



Analisis Swot Usaha Pembuatan Tahu Sebagai Umkm di Desa Libo Jaya Kandis, Siak

INFO PENULIS

Chintia Sitohang
Politeknik Pariwisata Batam
chintia.br.sitohang@gmail.com

Eva Amalia
Politeknik Pariwisata Batam
eva@btp.ac.id

Miratia Afriani
Politeknik Pariwisata Batam
miratiaafriani@gmail.com

INFO ARTIKEL

ISSN: 2808-1307
Vol. 5, No. 3, Desember 2025
<https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Sitohang, C., Amalia, E., & Afriani, M. (2025). Analisis Swot Usaha Pembuatan Tahu Sebagai Umkm di Desa Libo Jaya Kandis, Siak. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (3),3814-3823.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pengembangan bagi UMKM Tahu "Wak Tahu Samsul" di Desa Libo Jaya, Siak, yang telah beroperasi selama lebih dari 13 tahun. Tahu merupakan pilar penting dalam kuliner dan ekonomi nasional, didukung oleh tingginya konsumsi protein nabati ini. UMKM ini memiliki kekuatan internal dominan, ditandai dengan kualitas rasa yang konsisten, harga terjangkau, dan loyalitas konsumen. Namun, kelemahan mendasar yang dihadapi adalah ketiadaan legalitas formal usaha (NIB, PIRT, Sertifikasi Halal), yang secara langsung membatasi akses ke pasar ritel modern dan platform e-commerce, serta menyulitkan penanggulangan ancaman fluktuasi harga kedelai. Metode yang digunakan adalah Analisis SWOT, menghasilkan skor IFAS 3.20 (Kuat) dan EFAS 2.85 (Rata-Rata Kuat), menempatkan usaha pada posisi Kuadran I (Agresif/S-O). Posisi ini mengindikasikan bahwa UMKM harus menerapkan strategi ekspansif dengan memanfaatkan sepenuhnya kekuatan internal untuk merebut peluang pasar yang besar (seperti tren hidup sehat). Rekomendasi utama adalah agar pemerintah daerah segera memberikan dukungan untuk pengurusan legalitas wajib sebagai langkah pertama dan fondasi utama sebelum dilakukannya inovasi produk dan perluasan jangkauan pemasaran secara digital.

Kata kunci: Pembuatan Tahu, UMKM, Analisis SWOT

Abstract

This study focuses on developing an expansion strategy for the "Wak Tahu Samsul" tofu UMKM in Libo Jaya, Siak, a business with over 13 years of operation. Given tofu's importance as a highly consumed vegetable protein, the UMKM already enjoys strong internal advantages, notably its reliable taste quality, competitive pricing, and loyal customer base. However, the firm faces a critical bottleneck, the lack of formal business documentation (NIB, PIRT, and Halal Certification). This absence directly prevents them from accessing profitable modern retail and e-commerce channels and makes them vulnerable to the instability of soybean price fluctuations. A SWOT Analysis was conducted, resulting in an IFAS score of 3.20 (Strong) and an EFAS score of 2.85 (Moderately Strong). This matrix placement in Quadrant I (Aggressive/S-O) dictates an expansive strategy. The business must fully leverage its existing strengths to capitalize on major market opportunities, such as the growing demand for healthy food options. The primary recommendation is for the local government to prioritize and facilitate the immediate acquisition of all mandatory business legalities. This foundational step is essential and must be completed before the UMKM can effectively pursue product innovation or digital market expansion.

