

PENDEKATAN MANAJEMEN STRATEGI DALAM PENGEMBANGAN USAHA KULINER RUMAHAN DI SEA SATU

Fresi Beatrix Lendo^{*1}, Edryl Pongghong^{*2}, Irvans Tiwatu^{*3}, Diana Maramis^{*4}

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

²Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

³Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

⁴Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: ^{*1}fresilendo@gmail.com, ^{*2}Thiochenzy084@gmail.com, ^{*3}christiantiwatu@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian yang akan dilakukan sepanjang tahun 2022 ini bertujuan untuk menyusun rencana strategi untuk pengembangan usaha kuliner rumahan di Sea Satu. Rencana strategi disusun berdasarkan pendekatan manajemen strategi yang kemudian akan diolah menggunakan analisis SWOT. Pandemi COVID-19 jelas memberikan dampak terhadap turunnya perekonomian Indonesia. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bagian penting dalam perkembangan perekonomian. Walau dikategorikan sebagai kelompok usaha kecil, akan tetapi UMKM merupakan pemberi kontribusi yang besar dalam mendorong pengembangan perekonomian Indonesia. Salah satu kendala yang sering terjadi dan menjadi penyebab gagalnya UMKM adalah kualitas manajemen yang rendah. Jika perusahaan bisa memanfaatkan pendekatan manajemen strategi dengan baik maka kemampuan untuk mendapatkan untung akan jauh lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memanfaatkan pendekatan manajemen strategi. Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat lima strategi alternatif yang bisa diambil oleh pemilik usaha kuliner yakni, penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, diversifikasi dan juga penciutan.

Kata kunci: Manajemen strategi, usaha kuliner rumahan, SWOT

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bagian penting dalam perkembangan perekonomian. Walau dikategorikan sebagai kelompok usaha kecil, akan tetapi UMKM merupakan pemberi kontribusi yang besar dalam mendorong pengembangan perekonomian Indonesia. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh UMKM adalah kemudahan untuk mengadaptasi dan mengimplementasikan suatu teknologi dan inovasi dalam bisnis. UMKM menjadi sarana untuk menambah pendapatan dan juga mengurangi pengangguran serta disisi lainnya UMKM menjadi wadah untuk meningkatkan kreatifitas masyarakat. Salah satu kendala yang sering terjadi dan menjadi penyebab gagalnya

UMKM adalah kualitas manajemen yang rendah. Jika perusahaan bisa memanfaatkan pendekatan manajemen strategi dengan baik maka kemampuan untuk mendapatkan untung akan jauh lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memanfaatkan pendekatan manajemen strategi (Agwu, 2018). Perusahaan perlu memiliki strategi bisnis yang dijalankan secara efisien agar bisa menjalankan bisnis dengan sukses (Ariani & Utomo, 2017).

Dampak pandemi COVID-19 pada masyarakat Sea Satu bisa dilihat dari beberapa usaha kuliner rumahan yang kemudian mulai bermunculan semenjak banyak anggota masyarakat yang memiliki banyak waktu luang di rumah karena *work from home*. Usaha kuliner rumahan yang awalnya hanya sebagai bentuk mengisi waktu luang karena banyak yang harus bekerja dari rumah justru kemudian menjadi bisnis yang menjanjikan dengan pendapat bulanan yang tidak sedikit. Uraian diatas kemudian menjadi landasan bagi peneliti dalam melakukan penelitian tentang pendekatan manajemen strategi dengan harapan hasil dari riset yang akan dilakukan bisa memberikan kontribusi bagi UMKM di Desa Sea Satu khususnya untuk usaha kuliner rumahan. Dengan judul penelitian: Pendekatan Manajemen Strategi Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Rumahan.

