

ANALISIS SWOT PADA USAHA KLAPERTART “KLAPYDI KOTA MANADO

Laurens Ponggohong¹, Edryl H.P. Ponggohong²

Politeknik Negeri Manado, Jl. Raya Politeknik, (0431) 815212

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

²Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email : 1ponggohong077@gmail.com; 2edryl Ponggohong @polimdo.ac.id,

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan pertumbuhan ekonomi, dan memperbaiki kesejahteraan rakyat. Dalam konteks ini, peningkatan sektor UMKM memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat. Selanjutnya UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi (Gramedia Blog, 2020).

Usaha kuliner yang dikategorikan sebagai usaha mikro khususnya produk makanan klapa tart yang merupakan **salah satu kuliner lokal yang berasal dari Sulawesi Utara, Manado**. Kuliner ini terbuat dari kelapa, kacang kenari, dan kismis, serta memiliki rasa yang manis dan gurih juga dapat ditambahkan durian. Jenis kue ini tidak tahan lama, sehingga dapat langsung dikonsumsi atau dapat disimpan sementara dalam kulkas bila belum dihabiskan. Disamping itu peluang usaha khususnya kue tart banyak yang digemari baik turis domestik yang dijadikan oleh-oleh, tetapi juga dapat dijadikan kue pajangan pada acara-acara pesta atau syukuran. Memperhatikan peluang yang ada serta keterampilan yang dimiliki, dan juga bahan baku kelapa mudah yang tidaklah sulit dijumpai, maka dimulai usaha klapertart.

Keywords : Usaha Klapertart , Kota Manado

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia. UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan pertumbuhan ekonomi, dan memperbaiki kesejahteraan rakyat. Dalam konteks ini, peningkatan sektor UMKM memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat. Selanjutnya UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong

kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi (Gramedia Blog, 2020). Sebutan UMKM merujuk pada kegiatan usaha yang dibentuk oleh warga negara, baik berupa usaha pribadi ataupun badan usaha (Wilantara, 2016). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ialah bagian yang cukup besar dalam perekonomian negara, karena sangat berperan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi negara serta dapat bermanfaat dan mendistribusikan pendapatan masyarakat.

Menurut Tambunan (2012) di Indonesia, UMKM terbukti memiliki peran yang penting dalam mengatasi akibat dan dampak dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997 yang mana banyak dari perusahaan-perusahaan besar mengalami kebangkrutan, sedangkan UMKM mampu bertahan dengan kondisi krisis tersebut. Selain itu, sektor ini mampu meningkatkan pendapatan per kapita atau Produk Domestik Bruto (PDB) masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. UMKM diatur dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), Pasal 1 dari undang-undang tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM.

Usaha kuliner yang dikategorikan sebagai usaha mikro khususnya produk makanan klapa tart yang merupakan **salah satu kuliner lokal yang berasal dari Sulawesi Utara, Manado**. Kuliner ini terbuat dari kelapa, kacang kenari, dan kismis, serta memiliki rasa yang manis dan gurih juga dapat ditambahkan durian. Jenis kue ini tidak tahan lama, sehingga dapat langsung dikonsumsi atau dapat disimpan sementara dalam kulkas bila belum dihabiskan.

Disamping itu peluang usaha khususnya kue tart banyak yang digemari baik turis domestik yang dijadikan oleh-oleh, tetapi juga dapat dijadikan kue pajangan pada acara-acara pesta

atau syukuran. Memperhatikan peluang yang ada serta keterampilan yang dimiliki, dan juga bahan baku kelapa mudah yang tidaklah sulit dijumpai, maka dimulai usaha klapertart.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Analisis

Analisis SWOT : mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Analisis di dasarkan pada logika yang dapat **memaksimalkan kekuatan (Strengths)** dan **peluang (Opportunities)**, namun secara bersamaan dapat **meminimalkan kelemahan (Weaknesses)** dan **ancaman (Treats)**.

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

Analisis SWOT adalah teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk bisnis atau bahkan proyek tertentu. Tujuan analisis SWOT adalah untuk menilai masalah dan memanfaatkan situasi yang ada sebaik mungkin yang melekat pada usaha. Analisis SWOT berguna untuk menemukan berbagai hal yang harus ditingkatkan, dipertahankan, dan dihindari dengan mempertimbangkan kinerja, persaingan, risiko, potensial, dan strategi.

