

ANALISIS SWOT PADA UMKM B'STEAK GRILL UNTUK MENINGKATKAN STRATEGI PENJUALAN

Anna Wijayanti*

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia
202010325194@mhs.ubharajaya.ac.id

Tyna Yunita

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia
tyna.ubj@gmail.com

Muhamad Elzan Musyafa

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia
202010325159@mhs.ubharajaya.ac.id

Nurul Cahyani

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia
202010325186@mhs.ubharajaya.ac.id

ABSTRACT

In Indonesia, the development of the culinary business is progressing quite rapidly even though the economic situation in Indonesia is currently experiencing quite difficult times. Along with the increase in businesses in the culinary field, it causes competition between entrepreneurs engaged in the same field. SWOT is a tool that can be used to determine the strengths and weaknesses of a company, especially in the field of marketing. This research was conducted in the Marakash Square area, Kec. Babylon, Kab. North Bekasi at B'Steak Grill. By utilizing promotions through social media such as Instagram, Facecook and Whatsapp. By establishing this business in Marakash Square because the location is very strategic and is visited by many local people.

Keyword: SWOT Analysis, SME (Small and medium enterprise), Chicken Steak.

ABSTRAK

Di Indonesia perkembangan usaha kuliner berlangsung cukup pesat meskipun keadaan perekonomian di Indonesia sedang mengalami masa yang cukup sulit pada saat sekarang ini. Seiring dengan meningkatnya usaha-usaha dibidang kuliner, menyebabkan terjadinya persaingan diantara pengusaha-pengusaha yang bergerak dibidang yang sama. SWOT merupakan salah satu alat yang dapat dipakai untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan suatu perusahaan, khususnya pada bidang pemasaran. Penelitian ini dilakukan di daerah Marakash Square, Kec. Babelan, Kab. Bekasi Utara pada B'Steak Grill. Dengan memanfaatkan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facecook dan Whatsapp.

Dengan mendirikan bisnis ini di Marakash Square karena lokasi tersebut sangat strategis dan banyak dikunjungi oleh masyarakat setempat.

Kata Kunci: Analisis SWOT, UMKM, Steak ayam.

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, bisnis di dunia kuliner dapat berkembang pesat. Pasalnya, salah satu faktor pendukung kemajuan dunia kuliner. makanan di Negara Indonesia adalah penggabungan budaya dari negara lain. Negara asing dengan budayanya cukup berperan dalam mengembangkan kemajuan kuliner di Indonesia, sehingga masyarakat lokal sendiri atau masyarakat Indonesia lebih mengenal budaya asing khususnya dalam dunia kuliner. Walaupun rasanya sudah disesuaikan dengan cita rasa Indonesia.

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup pesat, meskipun keadaan perekonomian di Indonesia saat ini sedang mengalami masa-masa yang cukup sulit. Seiring dengan meningkatnya usaha di bidang kuliner, hal ini dapat menimbulkan persaingan antar pengusaha yang bergerak dibidang ekonomi yang sama. Setiap pengusaha selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produk dan manajemen pemasaran dengan tujuan memaksimalkan keuntungan yang diinginkan kepada setiap pengusaha. Kuliner menjadi sangat penting sebagai budaya bangsa Indonesia karena memiliki berbagai keanekaragaman makanan yang berbeda dari satu daerah ke daerah lainnya, sehingga harus dilindungi agar tidak diklaim oleh negara lain.

Menurut (Mudatsir, 2018) SWOT merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan khususnya dalam bidang pemasaran. Analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang/kesempatan (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT dapat dihasilkan secara langsung maupun tidak langsung dari persaingan perusahaan lain yang menghasilkan barang dan jasa yang serupa dengan produk perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memutuskan strategi mana yang akan digunakan untuk mengalahkan para pesaing.

Modal dana umumnya dibutuhkan sebagai modal dasar dalam memulai usaha bisnis. Persiapan individu dalam pengenalan diri sendiri untuk memastikan bahwa individu memiliki kesiapan mental dan komitmen untuk bersaing dalam dunia bisnis Kewirausahaan tertuang dalam Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM Nomor: 06/Per/M.KUKM/VIII/2012, dengan harapan untuk mendorong dan mempercepat penguatan koperasi dan UKM serta meningkatkan daya saing. Usaha kecil diharapkan mampu melakukan strategi dengan menciptakan usaha yang mandiri, sehat, kuat, dan berdaya saing yang berkembang untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan

mendukung perluasan kesempatan kerja dalam mewujudkan demokrasi ekonomi. Dengan meningkatkan kualitas kelembagaan secara bertahap melalui upaya membangun (*awakening*), memberdayakan (*empowering*), mengembangkan (*develop*), memperkuat (*strengthen*). Kewirausahaan adalah semangat, perilaku dan kemampuan untuk menanggapi secara positif menarik peluang untuk keuntungan pribadi atau pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan/masyarakat dengan selalu mencari dan melayani pelanggan yang lebih banyak dan lebih baik serta mengembangkan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dengan cara kerja yang efisien, melalui pengambilan risiko, kreativitas dan inovasi serta keterampilan manajemen adaptif menurut (Euis, 2017).

Gambar 1. B'Steak Grill



UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha perorangan, rumah tangga, atau usaha kecil yang dapat mendukung pembangunan dan perekonomian Indonesia. Menurut (Fakhrurozi dan Saputeri, 2021) UMKM merupakan perusahaan yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi lapangan kerja yang diciptakan maupun dari segi jumlah usaha. UMKM juga membantu memperluas kesempatan kerja untuk mengurangi jumlah pengangguran. Selain jam kerja yang sangat fleksibel, UMKM sebenarnya bisa menjadi solusi alternatif ibu rumah tangga atau cara mendapatkan penghasilan tambahan tanpa harus merelakan pekerjaan dan aktivitas rutin lainnya. Sangat fleksibel dan modalnya tidak terlalu besar, hal ini dapat mengarah pada ekonomi yang lebih adil di mana-mana, baik di kota maupun di pedesaan, dan memahami kebutuhan masyarakat sekitar. Sehingga

produk yang dihasilkan menggunakan bahan baku dari lingkungan terdekat dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Banyak pelaku UMKM yang sukses dan menghasilkan penjualan dan keuntungan yang signifikan sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Tentu saja, ini membutuhkan waktu dan ketekunan.

Salah satu UMKM yang sedang kami jalani saat ini adalah, olahan daging yang sedang digemari masyarakat atau yang sering disebut steak. Steak adalah sejenis daging olahan yang diiris tebal dan disajikan dengan cara dibakar atau dipanggang. Bahan baku yang digunakan untuk membuat steak juga berubah seiring berjalannya waktu. Saat ini penggunaan daging ayam menjadi salah satu bahan baku yang dipilih penjual karena mudah didapatkannya serta kualitasnya yang terjamin, yaitu dengan menggunakan bagian dada ayam pilihan. Menurut penelitian (Mardhika, Dwiloka, dan Setiani, 2020) dada ayam yang diolah menjadi steak harus dikuliti dan dipotong dengan ketebalan tertentu, kemudian ditambahkan bumbu berupa garam dan merica.

Steak ayam merupakan produk yang banyak diminati oleh masyarakat diantaranya karena harganya yang relatif murah, mudah dalam penyajiannya dan mengandung gizi yang baik terutama protein. Daging ayam merupakan sumber protein yang baik karena dapat mengandung asam amino esensial yang lengkap dan mudah dicerna oleh tubuh menurut (Mardhika, Dwiloka, dan Setiani, 2020). Selain protein, daging juga mengandung lemak yang bermanfaat bagi tubuh sekaligus meningkatkan cita rasa produk. Steak ayam grill merupakan makanan yang berasal dari negara Eropa, Amerika, dan Australia. Bisnis ini mungkin bisa menjadi pilihan yang tepat bagi calon pengusaha yang ingin memulai sebuah UMKM terutama makanan yang bergaya kebaratan seperti steak ini. Namun B'Steak Grill ini berbeda dengan steak lainnya yang menggunakan daging sapi sebagai bahan pembuatannya, B'Steak Grill menggunakan daging ayam sebagai bahan bakunya. Sehingga harganya jauh lebih terjangkau daripada menggunakan daging sapi. Maka B'Steak Grill dapat dijadikan salah satu pilihan dalam menjalankan bisnis. B'Steak Grill memiliki rasa yang tak kalah nikmat dengan steak daging sapi lainnya. Pembuatan steak ayam ini sangat mudah hanya dengan dipanggang, tetapi penyajiannya seperti kelas *restaurant*.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian *literatur review* (tinjauan pustaka), yang memberikan output terhadap data yang ada, serta penjabaran dari hasil sehingga dapat digunakan sebagai contoh studi penelitian dalam menyusun atau membahas secara jelas dari isi masalah yang akan

