

PERANCANGAN FORMULASI DAN IMPLEMENTASI STRATEGI BISNIS PADA UMKM DAPURATU DI SUBANG

Mutqi Sopiawadi¹, Maulidya Bilqies Baruni², Fatihah Herliana³, Dahlia Novita Putri⁴, Welga Puspa⁵

^{1,2,3,4,5}Manajemen Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja

E-mail: mutqi@stiesa.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received :03-02-2025

Revised :-15-02-2025

Accepted: 22-02-2025

Key words: EFAS, IFAS, Strategic Management, MSMe, SWOT.

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

This study aims to design the formulation and implementation of business strategies in Dapuratu MSMEs located in Subang, with a focus on developing sustainable and competitive culinary businesses. In facing increasingly competitive market challenges, Dapuratu needs the right strategy to improve product quality, service, and competitiveness. This study uses a SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis approach to identify internal and external factors that affect business performance and formulate appropriate strategies to optimize business potential. The results of the study indicate that Dapuratu's strengths lie in its strategic location, affordable prices, and good service quality. However, the company also faces challenges such as the number of competitors and lack of product innovation. By taking advantage of existing opportunities, such as increasing the tourism sector in Subang, Dapuratu can develop new, innovative menus and increase market reach through online platforms. In addition, effective marketing strategies and good financial management are needed to ensure sustainable growth.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang formulasi dan implementasi strategi bisnis pada UMKM Dapuratu yang berlokasi di Subang, dengan fokus pada pengembangan usaha kuliner yang berkelanjutan dan kompetitif. Dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif, Dapuratu membutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan daya saing. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses,

Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja bisnis, serta merumuskan strategi yang sesuai untuk mengoptimalkan potensi usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan DapuRatu terletak pada lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, dan kualitas pelayanan yang baik. Namun, perusahaan juga menghadapi tantangan seperti banyaknya pesaing dan kurangnya inovasi produk. Dengan memanfaatkan peluang yang ada, seperti peningkatan sektor pariwisata di Subang, DapuRatu dapat mengembangkan menu baru yang inovatif dan meningkatkan jangkauan pasar melalui platform online. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif dan pengelolaan keuangan yang baik sangat diperlukan untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan.

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran yang sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia, tetapi masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, kurangnya akses terhadap teknologi, serta rendahnya daya saing di pasar global dan digital (Nanta, et al., 2022). Salah satu UMKM yang mengalami tantangan ini adalah DapuRatu, sebuah usaha kuliner khas Subang yang perlu mengadopsi strategi bisnis berbasis data agar tetap kompetitif. Kegagalan dalam mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan internal serta ancaman eksternal dapat menghambat pertumbuhan bisnis DapuRatu.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik DapuRatu, awalnya usaha ini dimulai dari skala yang lebih kecil, seiring dengan berjalannya waktu dan meningkatnya permintaan, DapuRatu kemudian memutuskan untuk menyewa tempat yang lebih besar. Proses perpindahan tempat ini mungkin terjadi beberapa kali, dari lokasi yang lebih sederhana ke lokasi yang lebih strategis. Ide awal untuk membuka usaha kuliner ini berasal dari ketertarikan pemilik terhadap dunia kuliner, dan faktor keluarga yang mendorongnya. Omset, DapuRatu mengalami naik turun yang cukup signifikan, hal ini disebabkan oleh bisnis kuliner yang sangat dipengaruhi musim atau tren kuliner yang sering berubah-ubah. Namun, dengan rata-rata omset bulanan yang cukup menjanjikan, pemilik DapuRatu tentu memiliki ambisi untuk mengembangkan usahanya lebih jauh.

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM DapuRatu harus mampu merancang strategi bisnis yang efektif. Pendekatan analisis IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi bisnis secara holistik (Andriani, et al., 2021). Dengan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, UMKM dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saingnya.

Pentingnya penelitian ini terletak pada urgensinya dalam memberikan solusi bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang. Jika strategi bisnis yang tepat tidak diterapkan, UMKM berisiko mengalami stagnasi atau bahkan kegagalan (Melinda &

Nidak, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan formulasi strategi bisnis yang dapat diimplementasikan dengan baik di DapuRatu.

Pada penelitian ini akan menggunakan analisis lingkungan eksternal dan internal, analisis SWOT, dan SWOT Matrix untuk menyusun strategi jangka panjang (Mulyadi, et al., 2020). Analisis lingkungan eksternal dan internal merupakan analisis yang bertujuan untuk merangkum dan mengevaluasi suatu lingkungan perusahaan (David, 2023). Analisis lingkungan eksternal yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi suatu organisasi, dalam lingkup analisis eksternal terdiri dari aspek budaya, lingkungan, ekonomi, sosial, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan, sedangkan analisis lingkungan internal yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki suatu organisasi, dalam lingkup analisis internal terdiri dari aspek manajemen perusahaan, penjualan, keuangan dan akuntansi, produksi dan operasi, riset dan pengembangan, serta operasi MIS (Suryana, et al., 2023).