Keywords: Tofu Production, UMKM, SWOT Analysis

A. Pendahuluan

Indonesia dikenal secara luas sebagai "island of cuisine" karena kekayaan ragam makanannya yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pangan, tetapi juga berperan sebagai identitas budaya yang merupakan perpaduan harmonis antara warisan budaya lokal, kondisi geografis yang beragam, dan adaptasi terhadap pengaruh eksternal, yang semuanya terealisasi dalam penggunaan teknik memasak yang kreatif, ragam bumbu, serta pemanfaatan bahan-bahan lokal untuk menciptakan hidangan yang sarat akan nilai sejarah (Rahman, 2023). Dalam kuliner nasional yang kaya tersebut, tahu menempati posisi yang sangat penting; ia menjadi sumber protein nabati yang disukai dan mudah dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Tingkat konsumsi tahu di Indonesia sendiri tergolong tinggi, mencapai sekitar 0,148 kg per kapita per minggu pada tahun 2024 (STATISTIK, 2024). Popularitas yang berkelanjutan ini didukung oleh keunggulan tahu yang ekonomis, kandungan protein 8 gr per 100 gr tahu dan asam amino esensial yang tinggi (Tobing, 2024), serta proses pembuatannya melalui fermentasi tradisional yang telah selaras sempurna dengan cita rasa lokal (Daulay et al., 2024). Potensi pasar tahu yang besar ini sebagian besar ditopang oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mendominasi produksi rumahan dalam industri ini. UMKM tahu memegang peranan sosial-ekonomi yang sangat krusial, tidak hanya sebagai penyerap tenaga kerja dan pendorong kesejahteraan masyarakat lokal (Safari et al., 2023), tetapi juga sebagai salah satu tulang punggung penting perekonomian nasional (Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dan Bank Indonesia, 2015). Skala industri ini terbukti vital dengan jutaan unit UMKM di seluruh Indonesia, termasuk puluhan ribu unit yang aktif di Provinsi Riau (Statistik, 2023).

Fokus penelitian ini ada pada unit usaha tahu yang berlokasi di Desa Libo Jaya, Kecamatan Kandis, Kabupaten Siak. Usaha ini menunjukkan kekuatan internal yang signifikan, telah bertahan dan berjalan stabil selama lebih dari 13 tahun sejak tahun 2012, membuktikan adanya kestabilan mutu produk dan loyalitas kuat dari konsumen lokal. Durasi operasional yang panjang ini menjadi modal fundamental yang mengindikasikan fondasi usaha yang siap untuk dikembangkan. Meskipun memiliki kekuatan tersebut, UMKM tahu di Libo Jaya menghadapi kelemahan struktural yang mendasar, terutama terkait aspek legalitas usaha. Banyak dari usaha ini belum memiliki izin formal yang lengkap, padahal kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB), Sertifikat PIRT untuk jaminan keamanan pangan, dan Sertifikasi Halal sangatlah esensial demi perlindungan hukum dan menjamin keberlanjutan usaha (Nashoih et al., 2023; Paramartha & Wardani, 2025). Ketiadaan legalitas ini secara langsung membatasi kemampuan usaha untuk memperbesar skala dan memasuki jalur distribusi formal, seperti minimarket. Selain masalah perizinan, kelemahan internal lainnya mencakup kurangnya inovasi produk dan strategi pemasaran yang belum efektif. Secara eksternal, tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan ketat dari produk tahu luar desa termasuk dari wilayah Kandis dan Pekanbaru yang seringkali lebih inovatif dan agresif. Persoalan ini diperburuk oleh persepsi bahwa regulasi perizinan kerap dianggap rumit, yang menjadi hambatan besar bagi usaha kecil. Meski begitu

usaha ini punya peluang untuk berkembang, dengan dukungan berupa modal, pelatihan dan pemasaran (Cholid & Sudrajat, 2023)

Oleh karena itu, diperlukan perumusan strategi yang tepat dan pemberian dukungan konkret dari pemerintah daerah untuk membantu UMKM tahu di Libo Jaya. Dalam merancang strategi ini, esensial untuk melakukan identifikasi sistematis terhadap faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi, mengingat karakteristik usaha dapat berbeda antar wilayah (Diyanti, 2018; Syukri, 2024). Untuk mencapai hal tersebut, Analisis SWOT dipilih sebagai metode yang paling relevan karena mampu memberikan gambaran komprehensif atas kondisi internal dan eksternal, yang kemudian menjadi dasar untuk merancang strategi yang realistis dan berkelanjutan (Maulana, 2025; Sasoko & Mahrudi, 2023).

