

---

## **MODEL PENGEMBANGAN USAHA MITRA DISTRIBUSI MAKANAN DENGAN ANALISIS SWOT**

Muhamad Akbar G, Muhammad Raihan Thariq H, Ngadiah Safira, Dewi Turgarini,  
Caria Ningsih

Magister Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia  
[muhmadakbargumilang@upi.edu](mailto:muhmadakbargumilang@upi.edu)

Article history:

First Received: 10 Mei 2024

Final Proof Received: 29 Juni 2024

**Abstract:** Model distribusi makanan berbasis layanan “Nitip Doloe” berkembang sebagai solusi inovatif dalam mendukung pariwisata kuliner dan pemberdayaan UMKM lokal. Penelitian ini bertujuan mengembangkan strategi penguatan usaha mitra distribusi makanan melalui integrasi analisis SWOT dengan Matriks IFE, EFE, dan IE. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara semi-terstruktur, observasi lapangan, dan dokumentasi dari pelaku usaha yang terlibat dalam sistem titipan makanan. Analisis dilakukan berdasarkan tahapan Miles dan Huberman, dilanjutkan dengan penilaian kuantitatif terhadap faktor strategis internal dan eksternal. Hasil menunjukkan bahwa model usaha “Nitip Doloe” berada pada Kuadran V dalam Matriks IE, yang merekomendasikan strategi Hold and Maintain. Kekuatan utama usaha meliputi hubungan baik dengan produsen dan lokasi strategis, sementara kelemahannya terletak pada belum tersusunnya SOP dan keterbatasan pemahaman sistem konsinyasi. Peluang besar datang dari meningkatnya minat terhadap makanan lokal, namun ancaman eksternal seperti fluktuasi permintaan tetap perlu diantisipasi. Penelitian ini menekankan pentingnya penguatan manajemen internal dan kolaborasi strategis sebagai kunci keberlanjutan usaha distribusi makanan lokal yang efisien dan berdaya saing di era digital.

**Keywords:** Kewirausahaan, Distribusi Makanan, Analisis Makanan, Matriks IFE-EFE, Strategi Bisnis, UMKM

### **INTRODUCTION**

Pariwisata kuliner telah berkembang menjadi salah satu sektor strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus menjaga kelestarian budaya tradisional (Suteja et al., 2019). Di Indonesia, kekayaan kuliner tradisional menjadi daya tarik utama yang mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara (Nugroho, 2024). Menurut Jefri & Ibrohim, 2021; Rivalni et al., 2025; Yola et al. (2024) potensi ini tidak hanya memperkuat identitas budaya lokal, tetapi juga membuka peluang besar bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk terlibat aktif dalam ekosistem pariwisata melalui pengembangan distribusi makanan yang efektif dan inovatif. Dalam konteks ini, mitra distribusi makanan memainkan peranan penting sebagai penghubung antara produsen kuliner dengan pasar yang lebih luas, sekaligus memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan aksesibilitas produk (Haugum et al., 2017).

Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi masyarakat, telah muncul model distribusi makanan yang lebih modern dan

fleksibel, seperti layanan jasa titipan atau dikenal dengan istilah “nitip doloe.” Model ini memungkinkan pelaku usaha kuliner menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus mengelola outlet fisik secara langsung, sehingga menciptakan efisiensi biaya dan potensi ekspansi yang signifikan. Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa implementasi model bisnis ini masih menghadapi berbagai tantangan, keterbatasan. Dalam penelitiannya Rizky (2024) mengungkapkan bahwa manajemen mutu, kurangnya literasi teknologi pemasaran digital, dan lemahnya koordinasi antara pelaku usaha dengan mitra distribusi. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan model usaha yang tidak hanya adaptif terhadap teknologi, tetapi juga responsif terhadap dinamika pasar dan kebutuhan konsumen (Muna et al., 2025).