dibahas. Penulis dapat mencari data atau bahan literatur dari jurnal atau artikel serta referensi dari buku sehingga dapat dijadikan landasan yang kuat untuk isi atau pembahasan. Dari penelitian ini, adapun isi yang berkaitan dengan penggunaan metode penelitian *systematic literature review*. Dengan menggunakan penelitian yang berjudul Analisis SWOT Pada UMKM B'steak Grill Untuk Meningkatkan Strategi Penjualan dengan mencari dan mengumpulkan beberapa jurnal-jurnal serta diambil beberapa kesimpulan lalu ditelaah secara mendalam melalui cara yang rinci agar terdapat suatu hasil akhir yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dikawasan Marakash Square di Kec. Babelan, Kab. Bekasi Utara pada pada B'Steak Grill. Dengan menggunakan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp, Dengan mendirikan perusahaan ini di Marakash Square karena lokasinya yang sangat strategis dan banyak dikunjungi masyarakat sekitar.

B'Steak Grill adalah nama merek UMKM kami yang berlokasi di Jl. Ujung Harapan, Kaliabang Tengah, 17151, Jawa Barat. B'Steak Grill memperluas cara memasarkan produknya, awalnya hanya dipasarkan secara offline, namun kini kami berkembang dengan bergabung di beberapa penjualan online. Seperti GoFood atau Shoppe Food, ini merupakan bentuk aplikasi penjualan berbasis online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ditengah pandemi Covid-19 seperti ini, pada umumnya penjualan langsung menurun. Karena, masyarakat melakukan isolasi mandiri serta mengurangi kontak fisik. Selain itu juga adanya larangan untuk tidak membuka toko atau usaha dalam masa pandemi Covid-19. Karena jam buka operasional yang terbatas dikarenakan adanya (PSBB). Cara untuk mempertahankan UMKM dalam masa Pandemi Covid-19 seperti ini, ialah dengan meningkatkan pangsa pasar yang ada serta memperluas jaringan penjualan dengan memanfaatkan penjualan produk melalui *e-commerce* seperti shopee food, grabfood dll.

Usaha steak ayam ini mungkin bisa menjadi opsi yang tepat bagi para pengusaha yang ingin memulai usaha makanan khususnya makanan yang bergaya kebaratan. B'Steak Grill berbeda dengan usaha steak pada umumnya yang menggunakan daging sapi sebagai bahan utama dalam pembuatan steak. Melainkan menggunakan daging ayam sebagai bahan bakunya, sehingga harganya akan jauh relatif lebih murah. Menggunakan bahan daging ayam yang murah bisa menjadi pilihan yang tepat untuk menjalankan bisnis steak. B'Steak

Grill rasanya tidak kalah nikmat dengan steak daging sapi lainnya. Pembuatan steak ayam ini relatif sangat mudah serta dalam penyajiannya yang seperti kelas restaurant, membuat masyarakat tertarik mengkonsumsinya. Berikut ini strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan UMKM yaitu sebagai berikut:

1. Survey lokasi penjualan
Mulai dengan mencari tahu apakah lokasi tersebut membutuhkan produk yang kita jual atau tidak, apakah lokasi strategis, berapa banyak pelanggan yang kemungkinan akan membeli produk kita.
2. Mengikuti festival ataupun bazaar
Salah satu cara untuk memasarkan produk ialah mengikuti beberapa acara festival ataupun bazaar, agar mengetahui kompetitor-kompetitor bisnis yang ada diluar sana serta agar banyak pelanggan mengenal produk kita.
3. Membangun relasi antar sesama pengusaha
Semakin banyak relasi antar sesama pengusaha, maka semakin mudah membuka peluang untuk memperluas wilayah bisnis kita.
4. Meningkatkan mutu pelayanan
Pengusaha dapat memperbaiki dari pengalaman yang kurang menyenangkan dari pelanggan.
5. Mengikuti perkembangan teknologi dalam bisnis
Di era digital saat ini, sangat disayangkan apabila pengusaha tidak memanfaatkan teknologi yang ada. Karena hal tersebut dapat membantu untuk mengembangkan bisnis baik dalam hal administrasi, transaksi keuangan, komunikasi, dan penjualan.
6. Gunakan media sosial untuk memasarkan produk
Di zaman digital saat ini, dengan internet orang bisa menemukan informasi hanya dengan membuka ponsel. Oleh sebab itu pengusaha harus memanfaatkan media sosial yang ada seperti Instagram, Shopee, Tokopedia, Grab Food untuk memasarkan produknya agar produk tersebut semakin dikenal oleh masyarakat luas.
7. Manfaatkan *e-commerce* untuk penjualan
Era digital membuat orang lebih memilih berbelanja menggunakan internet atau belanja online. Karena belanja online bisa dilakukan dimana dan kapan sajanpa mengenal waktu.
8. Menggunakan sistem ERP untuk mengatur akuntansi dan inventaris
Sistem ERP ialah fitur yang dapat memudahkan penjual untuk mengelola inventory dan akuntansi, disitu dapat dilihat perkembangan omzet penjualan dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun.