Analisis SWOT merupakan teknik dasar dalam perencanaan strategis yang berfungsi untuk menilai posisi kompetitif suatu usaha. Tujuannya adalah membantu merumuskan strategi dengan cara memaksimalkan keunggulan yang berasal dari faktor internal dan mengatasi tantangan dari lingkungan eksternal (Sasoko & Mahrudi, 2023). Kerangka kerja ini, sebagaimana dijelaskan oleh Rangkuti (Sasoko & Mahrudi, 2023), Analisis SWOT ini memetakan faktor-faktor kunci ke dalam empat kuadran, yang dikelompokkan menjadi faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor eksternal (Peluang dan Ancaman). (David, 2011) menegaskan bahwa Analisis SWOT adalah tahap yang sangat penting dalam merumuskan strategi, di mana identifikasi Kekuatan dan Kelemahan didapatkan dari analisis internal (IFAS), sedangkan Peluang dan Ancaman diperoleh dari analisis eksternal (EFAS) yang fokus pada kondisi pasar dan persaingan (Mukhlisin & Hidayat Pasaribu, 2020). Dengan menggunakan kerangka ini, peneliti mampu memberikan panduan yang terarah melalui identifikasi, pemetaan, dan penilaian faktor-faktor penting (Wiswasta & Agung, 2018), yang pada akhirnya menjadi landasan untuk merancang strategi yang realistis dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk Mengidentifikasi dan menganalisis secara komprehensif faktor-faktor internal dan eksternal, Merumuskan strategi pengembangan yang optimal melalui matriks Analisis SWOT (IFAS dan EFAS) serta Menghasilkan rekomendasi konkret bagi pemerintah daerah Kabupaten Siak untuk secara efektif membantu UMKM tahu di Desa Libo Jaya dalam mengatasi kendala legalitas dan secara signifikan meningkatkan daya saing mereka di pasar. Rangkaian tujuan strategis ini menjadi dasar bagi perumusan judul penelitian, yaitu "Analisis SWOT Usaha Pembuatan Tahu Sebagai UMKM di Desa Libo Jaya, Kandis, Siak."

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan atau memaparkan potensi, tantangan dan strategi pengembangan (Sugiyono, 2019) yang dihadapi oleh UMKM tahu di Desa Libo Jaya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang fenomena tersebut melalui pengamatan langsung terhadap ucapan, tulisan, dan perilaku para pelaku usaha. Seperti yang diungkapkan oleh (Muhammad Farras Nasrida et al., 2023) pendekatan kualitatif sangat efektif dalam menggali informasi yang kompleks dan kontekstual, menjadikannya pilihan ideal untuk penelitian UMKM yang terikat pada konteks sosial. Penelitian ini mengandalkan dua jenis data utama, yaitu data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari para pelaku usaha tahu melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan. Wawancara semi-terstruktur bertujuan untuk memperoleh informasi rinci tentang kondisi usaha, tantangan, dan strategi, sedangkan observasi memberikan pemahaman langsung mengenai dinamika produksi (Daulay et al., 2024) Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen, laporan, dan literatur relevan yang mendukung analisis dan memperkaya konteks penelitian (Putri et al., 2025). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif yang dikemukakan oleh (Miles et al., 2014), model ini mengklasifikasikan proses analisis data menjadi tiga langkah utama: reduksi data, penyajian data (atau tampilan data), dan penarikan kesimpulan (atau verifikasi).