Analisis SWOT yaitu suatu teknik perencanaan strategis yang terbagi dua faktor berupa external factor dan internal factor. Faktor yang berasal dari luar atau eksternal berperan dalam pemantauan lingkungan mikro maupun makro ekonomi melalui peluang serta ancaman (*opportunities and threats*) yang berhubungan dengan organisasi. Sedangkan faktor internalnya berupa strength untuk melihat mengevaluasi kekuatan dan weakness untuk mengevaluasi kelemahan perusahaan (Kotler & Keller, 2012). Menurut (Gürel & Tat, 2017) SWOT membandingkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan ditinjau untuk mengetahui peluang dan ancaman pada saat ini dan masa depan. Semakin jelas pengetahuan akan strength dan weakness, semakin kecil opportunities yang tidak tercapai. Peluang yang baik dapat digunakan untuk melawan ancaman, selain itu kelemahan dapat diatasi melalui kekuatan perusahaan.

Menurut Jogiyanto dalam Lukmandono (2015:44) tujuan dari analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terlibat sebagai input untuk merancang proses, sehingga proses yang dirancang dapat berjalan optimal, efektif, dan efisien.

2. Menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu.
3. Mengetahui keuntungan yang dimiliki perusahaan.
4. Menganalisis prospek perusahaan untuk penjualan, keuntungan, dan pengembangan produk yang dihasilkan.
5. Menyiapkan perusahaan untuk siap dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.
6. Menyiapkan untuk menghadapi adanya kemungkinan dalam perencanaan pengembangan di dalam perusahaan.

Menurut Suryatama dalam Bilung (2016:119) manfaat yang bisa didapat dari analisis SWOT diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai panduan bagi perusahaan untuk menyusun berbagai kebijakan strategis terkait rencana dan pelaksanaan di masa yang akan datang.
- b. Menjadi bentuk bahan evaluasi kebijakan strategis dan sistem perencanaan sebuah perusahaan.
- c. Memberikan tantangan ide-ide bagi pihak manajemen perusahaan.
- d. Memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan.

3. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis SWOT usaha Klapertart Klapy

SWOT dari usaha Klapertart Klapy di Manado, sebagai berikut :

1. Strengths (Kekuatan)

Merupakan faktor-faktor internal positif yang terhadap kemampuan Klapertart Klapy dengan segala keunggulan yang dimiliki untuk mempertahankan posisi dalam mencapai tujuan. Faktor-faktor tersebut adalah :

- a. Bahan baku yang berkualitas dan melimpah. Bahan baku untuk membuat klapertart salah satunya adalah buah kelapa, dimana untuk membuat olahan klapertart dibutuhkan buah kelapa muda yang memiliki daging buah yang tebal dan tidak keras serta air kelapa yang layak untuk digunakan, agar adonan klapertart tidak menjadi keras atau lembek.
- b. Harga jual yang terbilang murah dan dapat dijangkau oleh setiap kalangan. Harga yang ditawarkan oleh Klapertart Klapy tergolong murah dan dapat dijangkau oleh siapa saja, karena dengan harga Rp. 12.000 untuk ukuran 100gr konsumen sudah bisa menikmati klapertart dengan campuran buah durian
- c. Campuran buah durian yang belum ada dipasaran. Campuran buah kelapa yang gurih serta dipadukan dengan rasa manis dan aroma yang khas membuat klapertart menjadi unik karena ada perpaduan dari dua buah tersebut.

- d. Dapat di konsumsi sebelum atau sesudah makan. Klapertart merupakan hidangan yang bisa di konsumsi kapan saja dan dimana saja, sehingga cocok untuk dijadikan camilan atau pencuci mulut.
- e. belum membutuhkan banyak SDM. Memproduksi klapertart tidak terlalu sulit karena proses pembuatan yang tidak terlalu susah, sehingga dalam proses pembuatan klapertart tidak terlalu membutuhkan banyak tenaga kerja yang banyak.
- f. Termasuk makanan kaya zat besi dan jumlah kalori rendah. Makanan sehat yang cocok untuk diet. Buah kelapa merupakan buah yang mengandung berbagai macam jenis kandungan, seperti kalori, protein, lemak, kaliun, gula, dan vitamin C, sehingga aman untuk dikonsumsi.

2. *Weakness* (kelemahan)

Merupakan faktor-faktor internal negatif yang menghalangi kemampuan Klapertart Klapy dalam menjalankan usaha. Faktor-faktor tersebut adalah :

- a. Bahan Utama (Kelapa) mudah busuk ketika di simpan terlalu lama. Dalam mengeolah klapertart dibutuhkan kelapa muda dengan kondisi yang segar dan baik, dikarenakan bahan yang diguakan adalah bahan alami, oleh karena bauh kelapa tidak bisa disimpan dalam jangka waktu yang terlalu lama.
- b. Klapertart Klapy tidak dapat bertahan atau di simpan dalam waktu yang lama. Bahan yang digunakan dalam membuat klapertart mengandung beberapa bahan alami, oleh karena itu jika dibiarkan dalam suhu ruangan maka klapertart akan rusak dan tidak dapat dikonsumsi
- c. Tidak bisa di konsumsi untuk orang yang mengidap penyakit darah tinggi. Klapertart yang diproduksi memiliki campuran buah durian, dimana buah durian jika di konsumsi oleh orang yang mengidap penyakit darah tinggi dapat mempengaruhi kesehatan yang menyebabkan tekanan darah menjadi tinggi jika dikonsumsi terlalu berlebih.

