

PENERAPAN ANALISIS SWOT DAN DIAGRAM FISHBONE PADA UMKM CIMIN DAN MAKLOR

Geby Chintia Lestari¹, Luthfiyah Adiwidya², Rety Ramdhani^{3*}, Lalu Dias Anggara⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Teknik Industr, Fakultas Teknik, Universitas Mataram, Indonesia

*email Korespondensi: retyramdhani22@gmail.com

INFO ARTIKEL

Article history:

Received: 03-11-2025

Accepted: 23-12-2025

Kata Kunci:

UMKM

SWOT

Fishbone

Strategi Pengembangan

ABSTRAK

This study aims to analyze the internal and external conditions of MSME Cimin and Maklor using SWOT analysis and Fishbone diagram to identify core problems and develop improvement strategies. This research employs a descriptive qualitative method involving observation, interviews, and documentation conducted at Cimin and Maklor, a culinary MSME in Mataram City. The SWOT analysis results show that the business has strengths in product taste, affordable prices, and loyal customers, but faces weaknesses in limited capital, simple equipment, and offline marketing. Meanwhile, the Fishbone diagram identifies root causes related to human resources, materials, methods, finance, and markets. The integrated SWOT-Fishbone strategy formulation includes digital promotion, standardizing recipes, developing partnerships with suppliers and resellers, and gradually upgrading production equipment to enhance competitiveness and sustainability.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, banyak UMKM menghadapi kendala dalam pengelolaan manajemen, strategi pemasaran, serta efisiensi produksi. UMKM Cimin dan Maklor merupakan usaha makanan ringan di Lombok yang menjual cimin dan maklor dengan cita rasa khas dan harga terjangkau. Meskipun memiliki daya tarik tersendiri, usaha ini masih menghadapi berbagai permasalahan seperti promosi yang terbatas, pencatatan keuangan yang belum optimal, dan daya saing yang rendah di tengah persaingan produk sejenis.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan UMKM Cimin dan Maklor menggunakan analisis SWOT serta mengidentifikasi akar penyebab permasalahan melalui diagram fishbone. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang efektif bagi pelaku UMKM agar mampu bersaing dan berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih karena penelitian berfokus pada penggambaran kondisi nyata UMKM serta analisis strategi melalui data hasil wawancara, observasi, dan studi literatur. Objek

penelitian ini adalah UMKM Cimin dan Maklor yang berlokasi di sebelah barat SMAN 3 Mataram. UMKM Cimin dan Maklor ini bergerak di bidang kuliner dengan produk utama yang dihasilkan berupa cimin (cilok mini) dan maklor (makaroni telur). Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kemudahan akses serta relevansi usaha yang menjadi objek penelitian. Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 26 September 2025 dengan mencakup kegiatan observasi lapangan, wawancara, dan pengumpulan data pendukung lainnya.

A. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi, yaitu pengamatan langsung terhadap aktivitas produksi, pemasaran, serta kondisi usaha UMKM.
2. Wawancara, dilakukan menggunakan daftar pertanyaan terstruktur yang mencakup profil usaha, analisis SWOT, dan faktor-faktor fishbone.
3. Dokumentasi, berupa pencatatan, foto, atau dokumen pendukung yang relevan dengan penelitian.

B. Analisis Data Strategi Pengembangan

Analisis data dilakukan melalui dua tahap utama: pertama, analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha; kedua, analisis menggunakan diagram *Fishbone* untuk menentukan akar penyebab masalah dari enam aspek utama yang dikenal sebagai 5M (*Man, Material, Method, Money, Market*). Kemudian data hasil wawancara dan observasi tersebut diolah secara naratif untuk menghasilkan strategi pengembangan yang realistis dan terukur.



Gambar 1. UMKM cilok maklor

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Cimin dan Maklor merupakan usaha kuliner yang berlokasi di sebelah barat SMAN 3 Mataram, dengan produk utama berupa cimin (cilok mini) dan maklor (makaroni telur). Usaha ini telah beroperasi selama kurang lebih tiga tahun dan memiliki segmentasi

pasar utama pelajar, mahasiswa, serta masyarakat umum. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, usaha ini memiliki keunggulan dalam cita rasa produk yang khas, harga yang terjangkau, serta dukungan pelanggan tetap. Namun demikian, dari sisi pengelolaan, usaha ini masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, peralatan produksi sederhana, dan strategi pemasaran yang masih berfokus pada penjualan secara offline.

Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Analisis ini mencakup empat komponen utama, yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*.

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan utama UMKM Cimin dan Maklor terletak pada cita rasa produknya yang khas dan disukai oleh berbagai kalangan konsumen. Kombinasi bumbu yang sederhana namun kuat menjadi ciri khas yang membedakan produk ini dari pesaing sejenis.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

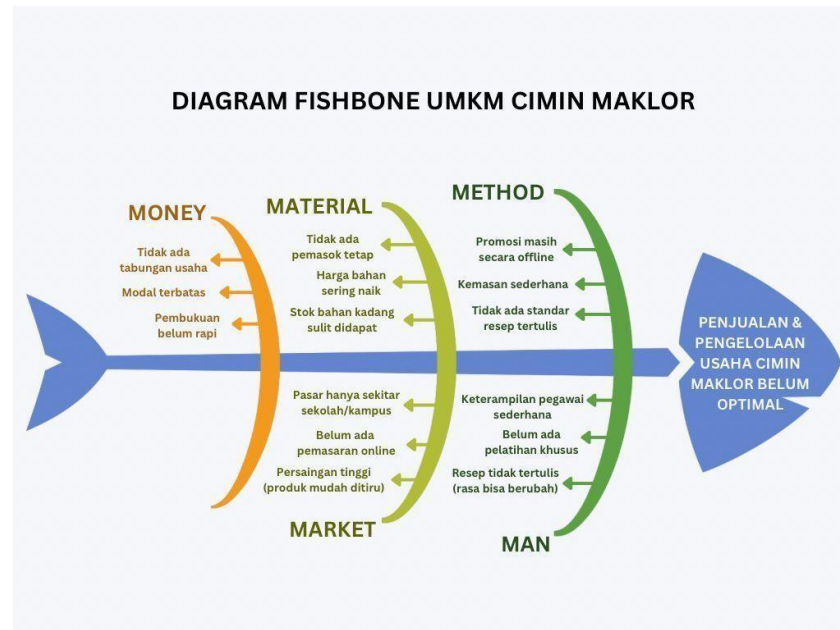
Meskipun memiliki sejumlah keunggulan, UMKM ini juga menghadapi berbagai kelemahan yang berpengaruh terhadap daya saingnya. Keterbatasan modal menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha, terutama untuk peningkatan kapasitas produksi, perbaikan peralatan, serta pengembangan pemasaran digital.

3. Peluang (*Opportunities*)

Dari sisi eksternal, terdapat sejumlah peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas skala usaha. Potensi pasar di sekitar sekolah dan kampus masih sangat besar karena tingginya permintaan terhadap makanan ringan cepat saji dengan harga ekonomis. Selain itu, perkembangan teknologi digital memberikan kesempatan bagi UMKM ini untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan layanan pesan-antar daring (*online delivery service*).

4. Ancaman (*Threats*)

Meskipun peluangnya besar, UMKM Cimin dan Maklor tetap menghadapi sejumlah ancaman eksternal. Persaingan di sektor kuliner jajanan ringan semakin ketat dengan banyaknya pelaku usaha serupa yang menawarkan produk dengan harga dan cita rasa yang hampir sama.



Gambar 1. Diagram Fishbone UMKM Cimin Maklor

Analisis SWOT tersebut diperkuat dengan diagram fishbone (Ishikawa) untuk mengidentifikasi akar penyebab permasalahan. Berdasarkan hasil analisis dari gambar diagram fishbone, permasalahan utama yang dihadapi UMKM mencakup lima aspek utama, yaitu:

1. Man (Manusia): keterampilan tenaga kerja yang masih terbatas serta belum adanya pelatihan khusus yang mendukung peningkatan kompetensi.
2. Material (Bahan baku): fluktuasi harga dan ketidakstabilan pasokan bahan baku akibat belum adanya pemasok tetap.
3. Method (Metode): metode produksi dan pemasaran yang belum terstandarisasi, termasuk kemasan yang sederhana dan promosi yang terbatas pada penjualan langsung.
4. Money (Keuangan): keterbatasan modal kerja, belum adanya pencatatan keuangan yang sistematis, serta belum tersedia dana cadangan usaha.
5. Market (Pasar): pangsa pasar yang masih terbatas di sekitar sekolah dan kampus serta belum adanya pemanfaatan pemasaran digital.

