

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Toko Pempek Flamboyant Palembang

Analysis of Business Development Strategies at Pempek Flamboyant Palembang Store

Tiara Noviana¹*, Hendra Sastrawinata², Purwati³

1) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

2) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

3) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

*Corresponding Email: tjaranoviana14@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai alternatif strategi pengembangan usaha untuk bersaing pada suatu perusahaan yang tepat dengan menggunakan Metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Oppurtunity, Threats*) Melalui pendekatan kualitatif deskriptif di Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial. Analisis SWOT ini dilakukan dengan menganalisis IFAS matrix (*Matrix Internal Factor Analysis Summary*) yang mendeskripsikan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan dan EFAS matrix (*Matrix Eksternal Factor Analysis Summary*) yang mendeskripsikan tentang faktor-faktor peluang dan ancaman perusahaan, masing-masing diperoleh nilai bobot dari faktor kekuatan sebesar 0,6 , nilai bobot dari faktor kelayakan tertinggi sebesar 0,27, nilai bobot dari faktor peluang tertinggi 0,44 , dan nilai bobot dari faktor ancaman tertinggi 0,2. Nilai total skor rata-rata pada skor keseluruhan dari matrix IFAS 3,52 sedangkan skor keseluruhan dari matrix EFAS 3,34. Dari hasil tersebut maka Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial berada pada kuadran I dan untuk Strategi Pengembangan usaha yang harus dilakukan yaitu strategi pertumbuhan agresif.

Kata Kunci: strategi, pengembangan usaha, analisis SWOT

Abstract

The purpose of this research is to provide an alternative business development strategy to compete in the right company using the SWOT (Strength, Weakness, Oppurtunity, Threats) analysis method through a descriptive qualitative approach at the Pempek Flamboyant Palembang Radial branch. This SWOT analysis is carried out by analyzing the IFAS matrix (Matrix Internal Factor Analysis Summary) which describes the strengths and weaknesses of the company and the EFAS matrix (Matrix External Factor Analysis Summary) which describes the factors of the company's opportunities and threats, each value is obtained the weight of the strength factor is 0.6 , the highest weight value of the weakness factor is 0.27 , the highest weight value of the opportunity factor is 0.44 , and the highest weight value of the threat factor is 0.2 . The average total score on the overall score of the IFAS matrix is 3.52 while the overall score of the EFAS matrix is 3.34. From these results, the Radial branch of the Pempek Flamboyant Palembang Store is in quadrant I and the business development strategy that must be carried out is an aggressive growth strategy.

Keywords: strategy, business development, SWOT analysis

PENDAHULUAN

Kuliner merupakan salah satu yang banyak dicari oleh setiap wisata Ketika berkunjung ke kota-kota tertentu. Salah satunya yaitu kota Palembang yang memiliki berbagai macam makanan khas seperti Pempek, Tekwan, Model, dan lainnya. Pempek adalah salah satu makanan kuliner yang paling banyak dijual dan banyak diminati oleh para wisatawan yang ada dikota Palembang. Pempek sudah menjadi ikon oleh-oleh yang sangat populer bagi kota Palembang, dan diluar kota Palembang juga. Toko Pempek yang sudah ada sejak lama berdiri dikota Palembang seperti Toko Pempek Beringin, Pempek Nony, Pempek candy dan Pempek Flamboyant. . Namun banyaknya industri serupa yang berdiri di Kota Palembang, menyebabkan persaingan yang ketat. Daya saing antara usaha Toko Pempek inilah yang menarik untuk diteliti karna Pempek Flamboyant Merupakan satu dari sekian banyak usaha. Toko Pempek Flamboyant juga tidak hanya menjual pempek saja tetapi juga makanan khas Palembang lainnya. Maka dari itu Mengingat banyaknya kompetitor sejenis oleh karena itu Analisis SWOT dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dari Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat sekaligus

meningkatkan daya saing antara sesama usaha Toko Pempek yang berada pada di Kota Palembang.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi

Menurut (Sesra, 2019 : 58) pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya manusia suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Manajemen Strategi

Menurut (Rahman & Enny 2019 : 6) Manajemen strategi adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan lintas fungsional yang dapat memungkinkan suatu perusahaan mencapai sasarannya. Manajemen strategi adalah proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakandan perencanaan untuk mencapai sasaran tersebut, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi.

Analisis SWOT

Menurut (Rahman & Enny) Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal dan eksternal pada organisasi yang nantinya

akan digunakan sebagai dasar untuk membuat rencana strategi serta program kerja pada perusahaan. Pada Analisis internal mencakup penilaian terhadap faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threats*).

a. Tabel IFAS

Tabel IFAS terdiri dari lima kolom. Untuk menyusun tabel IFAS, manajer harus memiliki catatan analisis lingkungan Internal, baik faktor kekuatan maupun kelemahan.

b. Tabel EFAS

Tabel IFAS terdiri dari lima kolom. Untuk menyusun tabel IFAS, Para manajer harus sudah memiliki catatan analisis lingkungan Internal, baik faktor peluang maupun ancaman.

