

## ANALISIS SWOT PADA BISNIS CHICKEN TONG

**Alexander Andre Ariwarsita dan Lenny Gunawan**

Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra, Surabaya

E-mail: aandre@student.ciputra.ac.id & lenny.gunawan@ciputra.ac.id

**Abstract:** The purpose of this research is to perform a SWOT analysis on Chicken Tong. The focus of this study is to examine the company's two internal factors, namely strength and weakness; as well as external factors, namely opportunity and threat. These factors are assessed and rated accordingly. The aim of this research is to determine the SWOT of Chicken Tong and the company's business position. Purposive sampling is used as sampling technique in this study. This research is a qualitative research which employs source triangulation as validity and reliability testing tool. Additionally, the data analysis is performed using the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion. The outcome of this research indicates that Chicken Tong's position is in quadrant IV.

**Keywords:** SWOT Analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT Cartesius Diagram, Chicken Tong

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis SWOT yang pada bisnis Chicken Tong. Fokus penelitian ini adalah meneliti dua faktor internal perusahaan yaitu *strength* dan *weakness*, dan dua faktor eksternal perusahaan yaitu *opportunity* dan *threat*. Faktor-faktor yang ditemukan kemudian diberi bobot dan *rating*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui SWOT dari bisnis Chicken Tong dan posisi bisnis Chicken Tong. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Uji validitas dan reliabilitas dengan melakukan tirangulasi sumber. Analisis data menurut Miles dan Huberman dalam (Sugiyono,2016) dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Chicken Tong berada di kuadran IV.

**Kata kunci:** Analisis SWOT,Diagram Kartesius SWOT Matriks IFAS, Matriks EFAS, SWOT, SWOT Analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT Cartesius Diagram, Chicken Tong

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang besar dan berkembang dengan jumlah penduduk rata-rata 261.1 juta jiwa (*World Bank, United States Census Bureau 2016*). Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia ([kompasiana.com](#)). Setiap individu membutuhkan makan minimal dua kali sehari. Industri makanan adalah industry yang sangat berpeluang karena makanan merupakan kebutuhan pokok. Dari pernyataan tersebut, diperoleh data pendukung yang menunjukkan bahwa industri *food and beverage* sangat berpeluang. Berdasarkan data BPS, dapat dilihat bahwa konsumsi pada daging ayam mengalami peningkatan sebanyak 13% dari tahun 2007 sampai tahun 2015. Peningkatan konsumsi daging ayam merupakan suatu peluang usaha yang sangat baik untuk memasuki industry *food and beverage*, terutama pada masakan yang menggunakan ayam sebagai bahan baku. Oleh karena itu, terbentuklah bisnis Chicken Tong.