3. *Oppurtunities* (peluang)

Merupakan faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan Klapertat Klapy dalam menjalankan usaha. Faktor-faktor tersebut adalah :

- a. Semua kalangan dapat mengkonsumsi Klapertart Klapy. Klapertart merupakan hidangan yang dapat dikonsumsi semua kalangan dari anak-anak sampai orangtua, karena hidangan ini terbuat dari bahan yang alami sehingga aman untuk dikonsumsi.
- b. Cara pembuatan mudah dan sangat menguntungkan. Proses pembuatan klapertart terbilang sangat mudah karena hanya mencampurkan bahan-bahan yang sudah ada kemudian dibakar degan alat pemanggang sehingga untuk waktu pembuatan tidak terlalu memakan waktu.
- c. penjualan media sosial memudahkan penyebaran Klapertart Klapy hingga ke berbagai daerah di Indonesia. Dengan adanya media sosial memudahkan Klapertart Klapy

memasarkan produk, dengan adanya media sosial juga membuat produk Klapertart Klaply bisa dikenal oleh seluruh masyarakat.

4. *Threats* (ancaman)

Merupakan faktor-faktor eksternal dari bahaya yang dihadapi Klapertart Klaply dalam menjalankan usaha. Faktor-faktor tersebut adalah :

- a. Jika Klapertart Klaply tidak membuat inovasi baru, boleh jadi banyak pesaing dengan menggunakan produk sejenis. Untuk membuat klapertart sangat mudah di karenakan hanya mencampurkan bahan yang sudah ada sehingga membuat usaha ini dapat dituru oleh orang lain, bahkan ada yang sudah memulai usaha ini lebih dahulu dari King Klapertart, oleh karena itu diperlukan inovasi dari segi rasa agar usaha ini dapat bertahan.
- b. Produk ini tidak bisa bertahan lama diluar lemari pendingin. Klapertart merupakan hidangan yang diolah menggunakan beberapa bahan alami, sehingga jika dibiarkan begitu saja dalam suhu ruangan maka klapertart akan mudah rusak, oleh karena itu dibutuhkan lemari pendingin untuk menyimpan klapertart.

3.2 Strategi Usaha King Klapertart

1. Strategi SO (*Strengths Oppurtunities*)

- a. Bahan baku yang di produksi adalah bahan-bahan yang berkualitas. Untuk membuat klapertart dibutuhkan bahan-bahan yng berkualitas agar supaya hasil yang didapatkan maksimal. Oleh karena itu bahan-bahan yang digunakan harus berkualitas agar klapertart yang dihasilkan memiliki rasa yang enak.
- b. Mempertahankan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen. Agar supaya keberlangsungan usaha ini dapat terus berjalan maka harus memperhatikan kualias pelayanan, oleh karena itu usaha Klapertart Klaply harus memberikan pelayan yang prima kepada konsumen agar dapat terus dipercaya dalam membeli produk yang dijual.
- c. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Pemafaatan media sosial sebagai saran promosi harus dilakukan agar produk dapat dikenal oleh semua kalangan masyarakat sehingga tertarik untuk membeli produk yang dijual.
- d. Dapat dijadikan sebagai ole-ole. Klapertart dapat dijadikan ole-ole karena hidangan ini merupakan hidangan yang khas dari Sulawesi Utara dan dengan campuran buah durian membaut klapertart ini menjadi lebih unik.
- e. Dapat di makan kapan dan dimana saja. Klapertart merupakan makanan ringan yang bisa dikonsumsi kapanpun dan dimanapun, hidangan ini juga bisa dijadikan cemilan atau sebagai pencuci mulut.