Menurut Rozaan et al. (2023) analisis SWOT merupakan sarana atau alat yang digunakan untuk merancang dalam merencanakan dan meimplementasikan strategi untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Dalam menyusun strategi perlu dilakukan dengan SWOT Matrix, SWOT Matrix adalah alat untuk mencocokkan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dengan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan suatu organisasi, hasil SWOT Matrix mencakup strategi SO, WO, ST, dan WT (Pasaribu, et al., 2023). SWOT Matriks ini dapat membantu individu atau organisasi mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam persaingan bisnis atau proyek, serta sebagai alat analisis dalam merumuskan strategi (Harisudin, et al., 2022).

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh DapuRatu, penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan analisis lingkungan bisnis menggunakan IFAS dan EFAS. Maka rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal dan internal bisnis dan analisis SWOT lingkungan UMKM DapuRatu di Kota Subang?
2. Bagaimana rancangan formulasi strategi bisnis pada UMKM DapuRatu di Kota Subang?
3. Bagaimana rancangan implementasi bisnis pada UMKM DapuRatu di Kota Subang?
4. Bagaimana analisis lingkungan pada UMKM DapuRatu di Kota Subang dengan metode EFAS & IFAS?

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui kondisi lingkungan eksternal dan internal bisnis dan analisis SWOT lingkungan UMKM DapuRatu di Kota Subang.
2. Merancang formulasi strategi bisnis pada UMKM DapuRatu di Kota Subang.
3. Merancang implementasi bisnis pada UMKM DapuRatu di Kota Subang.
4. Menganalisis lingkungan pada UMKM DapuRatu di Kota Subang dengan metode EFAS & IFAS.

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, hipotesis penelitian ini adalah:

1. Faktor internal yang kuat (misalnya kualitas produk dan loyalitas pelanggan) akan memberikan keunggulan kompetitif bagi DapuRatu.
2. Faktor eksternal seperti tren pasar dan digitalisasi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing DapuRatu.
3. Strategi bisnis yang dirancang berdasarkan analisis IFAS dan EFAS dapat meningkatkan kinerja bisnis DapuRatu.
4. Implementasi strategi bisnis yang efektif dapat membantu DapuRatu memperluas pangsa pasar dan meningkatkan profitabilitas.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan menganalisis kondisi UMKM DapuRatu di Subang dalam merancang formulasi dan implementasi strategi bisnis. Pendekatan ini dipilih karena memberikan fleksibilitas untuk menggali informasi secara mendalam mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis, serta langkah-langkah strategis yang relevan (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui kombinasi studi literatur, wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen terkait aktivitas operasional DapuRatu.

Tahapan awal dalam metode penelitian ini adalah pengumpulan data primer dan sekunder. menurut Nasution (2023) teknik pengumpulan data adalah langkah strategis dalam penelitian untuk memperoleh data yang sesuai standar. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM DapuRatu, karyawan, dan pelanggan. Wawancara ini berfokus pada pengumpulan informasi tentang visi, misi, tantangan operasional, serta persepsi terhadap peluang dan ancaman dalam bisnis. Selain itu, dilakukan observasi langsung terhadap aktivitas operasional DapuRatu untuk mendapatkan gambaran nyata mengenai proses produksi, pemasaran, dan manajemen internal. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari laporan keuangan, dokumen penjualan, dan sumber-sumber eksternal seperti data statistik daerah, tren pasar, dan kebijakan pemerintah yang relevan.

Analisis data dilakukan melalui pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), yang mencakup penggunaan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary). Matriks IFAS digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal UMKM, seperti kualitas produk, efisiensi operasional, dan kapabilitas sumber daya manusia. Sementara itu, matriks EFAS digunakan untuk menganalisis peluang dan ancaman eksternal, seperti perubahan preferensi konsumen, persaingan, dan regulasi pemerintah (Saputra & Noviaristanti, 2023). Analisis ini memberikan dasar yang kuat untuk merumuskan strategi bisnis yang spesifik dan relevan dengan kondisi DapuRatu.

