

Strategi Pemasaran Umkm Warung Nasi Sunda Ibu Titing Melalui Pendekatan Analisis Swot dan *Marketing Mix*

Irman Firmansyah ^{1*}, Ridho Riadi Akbar ², Rama Chandra Jaya ³

^{1*,2,3} Program Studi Manajemen, Universitas Indonesia Membangun, Jl. Soekarno Hatta No. 448, Batununggal, Kec. Bandung Kidul, Bandung City, West Java, Indonesia.

Email: irmann440@student.inaba.ac.id ^{1*}, ridho.riadi@inaba.ac.id ², rama.chandra@inaba.ac.id ³

Histori Artikel:

Dikirim 22 Desember 2024; Diterima dalam bentuk revisi 1 Januari 2024; Diterima 20 Januari 2025; Diterbitkan 1 Februari 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset) – Lembaga KITA.

Suggested citation:

Firmansyah, I., Akbar, R. R., & Jaya, R. C. (2025). Strategi Pemasaran Umkm Warung Nasi Sunda Ibu Titing Melalui Pendekatan Analisis Swot dan Marketing Mix. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(1), 437–444. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i1.3677>.

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi pemasaran Warung Nasi Sunda Ibu Titing, sebuah UMKM yang telah beroperasi sejak 2004 dan menghadapi tantangan seperti persaingan ketat, keterbatasan fasilitas, serta kurangnya adopsi teknologi digital. Rumusan masalahnya mencakup upaya meningkatkan daya saing melalui strategi yang efektif. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta Marketing Mix (4P) sebagai kerangka penyusunan strategi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama Warung Nasi Sunda Ibu Titing adalah variasi menu khas, kualitas produk, dan lokasi strategis. Namun, kelemahan seperti minimnya promosi digital dan fasilitas parkir menjadi tantangan utama. Peluang dari tren kuliner modern dan kebijakan pemerintah yang mendukung UMKM dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar. Ancaman dari kompetitor yang lebih inovatif dan ketidakstabilan harga bahan baku perlu diantisipasi dengan strategi adaptif. Kesimpulan penelitian merekomendasikan penerapan strategi seperti perluasan layanan digital melalui platform online, peningkatan promosi di media sosial, serta inovasi menu untuk menarik segmen pelanggan baru. Dengan implementasi strategi ini, diharapkan Warung Nasi Sunda Ibu Titing dapat mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing di pasar kuliner.

Kata Kunci: UMKM; Strategi Pemasaran; Analisis SWOT; Marketing Mix; Inovasi Digital.

Abstract

This study explores the marketing strategy of Warung Nasi Sunda Ibu Titing, a micro, small, and medium enterprise (MSME) that has been operating since 2004 and faces challenges such as intense competition, limited facilities, and low adoption of digital technology. The problem statement revolves around efforts to enhance competitiveness through effective strategies. The research methodology employs a qualitative descriptive approach using SWOT analysis to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats, complemented by the Marketing Mix (4P) framework to develop a comprehensive marketing strategy. The findings reveal that Warung Nasi Sunda Ibu Titing's main strengths include a diverse menu, high-quality products, and a strategic location. However, weaknesses such as minimal digital promotion and limited parking facilities pose significant challenges. Opportunities arise from modern culinary trends and government policies supporting MSMEs, which can be leveraged to expand the market. Threats from more innovative competitors and the instability of raw material prices require adaptive strategies. The study concludes by recommending strategies such as expanding digital services through online platforms, enhancing social media promotion, and introducing menu innovations to attract new customer segments. Implementing these strategies is expected to help Warung Nasi Sunda Ibu Titing maintain its presence and improve competitiveness in the culinary market.

Keyword: MSMEs; Marketing Strategy; SWOT Analysis; Marketing Mix; Digital Innovation.

