

## **Analisis Swot Dalam Perumusan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Gudeg Eyang**

**Selviana Junaedi Putri<sup>1</sup>, Dede Jajang Suyaman<sup>2</sup>, Rabhi Fathan Muhammad<sup>3</sup>, Danang Kusnanto<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang

<sup>2,3,4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa karawang

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas tantangan yang dihadapi kuliner tradisional seperti Gudeg Eyang dalam mempertahankan eksistensi di tengah dinamika pasar, perubahan selera konsumen, serta meningkatnya intensitas persaingan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi untuk menggali faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi bisnis. Analisis data dilakukan menggunakan Model Analisis SWOT yang mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Gudeg Eyang. Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada keaslian cita rasa, kedekatan dengan pelanggan, dan reputasi budaya lokal. Namun, kelemahan masih ditemukan pada aspek inovasi produk, pemanfaatan digital marketing, serta pengelolaan sumber daya manusia. Dari sisi eksternal, peluang muncul melalui tren minat terhadap kuliner tradisional dan potensi ekspansi pasar digital, sementara ancaman berasal dari perubahan preferensi konsumen dan persaingan produk sejenis. Berdasarkan hasil tersebut, strategi yang direkomendasikan meliputi diversifikasi kanal distribusi, penguatan identitas merek berbasis kearifan lokal, optimalisasi teknologi digital untuk promosi, serta peningkatan kapasitas SDM guna meningkatkan adaptabilitas terhadap perubahan pasar. Penerapan strategi ini diharapkan mampu memperkuat daya saing dan menjaga keberlanjutan usaha Gudeg Eyang secara jangka panjang.

**Kata Kunci:** Usaha kuliner; strategi pengembangan; Analisis SWOT; keberlanjutan usaha

### **Abstract**

*Traditional culinary such as Gudeg Eyang face significant challenges in maintaining their existence amid market dynamics, changing consumer preferences, and increasing competition. This research employs a qualitative approach with data collection techniques including interviews, observations, and documentation studies to explore internal and external factors influencing business strategy. The data were analyzed using the SWOT Analysis Model to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by Gudeg Eyang. The analysis results indicate that the main strengths lie in the authenticity of flavor, close customer relationships, and strong local cultural reputation. However, weaknesses persist in product innovation, digital marketing utilization, and human resource management. Externally, opportunities arise from growing interest in traditional culinary products and the potential of digital market expansion, while threats stem from shifting consumer preferences and increased competition from similar products. Based on these findings, the recommended strategies include diversifying distribution channels, strengthening brand identity based on local wisdom, optimizing digital technology for promotion, and improving human resource capacity to enhance adaptability to market changes. The implementation of these strategies is expected to enhance competitiveness and ensure the long-term sustainability of Gudeg Eyang's business.*

**Keywords:** Culinary Business; development strategy; SWOT analysis; business sustainability

---

□ Corresponding author :

Email Address : 2210631020254@student.unsika.ac.id ( JL. HS.Ronggo Waluyo, Puseur Jaya Teluk Jambe Timur, Kabupaten Karawang, 41361 )

## PENDAHULUAN

Salah satu bidang usaha yang paling menjanjikan saat ini adalah industri kuliner, yang menarik banyak pengusaha untuk memulai berbagai jenis usaha kuliner seperti gerobak makanan, warung makan, dan produk kuliner unik lainnya (Sholeh & Idris, 2024). Di antara berbagai kategori perusahaan yang sangat disukai oleh banyak orang, industri makanan menempati posisi teratas. Tidak hanya wanita, yang sering dikaitkan dengan memasak, yang tertarik pada industri ini, tetapi banyak pria juga bekerja di industri kuliner dan meraih kesuksesan yang luar biasa (Wardana, Sihombing, & Irmayani, 2021). Melihat tingginya minat terhadap industri kuliner tersebut, Indonesia menjadi salah satu negara dengan peluang yang sangat besar untuk mengembangkan berbagai jenis usaha makanan, baik modern maupun tradisional.