Keterkaitan antar faktor tersebut menunjukkan bahwa kelemahan struktural dalam aspek sumber daya manusia, keuangan, dan pemasaran menjadi penyebab utama stagnasi perkembangan usaha. Kemudian berdasarkan hasil analisis SWOT dan diagram fishbone, dirumuskan beberapa strategi perbaikan dan pengembangan sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*): memanfaatkan kekuatan rasa khas dan harga terjangkau untuk memperluas pasar melalui promosi digital, serta menjalin kerja sama dengan reseller di lingkungan sekolah dan kampus.
2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*): mengatasi keterbatasan modal dengan sistem titip jual dan kerja sama pemasaran, membuat standar resep sederhana guna menjaga konsistensi rasa, serta menjalin kemitraan dengan pemasok tetap agar pasokan bahan baku stabil.

3. Strategi ST (*Strength-Threat*): mempertahankan kualitas produk dan harga kompetitif guna menghadapi persaingan, serta memperkuat loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan promosi berbasis penghargaan (*reward promotion*).
4. Strategi WT (*Weakness-Threat*): melakukan pencatatan keuangan secara sistematis, membentuk tabungan usaha sebagai dana cadangan menghadapi fluktuasi harga bahan baku, memberikan pelatihan dasar bagi tenaga kerja, serta melakukan diversifikasi pemasok untuk mengurangi ketergantungan terhadap satu sumber bahan baku.

Tabel 1. Tabel Strategi SWOT
Strategi SWOT UMKM Cimin dan Maklor

Strategi SO (<i>Strength-Opportunity</i>)	Strategi WO (<i>Weakness-Opportunity</i>)
<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan keunggulan rasa dan harga murah untuk menarik lebih banyak pembeli di sekolah/kampus. - Mempromosikan lewat media sosial dengan testimoni pelanggan tetap. - Mengembangkan sistem titip jual (<i>reseller</i> di warung/kantin) dengan memanfaatkan modal kecil dan lokasi strategis. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengatasi keterbatasan modal dengan sistem titip jual atau kerjasama <i>reseller</i> (tidak perlu modal besar). - Memulai pemasaran online untuk mengurangi ketergantungan pada penjualan <i>offline</i>. - Membuat standar resep sederhana agar kualitas tetap sama meskipun tenaga kerja bertambah. - Mencari pemasok tetap untuk bahan baku agar harga lebih stabil.
Strategi ST (<i>Strength-Threat</i>)	Strategi WT (<i>Weakness-Threat</i>)
<ul style="list-style-type: none"> - Mempertahankan rasa khas dan murah agar tidak mudah ditinggalkan saat muncul pesaing baru. - Menjaga loyalitas pelanggan tetap dengan pelayanan ramah + bonus sederhana (misalnya beli 3 gratis 1). 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat tabungan usaha kecil agar tidak kaget saat harga bahan naik. - Melatih pegawai agar bisa menjaga kualitas meskipun resep belum tertulis. - Tidak bergantung pada satu jenis bahan pemasok, mencari alternatif agar bahan tetap tersedia.

-
- Menggunakan bahan sederhana tetapi berkualitas untuk tetap bisa bertahan meskipun harga bahan naik.
-

Implementasi strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing UMKM Cimin dan Maklor dalam menghadapi dinamika pasar kuliner lokal. Kombinasi penerapan analisis SWOT dan diagram fishbone terbukti efektif dalam mengidentifikasi akar permasalahan serta menghasilkan rekomendasi strategis yang realistis dan berorientasi pada keberlanjutan usaha.