B. LANDASAN TEORI

Lingkungan bisnis selalu berubah. Untuk bisa bertahan dan mampu berkompetisi dalam persaingan, suatu organisasi perlu untuk meningkatkan kinerja usaha mereka agar lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Manajemen strategi bisa berfungsi sebagai suatu alat strategis untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar bisa lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis (Abosede et al, 2016). Dengan memanfaatkan manajemen strategi maka suatu organisasi bisa mendapatkan suatu keunggulan bersaing, yang merupakan suatu kunci dalam pengembangan suatu UKM/UMKM (Munandar, 2016). Dalam pelaksanaannya, terdapat 4 tahap proses manajemen strategi yakni: organisasi harus melakukan analisa lingkungan, melakukan formulasi strategi, 5 melakukan implementasi strategi dan tahap yang terakhir adalah organisasi harus melakukan evaluasi dan control terhadap strategi yang sudah di implementasikan (Wheelen & Hunger, 2012). Sehingga kemudian dapat disimpulkan adalah bahwa pendekatan manajemen strategi bisa digunakan oleh UKM/UMKM untuk bisa merumuskan suatu strategi yang baru agar supaya bisa memiliki posisi yang unggul

dibanding pesaingnya. Analisis SWOT dapat memberikan 4 tipe strategi yang bisa dijadikan sebagai dasar pengembangan UKM/UMKM (Rahman & Rahmah, 2018). Keempat tipe strategi tersebut yakni:

1. Strategi SO, kekuatan dan peluang UKM/UMKM menjadi landasan untuk penentuan strategi.
2. Strategi WO, penyusunan strategi untuk mengatasi kelemahan UKM/UMKM untuk mendapatkan peluang yang maksimal.
3. Strategi ST, menggunakan kekuatan UKM/UMKM untuk menjadi dasar agar mampu mengendalikan ancaman.
4. Strategi WT, penyusunan strategi bagi UKM/UMKM untuk melakukan perbaikan agar mengurangi atau mengminimalisir kelemahan dan menghindar dari ancaman.

C. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap pelaku UKM/UMKM usaha kuliner rumahan di Desa Sea Satu sebagai sampel dalam penelitian ini, yang kemudian akan disajikan dalam bentuk data. Agar mampu memberikan gambaran yang jelas, data-data yang terkumpul akan disusun dengan kata-kata secara rinci dan tersistematis. Dua tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif

Untuk mengidentifikasi factor internal dan factor eksternal UMK/UMKM di Desa Sea Satu yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Lingkungan internal dan eksternal sendiri terdiri dari beberapa variable.

2. Analisis SWOT Kualittaif

Menurut Marimin (2004) dengan menggunakan pendekatan analisis kualitatif SWOT perusahaan bisa menghasilkan alternatif strategi dengan melihat hubungan antar factor SWOT. Sammut-Bonnici & Galea (2015) menyebutkan dengan adanya alternatif strategi perusahaan akan bisa memiliki beberapa cara untuk meningkatkan kinerja mereka. Data yang sudah diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan juga analisis SWOT kualitatif akan memudahkan pelaku usaha untuk menyusun strategi alternatif yang bisa digunakan untuk mengembangkan usahanya.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

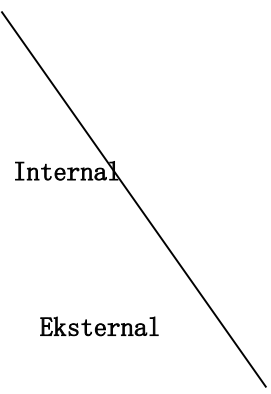
Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi jalannya usaha bisnis kuliner. Menurut Naipinit, dkk (2013) ada sembilan faktor atau variable yang bisa digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal suatu bisnis. Sembilan faktor tersebut adalah daya tarik, akses, akomodasi, keamanan, fungsi pemasaran, fungsi manajemen, fungsi keuangan, fungsi riset dan pengembangan. Sedangkan untuk faktor eksternal meliputi pelanggan, ekonomi, politik dan hukum, sosial dan budaya, pesaing, pendatang baru dan yang terakhir adalah produk pengganti atau produk substitusi (Putri, dkk, 2014). Faktor internal dan faktor eksternal kemudian akan dijadikan sebagai landasan bagi penulis dalam melakukan wawancara mendalam dengan pelaku usaha kuliner di Desa Sea Satu

Matrix SWOT

Alat yang digunakan untuk membantu pelaku usaha dalam menyusun faktor-faktor apa saja yang bisa digunakan sebagai strategi pemasaran biasa disebut dengan matrix SWOT. Dalam matrix swot dapat digambarkan dengan jelas, kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dapat diolah dengan sebegitu baik untuk memenuhi setiap peluang bisnis yang ada dan untuk menghindari ancaman yang bisa merugikan bisnis.