Indonesia memiliki potensi kuliner yang sangat besar. Indonesia telah lama dikenal sebagai pemasok berbagai macam rempah-rempah yang dapat digunakan untuk membuat berbagai macam makanan dengan rasa yang kaya (Auliya & Mona, 2020). Dengan meningkatnya popularitas berbagai masakan dengan ciri khas yang unik, persaingan bisnis semakin ketat, terutama di industri makanan. Untuk tetap mengikuti kondisi bisnis saat ini, memberikan ide-ide baru, dan memantau tren pasar guna menarik lebih banyak pelanggan, manajemen harus fleksibel dan kompeten (Reza, Muhlisin, & Gustiawati, 2022). Salah satunya usaha kuliner tradisional seperti Gudeg Eyang, yang berfungsi sebagai usaha komersial sekaligus penjaga warisan budaya daerah. Namun, terutama di era digital saat ini, usaha kuliner menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan keberadaannya di tengah perkembangan pasar yang cepat, selera pelanggan yang berubah-ubah, dan persaingan yang semakin ketat. Gudeg Eyang dan pengusaha kuliner lainnya harus menerapkan strategi pertumbuhan yang tepat untuk bertahan dan berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Untuk meningkatkan daya saingnya dan memastikan kelangsungan bisnis jangka panjang, masakan tradisional harus menerapkan teknik pertumbuhan yang kreatif dan fleksibel. (Wheelen dan Hunger 2003 dalam Persari et al., 2018) mendefinisikan implementasi strategi sebagai proses di mana manajemen menciptakan program, anggaran, dan prosedur untuk melaksanakan kebijakan dan strateginya. Suatu strategi dianggap sebagai strategi pengembangan jika secara sengaja diciptakan atau dirancang untuk meningkatkan sumber daya, kemampuan, dan status di dalam organisasi dengan tujuan menciptakan perubahan di dalam organisasi di masa depan (Komariah, Suprianto, & Sari, 2022). Model Analisis SWOT adalah alat strategis yang dapat menganalisis secara mendalam baik peluang dan ancaman eksternal maupun kekuatan dan kelemahan internal, sehingga memudahkan dalam merumuskan strategi pertumbuhan yang terfokus.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha kuliner Gudeg Eyang melalui Model Analisis SWOT dengan fokus pada peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha. Keberlanjutan bisnis adalah kemampuan perusahaan untuk terus beroperasi secara berkelanjutan dari satu generasi ke generasi berikutnya dan memiliki pengaruh besar terhadap kelangsungan perusahaan untuk generasi mendatang (Koerniawan & Dewi, 2016 dalam Faran Fajri et al., 2024). Menurut Jaafari, yang mengutip Sanchez dan Heene, keberlanjutan adalah pengembangan keunggulan kompetitif yang memperhitungkan baik sumber daya internal maupun eksternal. Manajemen dinamika organisasi dapat

membantu mencapai hal ini (Aulia et al., 2021). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis yang tidak hanya meningkatkan kinerja korporat tetapi juga memastikan keberlanjutan bisnis jangka panjang dengan mempertimbangkan karakteristik keaslian rasa, hubungan pelanggan, dan reputasi budaya lokal.

## METODOLOGI

Metode penelitian kualitatif ini mencakup wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Pemilik perusahaan diwawancarai untuk membahas isu-isu dan strategi, prosedur operasional dan interaksi dengan konsumen diamati, serta data sekunder perusahaan dianalisis melalui dokumentasi. Teknik analisis SWOT kemudian digunakan untuk menganalisis data. Dengan mengidentifikasi unsur internal dan eksternal, analisis SWOT merupakan metode strategis yang digunakan untuk mengevaluasi posisi suatu organisasi dibandingkan dengan pesaingnya (Citra, Suci, Hasibuan, & Sollahudin, 2025). Analisis SWOT adalah teknik strategis untuk memetakan kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) suatu organisasi atau perusahaan.