Tahap terakhir dalam penelitian ini adalah evaluasi dan validasi formulasi strategi yang dirancang. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil analisis dengan literatur dan teori manajemen strategis untuk memastikan relevansi dan keefektifannya. Selain itu, dilakukan diskusi dengan pemangku kepentingan, seperti pemilik DapuRatu dan konsultan bisnis, untuk mendapatkan masukan dan

rekomendasi tambahan. Proses ini diharapkan menghasilkan strategi yang tidak hanya berbasis data, tetapi juga dapat diimplementasikan secara praktis dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM DapuRatu di Subang.

Program unggulan pada pelaksanaan penelitian ini adalah merancang manajemen strategis untuk UMKM DapuRatu di Subang. Manajemen strategis adalah proses sistematis untuk menentukan arah, tujuan, serta langkah-langkah organisasi agar tetap kompetitif dan efektif. Menurut Hill & Jones (2022) kepemimpinan strategis merujuk pada pendekatan paling efektif dalam mengelola proses perumusan strategi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Pengendalian dan pelaksanaan strategi merupakan faktor paling signifikan dalam mencapai keunggulan organisasi sehingga diperlukan manajemen yang baik (Hurmeisat, 2022). Tujuan utamanya adalah menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Menurut Strategis, et al. (2024) manajemen strategis memiliki tiga komponen utama yaitu:

1. Perumusan Strategi – Menentukan visi, misi, tujuan, dan nilai organisasi dengan menganalisis faktor internal dan eksternal menggunakan SWOT, Five Forces Porter, dan PESTEL.
2. Implementasi Strategi – Mengalokasikan sumber daya, mengembangkan struktur organisasi, dan menerapkan kebijakan agar strategi berjalan sesuai rencana.
3. Evaluasi Strategi – Mengukur kinerja organisasi dengan balanced scorecard, analisis finansial, dan survei kepuasan pelanggan, serta melakukan tindakan korektif jika diperlukan.

Selain itu, terdapat lima tahapan dalam merancang manajemen strategis, lima tahapan ini memastikan organisasi tetap adaptif dan dapat mencapai tujuannya secara efektif. Berikut merupakan tahapan proses manajemen strategis:

1. Menentukan Visi dan Misi – Visi sebagai tujuan jangka panjang, misi sebagai alasan keberadaan organisasi.
2. Analisis Lingkungan – Menganalisis faktor eksternal (peluang & ancaman) dan internal (kekuatan & kelemahan).
3. Merumuskan Strategi – Menetapkan tujuan serta langkah strategis berdasarkan analisis lingkungan.
4. Mengimplementasikan Strategi – Mengorganisasikan sumber daya, struktur, dan kebijakan operasional.
5. Evaluasi dan Pengendalian – Memantau kinerja strategi dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis lingkungan eksternal yang terdiri dari analisis *opportunities* dan *threats*, berdasarkan analisis yang telah dilakukan terdapat lima dimensi yang mempengaruhi UMKM DapuRatu, berikut merupakan hasil dari analisis lingkungan eksternal:

1. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi memainkan peran penting dalam menentukan arah strategi bisnis UMKM. Kebijakan pemerintah daerah terkait pajak dan izin usaha dapat menjadi ancaman jika perubahan kebijakan terjadi secara mendadak atau tidak jelas. Hal ini dapat menciptakan ketidakpastian bagi pelaku usaha seperti "DapuRatu". Namun, pertumbuhan ekonomi Kabupaten Subang, dengan total PDRB sebesar Rp30.202,58 miliar pada 2022, mencerminkan peningkatan daya beli masyarakat. Kondisi ini menjadi peluang besar bagi UMKM kuliner untuk memanfaatkan pertumbuhan gaya hidup konsumsi masyarakat. Selain itu, sektor pariwisata yang semakin berkembang di Subang menciptakan kesempatan bagi "DapuRatu" untuk memperluas pangsa pasar, terutama melalui kerja sama dengan pengelola destinasi wisata.

2. Faktor Sosial Budaya, Demografi, dan Geografi

Meningkatnya jumlah penduduk Subang yang mencapai 1.618.380 jiwa serta kenaikan jumlah angkatan kerja menjadi peluang lain yang signifikan. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) yang meningkat dari 68,87% menjadi 70,03% menunjukkan daya beli yang terus membaik, berpotensi meningkatkan permintaan terhadap produk kuliner lokal. Secara geografis, posisi strategis Kabupaten Subang yang berbatasan dengan kota industri Karawang dan Jabodetabek memberikan keuntungan besar. Pangsa pasar dari wilayah-wilayah ini dapat dijadikan target, memungkinkan "DapuRatu" untuk menjangkau konsumen di luar Subang. Namun, tantangan dari aspek ini adalah kebutuhan untuk memahami dinamika konsumsi di berbagai segmen pasar agar strategi pemasaran menjadi lebih efektif.