Tabel Matrix SWOT

 Internal Eksternal	STRENGTHS –S	WEAKNESSES –W
	1. Cita rasa yang enak 2. Kemampuan pemilik usaha dalam memanfaatkan media social (facebook dan whatsapp) 3. Alat dan bahan-bahan yang digunakan terjamin kualitasnya 4. Pemilik usaha secara konsisten melakukan upaya pengembangan diri	1. Variasi kue masih kurang 2. Customer belum terlalu fasih menggunakan facebook 3. Belum ada laporan keuangan tentang pendapatan dan pengeluaran per bulannya
OPPORTUNITIES –O	STRATEGI – SO	STRATEGI – WO

1. Banyak ibu-ibu yang tertarik mengikuti system arisan kue 2. Ekonomi yang semakin baik walau masih covid19 3. Kebiasaan masyarakat untuk memberikan kue saat acara	1. Selalu menggunakan alat dan bahan untuk menciptakan cita rasa kue yang enak 2. Lebih gencar lagi dalam memanfaatkan media social facebook. Melakukan pemasaran diberbagai market place di Manado, agar cakupan bisnis jadi lebih luas	1. Kloter arisan bisa lebih dari satu, dengan variasi kue lebih banyak dan iuran per bulan lebih murah 2. Membuat laporan keuangan secara sederhana agar supaya semakin jelas tentang keuntungan
THREATS – T 1. Variasi produk kue masih sedikit 2. Banyak pesaing yang juga menawarkan system arisan 3. Harga alat dan bahan dasar pembuatan produk dipengaruhi oleh isu-isu ekonomi, politik dan hukum	STRATEGI – ST 1. Mempertahankan cita rasa yang menjadi keunggulan selama ini, dan mulai menambah jenis kue yang lain untuk dipasarkan 2. Sistem arisan bisa dibuka semakin banyak kloter, untuk memenuhi jumlah peminat	STRATEGI – WT 1. Selalu aktif membagikan postingan dimedia social tentang arisan yang ditawarkan dengan promo-promo yang menarik

Setelah dilakukannya analisis lewat matri SWOT maka pemilik usaha akan mendapatkan 5 strategi alternatif yakni, penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, diversifikasi dan penciutan.

1. Penetrasi Pasar dan Pengembangan Pasar

Selain tetap menjaga cita rasa yang dimiliki, upaya yang bisa dilakukan oleh pemilik usaha adalah dengan mulai menciptakan jenis-jenis kue yang baru dan semakin gencar dalam mempromosikan produk di media social facebook. Banyak grup-grup jual beli online yang bisa dimanfaatkan oleh pemilik usaha.

2. Pengembangan Produk

Dalam upaya untuk mengembangkan produk baru, pemilik usaha pernah melakukan kursus untuk membuat kue ulang tahun. Yang harus dilakukan oleh pemilik usaha sekarang ada dengan semakin gencar memasarkan kue ulang tahun selain kue tradisional lainnya.

3. Diversifikasi Konsentrik

Strategi yang bisa dilakukan oleh pemilik usaha dalam upaya untuk mengembangkan bisnis adalah dengan memberikan gratis ongkos delivery untuk setiap customer yang memesan produk, walau berada diluar wilayah Desa Sea.

4. Penciutan

Strategi yang bisa dilakukan oleh pemilik usaha adalah dengan efisiensi biaya. Mulai memperhatikan produk unggulan dan bukan produk unggulan. Untuk produk bukan unggulan, ada baiknya untuk tidak menstok banyak bahan dasar agar supaya untuk menghindari masalah tidak terpakai.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Setelah dilakukannya penelitian terhadap pelaku usaha kuliner rumahan di Desa Sea Satu, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Usaha kuliner rumahan milik Ibu Yunita, tidak mendapat pengaruh yang negative walau keadaan ekonomi tidak stabil semenjak Covid 19. Justru usaha kuliner rumahan milik Ibu Yunita, mendapatkan pengaruh yang positif karena usaha kuliner rumahan menjadi semakin berkembang semenjak Covid 19.
2. Sebagai pemilik usaha kuliner rumahan, kemampuan Ibu Yunita dinilai sangat bagus dalam mengelola dan menjalankan bisnisnya. Terbukti dengan kemampuan Ibu Yunita dalam mengelola keuangan usaha yang dijalankan serta mampu memanfaatkan media social facebook dan whatsapp dengan baik walaupun belum secara maksimal.
3. Selain membuat kue dengan cita rasa yang enak, system arisan kue yang ditawarkan oleh Ibu Yunita dinilai sangat baik hal ini dibuktikan dengan banyaknya anggota yang mengikuti arisan Ibu Yunita meskipun banyak pesaing lainnya yang juga menawarkan produk arisan yang sama