1. Pendahuluan

Industri bisnis di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Di antara berbagai sektor UMKM, industri kuliner memiliki kontribusi yang besar, tidak hanya sebagai penyedia kebutuhan pangan masyarakat, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi lokal. Sektor kuliner, khususnya yang berbasis UMKM, terus berkembang pesat. Warung nasi yang menawarkan hidangan khas lokal dengan harga yang terjangkau menjadi pilihan utama bagi konsumen. Salah satu contoh warung nasi yang cukup dikenal adalah Warung Nasi Sunda Ibu Titing, yang telah menyajikan menu makanan khas Sunda sejak tahun 2004. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi dan pergeseran preferensi konsumen, persaingan dalam sektor ini semakin ketat. Pelanggan kini lebih mengutamakan kenyamanan dan kepraktisan, dengan semakin populernya layanan pesan antar melalui platform digital seperti *GoFood* dan *ShopeeFood*. Warung Nasi Sunda Ibu Titing menghadapi tantangan berat dari kompetitor yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam operasional dan pemasaran mereka. Selain itu, masalah operasional seperti terbatasnya kapasitas lahan parkir, ruang makan yang kecil, serta stok makanan yang sering habis turut memengaruhi daya saing warung ini.

Tabel 1. Data Pendapatan rata-rata

Bulan	Pendapatan Rata-Rata Warung Nasi Sunda Ibu Titing	Target Bulanan Warung Nasi Sunda Ibu Titing	Selisih Pendapatan Terhadap Target	Pendapatan Tercapai dan tidak tercapai
Juni	Rp 7.800.000	Rp. 8.000.000	Rp. -200.000	Tidak tercapai
Juli	Rp 6.500.000	Rp. 8.000.000	Rp. -1.500.000	Tidak tercapai
Agustus	Rp 10.400.000	Rp. 8.000.000	Rp. 2.400.000	Tercapai
September	Rp 7.200.000	Rp. 8.000.000	Rp. - 800.000	Tidak tercapai
Total	Rp 7.975.000.	Rp.32.000.000	Rp.100.0000	-

Tabel 1 menunjukkan data pendapatan rata-rata Warung Nasi Sunda Ibu Titing selama periode empat bulan, yaitu dari Juni hingga September. Setiap bulan, warung ini menetapkan target pendapatan sebesar Rp 8.000.000. Namun, terdapat fluktuasi antara pendapatan aktual dan target yang telah ditetapkan. Pada bulan Juni, warung mencatatkan pendapatan sebesar Rp 7.800.000, sedikit lebih rendah dari target dengan selisih Rp 200.000. Pada bulan Juli, pendapatan mengalami penurunan signifikan menjadi Rp 6.500.000, yang menghasilkan selisih negatif sebesar Rp 1.500.000 dibandingkan dengan target. Sebaliknya, bulan Agustus menunjukkan hasil yang lebih baik, dengan pendapatan mencapai Rp 10.400.000, melebihi target dengan selisih positif sebesar Rp 2.400.000. Namun, pada bulan September, pendapatan kembali turun menjadi Rp 7.200.000, yang berada Rp 800.000 di bawah target. Secara keseluruhan, rata-rata pendapatan warung selama empat bulan tercatat sebesar Rp 7.975.000, yang hampir menyamai target bulanan rata-rata sebesar Rp 8.000.000. Total selisih pendapatan terhadap target selama periode ini adalah Rp 100.000, mencerminkan bahwa meskipun ada fluktuasi, pendapatan warung hampir mencapai target yang telah ditetapkan.

Berbagai penelitian terkait pengembangan UMKM menunjukkan pentingnya inovasi dan penerapan teknologi untuk meningkatkan daya saing. Penelitian oleh Siti Nurpatimah dan Fanji Wijaya (2024) tentang pengembangan bisnis Warung Lotek Ibu Cucu, mengungkapkan bahwa adopsi platform digital seperti *GoFood* dan *ShopeeFood* serta penggunaan sistem pembayaran digital dapat memperbaiki pemasaran dan efisiensi operasional dalam bisnis kuliner. Penelitian lain oleh Dinarso *et al.* (2022) juga menyatakan bahwa strategi pemasaran berbasis digital dapat membantu UMKM menghadapi persaingan ketat dan memperluas jangkauan pasar. Warung Nasi Sunda Ibu Titing sangat bergantung pada kemampuannya untuk beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen dan perkembangan pasar yang semakin dinamis. Meskipun telah beroperasi selama lebih dari dua dekade dan memiliki basis pelanggan setia, warung ini menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan ruang makan, lahan parkir yang