Analisis SWOT bersifat deskriptif dan bisa sangat subjektif yang fungsinya untuk memberikan arahan bukan solusi pasti maka untuk menerapkan analisis ini perlu mengidentifikasi dan mengelompokkan berbagai faktor yang relevan, lalu memetakannya ke dalam sebuah matriks SWOT (Wiswasta & Agung, 2018). Dalam analisis SWOT, kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) mengacu pada hal-hal dari dalam perusahaan yang ditemukan melalui analisis internal (IFAS). Sebaliknya, peluang (*opportunities*) dan ancaman

(*threats*) adalah faktor-faktor dari luar perusahaan, seperti kondisi pasar atau kompetitor, yang dianalisis menggunakan analisis eksternal (EFAS) (Mukhlisin & Hidayat Pasaribu, 2020). Prosesnya dimulai dengan mengidentifikasi setiap faktor, lalu setiap faktor diberi bobot yang mencerminkan tingkat kepentingannya, di mana total bobot tidak boleh melebihi 1,00. Selanjutnya, setiap faktor dinilai menggunakan skala peringkat dari skala 1 Sangat Lemah hingga 4 Sangat Kuat diberikan berdasarkan urgensi dan efektivitas respon, total nilai di atas rata-rata 2,5 menandakan posisi internal yang kuat, sedangkan skor di bawah 2,5 menunjukkan kelemahan internal.

Tabel 2. 1
Matriks analisis SWOT

IFAS	Strenght (S)	Weakness (W)
	Menentukan faktor internal yang merupakan kekuatan	Menentukan faktor internal yang merupakan kelemahan
EFAS	Strategi (SO)	Strategi (WO)
	Menentukan faktor eksternal yang merupakan peluang	Mengambil keuntungan dari peluang yang muncul untuk memperbaiki atau menutupi kelemahan.
Threats (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
Menentukan faktor eksternal yang merupakan ancaman	Menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk melawan atau mengurangi dampak negatif dari ancaman.	Bertindak secara hati-hati (<i>defensif</i>) untuk meminimalkan kelemahan agar tidak terkena dampak dari ancaman.

Tabel 2. 2
Indikator SWOT

<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas & Rasa Konsisten 2. Harga Terjangkau 3. Mampu memenuhi kebutuhan pasar 4. Penggunaan bahan baku alami 5. Higiene proses produksi terjamin 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tahan produk rentan dan cepat basi 2. Keterbatasan legalitas usaha (belum ada NIB & PIRT) 3. Peralatan dalam pengolahan belum modern 4. Distribusi jauh & sulit dijangkau saat musim hujan 5. Keterbatasan jangkauan pemasaran dan promosi
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Posisi Pasar Dominan (di Libo Jaya) 2. Jaringan Distribusi lebih besar 3. Lonjakan permintaan yang pasti pada hari besar/libur 4. Tren Peningkatan Gaya Hidup Sehat 5. Kemudahan Akses ke Platform E-Commerce dan Layanan Pesan Antar Online 	<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketergantungan Bahan Baku (Impor Malaysia) 2. Ancaman Pesaing Baru 3. Resiko cuaca &Kebutuhan 4. Inovasi 5. Fluktuasi harga bahan baku kedelai

C. Hasil dan Pembahasan

Didirikan sejak 2012, UMKM tahu "Wak Tahu Samsul" yang dikelola oleh Bapak Supriadi berperan sebagai inovator di Desa Libo Jaya, Siak, dengan memanfaatkan keahlian warisan keluarga dan mengisi celah ketiadaan pabrik tahu di wilayah itu. Kekuatan pokok bisnis ini adalah ketahanan operasional selama lebih dari satu dekade, ditambah dengan dedikasi karyawan (dua staf inti telah bekerja sejak 2017), yang menjaga konsistensi mutu produk. Dari segi logistik, UMKM ini secara cerdas memilih kedelai impor asal Malaysia yang dianggap superior dan lebih murah dalam hal biaya pengiriman dibanding kedelai domestik. Dengan kemampuan memproduksi rata-rata 32 kg kedelai per hari, dan 48 kg pada hari besar, produk ini ditawarkan dengan harga sangat ekonomis (4 buah seharga Rp1.000,00), sehingga berhasil menjalin jaringan distribusi tangguh lewat sistem penjualan konsinyasi di kios-kios lokal. Harga tersebut juga mampu bersaing dengan tahu dari pedagang di luar Desa Libo Jaya.