Semua hal yang berasal dari dalam suatu organisasi atau bisnis, seperti usaha kuliner, termasuk sumber daya, kondisi keuangan, sumber daya manusia, dan pengalaman sebelumnya, disebut sebagai faktor internal, atau kekuatan dan kelemahan. Lingkungan industri, ekonomi, sosial, dan teknis, serta peraturan pemerintah dan tren pasar, merupakan contoh faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman yang berasal dari luar perusahaan. Oleh karena itu, analisis SWOT bermanfaat baik untuk memilih langkah terbaik maupun mengatasi kesulitan dari luar perusahaan (Az Zahra & Siregar, 2025).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Gudeg Eyang memiliki dua faktor, yaitu pengaruh internal dan eksternal, menurut temuan studi ini. Untuk mengoptimalkan kelebihan dan meminimalkan dampak kelemahannya, organisasi harus terlebih dahulu mengidentifikasi masalah internal. Elemen internal dan eksternal bisnis masakan Gudeg Eyang tercantum dalam tabel-tabel berikut.

1. TABLE 1. FAKTOR-FAKTOR INTERNAL GUDEG EYANG

No	Faktor-faktor Internal
<b>Kekuatan (Strengths)</b>	
1.	Resep Gudeg Eyang sudah turun temurun dan memiliki cita rasa khas yang sulit ditiru oleh kompetitor.
2.	Gudeg Eyang terletak di tempat yang mudah dijangkau oleh pelanggan.
3.	Gudeg Eyang memiliki basis pelanggan setia yang loyal terhadap produk gudeg.
4.	Gudeg Eyang selalu menggunakan bahan baku berkualitas tinggi untuk menghasilkan gudeg yang lezat.
5.	Pemilik dan karyawan memiliki keahlian khusus dalam memasak gudeg
<b>Kelemahan (Weaknesses)</b>	
1.	Kapasitas produksi Gudeg Eyang saat ini belum mencukupi untuk memenuhi permintaan pasar
2.	Gudeg Eyang melakukan promosi yang kurang efektif untuk memperkenalkan Gudeg Eyang kepada masyarakat luas.
3.	Kemasan produk Gudeg Eyang belum menarik dan praktis.
4.	Warung Gudeg Eyang kurang menyediakan variasi menu selain gudeg untuk menarik pelanggan yang lebih luas.
5.	Warung Gudeg Eyang belum memiliki cukup modal untuk mengembangkan usaha.

Sumber: Analisis Data Penulis, 2025

2. TABLE 2. FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL GUDEG EYANG

No	Faktor-faktor Eksternal
<b>Peluang (Opportunities)</b>	
1.	Semakin banyak orang yang tertarik dengan kuliner tradisional seperti gudeg.
2.	Gudeg Eyang berpartisipasi dalam event kuliner untuk memperkenalkan produk kepada khalayak yang lebih luas.
3.	Gudeg Eyang bekerja sama dengan restoran, hotel, atau kafe untuk mendistribusikan produknya.
4.	Pemanfaatkan platform media sosial dan marketplace untuk memasarkan produk Gudeg Eyang.
<b>Ancaman (Threats)</b>	
1.	Gudeg Eyang memiliki beberapa pesaing di sekitar lokasi usaha.
2.	Selera konsumen terhadap makanan terus berubah.
3.	Kenaikan harga bahan baku berdampak signifikan pada biaya produksi kami.
4.	Perubahan regulasi dapat menghambat usaha kami.

Sumber: Analisis Data Penulis, 2025

3. TABLE 3. MATRIKS IFAS GUDEG EYANG

Faktor Strengths	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Resep Gudeg Eyang sudah turun temurun dan memiliki cita rasa khas yang sulit ditiru oleh kompetitor.	0,16	5	0,8	Cita rasa khas merupakan aset utama yang membedakan Gudeg Eyang dari kompetitor. Hal ini menciptakan daya tarik yang unik dan meningkatkan loyalitas pelanggan
Gudeg Eyang terletak di tempat yang mudah dijangkau oleh pelanggan.	0,03	3,5	0,105	Lokasi strategis adalah keunggulan besar dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.
Gudeg Eyang memiliki basis pelanggan setia yang loyal terhadap produk gudeg.	0,13	4,5	0,585	Pelanggan ini juga bisa menjadi duta merek melalui promosi dari mulut ke mulut.
Gudeg Eyang selalu menggunakan bahan baku berkualitas tinggi untuk menghasilkan gudeg yang lezat.	0,06	4	0,24	Penggunaan bahan baku berkualitas mencerminkan komitmen terhadap kualitas produk. Namun, perlu dipastikan manajemen rantai pasokan yang baik untuk menjaga ketersediaan bahan baku ini.
Pemilik dan karyawan memiliki keahlian khusus dalam memasak gudeg	0,1	4	0,4	Ini adalah aset penting untuk menjaga konsistensi rasa dan kualitas. Memberikan pelatihan rutin kepada karyawan dapat lebih meningkatkan keterampilan mereka dan menjaga standar.
<b>Sub Total</b>	<b>0,48</b>		<b>2,13</b>	
Faktor Weaknesses	Bobot	Rating	Skor	Komentar