2. Strategi ST (*Strengths Threats*)

- a. Tetap mempertahankan kualitas dan pelayanan pada konsumen. Agar Klapertart Klapy tetap dipercaya oleh konsumen maka kualitas bahan baku harus dipertahankan dan pelayanan juga harus dipertahankan agar konsumen terus membeli produk yang dijual.
 - b. Tetap menjaga kepercayaan kepada konsumen. Menjaga kepercayaan konsumen merupakan suatu kewajiban dalam menjalankan usaha, oleh karena itu Klapertart Klapy harus menjaga kepercayaan konsumen agar usaha ini dapat terus berjalan.
 - c. Menambah inovasi atau kreasi baru berupa rasa yang bervariasi. Agar supaya keberlangsungan usaha ini dapat terus berjalan, maka diperlukan inovasi dan kreasi baru dari segi rasa seperti menambahkan rasa buah yang baru misalnya rasa nangka, nanas, anggur atau lain agar Klapertart Klapy bisa bertahan dalam menjalankan usaha.
3. Strategi WO (*Weakness Opportunities*)
- a. Menyimpan bahan baku di lemari pendingin. Agar supaya bahan baku tidak cepat rusak, maka bahan tersebut harus disimpan di lemari pendingin agar dapat bertahan lebih lama untuk digunakan dalam pembuatan klapertart.
 - b. Menjadikan media sosial sebagai sarana promosi produk. Agar produk Klapertart Klapy lebih dikenal maka peran media sosial sangat dibutuhkan, oleh karena itu Klapertart Klapy menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dalam memasarkan produk yang dijual.
4. Strategi WT (*Weakness Threats*)
- a. Perlu inovasi baru dalam mengupgrade dari sisi packaging agar tetap terlihat menarik. Perlu ada inovasi dari segi kemasan atau packaging, karena dengan kemasan yang menarik konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang dijual.
 - b. Di simpan di lemari pendingin. Agar supaya klapertart tidak mudah rusak dan bertahan dalam jangka waktu yang lama, maka diperlukan penyimpanan yang memadai, oleh karena itu klapertart harus disimpan dalam lemari pendingin agar kualitasnya terjaga dan dapat bertahan lama.

4. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari analisis SWOT yang pada usaha Klapertart Klapy maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Untuk mendapat hasil yang maksimal maka diperlukan bahan-bahan yang berkualitas dalam memproduksi Klapertart Klapy agar produk ini bisa mendapatkan kepercayaan dari konsumen, serta layanan yang diberikan kepada konsumen harus prima agar konsumen tertarik membeli produk yang dijual.

2. Dengan harga yang tergolong murah yaitu Rp. 12.000 untuk ukuran 100gr maka konsumen sudah dapat menikmati klapertart dengan campuran durian, dimana harga yang biasa ada dipasarkan dengan ukuran yang sama lebih tinggi yang berkisaran Rp. 13.000-Rp. 17.000 untuk rasa original.
3. Klapertart merupakan makanan ringan yang dapat dikonsumsi dimana saja dan kapan saja serta dapat dijadikan makanan penutup. Klapertart dapat dijadikan ole-oleh untuk konsumen yang datang di Sulawesi Utara karena klapertart adalah makanan khas Sulawesi Utara.
4. Klapertart merupakan makanan yang mudah rusak dan tidak dapat bertahan lama jika dibiarkan dalam suhu ruangan, oleh karena itu diperlukan penyimpanan yang baik agar klapertart dapat bertahan lama, maka diperlukan lemari pendingin agar supaya kualitas klapertart ini dapat terjaga.
5. Kreasi dan Inovasi perlu dilakukan agar usaha ini bisa terus berjalan. Oleh karena itu kedepannya Klapertart Klapy akan melakukan inovasi dengan cara menambahkan rasa baru seperti rasa buah nangka, buah nanas, buah apel dan lain sebagainya. Dari segi kemasan atau packaging perlu ada inovasi agar supaya konsumen tertarik untuk terus membeli produk yang ditawarkan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas berikut ini saran dari analisa SWOT usaha Klapertart Klapy :

1. Mempertahankan kualitas bahan baku yang digunakan agar terus menarik minat konsumen dalam membeli produk yang dijual. Serta terus memberikan pelayanan yang prima agar konsumen merasa puas dengan produk yang dijual dan menjaga kepercayaan konsumen pada produk yang dijual King Klapertart.
2. Terus meningkatkan promosi usaha dengan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana dalam memasarkan produk ini agar lebih banyak konsumen yang tertarik membeli produk yang dijual.
3. Memperhatikan cara penyimpanan produk agar tidak mudah rusak dan bisa bertahan dalam jangka waktu yang lama agar kualitas dari klapertart terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Gürel, E., & Tat, M. (2017). *Swot Analysis: A Theoretical Review*. Journal of International Social Research, 10(51).
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Abdul majid. (2013). *Strategi Pembelajaran* . :Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nana Sudjana. (2016). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.
- Lukmandono. (2015). *Analisis SWOT untuk Menentukan Keunggulan Strategi Bersaing di Sektor Industri Kreatif*. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan III. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.
- Bilung, S. 2016. *Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada Cv.Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur*. Jurnal Administrasi Bisnis , 116-127.
- Rangkuti. Freddy. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (4th ed.). Yogyakarta: Andi.