3. Faktor Politik dan Hukum

Keberhasilan DapuRatu dalam memperoleh izin usaha sesuai dengan Peraturan Daerah No. 13 Tahun 1993 menunjukkan bahwa UMKM ini telah memenuhi persyaratan legal untuk beroperasi. Hal ini menjadi peluang untuk membangun kepercayaan konsumen dan menjalin kemitraan dengan pihak lain, termasuk institusi pemerintah. Namun, ancaman dapat muncul jika terjadi perubahan regulasi yang dapat memengaruhi kelancaran operasional UMKM. Oleh karena itu, "DapuRatu" perlu terus memantau perkembangan kebijakan pemerintah, baik di tingkat daerah maupun nasional, untuk memastikan kepatuhan dan kesiapan menghadapi perubahan.

4. Faktor Pemasok dan Kompetitor

Keberadaan pemasok tetap di pasar kota Subang memberikan stabilitas dalam pengadaan bahan baku bagi "DapuRatu". Selain mempermudah proses pembelian, hubungan yang baik dengan pemasok juga memungkinkan "DapuRatu" mendapatkan diskon, sehingga harga pokok penjualan (HPP) tetap kompetitif. Namun, tantangan datang dari jumlah kompetitor di sekitar lokasi bisnis. Banyaknya warung serupa di Subang menciptakan persaingan yang ketat, yang berpotensi menekan margin keuntungan dan pangsa pasar. Untuk mengatasi ancaman ini, "DapuRatu" perlu fokus pada inovasi produk,

peningkatan kualitas layanan, dan strategi diferensiasi untuk menarik pelanggan.

5. Faktor Infrastruktur

Renovasi Alun-Alun Subang menjadi daya tarik baru yang dapat meningkatkan kunjungan masyarakat ke area tersebut. Bagi "DapuRatu", ini adalah peluang untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan, terutama jika lokasi bisnis dekat dengan pusat aktivitas masyarakat. Infrastruktur yang membaik juga dapat mendukung kegiatan pemasaran, distribusi, dan operasional secara keseluruhan. Namun, UMKM perlu memastikan bahwa mereka memiliki strategi promosi yang efektif untuk memanfaatkan potensi kunjungan yang lebih tinggi di kawasan tersebut.

Selain itu, pada penelitian ini melakukan analisis perhitungan EFAS untuk mengetahui faktor eksternal mana yang paling dominan mempengaruhi UMKM DapuRatu, berikut merupakan hasil dari analisis perhitungan EFAS:

Tabel 1. Analisis Perhitungan EFAS

No	External Factor	Bobot	Rating	Skor
Opportunities (Peluang)				
1	Pendapatan masyarakat Subang perbulan rata - rata 3,3 juta	0,20	4	0,80
2	Makanan dapat diterima masyarakat di kota Subang	0,25	5	1,25
3	Masyarakat Subang suka warung makan yang dekat dengan jajanan lain	0,15	4	0,60
4	Bekerjasama dengan aplikasi pesanan makanan online	0,20	5	1,00
Threats (Ancaman)				
1	Harga bahan baku meningkat	0,10	2	0,20
2	Persaingan dalam inovasi	0,10	3	0,30
Total Skor Faktor Eksternal		1,00		4,15

Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal yang terdiri dari analisis *strengths* dan *weaknesses*, berdasarkan analisis yang telah dilakukan terdapat lima dimensi yang mempengaruhi UMKM DapuRatu, berikut merupakan hasil dari analisis lingkungan internal:

1. Faktor Manajemen

Pada bagian manajemen, beberapa kelemahan yang teridentifikasi berkaitan dengan pengelolaan data penjualan yang kurang terstruktur. Data penjualan yang belum dirangkum dengan rapi dan tidak tersimpan dengan baik di tempat khusus meningkatkan risiko kehilangan informasi penting yang diperlukan untuk evaluasi bisnis. Tanpa adanya sistem pelaporan yang jelas, pengambilan keputusan menjadi terbatas, yang bisa menghambat pengembangan strategi dan perbaikan kinerja usaha. Oleh karena itu, pengelolaan data yang lebih baik sangat penting untuk meningkatkan efektivitas analisis performa penjualan dan pengambilan keputusan berbasis data.

2. Faktor Keuangan

Pada bagian keuangan, ketidakstabilan pendapatan menjadi perhatian utama. Pendapatan yang sering berubah-ubah menunjukkan adanya ketidakpastian dalam arus kas, yang berpotensi mengganggu perencanaan keuangan dan mempengaruhi kelangsungan usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa DapuRatu perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan fluktuasi pendapatan dan berupaya menstabilkannya. Perencanaan keuangan yang lebih baik, serta diversifikasi sumber pendapatan, dapat membantu mengurangi ketergantungan pada fluktuasi musiman atau faktor eksternal lainnya.