Kapasitas produksi Gudeg Eyang saat ini belum mencukupi untuk memenuhi permintaan pasar	0,13	2	0,26	Sebaiknya Gudeg Eyang mempertimbangkan rencana ekspansi kapasitas jika permintaan meningkat secara signifikan.
Gudeg Eyang melakukan promosi yang kurang efektif untuk memperkenalkan Gudeg Eyang kepada masyarakat luas.	0,06	1,5	0,09	Promosi yang dilakukan belum konsisten atau belum menjangkau pasar yang lebih luas. Diperlukan analisis lebih dalam terkait strategi pemasaran.
Kemasan produk Gudeg Eyang belum menarik dan praktis.	0,1	2	0,2	Kemasannya belum benar-benar mencerminkan identitas merek atau kurang ramah lingkungan, sehingga perlu inovasi lebih lanjut.
Warung Gudeg Eyang kurang menyediakan variasi menu selain gudeg untuk menarik pelanggan yang lebih luas.	0,16	2,5	0,4	Pengelolaan variasi menu masih belum optimal atau belum fokus pada ciri khas utama produk gudeg.
Warung Gudeg Eyang belum memiliki cukup modal untuk mengembangkan usaha	0,03	1	0,03	Fokus pada strategi mencari investasi atau pinjaman untuk mendukung pengembangan usaha.
<b>Sub Total</b>	<b>1</b>		<b>0,98</b>	
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,11</b>	

Sumber: Analisis Data Penulis, 2025

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 3, Gudeg Eyang memiliki beberapa faktor kekuatan utama yang mendukung keberlangsungan usahanya. Seperti resep gudeg turun-temurun dengan cita rasa khas menjadi kekuatan terbesar dengan bobot 0,16, rating 5, dan skor 0,8. Memiliki lokasi usaha yang strategis dengan bobot 0,03; rating 3,5; skor 0,105 serta basis pelanggan setia dengan bobot 0,13 rating 4,5 dan skor 0,585 juga memberikan kontribusi penting bagi Gudeg Eyang. Selain itu, penggunaan bahan baku berkualitas dengan bobot 0,06 rating 4 dan skor 0,24 dan keahlian pemilik serta karyawan dalam memasak gudeg dengan bobot 0,1 rating 4 dan skor 0,4 membuat Gudeg Eyang semakin memperkuat posisi usahanya.

Sementara itu, faktor kelemahan yang dapat dilihat pada tabel 3 tetap perlu diperhatikan, seperti kapasitas produksi yang terbatas dengan bobot 0,13; rating 2; skor 0,26, promosi yang belum efektif dengan bobot 0,06 rating 1,5 skor 0,09, serta kemasan yang dinilai kurang menarik dengan bobot 0,1 rating 2 skor 0,2. Kelemahan lainnya adalah variasi menu yang masih minim dengan bobot 0,16; rating 2,5; skor 0,25 dan keterbatasan modal usaha dengan bobot 0,03 rating 1 skor 0,03. Secara keseluruhan, total skor kelemahan sebesar 0,98 menunjukkan bahwa meskipun tidak sebesar kekuatan, aspek-aspek tersebut tetap memerlukan perbaikan agar usaha dapat berkembang lebih optimal.

Hasil yang didapat berdasarkan analisis faktor internal, Gudeg Eyang memiliki kekuatan yang lebih dominan dibandingkan kelemahannya, terutama dari sisi resep gudeg turun-temurun bercita rasa khas, basis pelanggan setia, penggunaan bahan baku berkualitas, lokasi strategis, serta keahlian pemilik dan karyawan yang menghasilkan total skor kekuatan lebih tinggi. Di sisi lain, kelemahan seperti kapasitas produksi yang terbatas, promosi yang belum efektif, kemasan kurang menarik, variasi menu yang masih minim, dan keterbatasan modal dengan total skor 0,98 tetap perlu diperbaiki agar kinerja dan daya saing usaha dapat berkembang lebih optimal.