terbatas, serta rendahnya tingkat adopsi teknologi digital. Persaingan yang semakin ketat dari bisnis sejenis yang telah mengadopsi platform digital juga menjadi ancaman serius. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi strategis berbasis data yang dapat membantu Warung Nasi Sunda Ibu Titing untuk tetap bertahan dan berkembang. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi UMKM kuliner lainnya dengan menekankan pentingnya digitalisasi dan inovasi operasional untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi tantangan di era digital. Penerapan alat analisis seperti *SWOT Analysis* diyakini dapat membantu dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan bagi pemasaran. Inovasi dalam menu dan perbaikan operasional, seperti optimalisasi ruang makan dan pengelolaan stok yang lebih efisien, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan volume penjualan. Selain itu, penerapan strategi harga yang kompetitif dan promosi yang lebih efektif melalui media sosial diprediksi dapat menarik lebih banyak pelanggan, terutama dari segmen pasar yang selama ini belum terjangkau.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran yang tepat bagi Warung Nasi Sunda Ibu Titing dalam menghadapi persaingan bisnis, dengan melakukan evaluasi terhadap faktor-faktor internal dan eksternal melalui analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats* (SWOT). Menurut Sugiyono (2013:3), metode penelitian pada dasarnya merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang valid dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2013), penelitian kualitatif didasarkan pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk mengkaji kondisi objek penelitian secara alami, berbeda dengan pendekatan eksperimen. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen utama, dengan pengambilan sampel data melalui metode purposive sampling dan snowball sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi (kombinasi beberapa teknik), sedangkan analisis data bersifat induktif atau kualitatif. Dengan demikian, hasil penelitian lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Penelitian ini dilaksanakan melalui empat tahap, yaitu studi pendahuluan, pengumpulan data, pembuatan strategi, dan uji keterlaksanaan. Setiap tahap dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Studi Pendahuluan
Pada tahap pendahuluan, peneliti melakukan identifikasi terhadap permasalahan yang ada di lingkungan sekitar Warung Nasi Sunda Ibu Titing, seperti kebutuhan terhadap pelayanan, promosi, serta persaingan usaha yang dihadapi oleh warung tersebut.
- 2) Pengumpulan Data
Tahap kedua adalah pengumpulan data. Peneliti mengumpulkan informasi terkait Warung Nasi Sunda Ibu Titing, deskripsi layanan yang ditawarkan, serta aspek-aspek lain yang relevan dengan penelitian ini. Analisis SWOT kemudian dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh warung ini. Analisis SWOT berfungsi untuk menyempurnakan dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.
- 3) Pembuatan Strategi Pemasaran
Berdasarkan hasil analisis data, peneliti menyusun strategi pemasaran yang terintegrasi dan relevan dengan tren terkini. Strategi ini dirancang untuk meningkatkan daya saing Warung Nasi Sunda Ibu Titing.
- 4) Uji Keterlaksanaan
Tahap terakhir adalah uji keterlaksanaan, di mana strategi pemasaran yang telah disusun diuji untuk memastikan kelayakan dan efektivitasnya dalam meningkatkan performa bisnis.

Hasil penelitian akan disajikan dalam bentuk laporan akhir yang menyajikan temuan, analisis, serta rekomendasi yang dapat digunakan untuk memperbaiki kinerja Warung Nasi Sunda Ibu Titing.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

3.1.1 Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Warung Nasi Sunda Ibu Titing memiliki sejumlah kekuatan yang signifikan. Pertama, kualitas produk yang dihasilkan sangat terjaga dengan menggunakan bahan baku berkualitas tinggi, yang bertujuan untuk memastikan rasa yang enak dan konsisten, sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan repeat order. Bahan baku juga mudah diperoleh karena banyaknya produsen lokal di sekitar lokasi usaha, yang memudahkan pemilik dalam memenuhi kebutuhan produksi. Selain itu, Warung Nasi Ibu Titing selalu mengutamakan penggunaan rempah yang melimpah untuk meningkatkan cita rasa produk. Salah satu keunggulan lainnya adalah produk yang dijual bebas dari bahan pengawet, menjaga kualitas dan kesehatan konsumen. Dari segi harga, produk-produk Warung Nasi Ibu Titing terjangkau, dengan kisaran harga antara Rp 5.000 hingga Rp 10.000 per porsi, yang memungkinkan mereka untuk bersaing dengan berbagai kalangan, seperti mahasiswa, pekerja kantoran, buruh, dan ibu rumah tangga. Lokasi usaha yang strategis di pusat Kota Bandung, ditambah dengan pendaftaran di *Google My Business*, juga mempermudah konsumen dalam menemukan warung ini. Namun, warung ini juga memiliki beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah adaptasi terhadap pasar online yang masih memerlukan waktu dan penyesuaian. Saat ini, promosi digital yang dilakukan masih terbatas, yang menghambat kemampuan untuk menarik konsumen baru. Selain itu, metode pembayaran yang diterima masih bersifat konvensional, yang dapat membatasi kenyamanan pelanggan yang lebih memilih metode pembayaran digital atau tanpa kontak langsung.