Meskipun demikian, UMKM ini menghadapi kekurangan signifikan dalam hal legalitas resmi, karena pemilik belum mendapatkan izin krusial seperti NIB, PIRT, dan Sertifikasi Halal akibat birokrasi yang dirasa sulit. Tambahan lagi, keterbatasan pengetahuan atau informasi menjadi rintangan dalam proses sertifikasi dan promosi produk, padahal izin-izin ini sangat penting untuk pertumbuhan usaha dan masuk ke pasar ritel kontemporer. Kekurangan lainnya adalah alat pengolahan yang masih belum maju. Walaupun harga kedelai sebagai bahan utama sering tidak stabil, Bapak Supriadi menggunakan pendekatan unik. Beliau tidak pernah menambah harga jual tahu (4 buah Rp1.000,00). Untuk menangani lonjakan harga bahan baku, beliau akan mengecilkan ukuran tahu supaya harga tetap konstan. Selain tantangan formalitas, kegiatan harian juga terpengaruh oleh kondisi cuaca ekstrem yang bisa mengganggu pasokan bahan baku.

Identifikasi Faktor Internal (IFAS)

Tabel 3. 1
Perhitungan Matriks IFAS

NO	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skors
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kekuatan (Strength)				
1	Kualitas & Rasa Konsisten	0,35	4	1,40
2	Harga Terjangkau	0,10	4	0,40
3	Mampu memenuhi kebutuhan pasar	0,10	4	0,40
4	Penggunaan bahan baku alami	0,05	3	0,15
5	Higiene proses produksi terjamin	0,05	2	0,10
Jumlah		0,65		2,45
Kelemahan (Weakness)				
1	Daya tahan produk rentan dan cepat basi	0,10	2	0,20
2	Keterbatasan legalitas usaha (belum ada NIB & PIRT)	0,10	3	0,30
3	Peralatan dalam pengolahan belum modern	0,05	2	0,10
4	Distribusi jauh & sulit dijangkau saat musim hujan	0,05	1	0,05
5	Keterbatasan jangkauan pemasaran dan promosi	0,05	2	0,10
Jumlah		0,35		0,75
Total S+W		1,00		3,20

Hasil perhitungan Matriks IFAS menunjukkan Total Skor Tertimbang sebesar 3,20, melebihi skor rata-rata (2.50). Angka ini menyimpulkan bahwa UMKM "Wak Tahu Samsul" berada dalam kondisi internal yang dominan dan kuat.

Identifikasi Faktor Eksternal (EFAS)

Tabel 3. 2
Perhitungan Matriks EFAS

No	Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skors
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Peluang (Opportunity)				
1	Posisi Pasar Dominan (di Libo Jaya)	0,20	4	0,80
2	Jaringan Distribusi lebih besar	0,15	3	0,45
3	Lonjakan permintaan yang pasti pada hari besar/libur	0,10	3	0,30
4	Tren Peningkatan Gaya Hidup Sehat	0,05	4	0,20
5	Kemudahan Akses ke Platform E-Commerce dan Layanan Pesan Antar Online	0,05	3	0,15
Jumlah		0,55		1,90
Ancaman (Threats)				
1	Ketergantungan Bahan Baku (Impor Malaysia)	0,15	2	0,30
2	Ancaman Pesaing Baru	0,15	3	0,45
3	Risiko Cuaca & Kebutuhan Inovasi	0,10	1	0,10
4	Fluktuasi harga bahan baku kedelai	0,05	2	0,10
Jumlah		0,45		0,95
Total O+T		1,00		2,85

Total Skor Tertimbang EFAS sebesar 2.85, yang melampaui skor rata-rata 2.50. Angka ini secara keseluruhan mengindikasikan bahwa UMKM berada dalam posisi eksternal yang cukup menguntungkan. Secara lebih detail, lingkungan eksternal sangat mendukung potensi pertumbuhan usaha, terbukti dari skor peluang (1.55) yang jauh lebih tinggi dibandingkan skor ancaman (1.00).