4. TABLE 4. MATRIKS EFAS GUDEG EYANG

Faktor Opportunities	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Semakin banyak orang yang tertarik dengan kuliner tradisional seperti gudeg.	0,15	5	0,75	Memanfaatkan momentum ini dengan menonjolkan aspek tradisional dan otentik dari produk gudeg bisa menjadi strategi efektif.
Gudeg Eyang berpartisipasi dalam event kuliner untuk memperkenalkan produk kepada khalayak yang lebih luas.	0,1	4	0,4	Penting untuk mempersiapkan materi promosi yang menarik dan mengesankan agar dapat memaksimalkan dampak dari partisipasi tersebut.
Gudeg Eyang bekerja sama dengan restoran, hotel, atau kafe untuk mendistribusikan produknya.	0,05	4	0,2	Menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis dan memastikan kualitas produk tetap terjaga menjadi kunci kesuksesan.
Pemanfaatan platform media sosial dan marketplace untuk memasarkan produk Gudeg Eyang.	0,2	5	1	Dengan tren digitalisasi, strategi pemasaran melalui media sosial dan marketplace sangat penting.
<b>Sub Total</b>	<b>0,5</b>		<b>2,35</b>	
Faktor Threats	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Gudeg Eyang memiliki beberapa pesaing di sekitar lokasi usaha.	0,2	2,5	0,5	Fokus pada keunikan produk dan layanan untuk bersaing lebih efektif.
Selera konsumen terhadap makanan terus berubah.	0,05	1	0,05	Perubahan selera konsumen bisa diantisipasi dengan melakukan survei pasar rutin dan menambahkan variasi produk yang tetap relevan tanpa menghilangkan ciri khas gudeg.
Kenaikan harga bahan baku berdampak signifikan pada biaya produksi kami.	0,15	2	0,3	Untuk mengatasi kenaikan biaya bahan baku, Gudeg Eyang dapat menjalin hubungan dengan lebih banyak pemasok atau mencari bahan alternatif tanpa mengorbankan kualitas.
Perubahan regulasi dapat menghambat usaha kami.	0,1	2	0,2	Risiko regulasi dapat diminimalkan dengan memastikan usaha selalu mematuhi aturan yang berlaku dan

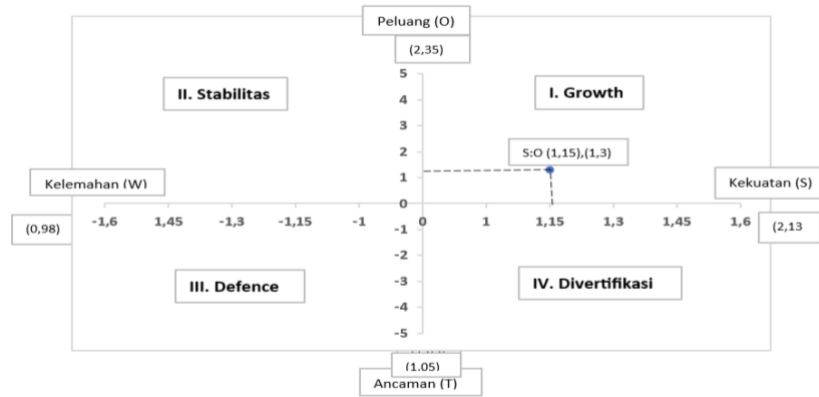
				menjalin komunikasi dengan pihak terkait untuk memahami perubahan kebijakan.
<b>Sub Total</b>	<b>0,5</b>		<b>1,05</b>	
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,4</b>	