Chicken Tong adalah *brand* yang digagas pada tahun 2015 untuk mata kuliah *entrepreneur* di Universitas Ciputra, Surabaya. Chicken Tong memiliki produk dengan bahan dasar ayam utuh, yang diolah menggunakan Tong khusus dengan proses yang lama dan suhu yang tinggi. Proses ini membuat semua lemak/ minyak yang ada di ayam keluar sehingga membuat ayam Chicken Tong ini menjadi *low fat* dan *low cholesterol*. Rasa *original* ayam tersebut juga keluar dengan proses menggunakan Tong khusus dari Chicken Tong. Chicken Tong sudah memperoleh beberapa penghargaan di tingkat Universitas sampai tingkat nasional. Chicken Tong telah memperoleh penghargaan The Best 50 Food Start Up Business Of Indonesia by BEKRAF pada 2017, Best Business Plan di Universitas Ciputra pada tahun 2015, dan 3<sup>rd</sup> Winner 30 Hours Start Up Business Bootcamp 2017 di Universitas Ciputra. Penghargaan ini diperoleh dari hasil kerja keras *branding* dan transaksi penjualan. Selama 2 tahun berdiri Chicken Tong melakukan penjualan dengan cara *pre-order, online* (Instagram), bazaar, dan reseller. Dari usaha tersebut, Chicken Tong telah memiliki pelanggan sebanyak 150-200 orang di Surabaya.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan kepada 30 konsumen Chicken Tong, 100% pelanggan yang pernah membeli Chicken Tong menyatakan bahwa mereka menyukai produk Chicken Tong. Sembilan puluh persen pelanggan Chicken Tong pernah melakukan *repeat order*. Hal ini membuktikan bahwa produk Chicken Tong sangat diminati oleh para pelanggan, Namun sampai saat ini Chicken Tong masih belum dapat memenuhi target yang ditetapkan dan masih belum stabil. Keadaan tersebut menarik perhatian dari penulis. Penulis ingin menganalisis faktor-faktor internal dari perusahaan yaitu kekuatan dan kelemahan, beserta faktor-faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Chicken Tong yang membuat kejadian-kejadian di atas terjadi. Penulis akan melakukan analisis SWOT pada perusahaan Chicken Tong dan penulis juga ingin menentukan kuadran yang dimiliki Chicken Tong untuk mengetahui posisi Chicken Tong untuk dasar penentuan strategi perusahaan ke depannya.

SWOT adalah akronim dari *strengths* dan *weaknesses* di dalam perusahaan dan *opportunities* dan *threats* yang akan dihadapi oleh perusahaan. Faktor-faktor tersebut penting untuk dipahami karena perusahaan tidak berdiri sendiri melainkan dipengaruhi dengan lingkungan satu dengan yang lain. Faktor-faktor dalam analisis SWOT adalah faktor internal yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) dan faktor eksternal adalah peluang (*opportunity*), ancaman atau tantangan (*threat*). Analisis SWOT adalah bagian dari manajemen strategi yang bertujuan untuk menemukan posisi perusahaan agar dapat bertahan dan menentukan strategi selanjutnya yang akan diambil oleh perusahaan.

Berdasarkan hal di atas, penulis tertarik untuk melakukan Analisis SWOT pada perusahaan Chicken Tong. Penulis ingin menyusun penelitian dengan judul "**Analisis SWOT Pada Bisnis Chicken Tong**"

## LANDASAN TEORI

Menurut Pearce (2013) analisis SWOT didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari "kesesuaian" yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Analisis ini jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki implikasi yang bagus dan mendalam bagi desain dan strategi yang berhasil. Berikut ini penjabaran SWOT menurut Pearce dan Robinson (2013):

1. *Strength.* Kekuatan merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayani.
2. *Weakness* Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.
3. *Opportunity.* Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Tren utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.
4. *Threat.* Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan

Menurut David (2010) langkah-langkah pembuatan matriks SWOT adalah sebagai berikut :

1. Buat daftar faktor-faktor internal utama sebanyak 10-20 faktor internal/eksternal termasuk kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan
2. Berilah setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (semua penting).
3. Berilah peringkat/rating 1 sampai 4 untuk mengindikasikan faktor tersebut prioritas atau tidak, dimulai dari 1 tidak prioritas sampai 4 sangat prioritas.
4. Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan nilai setiap faktor

## METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut pendapat Taylor, Bogdan, dan DeVault (2015) penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengerti dari sudut pandang, preferensi, dan pengalaman seseorang.

### Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:2), objek adalah bahan untuk penelitian ini berlangsung. Objek yang diambil adalah objek alamiah yang berarti objek yang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki objek, setelah berada di objek dan setelah keluar dari objek relatif tidak berubah. Objek penelitian kualitatif dapat mengamati aktivitas pelaku yang berada di tempat tertentu. Objek dalam penelitian ini adalah bisnis Chicken Tong.