Aspek Rencana Usaha

1. Aspek Pemasaran

Dalam usaha B'Steak Grill ini, berada di wilayah Marakash Square Bekasi Utara Pondok Ungu Permai, karena merupakan tempat yang banyak dikunjungi oleh masyarakat setempat.

2. Aspek Ekonomi Sosial

Produk B'Steak Grill ini dapat dinikmati oleh semua kalangan dengan harga yang terjangkau dan tidak memandang kelas ekonomi sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan, bahwa bisnis di dunia kuliner berkembang pesat dari waktu ke waktu. Pasalnya, salah satu faktor pendukung kemajuan dunia kuliner di Indonesia ialah penggabungan berbagai budaya dari negara lain. Setiap pengusaha berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produk dalam manajemen pemasarannya, dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan yang diinginkan setiap para pengusaha. SWOT merupakan strategi yang digunakan para pengusaha untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, khususnya dibidang pemasaran. Analisis SWOT muncul secara langsung atau tidak langsung karena adanya persaingan dari perusahaan lain yang memproduksi barang dan jasa yang serupa dengan produk suatu perusahaan. Karena hal tersebutlah membuat perusahaan harus menetapkan strategi apa yang harus dilakukan untuk bisa meningkatkan persaingan bisnisnya. UMKM B'steak Grill dapat menjadi pilihan yang tepat untuk calon pengusaha yang ingin membuka warung makan atau waralaba terutama makanan yang bergaya kebaratan seperti steak ini. B'steak Grill ini berbeda dengan steak lainnya yang bahan bakunya adalah daging sapi, melainkan menggunakan daging ayam sebagai bahan bakunya, Sehingga harga seporisi akan jauh lebih murah. Penggunaan daging ayam yang harganya cukup murah bisa dijadikan pilihan untuk menjalankan bisnis steak yang cita rasanya tidak kalah enak dari steak daging sapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Anissa Mayang Indri, and Shinta Ratnawati. 2020. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran." *Jurnal Ilmu Manajemen* 17(2): 58–70.
- Euis, Putri Hasmita. 2017. "Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi Pada

- Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Samarinda).” *Administrasi Negara* 5(1): 5431–45.
- Fakhrurozi, Moh, and Noorikha P Saputeri. 2021. “Pendampingan Umkm Dengan Memanfaatkan Media Sosial” 2: 417–26.
- Halim, Abdul. 2020. “Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1(2): 157–72.
- Karisna, Tiara. 2017. “Pengembangan Resep Chicken Modified Steak Dan Kagungblue Dengan Substitusi Jagung Manis Dan Tahu.”
- Mardhika, Hatta, Bambang Dwiloka, and Bhakti Etza Setiani. 2020. “Pengaruh Berbagai Metode Thawing Daging Ayam Petelur Afkir Beku Terhadap Kadar Protein, Protein Terlarut Dan Kadar Lemak Steak Ayam.” *J. Teknologi Pangan* 4(1): 48–54.
- Mohanty et al., 2005. 2016. “Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Dengan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering” 15(1): 165–75.
- Mudatsir. 2018. “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing Pada Cafe Mr.Yess Coffee Di Kota Benteng Selayar.” *Jurnal Ekonomi* 2(2): 1–14.
- Muhammad Rizky Rahfiansyah. 2017. “Pengembangan Produk Inovasi Perkedel Dan Steak Menggunakan Bahan Pangan Lokal Kimpul”
- Rio, Alfrian Gregorius, and Endang Pitaloka. 2020. “Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid-19 Di Indonesia.” *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* 6(2): 139–46.
- Sukirman, Sukirman. 2016. “Pengembangan Kewirausahaan Melalui Peningkatan Kinerja Karyawan.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 17(1): 135.
- Yunita, Tyna, and Murti Wijayanti. 2021. “Edukasi Kewirausahaan Pada Pemuda Karang Taruna Melalui Motivasi.” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 5(6): 4–12.