Sumber: Analisis Data Penulis, 2025

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4 (EFAS), Gudeg Eyang memiliki beberapa faktor peluang utama yang mendukung pengembangannya. Semakin banyak orang yang tertarik dengan kuliner tradisional seperti gudeg menjadi peluang terbesar dengan bobot 0,15, rating 5, dan skor 0,75, sehingga memanfaatkan momentum ini untuk menonjolkan aspek tradisional dan otentik dari produk gudeg bisa menjadi strategi efektif. Gudeg Eyang berpartisipasi dalam event kuliner untuk memperkenalkan produk kepada khalayak lebih luas dengan bobot 0,1, rating 4, dan skor 0,4 penting untuk mempersiapkan materi promosi yang menarik agar dampak event maksimal. Kerja sama dengan restoran, hotel, atau kafe untuk mendistribusikan produk memiliki bobot 0,05, rating 4, dan skor 0,2, menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis adalah kunci kesuksesan. Pemanfaatan platform media sosial dan marketplace untuk pemasaran produk Gudeg Eyang mendapat bobot 0,2, rating 5, dan skor 1, sehingga strategi digital sangat penting dilakukan. Total keseluruhan skor faktor peluang adalah 2,35.

Sementara itu, faktor ancaman (threats) yang perlu diperhatikan antara lain adanya beberapa pesaing di sekitar lokasi usaha dengan bobot 0,2, rating 2,5, dan skor 0,5; selera konsumen terhadap makanan yang terus berubah dengan bobot 0,05, rating 1, dan skor 0,05; kenaikan harga bahan baku yang berdampak pada biaya produksi dengan bobot 0,15, rating 2, dan skor 0,3. Serta perubahan regulasi yang dapat menghambat usaha dengan bobot 0,1, rating 2, dan skor 0,2. Secara keseluruhan, total skor ancaman sebesar 1,05 menunjukkan bahwa aspek-aspek eksternal ini tetap perlu diantisipasi agar usaha dapat bersaing dan bertahan secara optimal di pasar.

Hasil yang didapat berdasarkan analisis faktor eksternal, Gudeg Eyang memiliki peluang besar dari meningkatnya minat terhadap kuliner tradisional dan penggunaan media sosial serta marketplace sebagai strategi pemasaran digital yang sangat efektif. Partisipasi dalam event kuliner dan kerja sama dengan mitra seperti restoran juga mendukung pengembangan usaha. Namun, ancaman seperti persaingan lokal, perubahan selera konsumen, kenaikan harga bahan baku, dan perubahan regulasi harus diwaspadai agar usaha tetap kompetitif dan berkelanjutan. Total skor peluang lebih tinggi (2,35) dibandingkan ancaman (1,05) menunjukkan potensi pertumbuhan yang baik dengan perhatian pada risiko-risiko tersebut.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Sumber: Analisis Data Penulis, 2025

Berdasarkan analisis SWOT Gudeg Eyang dan berdasarkan skor IFAS (3.11) dan EFAS (3.4), sehingga posisi Gudeg Eyang berada di Kuadran I yaitu pada sumbu X (1,15) dan sumbu Y (1,3) dengan diperoleh melalui  $X = S - W$  dan  $Y = O - T$ , yang artinya berada di titik pertumbuhan. Dengan letak titik yang menunjukkan bahwa Gudeg Eyang memiliki kekuatan dan peluang yang cukup baik, namun masih perlu ditingkatkan dan dilakukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan kekuatan yang ada dan memanfaatkan peluang yang tersedia.

5. TABLE 5. MATRIKS SWOT GUDEG EYANG

	INTERNAL		EKSTERNAL	
	No.	Strength (Kekuatan)	No.	Weakness (Kelemahan)
	1	Resep Gudeg Eyang sudah turun temurun dan memiliki cita rasa khas yang sulit ditiru oleh kompetitor.	1	Kapasitas produksi Gudeg Eyang saat ini belum mencukupi untuk memenuhi permintaan pasar
	2	Gudeg Eyang terletak di tempat yang mudah dijangkau oleh pelanggan.	2	Gudeg Eyang melakukan promosi yang kurang efektif untuk memperkenalkan Gudeg Eyang kepada masyarakat luas.
	3	Gudeg Eyang memiliki basis pelanggan setia yang loyal terhadap produk gudeg.	3	Kemasan produk Gudeg Eyang belum menarik dan praktis.
	4	Gudeg Eyang selalu menggunakan bahan baku berkualitas tinggi untuk menghasilkan gudeg yang lezat.	4	Warung Gudeg Eyang kurang menyediakan variasi menu selain gudeg untuk menarik pelanggan yang lebih luas.
	5	Pemilik dan karyawan memiliki keahlian khusus dalam memasak gudeg	5	Warung Gudeg Eyang belum memiliki cukup modal untuk mengembangkan usaha