METODOLOGI

Pada tahapan ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Penelitian ini difokuskan pada meneliti suatu strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan daya saing usaha Pada Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial dengan menggunakan analisis SWOT. Lokasi penelitian ini terletak di jl. Radial No. 22, 24 Ilir, Bukit Kecil, Palembang, Sumatra Selatan. Teknik pengumpulan data yang

diambil oleh peneliti adalah melakukan Wawancara, Observasi, serta Dokumentasi.

Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017: 225) data primer ialah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapat kan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017: 225) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti yang mengumpulkan data, misalnya melalui orang lain atau dalam bentuk dokumen. Data sekunder merupakan data pelengkap yang berfungsi melengkapi data primer.

HASIL

Kondisi Lingkungan Internal Toko Pempek Flamboyant Palembang Cabang Radial.

Aspek Produksi

Produksi produk dilakukan 2kali untuk di Pagi hari memasak makanan seperti pempek dan cuko serta kuah pindang dll. Yang kedua itu pada saat konsumen memesan makanan produk di masak

kembali sehingga masih sangat enak dan hangat ketika di sajikan.

Aspek Pemasaran

1. Bauran Produk, merupakan produk kuliner makanan khas Palembang
2. Bauran Harga, melakukan riset harga kompetitor dan perhitungan modal supaya harga ditetapkan sesuai dengan kemampuan beli konsumen dan kualitas produk
3. Bauran Promosi, untuk promosi menggunakan Media sosial yaitu Instagram dan WhatsApp
4. Bauran Tempat, Untuk lokasi nya itu sangat strategis karena berda ditengah kota Palembang sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat dan para Wisatawan Tepatnya berada di jalan Radial.

Aspek SDM

Mempunyai 25 Karyawan dan memiliki 2 Shift jam kerja yaitu pagi 08.00-16.00 dan saing 14.00-21.30. digaji perhari dan ditambah bonus tersebut sebesar Rp 10.000 000 jika mencapai target penjualan perhari yang ditetapkan.

Analisis SWOT

Pada tahapan ini, peneliti ini menggunakan analisis SWOT pada usaha Toko Pempek Flamboyant Palembang penulis akan membuat Matrix IFAS dan EFAS dalam bentuk Tabel.

Tabel Matrix IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar dan berpengaruh peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada Toko Pempek Flamboyant. Pada Tabel Matrix IFAS menunjukkan keadaan internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan bobot dan rating.

Tabel 1. IFAS Matrix (*Matrix Internal Factor Analysis Summary*)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	(B x R) Skor
Kekuatan (<i>strength</i>)				
1	Produk sudah lama dikenal dengan kuliatas rasa yang enak	0,15	4	0,6
2	Memiliki pelanggan tetap	0,10	4	0,4
3	Fasilitas ruang karaoke/vip	0,10	4	0,4
4	Tegnologi Pengemasan canggih	0,10	4	0,4
5	Lokasi strategis, nyaman dan bersih	0,10	4	0,4
6	Bisa Mengirim ke Luar Kota	0,14	4	0,56
	Total Kekuatan	0,69		2,76
Ancaman (<i>weakness</i>)				

7	Harga Bahan Baku tidak tentu	0,09	2	0,18
8	Kurangnya tenaga kerja	0,09	3	0,27
9	Promosi yang kurang inten	0,09	3	0,27
10	Sistem akuntansi masih sederhana	0,04	1	0,04
	Total Kelemahan	0,31		0,76
Total		1		3,52

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Hasil dari tabel 1 maka skor kekuatan sebesar 2,76. Sedangkan hasil Skor kelemahan 0,76. Sedangkan hasil Skor dari kekuatan dan kelemahan sebesar 3,52.

Tabel 2. EFAS Matrix (*Matrix Eksternal Factor Analysis Summary*)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	(B x R) Skor
	Peluang (<i>Opportunity</i>)			
1	Luasnya pangsa pasar	0,09	4	0,36
2	Bahan baku selalu tersedia	0,11	4	0,44
3	Pempek merupakan makanan khas	0,10	4	0,4
4	Banyak variasi produk	0,09	3	0,27
5	hubungan baik dengan pemasok	0,07	3	0,21
6	Memberikan karyawan pelatihan untuk bag. admin	0,09	4	0,36
7	Adanya pempek frozen	0,10	4	0,4
8	Menyediakan pemesanan melalui gofood	0,10	4	0,4
	Total Peluang	0,75		2,84
	Ancaman (<i>Threats</i>)			
7	banyak pesaing baru	0,1	2	0,2
8	harga bahan baku naik	0,05	2	0,1
9	ekonomi menurun/omzet menurun	0,1	2	0,2
	Total Ancaman	0,25		0,5
	Total	1		3,34

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Hasil dari tabel 2 maka skor peluang sebesar 2,84. Sedangkan hasil Skor ancaman 0,5. Sedangkan hasil skor dari peluang dan ancaman sebesar 3,34.