Di sisi lain, terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Warung Nasi Ibu Titing. Makanan yang dijual tidak bergantung pada musim tertentu, sehingga usaha ini dapat beroperasi sepanjang tahun dengan terus berinovasi agar produk tidak monoton. Kebijakan pemerintah yang mendukung UMKM, terutama di sektor kuliner, memberikan kesempatan bagi warung ini untuk mendapatkan dukungan yang dapat memperkuat usahanya. Selain itu, semakin berkembangnya teknologi dan penggunaan media sosial di Indonesia memberikan peluang bagi Warung Nasi Ibu Titing untuk mempromosikan produk secara digital dan memperluas jangkauan pasar. Namun, terdapat pula sejumlah ancaman yang harus diwaspadai oleh Warung Nasi Ibu Titing. Salah satunya adalah potensi munculnya pesaing baru yang lebih inovatif, mengingat cara memproduksi makanan ini relatif mudah dan banyak yang dapat meniru konsep yang sama. Persaingan ini semakin ketat dengan adanya pesaing yang sudah memanfaatkan teknologi secara maksimal, seperti bermitra dengan *GoFood* atau *GrabFood*. Jika Warung Nasi Ibu Titing tidak segera mengadopsi teknologi serupa, mereka berisiko tertinggal. Selain itu, ketidakstabilan harga bahan baku, yang sering mengalami fluktuasi, terutama menjelang hari raya, dapat memengaruhi biaya produksi dan harga jual, yang menjadi ancaman bagi kestabilan harga dan margin keuntungan. Warung Nasi Ibu Titing perlu memperkuat strategi pemasaran mereka, meningkatkan efisiensi operasional, serta memanfaatkan peluang yang ada melalui inovasi produk dan digitalisasi. Hal ini penting agar warung tetap dapat bersaing dan berkembang dalam pasar yang dinamis.

Tabel 2. Matriks Swot Warung Nasi Ibu Titing

IFAS/EFAS	Strenght (S)	Weakness (W)
	1. Kualitas produk yang unggul 2. Harga produk lebih rendah dibanding pesaing 3. Lokasi usaha yang strategis untuk segmen pasar target	1. Target market 2. Kurang efektifnya pemasaran 3. Pengelolaan manajemen dan keuangan yang masih sederhana
Opportunity (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Memanfaatkan tren kuliner	1. Melakukan penetrasi	1. Meningkatkan efektifitas

RESEARCH ARTICLE

2. Kebijakan pemerintah yang mendukung pertumbuhan UMKM	pasar (S1, S2, S3, O1, O2, O3)	kinerja karyawan (W1, W2, W3, O1, O2, O3)
3. Berkembangnya penggunaan teknologi		
Threat (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Banyaknya bermunculan UMKM produk sejenis	1. Melakukan inovasi produk (S1, T1, T2)	1. Memperbaiki kualitas SDM (W1, W2, W3, T1, T2)
2. Perkembangan teknologi yang dimanfaatkan lebih maksimal oleh pesaing	2. Melakukan perubahan pendistribusian produk (S2, S3, T2)	
3. Tidak stabilnya sosial ekonomi		