No.	Opportunity (Peluang)		SO		WO
1	Semakin banyak orang yang tertarik dengan kuliner tradisional seperti gudeg.	1,1	Mengoptimalkan resep turun-temurun untuk menarik lebih banyak pelanggan tradisional.	1,1	Meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi tingginya permintaan pasar terhadap kuliner tradisional seperti gudeg.
2	Gudeg Eyang berpartisipasi dalam event kuliner untuk memperkenalkan produk kepada khalayak yang lebih luas.	2,2	Memanfaatkan lokasi strategis dari Gudeg Eyang untuk berpartisipasi dalam event kuliner lokal guna meningkatkan eksposur dan menarik pelanggan baru.	4,3	Mengembangkan variasi produk seperti menu paket atau tambahan pelengkap untuk menarik minat pelanggan baru dari segmen pasar yang berbeda.
3	Gudeg Eyang bekerja sama dengan restoran, hotel, atau kafe untuk mendistribusikan produknya.	4,3	Menggunakan bahan berkualitas tinggi serta premium untuk mendukung ekspansi ke restoran atau hotel	2,4	Mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk melakukan promosi yang lebih efektif guna memperkenalkan Gudeg Eyang kepada masyarakat luas.
4	Pemanfaatan platform media sosial dan marketplace untuk memasarkan produk Gudeg Eyang.	3,4	Memanfaatkan basis pelanggan setia untuk memperkenalkan produk melalui media sosial	5,1	Mengalokasikan dana untuk pengembangan usaha dengan fokus pada modernisasi pengemasan produk yang lebih menarik dan praktis.
No.	Threats (Ancaman)		ST		WT
1	Gudeg Eyang memiliki beberapa pesaing di sekitar lokasi usaha.	1,1	Menggunakan resep khas turun-temurun untuk mempertahankan daya saing terhadap pesaing lokal yang menawarkan produk serupa.	5,3	Mengembangkan efisiensi operasional untuk mengurangi dampak dari kenaikan biaya bahan baku dan menjaga margin keuntungan.
2	Selera konsumen terhadap makanan terus berubah.	4,1	Memanfaatkan loyalitas pelanggan setia untuk mengatasi potensi ancaman dari perubahan selera konsumen dengan menyediakan produk gudeg yang tetap relevan dan berkualitas tinggi.	4,1	Melakukan diversifikasi produk guna mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk dan menghadapi ancaman dari perubahan tren makanan.

3	Kenaikan harga bahan baku berdampak signifikan pada biaya produksi kami.	3,2	Berpartisipasi dalam event kuliner untuk membangun kehadiran merek dan memperkuat posisi Gudeg Eyang di tengah persaingan pasar.	3,1	Memodernisasi kemasan produk agar lebih menarik, membantu mengurangi dampak persaingan, dan meningkatkan daya tarik di pasar yang lebih luas.
4	Perubahan regulasi dapat menghambat usaha kami.	2,4	Memanfaatkan lokasi strategis untuk menjangkau pasar baru dan menjaga daya tarik meskipun ada peningkatan persaingan di sekitar area usaha.	2,4	Meningkatkan efektivitas promosi melalui media sosial untuk memitigasi kelemahan dalam pemasaran dan menjangkau konsumen yang lebih beragam.

Sumber: Analisis Data Penulis, 2025

Matriks SWOT yang disusun memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi usaha kuliner Gudeg Eyang dan menjadi dasar dalam perumusan Empat kelompok strategi, SO Strategy (kekuatan-kesempatan), WO Strategy (kelemahan-kesempatan), ST Strategy (kekuatan-ancaman), dan WT Strategy (kelemahan-ancaman) dikembangkan menggunakan matriks SWOT, yang memberikan penilaian komprehensif terhadap usaha kuliner Gudeg Eyang. Untuk membuat jalur pengembangan Gudeg Eyang lebih terarah, berkelanjutan, dan berpotensi berhasil, strategi-strategi ini akan disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik wilayah setempat.