3. Faktor Marketing

Pada bagian marketing, beberapa kekuatan dan kelemahan terlihat jelas dalam menu produk dan strategi harga. Menu makanan yang ditawarkan DapuRatu memang serupa dengan UMKM lain, yang dapat membatasi daya tarik uniknya di pasar. Namun, adanya beberapa makanan favorit yang selalu dipesan pelanggan menunjukkan adanya konsistensi dalam menarik pelanggan dan menciptakan loyalitas. Harga yang sesuai dengan rata-rata di Subang mencerminkan daya saing yang baik di pasar lokal. Selain itu, tempat parkir yang luas, lokasi yang strategis, dan promosi aktif melalui media sosial memperbesar potensi jangkauan pasar. Meskipun demikian, perbedaan dalam menu atau inovasi produk yang lebih mencolok akan lebih memperkuat posisi DapuRatu di pasar yang sangat kompetitif.

4. Faktor Operasional

Pada bagian operasional juga menunjukkan beberapa keunggulan, terutama dalam efisiensi waktu. Makanan yang siap disajikan dalam waktu sekitar 15 menit menunjukkan kelancaran proses operasional yang baik, memberikan pengalaman positif bagi pelanggan yang menginginkan layanan cepat. Waktu yang efisien dalam penyajian makanan ini menambah nilai bagi pelanggan, yang seringkali mencari kenyamanan dan kecepatan dalam berkunjung ke restoran. Ini juga menunjukkan bahwa DapuRatu mampu menjaga kualitas layanan sambil memastikan pelanggan tidak harus menunggu terlalu lama.

5. Faktor Sumber Daya Manusia

Pada bagian Sumber Daya Manusia menunjukkan pentingnya pelatihan dan pengelolaan karyawan yang lebih baik. Karyawan yang tidak memiliki skill khusus menunjukkan perlunya pelatihan untuk meningkatkan kualitas layanan dan produksi. Sementara itu, pengetahuan karyawan tentang cara membuat makanan sudah cukup baik, yang mendukung kualitas produk yang dihasilkan. Rekrutmen karyawan dari lingkungan sekitar memberi manfaat sosial dengan membuka lapangan pekerjaan, namun belum adanya struktur organisasi yang tetap dapat menghambat pengelolaan yang lebih efisien. Tanpa agenda atau program pengembangan khusus, manajemen SDM bisa terhambat dalam merancang strategi pengembangan jangka panjang yang terorganisir. Pembenahan dalam struktur organisasi dan program pelatihan

karyawan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja operasional dan memperkuat fondasi perusahaan.

Selain itu, pada penelitian ini melakukan analisis perhitungan IFAS untuk mengetahui faktor internal mana yang paling dominan mempengaruhi UMKM DapuRatu, berikut merupakan hasil dari analisis perhitungan IFAS:

Tabel 2. Analisis Perhitungan IFAS

No	Internal Factor	Bobot	Rating	Skor
Strenghts (kekuatan)				
1	Harga Cukup Terjangkau	0,20	4	0,80
2	Bahan bahan halal dan higienis	0,15	5	0,75
3	Tempat startegis	0,25	4	1,00
4	Pelayanan ramah	0,20	5	1,00
Weakness (kelemahan)				
1	Banyak Pesaing	0,10	2	0,20
2	Kurang Inovasi Penyajian	0,10	3	0,30
Total Skor Faktor Internal		1,00		3,75

Analisis SWOT

Analisis SWOT yang terdiri dari analisis *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* dapat menjabarkan secara keseluruhan kondisi yang dihadapi oleh UMKM DapuRatu saat ini, berikut merupakan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan:

1. Kekuatan (Strengths)

Kekuatan DapuRatu terletak pada beberapa aspek utama yang mendukung daya saingnya. Lokasi yang strategis dan harga yang relatif terjangkau membuat restoran ini mudah diakses oleh banyak pelanggan dengan berbagai latar belakang ekonomi. Tempat parkir yang luas juga menjadi nilai tambah, karena memudahkan pelanggan untuk datang tanpa khawatir kesulitan dalam mencari tempat parkir. Selain itu, pelayanan yang baik dan penyajian makanan yang relatif cepat menjadi faktor yang sangat penting dalam menjaga kepuasan pelanggan. Keunggulan-keunggulan ini memungkinkan DapuRatu mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi bisnisnya di pasar lokal.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Kelemahan DapuRatu perlu diperhatikan. Salah satu kelemahan yang signifikan adalah produk yang mudah ditiru oleh pesaing. Banyak warung makan dengan menu yang serupa di kota Subang, sehingga daya tarik unik DapuRatu bisa tergerus jika tidak ada inovasi dalam produk dan layanan. Hal ini menuntut DapuRatu untuk terus mengembangkan menu dan menjaga kualitasnya agar tetap relevan di tengah persaingan yang ketat. Kelemahan ini juga membuka peluang bagi pesaing untuk memasuki pasar dengan menawarkan harga yang lebih murah atau konsep yang lebih menarik.

