat memengaruhi proses produksi. | 3 |
| Total | | 16 |

Pembahasan IFAS

IFAS merupakan instrumen analisis yang digunakan untuk menggambarkan kondisi internal perusahaan, sehingga dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang

menjadi kekuatan dan kelemahan dalam kegiatan usaha(Maula, 2024). Berdasarkan hasil analisis IFAS, UD Tahu MAR memiliki total skor kekuatan sebesar 13 dan kelemahan sebesar 11, yang menunjukkan bahwa kondisi

internal usaha masih relatif kuat. Kekuatan utama terletak pada kualitas produk, penggunaan bahan baku berkualitas, brand yang sudah dikenal, serta adanya inovasi produk. Namun, usaha ini masih menghadapi kelemahan berupa keterbatasan modal dan alat produksi, jangkauan distribusi yang terbatas, serta pengelolaan limbah yang belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya perbaikan internal agar kekuatan yang dimiliki dapat dimanfaatkan secara maksimal..

Pembahasan EFAS

Matriks EFAS atau yang juga dikenal sebagai matriks EFE merupakan instrumen analisis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan peluang dan ancaman (Agustina, 2019).

Hasil analisis EFAS menunjukkan bahwa total skor peluang sebesar 8, sedangkan ancaman sebesar 16, yang menandakan bahwa tekanan eksternal cukup besar. Peluang utama berasal dari perluasan promosi melalui platform digital, dukungan pemerintah dan lembaga UMKM, serta meningkatnya minat masyarakat terhadap produk lokal berkualitas. Sementara itu, ancaman yang dihadapi meliputi tingginya persaingan usaha tahu, fluktuasi harga kedelai, perubahan selera konsumen, serta faktor cuaca dan lingkungan. Kondisi ini menuntut UD Tahu MAR untuk menerapkan strategi yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang. - mungkinkan pembaca untuk memahami hasil penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT kuantitatif terhadap UD Tahu MAR, dapat disimpulkan bahwa kondisi internal

usaha berada pada posisi yang relatif kuat, ditunjukkan oleh total skor kekuatan (13) yang lebih besar dibandingkan skor kelemahan (11). Kekuatan utama usaha meliputi kualitas produk yang unggul, penggunaan bahan baku berkualitas, merek yang telah dikenal masyarakat, serta adanya inovasi produk. Namun demikian, UD Tahu MAR masih menghadapi beberapa kelemahan internal, terutama keterbatasan modal dan alat produksi, jangkauan distribusi yang belum luas, serta pengelolaan limbah.

Dari sisi eksternal, hasil analisis EFAS menunjukkan bahwa ancaman usaha (16) lebih besar dibandingkan peluang (8). Ancaman utama yang dihadapi adalah tingginya tingkat persaingan usaha di Kota Kediri dan tingginya harga kedelai yang mempengaruhi biaya produksi. Sementara itu, peluang usaha berasal dari meningkatnya minat masyarakat terhadap produk lokal berkualitas, dukungan pemerintah dan lembaga UMKM, serta pemanfaatan m

Berdasarkan kondisi tersebut, strategi yang direkomendasikan bagi UD Tahu MAR adalah strategi agresif/pertumbuhan, yaitu dengan memanfaatkan kekuatan internal khususnya kualitas produk dan merek untuk menghadapi tekanan persaingan, serta mengoptimalkan peluang promosi digital dan dukungan eksternal guna memperluas pasar dan meningkatkan hari.

Pemerintah dan lembaga pendamping UMKM diharapkan dapat memberikan dukungan berupa fasilitasi permodalan, bantuan alat produksi, serta pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha pengolahan tahu.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode analisis strategi lain yang lebih komprehensif serta menambahkan analisis finansial agar diperoleh rekomendasi pengembangan usaha yang lebih mendalam dan aplikatif

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. S. (2019). Analisis SWOT Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro , Kecil dan Menengah Lucy Cahaya Bersaudara Menggunakan. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 13, 266–274.
- Aldillah, R. (2018). Dinamika Perubahan Harga Padi Jagung Kedelai serta Implikasinya terhadap Pendapatan Usaha Tani. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 36(1), 23–44.
- Hidayah, I. (2023). Development Strategies o f Muslim ' s MSME s at Banyoksah Village Sampang Madura Island: Analysis of IFAS and EFAS Matrix. *JIET*, 9(03), 3296–3302.
- Maula, N. (2024). *Tantangan Dan Masa Depan Industri Batik Tulis Ciwaringin , Cirebon : Analisis Studi Kasus Dengan Menggunakan Teknik IFAS Dan EFAS Challenges And The Future Of Natural Batik Ciwaringin Industry , Cirebon : Case Study Analysis Using Ifas And*.
- Mukhlasin, A. dan M. H. P. (2020). Journal Research and Education Studies. *Invention*, 1(1), 33–43. file:///C:/Users/asus vivobook/Downloads/Ahmad+Mukhl asin.pdf
- Nurhamidah. (2021). Studi tentang jumlah kategori respon untuk skala peringkat (rating scale). *Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Rafiky, I., Novarika, W., & Sibuea, S. R. (2025). Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT (Strengths Weaknesses Opportunity Threats) untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Tahu Desa Tanah Rendah Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara. *BLEND SAINS JURNAL TEKNIK*, 3(3), 328–347. <https://doi.org/https://doi.org/10.5621/blendsains.v3i3.768>
- Rahmawati, S., & Sutantri. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(2), 90–117. <https://doi.org/10.33367/at.v1i2.1061>
- Siregar, L. A., Wulandari, D., & Christina Retnaningsih. (2025). Ketahanan Pangan Berbasis Sumber Daya Lokal: Studi Literatur Sebagai Transformasi Pangan Menuju Indonesia Maju 2045. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan*, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jejak.v4i2.4650>
- Sugiharto, Azzhara, F., Hafidz, N., Rahmadillah, R. S., Rahmah, S. T., & Viola Nur Sulaeman. (2025). Komponen Perencanaan Usaha Dalam Mendorong Pertumbuhan Dan Keberlanjutan Bisnis: Suatu Kajian Literatur Komprehensif. *Musytari*, 25(1).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D.*

Syahroni, M. I. (2022). PROSEDUR PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 2(3), 43–56.

Yohan Syah Siddiq. (2023). Analisis pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja usaha kelompok usaha pada pusat industri pengolahan kulit di Kabupaten Garut. *Fakultas Sains Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1(1), 136.

Zainuri, R., & Setiadi, B. (2023). Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis SWOT dalam Keuangan Perusahaan. *Jurnal Maneksi*, 12(1), 2023. file:///C:/Users/asus/vivobook/Downloads/vandro,+04+Zainuri.pdf.