3.1.2 Marketing Mix

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk digunakan, dimiliki, atau dikonsumsi. Warung Nasi Sunda Ibu Titing sangat memperhatikan kualitas produknya, baik dari bahan baku, brand, hingga pelayanan. Pemilik usaha, Ibu Titing, memastikan bahwa bahan baku yang digunakan selalu segar dan berkualitas tinggi, guna menjaga cita rasa yang konsisten. Warung ini telah menjalin kerja sama dengan pemasok tetap untuk memastikan ketersediaan bahan baku yang berkualitas setiap hari. Selain itu, branding menjadi aspek penting dalam pemasaran, dan nama "Warung Nasi Ibu Titing" dipilih karena mencerminkan kesederhanaan serta keaslian makanan khas Sunda yang ditawarkan. Dalam menjalankan usaha, kualitas produk tetap menjadi prioritas utama, dengan menjaga rasa, porsi, harga, serta memastikan semua makanan halal dan higienis. Pelanggan setia, seperti Bu Dewi, mengungkapkan kepuasannya terhadap kualitas makanan yang selalu terjaga, sehingga merasa nyaman dan percaya untuk makan di sana. Hal ini menunjukkan bahwa menjaga kualitas produk sangat penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, meskipun terdapat banyak pesaing di industri kuliner. Harga produk di Warung Nasi Ibu Titing dirancang agar terjangkau oleh berbagai kalangan, terutama pekerja kantoran yang menjadi segmen pasar utama. Dengan menjaga harga yang kompetitif, warung ini mampu menarik pelanggan dari berbagai latar belakang ekonomi tanpa mengorbankan kualitas makanan yang disajikan. Harga yang ditetapkan juga sesuai dengan kualitas makanan dan pelayanan yang diterima, dengan hidangan yang menggunakan bahan segar, cita rasa khas, dan porsi yang cukup.

Layanan tambahan seperti pengiriman pesanan via WhatsApp dan fleksibilitas dalam menerima pesanan catering semakin menambah nilai bagi pelanggan. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, Warung Nasi Ibu Titing menetapkan harga yang bersaing tanpa mengorbankan kualitas. Harga menu disesuaikan dengan standar pasar di sekitar lokasi, dan strategi promosi seperti diskon atau penawaran khusus juga diterapkan untuk menarik pelanggan lebih banyak, terutama bagi pelanggan setia atau dalam acara tertentu. Warung Nasi Ibu Titing terletak di lokasi strategis yang ramai, tepat di lingkungan kerja, memudahkan akses bagi pelanggan, terutama pekerja kantoran yang ingin makan siang di sana atau membawa pulang pesanan. Lokasi yang berada di pinggir jalan utama juga memberikan keuntungan dari segi visibilitas, di mana nama warung dan menu khas yang ditawarkan dapat menarik perhatian pengendara maupun pejalan kaki. Namun, keterbatasan tempat parkir menjadi tantangan, terutama untuk pelanggan yang membawa kendaraan. Untuk mengatasi hal ini, warung dapat bekerja sama dengan tempat parkir terdekat atau menawarkan layanan antar sebagai alternatif. Selain itu, untuk memperluas jangkauan pasar, Warung Nasi Ibu Titing dapat mempertimbangkan ekspansi ke platform digital seperti *GoFood*, *ShopeeFood*, atau *GrabFood*. Kehadiran di platform online ini dapat memperluas pasar dan memungkinkan warung menjangkau pelanggan yang tidak dapat datang langsung. Membuka cabang di lokasi lain yang memiliki potensi pasar serupa juga bisa menjadi langkah strategis dalam ekspansi. Promosi juga memegang peranan penting dalam mengembangkan usaha ini. Warung Nasi Ibu Titing dapat memanfaatkan media sosial seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *WhatsApp Business* untuk periklanan. Konten promosi dapat berupa video yang menampilkan proses memasak, variasi menu, atau testimoni