3. Peluang (Opportunities)

Peluang yang dimiliki DapuRatu dapat dimanfaatkan untuk tumbuh

dan berkembang. Salah satunya adalah meningkatnya sektor pariwisata dan pertumbuhan ekonomi di Subang. Dengan lebih banyak wisatawan dan penduduk lokal yang memiliki daya beli lebih tinggi, DapuRatu dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Peluang lainnya adalah pengembangan menu makanan yang unik yang belum ada di kota Subang. Dengan menciptakan menu baru yang berbeda dari pesaing, DapuRatu dapat menarik pelanggan yang mencari pengalaman kuliner yang berbeda. Kerja sama dengan aplikasi pesanan online juga membuka kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar, terutama di tengah tren belanja makanan secara daring yang semakin berkembang.

4. Ancaman (Threats)

Ancaman yang perlu diwaspadai oleh DapuRatu. Salah satunya adalah kebijakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah daerah, yang dapat meningkatkan beban biaya bagi UMKM kuliner. Selain itu, persaingan yang ketat dari banyak warung yang serupa juga menjadi ancaman yang signifikan. DapuRatu harus terus memperkuat keunggulannya agar tetap relevan dan mempertahankan pelanggan. Untuk mengatasi ancaman tersebut, DapuRatu perlu fokus pada inovasi produk dan menjaga kualitas rasa agar selalu diminati oleh pelanggan. Dengan mempertahankan kualitas rasa yang konsisten dan menciptakan variasi menu yang menarik, DapuRatu dapat bersaing dengan pesaing lainnya dan terus berkembang di pasar yang kompetitif

Tahapan Evaluasi dan Monitoring

Pada penelitian ini akan mengevaluasi dan merancang strategi baru dengan menggunakan SWOT Matrix. Berikut merupakan hasil dari SWOT Matrix yang telah dilakukan:

Tabel 3. SWOT Matrix

Analisis Eksternal	Kekuatan (S):		Kelemahan (W):	
	a. Lokasi yang strategis		a. Produk mudah ditiru	
Analisis Internal	b. Harga yang relatif terjangkau		pesaing	
	c. Tempat parkir luas			
	d. Pelayanan yang baik			
	e. Penyajian relatif cepat			
Peluang (O)	(SO)		(WO)	
Meningkatnya sektor pariwisata dan pertumbuhan ekonomi Subang membuka peluang untuk UMKM kuliner seperti "DapuRatu" meraih pasar yang lebih luas	a. Pengembangan menu makanan yang unik yang belum ada di kota subang.		Membuat inovasi baru mengenai produk yang berbeda dengan pesaing.	
	b. Bekerjasama dengan driver online untuk menambah jangkauan pasar.			
Ancaman (T)	(ST)		(WT)	
a. Kebijakan pajak yang ditetapkan pemerintah daerah bisa mempengaruhi beban	Mempertahankan kualitas rasa, dan menyajikan menu makanan yang memiliki khas		Meningkatkan citra rasa menu makanan yang lebih diminati di lidah para pecinta kuliner.	

biaya yang harus dan bervariasi dibandingkan ditanggung oleh UMKM. pesaing.
b. Terdapat banyak warung yang serupa dengan "DapuRatu" di kota Subang

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui langkah strategis yang dapat dilakukan oleh UMKM DapuRatu, berikut merupakan hasil dari SWOT Matrix dari rancangan strategi SO, WO, ST, dan WT:

1. Pengembangan menu makanan yang unik yang belum ada di kota subang. (SO)
2. Bekerjasama dengan driver online untuk menambah jangkauan pasar. (SO)
3. Membuat inovasi baru mengenai produk yang berbeda dengan pesaing. (WO)
4. Mempertahankan kualitas rasa, dan menyajikan menu makanan yang memiliki khas dan bervariasi dibandingkan pesaing. (ST)
5. Meningkatkan citra rasa menu makanan yang lebih diminati di lidah para pecinta kuliner. (WT)