Analisis SWOT sendiri telah lama digunakan sebagai alat untuk merancang strategi pengembangan UMKM, karena mampu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi pelaku usaha (Widowati et al., 2022). Namun, keakuratan dan

relevansi hasil SWOT sangat bergantung pada bagaimana faktor-faktor tersebut diukur dan ditindaklanjuti. Oleh karena itu, penggunaan alat pendukung seperti matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation) menjadi penting dalam memberikan bobot dan skor obyektif pada setiap faktor strategis (Suhendah et al., 2022). Integrasi hasil IFE dan EFE ke dalam matriks IE (Internal-External Matrix) memungkinkan pelaku usaha mengetahui posisi strategis mereka dan memilih arah strategi yang sesuai, apakah itu ekspansi (growth), stabilisasi (stability), atau pengurangan (retrenchment) (Ben-Abdallah et al., 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model pengembangan usaha mitra distribusi makanan dengan mengintegrasikan analisis SWOT dan Business Model Canvas. Fokus utama ditujukan pada model bisnis jasa "nitip doloe" sebagai solusi alternatif distribusi kuliner yang lebih efisien dan fleksibel di era digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat ekosistem distribusi makanan yang mendukung pariwisata kuliner yang inklusif, kompetitif, dan berkelanjutan di Indonesia.

## METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis dan memetakan faktor-faktor strategis dalam pengembangan usaha distribusi makanan berbasis model "Nitip Doloe." Fokus utamanya adalah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT), serta menyusun strategi pengembangan usaha melalui Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE).

Subjek penelitian terdiri atas mitra produsen makanan lokal dan pengelola titik distribusi aktif dalam sistem "Nitip Doloe" di wilayah perkotaan. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur untuk menggali persepsi pelaku usaha, observasi langsung di lokasi distribusi, serta dokumentasi operasional. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, dengan kriteria pengalaman minimal tiga bulan dalam sistem penitipan makanan.

Analisis data dilakukan dengan mengikuti tahapan Miles dan Huberman (1994), meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Seluruh informasi dikategorikan ke dalam empat elemen SWOT, lalu dikonversi secara kuantitatif ke dalam Matriks IFE dan EFE melalui pemberian bobot dan rating. Bobot mencerminkan tingkat kepentingan masing-masing faktor, sedangkan rating menunjukkan tingkat kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman yang dihadapi. Skor tertimbang diperoleh dari perkalian antara bobot dan rating tiap faktor.

Skor total dari Matriks IFE dan EFE digunakan untuk menentukan posisi strategis usaha dalam Matriks IE (Internal-External) yang terdiri dari sembilan kuadran. Posisi tersebut menjadi dasar untuk merumuskan strategi pengembangan usaha, seperti pertumbuhan (growth), stabilisasi (hold), atau pengurangan (retrenchment), mengacu pada pendekatan yang dikembangkan oleh David (2013).

Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setiap partisipan memberikan persetujuan untuk diwawancarai, dan kerahasiaan identitas mereka dijaga dengan ketat guna menjamin keabsahan dan kredibilitas temuan penelitian.

## RESULTS AND DISCUSSION

Analisis terhadap faktor internal dan eksternal dalam pengembangan usaha mitra distribusi makanan berbasis model "nitip doloe" menghasilkan gambaran menyeluruh mengenai posisi strategis usaha. Evaluasi dilakukan dengan pendekatan SWOT yang kemudian dikembangkan ke dalam Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation). Hasil penilaian ini menjadi dasar dalam merumuskan arah strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi riil usaha.

### Internal Factor Evaluation (IFE)

Analisis faktor internal mengidentifikasi lima kekuatan utama dan lima kelemahan dominan yang mempengaruhi performa operasional mitra distribusi makanan. Tabel 1 menyajikan bobot, rating, dan skor tertimbang dari masing-masing indikator yang telah dievaluasi secara objektif.