RESEARCH ARTICLE

pelanggan yang puas. Selain itu, penggunaan flyer, spanduk, atau papan nama yang menarik di sekitar lokasi dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan warung ini. Pendekatan periklanan juga dapat diperkuat dengan interaksi langsung antara pemilik dan pelanggan. Pelayanan yang ramah dan personal dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kepercayaan mereka, dan mendorong mereka untuk kembali. Untuk meningkatkan citra warung, dapat dilakukan publisitas dengan menjalin hubungan baik dengan komunitas lokal, mendukung acara komunitas, atau memberikan donasi makanan untuk kegiatan sosial. Selain itu, kolaborasi dengan food blogger atau influencer lokal dapat membantu memperluas jangkauan merek melalui ulasan positif di media sosial. Untuk promosi penjualan, strategi yang dapat dilakukan antara lain memberikan diskon khusus, menawarkan paket hemat, atau mengadakan giveaway dan kontes di media sosial untuk menarik perhatian pelanggan baru dan meningkatkan keterlibatan. Dengan pendekatan promosi yang tepat, Warung Nasi Ibu Titing dapat meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan lama, sehingga dapat memperkuat posisinya di pasar.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis Matriks SWOT, Warung Nasi Ibu Titing memiliki berbagai strategi yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan daya saingnya dan memanfaatkan peluang yang ada. Dalam strategi SO (*Strengths-Opportunities*), Warung Nasi Ibu Titing dapat memanfaatkan kekuatan internal perusahaan, seperti kualitas produk dan lokasi strategis, untuk memperluas pangsa pasar. Salah satu cara untuk mencapai ini adalah dengan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Penggunaan platform seperti *GoFood* dan *ShopeeFood* dapat membantu warung ini menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan visibilitas merek (Lestari & Muttaqin, 2024). Melalui pendekatan pemasaran digital, Warung Nasi Ibu Titing juga dapat menarik lebih banyak segmen pasar, terutama generasi muda yang lebih cenderung berbelanja secara online (Ananda *et al.*, 2023). Pada strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), fokus utamanya adalah mengurangi kelemahan internal, terutama dalam hal keterampilan SDM, dan memanfaatkan peluang eksternal. Salah satu kelemahan utama yang ditemukan adalah keterbatasan kompetensi karyawan dalam menghadapi perubahan tren pasar dan penggunaan teknologi. Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan SDM sangat penting untuk meningkatkan kinerja di berbagai bidang, seperti pemasaran digital, produksi, dan manajemen keuangan (Sidqi *et al.*, 2024). Dengan meningkatkan keterampilan karyawan, warung ini akan lebih mampu memanfaatkan peluang yang ada, seperti tren digitalisasi dan platform pemesanan online, untuk meningkatkan penjualan dan mengelola operasional dengan lebih efisien (Wijaya *et al.*, 2021).

Strategi ST (*Strengths-Threats*) berfokus pada pengurangan dampak ancaman eksternal, seperti persaingan yang semakin ketat. Inovasi produk menjadi salah satu langkah yang perlu diambil untuk tetap relevan di pasar. Mengikuti tren kuliner dan menciptakan menu baru yang unik dapat membantu membedakan Warung Nasi Ibu Titing dari pesaing lainnya (Ngurah *et al.*, n.d.). Selain itu, untuk mengoptimalkan distribusi produk, warung ini dapat menggabungkan sistem penjualan konvensional dan digital. Dengan menawarkan opsi pembayaran yang lebih modern, seperti e-wallet atau sistem pembayaran melalui aplikasi, Warung Nasi Ibu Titing dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat (Sirin & Wijaya, 2024). Dalam strategi WT (*Weaknesses-Threats*), fokusnya adalah memperbaiki kelemahan internal untuk mengurangi ancaman yang ada. Mengingat meningkatnya persaingan dan adopsi teknologi oleh pesaing, Warung Nasi Ibu Titing perlu memperbaiki kualitas SDM secara berkelanjutan. Menurut Sajekti *et al.* (2022), pengembangan kualitas SDM yang terstruktur sangat penting dalam membantu UMKM bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Melalui pelatihan berkelanjutan dan peningkatan kapasitas karyawan dalam menghadapi perubahan teknologi, Warung Nasi Ibu Titing dapat memperkuat daya saingnya. Hal ini sejalan dengan temuan oleh Albariq dan Wijaya (2024), yang menekankan pentingnya pengembangan kompetensi dalam mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah tantangan persaingan yang intensif. Melalui penerapan strategi-strategi ini, Warung Nasi Ibu Titing dapat memperkuat posisi kompetitifnya di pasar, memanfaatkan peluang yang ada, mengatasi kelemahan internal, dan mengurangi ancaman eksternal, sehingga dapat terus berkembang dalam industri kuliner yang semakin dinamis.

4. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini mengungkapkan bahwa Warung Nasi Sunda Ibu Titing, sebagai UMKM di sektor kuliner, memiliki potensi besar untuk berkembang melalui penerapan strategi pemasaran yang terintegrasi. Berdasarkan analisis SWOT dan pendekatan Marketing Mix (4P), ditemukan bahwa warung ini memiliki beberapa kekuatan, seperti reputasi baik, variasi menu yang khas, dan lokasi strategis. Namun, warung juga menghadapi kelemahan, termasuk keterbatasan fasilitas parkir dan kurangnya program promosi. Di sisi peluang, tren makanan sehat dan daya beli masyarakat yang tinggi memberikan ruang bagi Warung Nasi Sunda Ibu Titing untuk memperluas pasar melalui inovasi menu dan optimalisasi media digital. Namun, ancaman dari kompetitor yang menawarkan strategi promosi lebih agresif dan fasilitas yang lebih baik menjadi tantangan yang perlu diatasi. Strategi yang direkomendasikan mencakup pengembangan layanan digital melalui platform seperti *GoFood* atau *ShopeeFood*, peningkatan konten promosi di media sosial, serta penerapan program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan daya saing. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan Warung Nasi Sunda Ibu Titing dapat mempertahankan pelanggan setia sekaligus menarik pelanggan baru, sehingga dapat bersaing di pasar kuliner yang semakin kompetitif.