### Subjek penelitian

Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah informan. Menurut Dr. Afrizal (2016 : 139) informan adalah orang-orang yang memberikan informasi-informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian. Informan dalam penelitian ini adalah CEO Chicken Tong, semua anggota Chicken Tong, fasilitator *project*, konsumen, *food blogger*, *food expert*, pakar SWOT, dan pesaing.

## **Metode Pengumpulan Data**

Sebuah penelitian membutuhkan data untuk diproses dan di analisa untuk memberikan hasil. Dalam bukunya, Suharsaputra (2012:207) menyatakan bahwa pengumpulan data adalah proses yang dilakukan sesuai dengan metode penelitian yang digunakan dalam suatu penelitian dan memiliki beberapa tahapan yaitu (1) Menentukan setting dan subjek penelitian, (2) menentukan jenis data yang akan dikumpulkan/dicari, (3) menentukan teknik pengumpulan data, (4) melakukan pengumpulan data. Dalam penelitian yang dilakukan penulis, dapat dapat diperoleh melalui wawancara pada CEO Chicken Tong, semua anggota Chicken Tong, fasilitator *project*, konsumen, *food blogger*, *food expert*, ahli SWOT, dan pesaing.

## **Wawancara**

Wawancara adalah sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan setidaknya dua orang atas dasar ketersediaan dan dalam *setting* alamiah dimana arah permbicaraan mengacu kepada tujuan yang telah di tetapkan dengan mengedepankan *trust* sebagai landasan utama dalam proses memahami (Sugiyono, 2015). Penelitian ini menggunakan wawancara dengan jenis semi-terstruktur. Menurut Alshenqeeti (2014) wawancara semi terstruktur adalah cara pengumpulan data dari orang yang diwawancara, namun jawaban yang diberikan terbatas sehingga bahasan tidak keluar dari topik. Wawancara semi terstruktur lebih fleksibel dan informan lebih mudah untuk menjelaskan opini yang mereka miliki.

## **Dokumentasi**

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang tersedia pada dokumen yang berhubungan dengan SWOT Chicken Tong. Suharsaputra (2012:205) menyatakan bahwa dokumentasi sebagai barang bukti untuk menambah atau memperkuat apa yang terjadi, sebagai bahan untuk melakukan komparasi dengan hasil wawancara dan dokumentasi di peroleh di lapangan. Dokumentasi dapat berupa catatan, foto, rekaman suara, transkrip, dan surat penyataan telah melakukan wawancara terhadap pihak-pihak yang terkait.

## **Validitas dan Reliabilitas**

Menurut Wiersma dalam Iksan & Saper (2016), validitas dan reliabilitas dapat diperoleh dari banyak sumber menggunakan berbagai metode. Validitas adalah suatu kebenaran yang penuh (Herdiansyah, 2013:246). Hal ini didasarkan pada jembatan gagasan dan data. Menurut Leung (2015), validitas digunakan untuk menyesuaikan baik pertanyaan, pilihan metode, desain, sampel dan analisis data, dan hasil dan kesimpulan yang muncul *valid* (sah) dan sesuai. Menurut Wiersma dalam (Sugiyono, 2015:372), triangulasi adalah kualitatif lintas validasi, penilaian kecukupan data yang tertuju pada satu titik temu dari beberapa sumber data atau pengumpulan data. Terdapat 3 (tiga) jenis triangulasi yaitu sumber, teknik, dan waktu. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Sugiyono (2015:373) menyatakan bahwa triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara memeriksa data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Peneliti menggunakan triangulasi sumber karena ingin memeriksa data melalui beberapa sumber bukan teknik atau waktu.

Menurut Sugiyono (2016), reliabilitas pada penelitian kualitatif bersifat majemuk/ganda, dinamis/selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten, dan berulang seperti semula. Uji reliabilitas pada penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan cara audit data kepada auditor independen atau para ahli di bidangnya dalam rangka menganalisis seluruh kegiatan penelitian dalam melakukan penelitiannya. Informan pada penelitian ini yaitu satu pakar SWOT untuk menilai kebenaran proses analisis SWOT yang peneliti lakukan. Menurut Sugiyono (2016), reliabel adalah derajat konsistensi data dalam interval tertentu sehingga dapat dikatakan reliabilitas jika terdapat kesamaan informasi dari beberapa informan yang ada.