KESIMPULAN

UMKM Cimin dan Maklor merupakan usaha kuliner yang memproduksi cimin dan maklor dengan pasar utama pelajar dan masyarakat sekitar. Hasil analisis SWOT menunjukkan kekuatan pada cita rasa dan harga terjangkau, namun masih menghadapi kelemahan dalam modal, peralatan, dan pemasaran. Peluang terdapat pada potensi pasar dan pemasaran digital, sementara ancaman berasal dari persaingan dan fluktuasi harga bahan baku. Analisis fishbone mengidentifikasi kendala utama pada aspek tenaga kerja, peralatan, keuangan, dan pasar. Strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi perluasan promosi melalui media sosial, peningkatan keterampilan dan peralatan, kerja sama dengan pemasok tetap, serta pengelolaan keuangan yang lebih teratur untuk mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Fikrihadi Kurnia, S.T., M.T. selaku dosen pengampu mata kuliah Manajemen Industri Kecil dan Menengah Universitas Mataram atas bimbingan dan arahnya selama proses penelitian dan penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemilik UMKM Cimin dan Maklor yang telah memberikan kesempatan dan informasi dalam kegiatan observasi lapangan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahadi, G. D., Rahayu, S., Hamdani, A. S., Fanani, A. (2024) Implementasi Diagram Fishbone Pada Analisis Lama Waktu Pendaftaran Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Umum Daerah Patut Patuh Lombok Barat. *Medika: Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 4(1), 12-18.
- Ariyanto, M. D., & Wahyuni, H. C. (2024). Quality control of kremes noodle products based on food safety aspects with six sigma and SWOT methods. *Jurnal Info Sains: Informatika dan Sains*, 14(1), 517–526.

- Dhabekar, P. D., et al. (2024). Family adoption program implementation for undergraduate medical students at a private medical college of Maharashtra: An experience with SWOT & Fish Bone analysis. *SSR Institute International Journal of Life Sciences*, 10(5), 6277–6283.
- Fitriya, S. (2024). The SWOT Analysis-Based MSME Management Model STIE Sakti Alam Kerinci. *The Future of Education Journal*, 3.
- Hamid, N., Makmur, M. R., Maksar, M. S., & Lapau, F. (2024). Identifikasi faktor daya saing UMKM di Buton Tengah Provinsi Sulawesi Tenggara dengan pendekatan Fishbone. *Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Humaniora (JIMSH)*, 6(2), 96–107.
- Liani, R., & Jumaidi, L. T. (2023). Determination of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Development Strategy Based on SWOT Analysis in Strategy Management. *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, 3(4), 1377–1386.
- Liyanto, F., & Pratama, Y. D. (2020). Peningkatan Produktivitas Pemasaran Produk UMKM Pempek Acen dengan Pendekatan Analisis SWOT dan DMAIC. *Jurnal Penelitian dan Aplikasi Sistem & Teknik Industri (PASTI)*, 14(2), 136–145.
- Lubis, A. A. H., Marliyah, & Syahbudi, M. (2025). SWOT analysis of MSME business strategy: A critical approach to digital transformation and industrial competitiveness. *Malia: Journal of Islamic Economics*, 16(2), 210–228.
- Nurwijayanti, N., Usin, Z. A., & Nurhanifah, L. (2024). Health education about food safety based on HACCP at Selera Kita Restaurant in Kuwait. *Journal of Community Engagement in Health*, 7(1), 10–15.
- Prajanti, S. D. W., et al. (2023). Strategic development model for the local wisdom based small and medium enterprise (SMEs): Using analytical hierarchy process approach. *International Business and Accounting Research Journal*, 7(2), 136–154.
- Sakdiyah, S. H., Eltivia, N., & Afandi, A. (2022). Root cause analysis using fishbone diagram: Company management decision making. *JABTER*, 1(6), 566–576.
- Sari, A. R., Hariyanto, M., Aditi, B., Sitorus, O. T., & Suyar, A. S. (2023). SWOT analysis approach to MSME development. *Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat (ALKHIDMAH)*, 1(3), 151–159.

- Soraya, J., & Puspitasari, A. (2024). Identification of Delayed Delivery Factor at PT. Hunindo Jaya Sejati Using SWOT and Fishbone Methods. *Proceedings ICAESS 2024*, 312, 187–198.
- Sulianta, F. (2024). Diagram fishbone untuk berbagai kebutuhan. Universitas Widyatama. <https://www.researchgate.net/publication/385503999>.
- Trimintarsih, T. (2023). Fishbone analysis method adaptation in UD Nugraha Jaya Kediri defective products quality control. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(2), 157–160.
- Vitasari, P., et al. (2021). Designing a sales strategy with SWOT method for small and medium enterprises products. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 4(5), 713–720.