

ABSTRAK

Analisis Strategi UMKM ConkPizza Kabupaten Bangkalan Menggunakan Metode SWOT dalam Pengembangan Industri Makanan Halal

Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan UMKM menggunakan metode SWOT yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UMKM ConkPizza dalam industri makanan halal, serta mengetahui strategi yang diterapkan ConkPizza melalui SWOT dengan pendekatan IFAS dan EFAS untuk pengembangan industri makanan halal. Penelitian ini mengadopsi metode penelitian *mix methods* (metode campuran) yang mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif secara integratif. Data kualitatif diutamakan untuk mengeksplorasi fenomena secara mendalam, sementara data kuantitatif berupa angka-angka dimanfaatkan untuk memperkuat validasi dan generalisasi temuan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Subjek dalam penelitian ini adalah owner, kepala dapur, operator stand, dan pembeli yang terkait dengan UMKM ConkPizza. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian ConkPizza memiliki kekuatan utama berupa produk yang telah tersertifikasi halal, harga terjangkau, varian rasa yang berkualitas, dan lokasi stand yang strategis. Kelemahan ConkPizza seperti keterbatasan finansial, manajemen pemasaran yang masih konvensional, minimnya sumber daya manusia, serta ketiadaan laporan keuangan yang tertata dengan baik. Adapun peluang besar ConkPizza seperti meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi makanan halal, peluang kerja sama dengan event lokal, potensi pemasaran digital, dan minimnya kompetitor sejenis di Bangkalan. Ancaman ConkPizza yakni perubahan regulasi pemerintah daerah, fluktuasi harga bahan baku, penurunan daya beli masyarakat, serta gangguan operasional akibat faktor alam seperti musim hujan. Hasil pengolahan matriks IFAS menunjukkan skor total sebesar 3,21, yang berarti kekuatan internal UMKM ConkPizza cukup dominan dibanding kelemahannya. Pada matriks EFAS diperoleh skor total sebesar 2,79, menandakan bahwa peluang eksternal lebih kuat daripada ancaman. Berdasarkan koordinat SWOT, posisi strategis ConkPizza berada pada Kuadran I, yaitu strategi agresif (*Growth-Oriented Strategy*) yang menunjukkan bahwa usaha ini berada pada kondisi yang sangat mendukung untuk dikembangkan lebih lanjut. Berdasarkan kombinasi dari faktor-faktor SWOT tersebut, strategi pengembangan yang direkomendasikan untuk ConkPizza adalah strategi SO (*Strength-Opportunity*).

Kata Kunci : UMKM, SWOT, Industri Makanan Halal

ABSTRACT

Analysis of the Strategy of ConkPizza MSMEs in Bangkalan Regency Using the SWOT Method in Developing the Halal Food Industry

This study focuses on the development strategy of MSMEs using the SWOT method, aiming to identify the Strengths, weaknesses, opportunities, and threats of ConkPizza MSME within the makanan halal industry, as well as to determine the strategies implemented by ConkPizza through SWOT analysis using IFAS and EFAS approaches. This research adopts a mixed methods approach, combining qualitative and quantitative approaches in an integrative manner. Qualitative data is prioritized to explore phenomena in depth, while quantitative data in the form of numbers is used to strengthen the validation and generalization of the findings. The research is descriptive in nature and employs purposive sampling. The subjects of this study include the owner, employees, and customers of ConkPizza MSME. Data were collected through interviews and documentation. The results show that ConkPizza's main Strengths are halal certification, affordable prices, high-quality flavor variations, and strategic location. The weaknesses include limited financial resources, conventional marketing management, a lack of human resources, and the absence of well-organized financial records. Opportunities include increasing public awareness of makanan halal consumption, collaboration potential with local events, digital marketing prospects, and minimal direct competition in Bangkalan. The threats consist of changes in local government regulations, fluctuations in raw material prices, decreased consumer purchasing power, and operational disruptions due to environmental factors such as rainy seasons. The IFAS matrix shows a total score of 3.21, indicating that ConkPizza's internal Strengths outweigh its weaknesses. The EFAS matrix yields a total score of 2.79, suggesting that external opportunities are greater than threats. Based on the SWOT coordinates, ConkPizza's strategic position is in Quadrant I, representing an aggressive strategy (Growth-Oriented Strategy), which suggests that the business is in a very favorable condition for further development. The recommended development strategy for ConkPizza is the SO (Strength-Opportunity) strategy.

Keywords : MSMEs, SWOT, Halal Food Industry