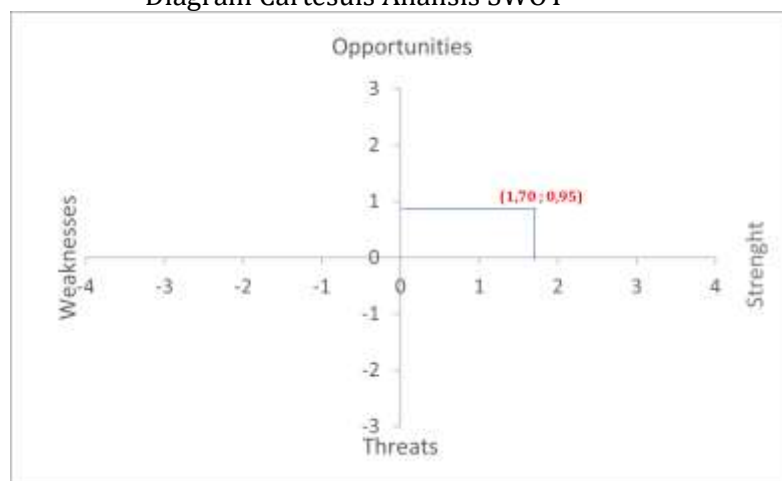
Berdasarkan analisis Matriks IFAS dan EFAS, diperoleh data bahwa UMKM "Wak Tahu Samsul" menunjukkan kondisi internal yang kuat dengan perolehan skor total faktor internal sebesar 3.20. Sementara itu, skor total faktor eksternal usaha ini berada pada kategori Rata-Rata Kuat, dengan nilai sebesar 2.85.

Tabel 3. 3
Perbandingan Skor Faktor Internal dan Eksternal

IFAS			EFAS		
Total Kekuatan (S)	Skor	2,45	Total Skor Peluang (O)	Skor	1,90
Total Kelemahan (W)	Skor	0,75	Total Ancaman (T)	Skor	0,95
S-W		1,70	O-T		0,95

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa titik koordinat untuk sumbu kekuatan adalah 1,70, sedangkan titik koordinat untuk sumbu peluang adalah 0,95.

Gambar 3. 1
Diagram Cartesius Analisis SWOT



Posisi UMKM "Usaha tahu Wak Samsul" pada Kuadran I (Agresif / S-O) dalam Diagram Cartesius sangat menguntungkan. Hal ini karena usaha ini memiliki kekuatan internal yang dominan (nilai X=1.70) dan peluang eksternal yang signifikan (nilai Y=0.95). Strategi yang direkomendasikan adalah ekspansi pasar, pertumbuhan, dan investasi, dengan memanfaatkan kekuatan inti (kualitas produk dan SDM) secara proaktif untuk mendominasi peluang pasar.

Matriks Internal-Eksternal (IE)

Tabel 3. 4
Matriks Internal-Eksternal (IE)

	Kuat (3.0-4.0)	Rata-rata (2.0-2.99)	Lemah (1.0-1.99)
Tinggi (3.0-4.0)	I Tumbuh dan Bangun	II Tumbuh dan Bangun	III Tahan dan Pelihara
Rata-rata (2.0-2.99)	IV Tumbuh dan Bangun	V Tahan dan Pelihara	VI Panen atau Lepas
Rendah (1.0-1.99)	VII Tahan dan Pelihara	VIII Panen atau Lepas	IX Panen atau Lepas

Meskipun Analisis Diagram Cartesius menunjukkan posisi Agresif (Kuadran I), hasil Matriks Evaluasi Internal-Eksternal (IE) menempatkan UMKM Tahu Samsul memiliki kapabilitas internal yang Kuat (3.20) namun menghadapi lingkungan eksternal yang tergolong Sedang (2.85). Strategi utama yang direkomendasikan adalah Selectivity (Selektivitas), yang berarti berhati-hati dalam memilih area pertumbuhan baru, berfokus pada Penguatan Internal, Penetrasi Pasar, dan Pengembangan Produk.