5. Ucapan Terima Kasih

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan jurnal penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan UMKM Warung Nasi Sunda Ibu Titing Melalui Pendekatan Analisis SWOT dan Business Model Canvas” ini tepat pada waktunya. Tujuan dari penulisan ini adalah sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi Manajemen di Universitas INABA Bandung demi memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM). Keberhasilan dalam penulisan ini tidak lepas dari bimbingan langsung oleh Bapak Ridho Riadi Akbar, S.E., M.B.A., serta doa, semangat, perhatian, dan bantuan berbagai pihak. Dalam Penelitian ini, penulis menyadari bahwa apa yang telah disajikan masih jauh dari kesempurnaan dan mungkin masih terdapat banyak kekeliruan serta kekurangan pada setiap tulisan, yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu maupun minimnya pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar jurnal ini dapat berkembang lebih baik. Akhir kata, penulis berharap semoga jurnal ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

6. Referensi

- Albariq, M. R., & Wijaya, F. (2024). Strategi Pengembangan Menggunakan Analisis Swot Kona Koffee Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 638-642. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2051>.
- Ananda, T. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98-107. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i4.2738>.
- Duratulhikmah, S. N., & Wijaya, F. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bidang Usaha Putu Bagja Catering Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 629-637. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2048>.

RESEARCH ARTICLE

- Fatchurrohman, M., Sukatmadiredja, N. R., Wibowo, B. S., & Desiane, A. N. (2023). Strategi Pemasaran Dan Penjualan Dengan Pendekatan Analisa SWOT Pada Produk Usaha Leche. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(1), 67-72. <https://doi.org/10.54082/jupin.109>.
- Hariatama, F. (2021). Analisis SWOT Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Lembaga Pendidikan Prima Mandiri Utama Palangka Raya. *Edunomics Journal*, 2(1), 1-12. <https://doi.org/10.37304/ej.v2i1.2078>.
- Kadar, M., Hassandi, I., Khoirunnisa, I., Handayani, S., & Yonathan, T. A. (2024). Analisis Resiko pada UMKM Pabrik Kerupuk Putri Bungsu di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3(2), 414-424. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2024.3.2.1737>.
- Mulyana, A., & Muttaqin, R. (2024). Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha UMKM Masakan Khas Sunda Warung Nasi Teh Emas Dengan Analisis SWOT Dan Business Model Canvas. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(6), 3219-3227. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i6.3325>.
- Ngurah, G., Wiswasta, A., Ayu, G., Agung, A., & Made Tamba, I. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*.
- Nurngaeni, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subarna Batik Kroya-Cilacap). *AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 4(2), 192-202.
- Prisdina, N. B., & Faturrahman, M. (2023). Analisis penerapan strategi pemasaran peralatan pelabuhan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT pada PT Towin Innoven. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(1), 42-55.
- Rochmadika, H., & Parantika, A. (2023). Strategi Bauran Pemasaran 7P Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Mangata Coffee & Eatery. *Media Wisata*, 21(1), 164-177. <https://doi.org/10.36276/mws.v21i1.460>.
- Safardina, N., & Hanifah, L. (2024). STRATEGI PEMASARAN ISLAMIC MARKETING MIX PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH: PENDEKATAN ANALISIS SWOT. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 82-98. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v9i1.2772>.
- Sajekti, T., Supiyadi, D., & Saputro, A. H. (2022). Pengolahan Daging Ayam Frozen Sebagai Peningkatan Pemasaran Ayam Potong. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 747-758. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i2.591>.
- Sidqi, A. Z., Fanji, F. W., & Herlinawati, E. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Pada UMKM SilverEgg. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 5(2), 229-244. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i2.1787>.
- Wijaya, F. (2021). Strategi Bisnis dalam Mengembangkan Usaha Pada Kelompok Tani Kopi Buntis. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(1), 1-15.