Setelah melakukan analisis lingkungan eksternal, analisis lingkungan internal, analisis SWOT, dan SWOT Matrix, maka dapat disusun visi dan misi dalam manajemen strategis yang baru untuk digunakan UMKM DapuRatu untuk kedepannya, berikut merupakan hasil manajemen strategis DapuRatu yang baru:

Tabel 4. Hasil Visi dan Misi

VISI			
Menjadi jaringan tenant makanan terkemuka yang menyediakan pengalaman kuliner berkualitas tinggi dengan berbagai pilihan menu yang inovatif, menyajikan rasa autentik dan layanan terbaik, serta berkomitmen untuk memberikan kepuasan pelanggan di setiap kesempatan. Kami bertekad untuk terus berinovasi dalam menciptakan lingkungan yang nyaman, ramah, dan berkelanjutan, serta memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan industri makanan di Subang.			
MISI			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan Beragam Pilihan Menu Berkualitas 2. Selalu Sigap akan perkembangan jaman dan penggunaan Teknologi 3. Menyajikan beragam pilihan menu makanan yang lezat, sehat, dan autentik, dengan bahan-bahan berkualitas tinggi yang memenuhi standar kebersihan dan keamanan pangan 4. Selalu memberikan Pelayanan Ramah dan Profesional 			
No	Strategi Perusahaan	Tujuan Strategis	Indikator Keberhasilan Strategi
1	Marketing Serangkaian aktivitas, proses, dan strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan menjual produk atau layanan kepada konsumen.	<p>Meningkatkan kualitas produk dan layanan</p> <p>Efisiensi operasional dan pengelolaan biaya</p> <p>Loyalitas pelanggan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga standar kualitas bahan baku dan proses produksi. 2. Mengembangkan produk inovatif sesuai tren pasar. <p>Mengurangi biaya tanpa mengorbankan kualitas.</p> <p>Membuat pembeli menjadi pelanggan.</p>

2	Produksi dan Operasional Pelayanan	Menjaga dan meningkatkan kualitas produk.	Menggunakan bahan baku berkualitas tinggi dan proses produksi yang konsisten.
3	Meningkatkan kualitas SDM	Peningkatkan skill karyawan Membangun budaya kerja yang positif Meningkatkan kepuasan dan kesejahteraan karyawan	Skill membuat produk Mendorong kerjasama tim Menyediakan fasilitas kerja yang nyaman dan aman
4	Keuangan yang dikelola dengan baik menjadi fondasi utama bagi kelangsungan dan perkembangan bisnis.	Pengaturan cash flow keuangan Menjaga stabilitas bisnis	Cash flow in dan cash flow out Pengelolaan keuangan yang baik menjaga stabilitas dan kelangsungan bisnis.

Berdasarkan tabel 4 Visi dan misi DapuRatu menggambarkan komitmennya untuk menjadi pelopor dalam industri kuliner Subang dengan fokus pada kualitas dan inovasi. Visi tersebut menekankan pentingnya menciptakan pengalaman kuliner yang berkualitas tinggi dengan berbagai pilihan menu yang inovatif, rasa autentik, serta layanan terbaik. DapuRatu juga berkomitmen untuk berinovasi secara berkelanjutan dan menciptakan lingkungan yang nyaman dan ramah bagi pelanggan. Selain itu, DapuRatu bertekad memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan industri makanan di Subang, dengan mengutamakan kepuasan pelanggan di setiap kesempatan.

Misi yang diusung oleh DapuRatu mengarah pada empat tujuan strategis utama. Pertama, menyediakan beragam pilihan menu berkualitas tinggi yang memenuhi standar kebersihan dan keamanan pangan. Kedua, selalu sigap mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi, yang mencakup pengembangan produk inovatif dan pengelolaan operasional yang efisien. Ketiga, memberikan pelayanan yang ramah dan profesional, yang menjadi aspek penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Keempat, menjamin kualitas bahan baku yang digunakan dalam produk makanan untuk menghasilkan hidangan lezat, sehat, dan autentik.

Dalam mewujudkan visi dan misinya, DapuRatu mengimplementasikan beberapa strategi utama. Strategi marketing difokuskan pada peningkatan kualitas produk dan layanan, serta efisiensi operasional untuk mengurangi biaya tanpa mengorbankan kualitas. Dalam bidang produksi dan operasional, strategi utama adalah menjaga kualitas produk melalui penggunaan bahan baku berkualitas tinggi dan proses produksi yang konsisten. Di sisi sumber daya manusia (SDM), DapuRatu berupaya meningkatkan keterampilan karyawan, membangun budaya kerja yang positif, serta memastikan kesejahteraan karyawan melalui fasilitas kerja yang nyaman. Terakhir, pengelolaan keuangan yang baik menjadi fondasi utama bagi kelangsungan bisnis, dengan fokus pada pengaturan cash flow yang sehat untuk menjaga stabilitas dan perkembangan usaha.