Tabel 1. Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>A Kekuatan</b>				
1	Hubungan dengan produsen	0.14	4	0.56
2	Lokasi Strategis	0.12	4	0.48
3	Ragam produk makanan menarik	0.1	3	0.3
4	Sistem pembagian hasil yang fleksibel dan menguntungkan	0.1	3	0.3
5	Kemampuan menjaga kualitas dan kebersihan makanan titipan	0.08	3	0.24
Total skor kekuatan				1.88
<b>B Kelemahan</b>				
1	Belum adanya SOP	0.08	2	0.16

2	Tidak semua mitra memahami sistem konsinyasi	0.08	2	0.16
3	Manajemen keuangan masih manual	0.07	2	0.14
4	Ketergantungan pada satu lokasi distribusi utama	0.06	2	0.12
5	Kapasitas penyimpanan makanan terbatas	0.07	2	0.14
Total skor kelemahan				0.72
Total Skota Faktor Internal				2.6

Skor total IFE sebesar 2.60 menempatkan usaha pada kategori kekuatan internal **sedang**, yang menunjukkan bahwa mitra distribusi makanan memiliki potensi internal yang baik namun perlu peningkatan dalam aspek operasional dan manajerial.

**External Factor Evaluation (EFE)**

Evaluasi faktor eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mempengaruhi keberlangsungan dan potensi pertumbuhan usaha. Hasil evaluasi disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>A Peluang</b>				
1	Permintaan makanana lokal di acara komunitas	0.14	4	0.56
2	Dukungan pemerintah terhadap UMKM kuliner	0.1	4	0.4
3	Potensi kerja sama dengan EO dan panitia event	0.08	3	0.24
4	Konsumen tertarik pada makanan unik	0.1	3	0.3
Total skor kekuatan				1.5
<b>B Ancaman</b>				
1	Persaingan dengan outlet makanan besar	0.08	2	0.16
2	Permintaan fluktuatif di luar musim	0.08	2	0.16
3	Risiko makanan sisa atau rusak	0.07	2	0.14
4	Ketergantungan pada traffic pengunjung lokasi fisik	0.06	2	0.12
Total skor kelemahan				0.64

Total Skota Faktor Eksternal	2.14
------------------------------	------

Skor EFE sebesar 2.14 menandakan bahwa usaha memiliki tingkat peluang dan ancaman eksternal yang moderat. Potensi pasar cukup menjanjikan, tetapi tetap menghadapi kompetisi dan tantangan distribusi yang perlu diantisipasi dengan cermat.

**Matriks IE dan Penentuan Posisi Strategis**

Skor gabungan IFE (2.60) dan EFE (2.14) dipetakan dalam Matriks Internal-External (IE) untuk menentukan posisi strategis usaha secara kuantitatif. Berdasarkan hasil pemetaan, posisi usaha berada pada Kuadran V, yaitu wilayah strategi Hold and Maintain.

Tabel 3. Matriks EFE-IFE

	EFE tinggi (3.0-4.0)	EFE Sedang (2.0-2.99)	EFE: Rendah (1.0-1.99)
IFE Tinggi (3.0-4.0)	I	II	III
IFE Sedang (2.0-2.99)	IV	V	VI
IFE Rendah (1.0-1.99)	VII	VIII	IX

Posisi pada kuadran V menunjukkan bahwa usaha mitra distribusi makanan “nitip doloe” disarankan untuk melakukan strategi stabilisasi dan efisiensi internal. Strategi ini meliputi:

1. **Penyusunan SOP operasional** untuk memperjelas alur titip-jual, retur barang, dan pelaporan hasil penjualan.
2. **Peningkatan pemahaman mitra produsen** terhadap sistem konsinyasi melalui pendekatan edukatif informal.
3. **Diversifikasi titik distribusi** untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu lokasi.
4. **Penguatan kapasitas penyimpanan dan rotasi stok** guna meminimalisir risiko kerusakan makanan.

Strategi “Hold and Maintain” bertujuan menjaga keberlangsungan operasional yang sudah berjalan dan secara bertahap meningkatkan daya saing usaha. Pendekatan ini sesuai dengan hasil temuan Suhendah et al. (2022), yang menunjukkan bahwa pelaku usaha dalam posisi serupa harus menyeimbangkan upaya perbaikan internal dengan adaptasi pasar yang berkelanjutan.