## **Tahapan Analisis Data**

Miles dan Huberman dalam Bigam (2015) menyatakan bahwa proses pengumpulan data ada 4 (empat) tahapan yaitu:

1. Pengumpulan Data. Pengumpulan data dilakukan sebelum dan saat proses penelitian. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan didalam form wawancara dan dokumentasi dari rekaman wawancara. Pengumpulan data dalam penelitian ini didapat melalui pemilihan subyek dan membuat pedoman pertanyaan untuk wawancara sebelum melakukan wawancara dengan narasumber yang telah ditentukan.
2. Reduksi Data. Reduksi data merupakan proses penggabungan data yang sudah dikumpulkan menjadi data yang sudah di konversi. Reduksi data berarti data yang tidak penting akan dihapus oleh peneliti. Dalam penelitian ini, reduksi data dapat diselesaikan dengan membuat ringkasan dari wawancara dan menghapus data yang tidak relevan dengan hasil penelitian.
3. Analisis Data. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan hasil observasi dengan hasil wawancara. Hasil wawancara mengandung informasi yang berhubungan dengan analisis SWOT Chicken Tong
4. Kesimpulan. Kesimpulan mengandung hasil penelitian yang dapat menjawab masalah dari penelitian yang dilaksanakan. Kesimpulan dari penelitian ini merupakan ringkasan dari hasil diskusi dan konversi data yang telah diselesaikan. Peneliti akan meringkas hasil dari analisis data menjadi sebuah kesimpulan.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis SWOT pada bisnis Chicken Tong. Berdasarkan dari analisis data yang sudah penulis lakukan disimpulkan SWOT pada bisnis Chicken Tong yaitu :

1. *Strength* (Kekuatan) : Proses masak tanpa menggunakan minyak, *original chicken broth sauce*, tong khusus dari Taiwan
2. *Weakness* (Kelemahan) : Tidak memiliki stan tetap, packaging hanya berupa mika, proses masak 1 jam, varian produk 1, rasa tidak konsisten, produk tidak tahan lama, belum kerjasama dengan Go-jek
3. *Opportunity* (Peluang) : Pesaing secara langsung hanya 2, tingkat konsumsi ayam meningkat 13%, ayam merupakan makanan halal, adanya aplikasi-aplikasi diskon makanan, adanya *foodblogger* yang mempermudah pemasaran, adanya kompetisi-kompetisi dibidang kulineri, peluang untuk menjadi bisnis *franchise*.
4. *Threat* (Ancaman) : pertumbuhan kuliner meningkat menjadi 20% (persaingan semakin ketat), harga bahan baku fluktuatif, pasar belum terbiasa dengan produk ayam *roasted*.

**Tabel 1 IFAS**

| <b>Elemen Strengths</b>               | <b>Bobot</b> | <b>Rating</b> | <b>Nilai</b> |
|---------------------------------------|--------------|---------------|--------------|
| Proses masak tanpa menggunakan minyak | 0.3          | 2             | 0.6          |
| <i>Original chicken broth sauce</i>   | 0.35         | 3             | 1.05         |
| Tong khusus dari Taiwan               | 0.35         | 3             | 1.05         |
| Total (a)                             | 1            | 9             | 2.7          |