Analisis Strategi dengan Diagram SWOT

Bedasarkan hasil dari Perhitungan pada Tabel IFAS dan EFAS maka Toko Pempek Flamboyant dapat membuat dan merumuskan formulasi arah strategi dengan menggunakan Matrix SWOT. Dimana setiap hubungan tersebut diberikan solusi strategi yang harus dilakukan untuk menentukan keputusan yang baik. Diharapkan keputusan yang diambil mampu memberi pengaruh yang positif bagi perusahaan. Berikut ini tabel keputusan strategis dengan pendekatan matrix SWOT pada Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial.

1. Strategi SO

Strategi SO ada yaitu strategi yang dihasilkan dari suatu cara pandang bahwa perusahaan atau unit bisnis tertentu dapat menggunakan kekuatan (strengths) yang mereka miliki guna memanfaatkan berbagai peluang (opportunities). Jadi strategi SO yang digunakan yaitu Memperluas pangsa pasar dan memperluas promosi produk supaya membantu meningkatkan penjualan Toko

Pempek Flamboyant, dan menjaga hubungan baik antara pemilik dan karyawan serta pemilik dan pemasok bahan baku, serta tetap mempertahankan kualitas produk. Memberikan pelatihan khusus kepada karyawan untuk bagian admin, tersedianya layanan di gofood, dan adanya pempek frozen.

2. Strategi WO

Strategi WO ialah strategi yang dihasilkan dari suatu cara pandangan bahwa perusahaan tertentu dapat memanfaatkan berbagai dari peluang yang ada di lingkungan eksternal dengan cara mengatasi segala kelemahan (Weakness) Sumber daya Internal yang dimiliki perusahaan saat ini. Adapun strategi yang digunakan untuk mengatasi yang dimiliki oleh Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial adalah memperbaiki manajemen untuk mengatasi masalah sumber daya manusia yang mempunyai kendala, seperti kekuarangan karyawan disaat ramainya pembeli sehingga tidak bisa dihandle dengan baik, dan memperbaiki sdm pada bagian keuangan supaya pada pencatatan keuangan Toko memiliki pencatatan standar akuntansi.

3. Strategi ST

Strategi ST ialah strategi yang dihasilkan dari suatu cara pandang dari

perusahaan pada bisnis tertentu yang menggunakan kekuatan (strength) yang mereka miliki guna menghindari berbagai ancaman (threat). Meningkatkan daya saing perusahaan yang lebih dari Toko Pempek lainnya. Dengan memberikan pelayanan dan fasilitas serta harga yang bersaing sehingga membuat konsumen merasa sangat puas ketika berbelanja di Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial.

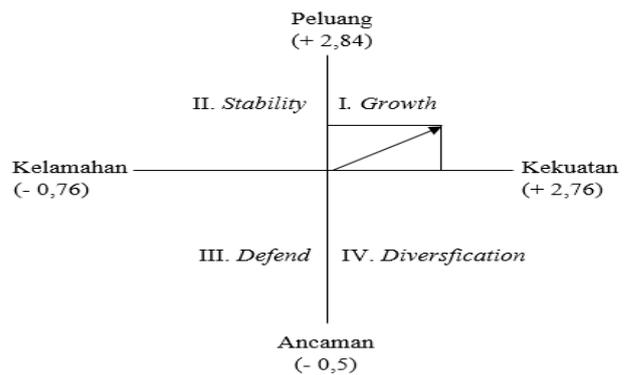
4. Strategi WT

Strategi WT ialah strategi yang bersifat bertahan (defensive), karna bertujuan untuk menimalisir semua kelemahan dan ancaman. Dengan cara mempertahankan karyawan yang baik atau royal dalam bekerja, menggunakan bahan baku sesuai kebutuhan, dan melakukan pelatihan agar mendapatkan wawasan dan merekrut karyawan yang telah banyak memiliki pengalaman dibidangnya agar dapat menghasilkan masakan yang sangat enak dan berkualitas sehingga digemari para konsumen untuk dikonsumsi.