Matriks Analisis SWOT

Tabel 3. 5
Matriks Analisis SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
Peluang (Opportunity)	Strategi S-O (Aggressive) 1. Memanfaatkan Kualitas & Rasa Konsisten (S1) dan Penggunaan Bahan Baku Alami (S4) untuk mengaitkan produk dengan Tren Peningkatan	Strategi W-O (Diversification) 1. Mengurus Legalitas Usaha untuk mempermudah akses ke

	<p>Gaya Hidup Sehat.</p> <p>2. Memanfaatkan Kualitas Konsisten dan Higiene Terjamin sebagai nilai jual utama untuk memperluas jangkauan melalui Platform E-Commerce dan Layanan Pesan Antar Online.</p> <p>3. Menggunakan Harga Terjangkau dan Kemampuan Memenuhi Kebutuhan Pasar untuk mengantisipasi dan memaksimalkan Penjualan saat Lonjakan Permintaan Hari Besar/Libur.</p>	<p>Platform E-Commerce yang membutuhkan izin formal.</p> <p>2. Mengatasi Keterbatasan Promosi dengan mengoptimalkan Jaringan Distribusi menjadi media promosi.</p>
Ancaman (Threats)	Strategi S-T (Defensive)	Strategi W-T (Conservative)
	<p>1. Mempertahankan Kualitas Konsisten dan Harga Terjangkau sebagai benteng pertahanan utama melawan Pesaing Baru</p> <p>2. Menggunakan kemampuan memenuhi pasar untuk menegosiasikan kontrak jangka panjang dengan pemasok lokal guna mengurangi Ketergantungan Impor dan Fluktuasi Harga.</p>	<p>1. Melakukan Inovasi Kemasan Sederhana untuk memperpanjang daya tahan produk dan mengurangi risiko kerugian akibat kendala cuaca.</p> <p>2. Segera mengurus Legalitas agar memiliki akses ke pembiayaan formal untuk menanggulangi Fluktuasi Harga Kedelai.</p>

D. Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dilakukan terhadap UMKM tahu "Wak Tahu Samsul" mengungkap posisi internal yang kuat (IFAS 3,20), didukung oleh kualitas produk yang konsisten dan harga yang sangat kompetitif, yang menjadi kunci ketahanan bisnisnya. Namun, keunggulan ini terhambat oleh kelemahan kritis, yaitu ketiadaan legalitas formal (NIB, PIRT, Halal) dan teknologi produksi yang kurang modern. Secara eksternal, usaha ini berada di pasar yang menguntungkan (EFAS 2,85) dengan peluang besar dari dominasi pasar lokal dan tren gaya hidup sehat. Ancaman utama adalah ketergantungan pada kedelai impor dan fluktuasi harga bahan baku. Pemetaan strategis menempatkan UMKM pada Kuadran I (Agresif) dengan koordinat (1,70; 0,95), menunjukkan potensi ekspansi yang tinggi. Meskipun demikian, Matriks IE merekomendasikan Strategi Selektivitas, menuntut pendekatan pertumbuhan yang terukur dan hati-hati.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, strategi yang dianjurkan adalah Pertumbuhan yang Terfokus (Selective Growth). Strategi ini memprioritaskan pemanfaatan mutu produk yang stabil untuk ekspansi ke E-Commerce, sambil mengatasi isu legalitas secara mutlak (Strategi W-O dan W-T). Penyelesaian legalitas ini penting untuk mendapatkan akses ke pembiayaan dan distribusi modern. Rekomendasi kunci bagi Pemerintah Kabupaten Siak adalah melakukan intervensi proaktif melalui pendampingan dan pelatihan. Tujuannya adalah menyederhanakan

birokrasi perizinan dan mendukung digitalisasi, sehingga hambatan non-teknis teratasi dan UMKM dapat merealisasikan potensi agresifnya untuk peningkatan daya saing yang berkelanjutan.