2. Saran

Mengacu pada kesimpulan yang sudah dijabarkan oleh penulis, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Tetap mempertahankan bisnis yang sedang berjalan saat ini, sambil terus berupaya untuk mengembangkan jenis-jenis kue tambahan dan semakin memperluas area promosi.
2. Untuk mengontrol keuangan bisnis yang dijalankan, disarankan untuk pemilik usaha untuk membuat laporan keuangan secara berkala. Selain itu, untuk memperluas bisnis, pemilik usaha bisa mempromosikan produk yang dijual dengan bergabung dengan grup jual beli online yang ada di Manado, sehingga promosi tidak hanya terpaku di wilayah Desa Sea Satu dan sekitarnya saja.
3. Untuk menampung peminat arisan kue, disarankan pemilik usaha untuk membuka lebih dari satu kloter arisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abosedo, A.J., Obasan, K.A., dan Alese, O.J. (2016). *Strategic Management and Small and Medium Enterprises (SMEs) Development: A Review Literature*. International Review of Management and Business Research (IRMBR) Journal, 5 (1). 315 – 335.
- Agwu, ME. (2018). *Analysis of the Impact of Strategic Management on the Business Performance of SMEs in Nigeria*. Academy of Strategic Management Journal, (17) 19396104.
- Ariani, A., & Utomo, M. (2017). *Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan*. Jurnal Organisasi dan Manajemen, 13(2), 99-118.
- David, Fred R. 2004. *Manajemen Strategis : Konsep-konsep*. Jakarta: PT Indeks.
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Strategis*. Bandung: ALFABETA.
- Ghazinoory, S., Abdi, M., & Azadegan-Mehr, M. (2011). *SWOT methodology: a state-of-the-art review for the past, a framework for the future*. Journal of Business Economics and Management, 12(1), 24–48. <https://doi.org/10.3846/16111699.2011.555358>.
- Marimin. (2004). *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta: Grasindo.

- Munandar. (2016). *The Strategy Development and Competitive Advantages of Micro Small Medium Enterprise Business Institution Toward Regional Development*. AdBispreneur, 1(2), 103-112.
- Naipinit, Aree., dkk. (2013). *SWOT Analysis of Religious Tourism in the Roi Kaen Sarn Sin Cluster of Northeastern Thailand*. Asian Social Science. 13: 2017-2025.
- Ningrum, A. E. K. ., Juita, A. I. ., Yolanda, F. ., Hersa, N. ., & Suriyanti, L. H. . (2021). *Analisis Manajemen Strategi bagi UMKM di Pekanbaru Agar Dapat Bertahan di Masa Pandemi Covid 19*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 5(2), 2888–2895. <https://doi.org/10.31004/jptam.v5i2.1314>.
- Putri, Nyimas E, dkk. (2014). *Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang)*. Long Range Planning, 11, 3, 2429-2440.
- Rahman. J.F, dan Rahmah, D.M. (2018). *Identifikasi Proses dan Strategi Bisnis pada Kadatuan Koffie Menggunakan Analisis SWOT*. Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen, 7 (3). 161 – 169.
- Saleh, S. (2016). *PELAYANAN ADMINISTRASI KEPEGAWAIAN*. Jurnal Eklektika, 4(1), 3–19.
- Sammut-Bonnici, T., & Galea, D. (2015). *SWOT Analysis*. In Wiley Encyclopedia of Management (pp. 1–8). Chichester, UK: John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom120103>.
- Tambunan, T., 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Salemba, Jakarta.
- Taufiqurokhman. (2018). *Manajemen Strategik*. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Dr. Moestopo Beragama.