Diagram Kartesius Analisis SWOT

Berdasarkan hasil dari Tabel 1 Matrix IFAS pada Toko Pempek Flamboyant Palembang Cabang Radial, diperoleh hasil nilai Skor untuk faktor kekuatan adalah 2,78 dan nilai skor untuk faktor kelemahan

0,49. Sementara itu, berdasarkan tabel 2 Matrix EFAS Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial, yang mendapatkan hasil bahwa nilai skor untuk faktor peluang adalah 2,84 dan untuk nilai skor pada faktor ancaman adalah 0,5. Dan nilai skor kekuatan ternyata diatas nilai skor.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Tabel 3. Rumusan Strategi Matrix SWOT
Sumber: Data Primer Diolah (2022)

IFAS	Kekuatan (Strength) -S	Kelemahan (Weakness) -W
Peluang (Opportunities) -O	Strategi SO: = 2,76 + 2,84 = 5,6	Strategi WO: = 0,76 + 2,84 = 3,6
Ancaman (Threats) -T	Strategi ST: = 2,76 + 0,5 = 3,26	Strategi WT: = 0,76 + 0,5 = 1,26

Kekuatan dan kelemahan mendapatkan selisih (+) 2, sedangkan pada nilai skor peluang ternyata diatas ancaman dengan selisih (+) 2,34. Maka dari hasil seluruh faktor internal dan eksternal dari secara penentuan selisih nilai skor, lalu digambarkan kedalam diagram kartesius analisis SWOT, yang dimana faktor

kekuatan dan Peluang diberi nilai positif (+), selain itu faktor kelemahan dan ancaman diberi nilai negatif (-) dengan diagram kartesius SWOT dapat dilihat Pada Gambar 1.

Berdasarkan diagram kartesius SWOT pada gambar 1, dapat dilihat bahwa Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial berada pada kuadran I yang berarti bahwa strategi yang digunakan adalah strategi *Strength-Opportunity* (SO) yang juga disebutkan sebagai strategi Growth. Yang menjelaskan bahwa Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial Memiliki Peluang dan Kekuatan yang besar sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Kondisi ini mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Sehingga tidak menutup kemungkinan Toko Pempek Flamboyant dapat memperluas pangsa pasar penjualan pempek yang dapat memperluas. Selain memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, peluang yang ada juga dapat dimanfaatkan sebagai strategi meningkatkan daya saing.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis pada penelitian tersebut, maka dapat di ambil kesimpulan yaitu analisis yang dilakukan di Toko Pempek Flamboyant Palembang

cabang Radial sangat sehat pada gambar 1. Berdasarkan analisis IFAS & EFAS berada pada kuadran I Diagram Kartesius hal ini menunjukkan bahwa peluang dan kekuatan berada di posisi Positif sehingga kombinasi strategi yang digunakan yaitu strategi kombinasi SO (*Strength*) dan (*Opportunity*). Strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing pada Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial berdasarkan pada kuadran I diagram kartesius yaitu dengan memperluas pangsa pasar dan memperluas promosi produk supaya membantu meningkatkan penjualan Toko Pempek Flamboyant, dan menjaga hubungan baik antara pemilik dan karyawan serta pemilik dan pemasok bahan baku, serta tetap mempertahankan kualitas produk. Kekuatan tersebut sangat memungkinkan bagi Toko Pempek Flamboyant Palembang cabang Radial.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Pratiwi, dkk. 2017. *Analisis SWOT pada UMKM keripik tempe amel malang dalam rangka meningkatkan daya saing perusahaan*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 43. Halaman 112.
- Dede, Yusuf. Dkk 2021. *Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing di apotek Ben Do sehat pahonjean*. Jurnal Teknologi Informasi, Vol XVI. Halaman 26-31.
- Feni Indah Nurlita, 2020. *Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing usaha kerajinan pempek glagah*. Skripsi. Purwokarto: IAIN Purwokarto.

- Mayang Anissa. 2020. *Analisis SWOT dalam menentukan Strategi pemasaran di kantor Pos Magelang 56100*. Magelang. Jurnal Ilmu Manajemen Vol 17. Halaman 19.
- Nur'aini, Fajar. 2016. *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta, Quardant.
- Purnomo. Hadi Yuswono. 2018. *Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya saing Ukm Es Puter Di kota malang*. Jurnal Teknologi, Infromasi dan Industri, Vol I.
- Rachmawaati, Anisa. 2022. *Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing pada Apotek 325 Surabaya*. Jurnal Ilmu Sosial dan pendidikan. Vol 6. Halaman 1903.
- Rahman, Rahim. Radjab, Enny. 2017. *Manajemen Strategi*. Universitas Muhammadiyah. Makassar.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah kasus Bisnis (Cetakan kedelapan belas)*. Jakarta. Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Ritonga, Zuriani. 2020. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta. CV budi Utama.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian & Pengembangan: Research and Development (cetakan ketiga)*. Bandung: Alfabeta.