**CONCLUSION**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model usaha distribusi makanan berbasis layanan “Nitip Doloe” memiliki potensi yang signifikan dalam memperkuat jejaring pemasaran kuliner lokal dan meningkatkan efisiensi operasional bagi pelaku UMKM. Berdasarkan analisis Matriks IFE dan EFE, usaha ini berada pada posisi strategis Kuadran V dalam Matriks IE, yang merekomendasikan penerapan strategi “Hold and Maintain.”

Faktor kekuatan utama terletak pada hubungan yang baik dengan produsen makanan lokal, lokasi strategis distribusi, dan keberagaman produk. Sementara itu, kelemahan masih ditemukan dalam aspek operasional seperti belum adanya SOP baku, keterbatasan pemahaman sistem konsinyasi, serta kapasitas penyimpanan yang minim. Di sisi eksternal, peluang besar muncul dari meningkatnya permintaan makanan lokal dalam kegiatan komunitas dan dukungan terhadap UMKM, namun tetap harus mewaspadai ancaman persaingan dari outlet besar dan risiko fluktuasi permintaan.

Secara keseluruhan, pengembangan model bisnis “Nitip Doloe” perlu difokuskan pada penguatan sistem manajerial internal, standarisasi operasional, serta kolaborasi strategis dengan berbagai pemangku kepentingan komunitas dan penyelenggara event. Strategi ini diyakini mampu menciptakan keberlanjutan usaha dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara inklusif dan berkelanjutan.

## REFERENCES

- Suhendah, R., Angelina, A., Ricardo, R., & Stevansyah, N. (2022). MSME business management and development with IFE-EFE matrix. *Journal of innovation and community Engagement*, 3(3), 175-188.
- Ben-Abdallah, R., Shamout, M., & Alshurideh, M. (2022). Business development strategy model using EFE, IFE and IE analysis in a high-tech company: An empirical study. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(2), 1-9.
- Widowati, I., Riany, D. A., Andrianto, F., & Suhartini, S. (2022). Analisis swot untuk pengembangan bisnis kuliner (Studi kasus pada UMKM papat sodara food Purwakarta). *Jurnal Teknologika*, 12(1), 146-156.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Dewi Rika Avista, Untay Arofatul Sekar Langit, M. (2025). Literasi Digital dan Penguatan UMKM: Tinjauan Teoritis terhadap Strategi Pemberdayaan di Daerah Terpencil. *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu - Ilmu Sosial*, 3(2), 55–60.
- Haugum, M., & Grande, and J. (2017). The Role of Marketing in Local Food Networks. *International Journal on Food System Dynamics*, 8(1)(1–13), 18. file:///F:/Spec 2/Traffic Delay Model.pdf
- Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 86. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>
- Muna, A., Ausat, A., & Prasetya, Y. B. (2025). Optimalisasi Sistem Informasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM: Analisis Sinergi Inovasi Digital dan Fenomena FOMO dalam Dinamika Pasar. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 68–76.
- Nugroho, D. Y., & Triyono, J. (2024). Strategi pengembangan inovasi produk lokal makanan tiwul dalam peningkatan daya tarik wisata Kabupaten Gunung Kidul. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 175–186. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.913>
- Rivalni, R., Putri, W. G., & Wardani, W. (2025). UMKM Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata. 4(April), 394–403.
- Siti Marfuah Bako, Melisa, Muhammad Faisal Haririe Nasution, N. (2025). Sistem Pendataan UMKM dan Implikasinya dalam Peningkatan Akses Modal dan Perluasan Pasar. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(1), 91–100.
- Suteja Wayan, S. W. (2019). Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Bina Wakya*, 55(4), 524–530. <https://doi.org/10.1134/s0514749219040037>
- Yola Erlanda, & Ghulam Maulana Ilman. (2024). Otimalisasi Potensi Ekonomi Lokal: Strategi Penguatan dan Implikasi Positif Peran Umkm Kelurahan Made Kota Surabaya. *Birokrasi: JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA*, 2(2), 179–188. <https://doi.org/10.55606/birokrasi.v2i2.1183>
- Rizky, F.M. (2024). Efektivitas Pelatihan Inkubasi UMKM Kuliner Borobudur dengan Mediasi Kompetensi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha (Skripsi).

Universitas Pendidikan Indonesia,  
Bandung