**Tabel 2**

| <b>Elemen Weakness</b>        | <b>Bobot</b> | <b>Rating</b> | <b>Nilai</b> |
|-------------------------------|--------------|---------------|--------------|
| Tidak memiliki stan tetap     | 0.4          | 4             | 1.6          |
| Packaging hanya berupa mika   | 0.1          | 3             | 0.3          |
| Proses masak 1 jam            | 0.1          | 3             | 0.3          |
| Varian produk 1               | 0.1          | 3             | 0.3          |
| Rasa tidak konsisten          | 0.1          | 3             | 0.3          |
| Produk tidak tahan lama       | 0.1          | 2             | 0.2          |
| Belum kerjasama dengan Go-jek | 0.1          | 2             | 0.2          |

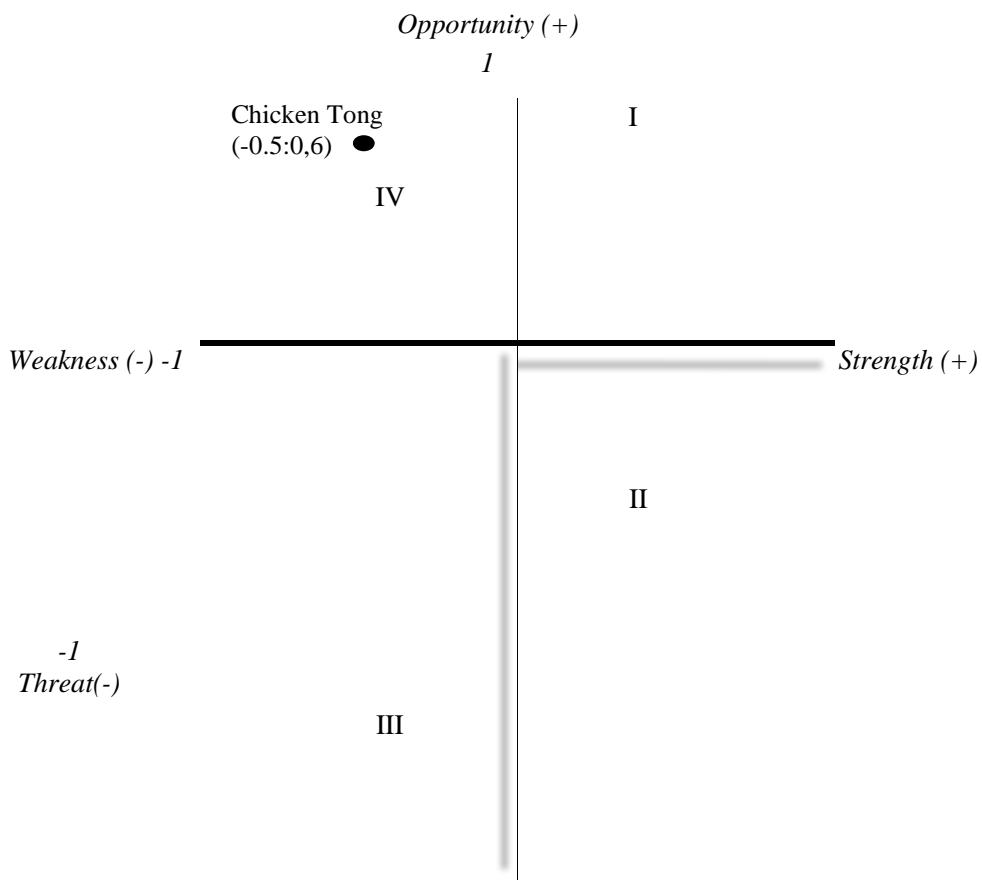
|                             |   |    |      |
|-----------------------------|---|----|------|
| Total (b)                   | 1 | 20 | 3.2  |
| Total Faktor Internal (a-b) |   |    | -0.5 |