## SIMPULAN

Saran Praktis, untuk meningkatkan perkembangan usahanya maka Gudeg Eyang perlu memperluas fasilitas produksi atau meningkatkan efisiensi proses pengolahan agar mampu memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Upaya pemasaran juga harus diperkuat melalui pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce secara rutin untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek. Selain itu, inovasi kemasan yang lebih menarik dan fungsional perlu dikembangkan tanpa menghilangkan keaslian identitas merek. Gudeg Eyang juga disarankan menambah variasi menu yang sesuai dengan preferensi konsumen modern guna menarik pelanggan baru tanpa meninggalkan cita rasa khas yang menjadi keunggulan utama. Untuk mendukung ekspansi usaha, penting untuk mencari tambahan modal melalui pinjaman, investor, atau membangun kemitraan strategis. Peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan juga perlu dilakukan agar karyawan mampu beradaptasi dengan teknologi dan perubahan pasar. Di samping itu, membangun kerja sama yang lebih luas dengan restoran, hotel, serta event kuliner dapat memperluas jaringan distribusi dan meningkatkan visibilitas produk. Terakhir, usaha ini harus terus memantau tren konsumen dan perubahan regulasi untuk memastikan keputusan strategis dapat dilakukan secara tepat waktu dan efektif.

Secara teoritis, untuk menghasilkan rekomendasi yang lebih terukur, penelitian di masa depan dapat mengintegrasikan analisis SWOT dengan teknik strategis lain seperti QSPM atau Balanced Scorecard. Untuk mendapatkan informasi yang lebih objektif mengenai tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, penelitian di masa depan mungkin dapat menggunakan metode kuantitatif melalui survei pelanggan. Analisis perbandingan dengan UMKM kuliner konvensional lainnya juga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang taktik pengembangan yang sukses. Untuk menentukan sejauh mana taktik online

memengaruhi keputusan pembelian konsumen, penelitian tentang efektivitas pemasaran digital sangat penting.

### Referensi :

- Auliya, A., & Mona, N. (2020). Pengembangan Kreativitas Kuliner Sebagai Elemen Daya Tarik Wisata Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*.
- Wardana, W. S., Sihombing, V., & Irmayani, D. (2021). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN LOKASI USAHA KULINER DI DAERAH BAGAN BATU DENGAN MENGGUNAKAN METODE TOPSIS. *Jurnal TEKINKOM*.
- Reza, H. M., Muhlisin, S., & Gustiawati, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha: Studi Kasus Rumah Makan Angkringan Mbah Darsih, Kramat Jati, Jakarta Timur. *Jurna Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.
- Komariah, A., Suprianto, & Sari, M. P. (2022). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER DI MASA PANDEMI DENGAN METODE (SWOT) (STUDI KASUS RUMAH MAKAN DI KECAMATAN SUKOHARJO,. *Journal Uniba*.
- Sholeh, M. I., & Idris. (2024). Keberlanjutan Bisnis Kuliner di Tengah Dinamika Pasar: Pengalaman Albarokah. *Jurnal Dinamika Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Persari, D., Heriyanto, M., & Yuliani, D. F. (2018). *IMPLEMENTASI STRATEGI PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN*.
- Faran Fajri, M. H., Zaki, N. N., Pratama, R. A., & Noviyanti, I. (2024). KEBERLANJUTAN USAHA KULINER: ANALISIS TANTANGAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- Aulia, N. A., Hasan, M., Dinar, M., Said Ahmad, M. h., & Supatminingsih, T. (2021). Bagaimana Literasi Kewirausahaan dan Literasi Digital Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian? *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*.
- Citra, Y., Suci, R. G., Hasibuan, S. A., & Sollahudin. (2025). Strategi Manajemen Pemasaran UMKM dengan Analisis SWOT Guna Meningkatkan Daya Saing pada Toko Sinar Utama di Pekanbaru. *Jurnal Visi Manajemen*.
- Az Zahra, F. A., & Siregar, S. (2025). Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal dalam Menentukan Strategi Bisnis melalui Pendekatan SWOT pada UMKM Dodonut. 3057 *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*.