Gambar 1 : Pelaksanaan Implementasi Strategi Bisnis Pada Umkm Dapuratu Di Subang

KESIMPULAN

Kesimpulan dan saran yang didapatkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Salah satu faktor kunci dalam keberhasilan strategi bisnis Dapuratu adalah fokus pada peningkatan sumber daya manusia (SDM). Pelatihan dan pengembangan keterampilan karyawan menjadi prioritas utama untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan tetap berkualitas tinggi dan konsisten. Melalui pelatihan langsung mengenai bahan baku, pembuatan produk, dan penyajian yang efektif, Dapuratu dapat menjaga standar pelayanan dan meningkatkan motivasi karyawan.
2. Pengembangan menu baru yang inovatif dan sesuai dengan tren pasar menjadi strategi penting dalam menghadapi persaingan. Dengan menawarkan variasi menu yang menarik, Dapuratu dapat memperluas pasar dan menarik perhatian pelanggan baru. Selain itu, efisiensi operasional juga diperhatikan dengan mengoptimalkan waktu penyajian dan penggunaan bahan baku, yang mendukung pengurangan biaya dan peningkatan keuntungan.
3. Dapuratu telah mengidentifikasi pentingnya pemasaran melalui media sosial dan promosi langsung untuk memperluas jangkauan pasar, baik di dalam maupun luar Subang. Dengan memperbarui desain buku menu dan memperkenalkan produk baru, serta melakukan survei untuk mengetahui preferensi pelanggan, Dapuratu dapat menarik pelanggan lebih banyak dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Andriani, D. P., Ayuni, Q. A., Utami, W. R., Nelson, R. (2021). Determining strategic decisions for local business sustainability in broiler partnerships. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science.

- David, F. R., & David, F. R. (2023). *Strategic management: Concepts and cases: A competitive approach*. Pearson.
- Harisudin, M., Adi, K. R., Qonita, A. R. (2022). Synergy Grand Strategy Matrix, SWOT And QSPM As Determinants Of Tempeh Product Development Strategy. *Journal of Sustainability Science and Management*, 17(8), 62-82. <http://doi.org/10.46754/jssm.2022.08.004>.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2022). *Essentials of Strategic Management*. Cengage Learning
- Hurmeisat, E. (2022). Pengaruh Praktik Manajemen Strategis terhadap Keunggulan Organisasi. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Hunan* . <https://doi.org/10.55463/issn.1674-2974.49.4.26>.
- Melinda, C. N., & Nidak, K. (2021). Strategi Pemasaran UMKM Untuk Bertahan dan Berkembang Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi di Desa Tawang Kecamatan Wates Kabupaten Kediri). *competitive*, 16(2), 70-79.
- Mulyadi, A., Sahara, Kirbrandoko. (2020). Pengembangan Strategi Laboratorium Uji PT XYZ. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 14-25. <http://dx.doi.org/10.17358/jabm.6.1.14>.
- Nanta, B. M., Tanjung, H. Y., Ritonga, M. A. P., Saragih, M. A., Tanjung, R. R., Wulandari, S. (2022). Analisis Perkembangan UMKM Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera Utara. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10 (1), 158-169. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25397>.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Harfa Creative.
- Pasaribu, R. D., Shalsabila, D., & Djatmiko, T. (2023). Revamping business strategy using Business Model Canvas (BMC), SWOT analysis, and TOWS matrix. *Heritage and Sustainable Development*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/10.37868/hsd.v5i1.125>.
- Rozaan, R. A., Ibadurahman, D., Kurniawan, R., & Pimada, L. M. (2023). The Architecture of Zakat Institutions in Indonesia: A SWOT Analysis. *International Journal of Zakat*, 8(Special), 14–28.
- Saputra, A. F., & Noviaristanti, S. (2023). The Analysis of Coffee Shop's Business Strategy Formulation. *eProceedings of Management*, 10(3).
- Strategis, M., Kerja, K., Sumaryono, S., & Rony, Z. (2024). Manajemen Strategis dan Kerangka Kerja Strategis. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v5i3.1850>.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Metode kuantitatif dan kualitatif dan R&D* (2 ed.). Alfabeta.
- Suryana, A., Sobandi, T., Ajeng, I., & Rahmah, S. Y. (2023). Strategi Pengembangan Produksi Gula Aren (Arenga Pinnata Merr) Kelompok Usaha Tani Cigadog Desa Sukamulya Kecamatan Naringgul Kabupaten Cianjur. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUBIS)*, 3(2), 111-12