**Tabel 3 EFAS**

| Elemen Opportunities   | Bobot | Rating | Nilai |
|--|-------|--------|-------|
| Pesaing secara langsung hanya 2                                    | 0.1   | 2      | 0.2   |
| Tingkat konsumsi ayam meningkat 13%                                | 0.1   | 3      | 0.3   |
| Ayam merupakan makanan halal                                       | 0.2   | 3      | 0.6   |
| Adanya aplikasi-aplikasi diskon makanan                            | 0.1   | 2      | 0.2   |
| Adanya <i>foodblogger</i> yang mempermudah pemasaran               | 0.15  | 2      | 0.3   |
| Adanya kompetisi-kompetisi dibidang <iculinary< i=""></iculinary<> | 0.1   | 2      | 0.2   |
| Peluang untuk menjadi bisnis <i>franchise</i>                      | 0.25  | 4      | 1     |
| Total (c)  | 1     | 30     | 2.8   |

**Tabel 4**

| Elemen Threats  | bobot | rating | nilai |
|---|-------|--------|-------|
| Pertumbuhan bisnis kuliner meningkat 20% (persaingan semakin ketat) | 0.3   | 2      | 0.6   |
| Harga bahan baku fluktuatif   | 0.1   | 1      | 0.1   |
| Pasar belum terbiasa dengan produk ayam roasted                     | 0.15  | 3      | 1,5   |
| Total (d)   | 1     | 13     | 2.2   |
| Total Faktor Eksternal (c-d)  |       |        | 0.6   |



## KESIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis SWOT pada bisnis Chicken Tong dan menemukan posisi Chicken Tong. Berdasarkan dari analisis SWOT yang sudah penulis lakukan ditemukan bahwa Chicken Tong berada di titik -0,5 dan +0,6. Titik tersebut menggambarkan Chicken Tong berada di kuadran IV yaitu kuadran *weakness-opportunity*. Posisi ini berarti perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar namun perusahaan juga menghadapi kendala internal, sehingga perusahaan diharuskan untuk meminimalkan dan memperbaiki masalah internal perusahaan agar dapat memanfaatkan peluang yang ada. Pada kuadran ini strategi yang cocok adalah *turn around strategy*.

### Saran

Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan, dan simpulan maka peneliti ingin memberikan beberapa saran :

1. Saran bagi perusahaan  
Peneliti telah berhasil memposisikan posisi Chicken Tong menggunakan analisis SWOT. Perusahaan sebaiknya segera membenahi kelemahan yang ada di dalam perusahaan dan segera melakukan pengembangan.
2. Saran bagi penelitian selanjutnya  
Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai analisis SWOT sampai strategi selanjutnya, tidak terbatas hanya sampai posisi perusahaan.

### Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum optimal, tetapi diharapkan dapat memberikan kontribusi temuan ilmiah terhadap perusahaan. Keterbatasan penelitian ini adalah : Kesulitan menemui narasumber eksternal

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, M. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. Depok: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Alshenqeeti, H. (2014). Interviewing as a data collection method: A critical review. English Linguistic Research , 3 (1).
- David, F. R. (2010). Manajemen Strategis Konsep (12 ed.). Jakarta: Salemba Empat
- Suharsaputra, U. M. (2012). Metode Penelitian. In Kuantitatif, Kualitatif, & Tindakan (pp. 1-293). Bandung: PT. Refika Aditama.
- Herdiansyah, H. M. (2013). Wawancara, Observasi, dan Focus Group. In Sebagai Instrumen Penggalian Data Kualitatif (pp. 1-368). Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Iksan, Z. H., & Saper, M. N. (2016). The Process of Validity and Reliability for Verbal Questioning Research in the Classroom. Global Journal of Educational Studies , 2 (1).
- Pearce II, J. A., & Robinson, R. B. (2013). Strategic Management (Planning for Domestic & Global Competition. New York : McGrawHill Education.
- Sugiyono. (2014). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Metode Penelitian Pendidikan cetakan ke-22 (pp. 1-458). Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2016). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: CV.Alfabeta.

Taylor, S. J., Bogdan, R., & DeVault, M. (2015). Introduction to Qualitative Research Methods. John Wiley & Sons.

World Bank. (2017). Retrieved from  
<https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?end=2016&locations=ID&start=2010>