E. Referensi

- Cholid, I., & Sudrajat, A. W. (2023). Pengaruh Lokasi Usaha, Jumlah Tenaga Kerja Dan Nilai Investasi Terhadap Total Produksi Industri Tahu-Tempe Di Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 48. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5236>
- Daulay, A. M., Siambaton, R. S., Danil, F., Nurhasanah, S., & Hutasuhut, J. (2024). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA HOME INDUSTRI TAHU DI DESA TELAGA TUJUH. *Jurnal PEDAMAS*, 2(September), 1287–1295. <https://pekatpkm.my.id/index.php/JP/article/view/422/364>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concepts and Cases* (F. R. David (ed.); Sixteenth). Pearson Education.
- Diyanti, Y. (2018). *Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan* (Vol. 3, Issue 32).
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dan Bank Indonesia. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.
- Maulana, R. (2025). *Strategi Pengembangan Usaha UMKM dengan Analisis SWOT*. 2.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: a methods sourcebook. In *TA - TT -* (Fourth edi). SAGE. <https://doi.org/LK - https://worldcat.org/title/1047532295>
- Muhammad Farras Nasrida, Ausi Pandahang, & Dicky Febrian. (2023). Perkembangan UMKM Di Indonesia Dan Potensi Di Kota Palangka Raya. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(1), 45–49. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v2i1.548>
- Mukhlisin, A., & Hidayat Pasaribu, M. (2020). Analisis Swot dalam Membuat Keputusan dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. *Invention: Journal Research and Education Studies*, 1(1), 33–44. <https://doi.org/10.51178/invention.v1i1.19>
- Nashoih, A. K., Fadhi, K., Shobirin, M. S., Hidayat, T., & Fahrudin, J. (2023). Sosialisasi Dan Pendampingan Pembuatan Nib, Pirt, Dan Sertifikasi Hahal Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produk UMKM Masyarakat Desa Ngogri Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 114–118. <https://doi.org/10.32764/abdimatekon.v4i3.4420>
- Paramartha, I. G. A. Y., & Wardani, K. D. K. A. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Edukasi Legalitas PIRT: Strategi Efektif untuk Memperluas Pasar. In *Sewagati* (Vol. 9, Issue 1). <https://doi.org/10.12962/j26139960.v9i1.777>
- Putri, D. A., Maulana, G. saka, & Rivaldi, M. C. (2025). Pendekatan Multidimensional terhadap Aspek Hukum dalam Studi Kelayakan Bisnis: Tinjauan Yuridis, Prosedur Perizinan, Pembentukan dan Legalitas Badan Usaha, serta Implikasinya terhadap Keberlanjutan dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2 No. 2(2), 557–570.
- Rahman, F. (2023). *Jejak rasa Nusantara : sejarah makanan Indonesia* (C. retina, Ikan Hardjono (ed.)). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Safari, A. A., Anita, E., & Syahrizal, A. (2023). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi UMKM TAHU Desa Mendis Kabupaten Musi Banyuasin). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(4), 01–17. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i4.430>
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). TEKNIK ANALISIS SWOT DALAM SEBUAH PERENCANAAN KEGIATAN. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(December 2022), 1.
- Statistik, badan pusat. (2023). *Jumlah Perusahaan Industri Skala Mikro dan Kecil Menurut Provinsi (Unit), 2023*. BPS. file:///C:/Users/acer/Downloads/jumlah umkm di setiap provinsi (BPS).mhtml
- STATISTIK, B. P. (2024). *Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2023*. BPS. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/OTUwIzE=/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-beberapa-macam-bahan-makanan-penting--2007-2023.html>
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (II). Alfabeta.
- Syukri, M. (2024). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PADA USAHA PEMBUATAN TAHU DI KELURAHAN SIDANGKAL KOTA PADANGSIDIMPUAN*. 167–186.
- Tobing, M. M. H. L. (2024). *Tahu dan Tempe, Makanan Khas Indonesia yang Kaya Nutrisi*. RRI. <https://www.rri.co.id/kuliner/996206/tahu-dan-tempe-makanan-khas-indonesia-yang->

