



Strategi Pengembangan Usaha Nasi Kuning Pondok Ungu Dengan Memakai Analisis Swot

Leonaldi Hutajulu¹, Tyna Yunita², Sephia Supriyadi³, Harfanly Bramley Munte⁴

²Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

^{1,3,4}Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Abstract

Received: 22 Juni 2023

Revised: 28 Juni 2023

Accepted: 03 Juli 2023

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bisnis UKM dengan menggunakan strategi pemasaran analisis swot yang membahas dan mengupas tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman Nasi Kuning Ibu Carkesi sebagai objek penelitian. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa Nasi Kuning Ibu Carkesi memiliki beberapa kekuatan internal yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan, persaingan bisnis serupa yang belum banyak, lokasi strategis karena berada tepat di wilayah padat penduduk. Namun selain kekuatan dan juga peluang usaha, kelemahan dan ancaman bisnis milik Ibu Carkesi perlu lebih ditinjau kembali diantaranya adalah sistem manajemen, pencatatan keuangan yang belum memadai, pemasaran pasif secara offline, dan belum mengandalkan digital marketing sebagai jalan memasarkan produk.

Keywords: Strategi Pemasaran, Usaha Nasi Kuning, Analisis SWOT

(*) Corresponding Author: sephia091002@gmail.com

How to Cite: Hutajulu L, Yunita T, Supriyadi S., & Munte H.B. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Nasi Kuning Pondok Ungu Dengan Memakai Analisis Swot. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8152394>

PENDAHULUAN

Gerakan usaha yaitu suatu tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan hasil berupa keuntungan, kompensasi, atau upah kerja. Meskipun persaingan dalam dunia bisnis semakin liar, saat ini kami diharapkan dapat mengembangkan bisnis kami agar bisnis kami dapat terus berkembang dan menjadi visioner bisnis yang sukses. Peningkatan bisnis yang baik dimulai dari diri kita sendiri meskipun banyak rintangan yang kita hadapi dalam dunia bisnis, oleh karena itu diperlukan suatu prosedur dalam kemajuan bisnis agar bisnis dapat bertahan lama dan tidak gagal.

Usaha kuliner merupakan salah satu pilihan dari sekian banyak usaha yang dapat menjanjikan, karena perputaran modal akan lebih cepat ketimbang dari usaha lainnya. Tidak memerlukan modal yang sangat besar usaha kuliner sudah dapat dijalankan namun tentunya perlu perencanaan dan juga strategi sebelum memulai. Bisnis Food and Beverage di Indonesia tepatnya di Bekasi, Jawa Barat sangat beragam, budaya asing yang sudah bebas memasuki wilayah Indonesia terutama untuk wilayah jabodetabek, tentunya hal ini juga dikarenakan oleh efek dari globalisasi. Globalisasi adalah suatu proses yang menempatkan masyarakat dunia bisa menjangkau satu dengan yang lain atau saling terhubung dalam semua aspek kehidupan mereka, baik dalam budaya, ekonomi, politik, teknologi maupun lingkungan (Winarno, 2006:39). Bukan hanya menjamah pada gaya

hidup dan sektor fashion namun cangkuman dari efek globalisasi lebih dari itu, gaya komunikasi, selera makanan dan minuman, sampai ke pola perilaku masyarakat.

Karena hal tersebut menjadi salah satu tantangan para pelaku usaha, yang menjadikan makin menjamurnya UMKM yang menjual usaha-usaha yang berkaitan dengan luar negeri, contoh nyatanya adalah menjamurnya makanan khas korea, ataupun jepang dilingkungan masyarakat Indonesia, yang semula hanya bisa ditemui pada mall-mall tertentu namun sekarang bahkan sudah tersedia makanan khas korea yang dijual kaki lima. Namun, bila hal ini terus menjadi trend dan bisa merubah selera dari warga local sendiri apakah ini patut untuk dipertahankan? Lalu apakah ada solusi untuk melawan efek dari globalisasi tersebut? Tentu ada, contohnya adalah dengan tetap memproduksi, serta menawarkan makanan ciri khas Indonesia yang penulis akan teliti adalah usaha dalam sektor makanan yaitu Nasi Kuning, makanan ciri khas Indonesia terbuat dari nasi dengan berbagai bumbu rempah salah satu rempah yang dominan adalah kunyit yang menimbulkan warna kuning pada Nasi Kuning itu sendiri. Biasanya nasi kuning menjadi pilihan untuk sarapan pagi, tidak hanya itu Nasi Kuning juga bisa menjadi pilihan sebagai bentuk makanan untuk perayaan atau peresmian sesuatu, kondimen yang menemani Nasi Kuning itu sendiri diantara lain: telur dadar iris, orek tempe, bihun tumis, sambal goreng, irisan timun sebagai lalapan, dan tentunya bawang goreng dan kerupuk.

Untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan hal tersebut dengan tetap menjual makanan tradisional merupakan Langkah yang tepat dalam menghadapi efek dari globalisasi itu sendiri. Selain dari itu, nasi kuning juga memiliki cita rasa yang sederhana namun kaya akan rempah ciri khas Indonesia dan tidak dapat tersaingi dengan makanan khas luar negeri.

Nasi kuning Ibu Carkesi memiliki rasa nasi kuning yang sederhana, enak dan juga mengenyangkan, tentunya harga yang ditawarkan juga sangat terjangkau oleh semua kalangan. Nasi kuning Ibu Carkesi yang merupakan UKM yang memiliki manajemen pemasaran yang sederhana, dan termasuk ke dalam UKM dengan jenis usaha tradisional, karena Nasi Kuning Ibu Carkesi didirikan oleh perseorangan dan hanya memiliki jumlah karyawan yang sedikit, dimana karyawan yang terlibat merupakan anggota keluarga dari pemilik usaha yaitu Ibu Carkesi. Untuk tujuan menjadi usaha yang berkembang lebih pesat atau memiliki manajemen pemasaran yang lebih modern akan mengalami kesulitan jika dibandingkan dengan UKM yang telah memiliki manajemen pemasaran dan pengelolaan UKM yang semi kafe/restaurant dan lebih modern. Namun bukan tidak mungkin Nasi Kuning Ibu Carkesi juga mempunyai persaingan dengan bisnis usaha yang serupa yaitu UKM lain yang menawarkan sarapan pagi, atau restaurant cepat saji yang juga menyediakan sarapan pagi tentunya dengan mengedepankan manajemen penjualan yang dikelola secara modern baik secara manajemen pemasarannya dan juga secara operasional pelayanan bagi pengunjung. Terkait ancaman persaingan ini yang timbul dari faktor luar maka perlu adanya peningkatan kualitas baik secara operasional maupun manajemen dari Nasi Kuning Ibu Carkesi tersebut. Untuk menjawab pertanyaan dari permasalahan diatas penulis memilih Nasi Kuning Ibu Carkesi sebagai objek penelitian karena berkaitan dengan permasalahan dan juga melihat peluang bisnis

yang sangat baik pada usaha milik Ibu Carkesi. Sebagai salah satu makanan ciri khas Indonesia hal ini tentunya menjadi salah satu peluang atau kelebihan dari usaha Nasi Kuning Ibu Carkesi juga menjadi kesempatan pelaku usaha sebagai bentuk untuk melawan era globalisasi, tentunya peluang ini tidak sebatas itu namun melihat dari pangsa pasar nasi kuning yang digandrungi hampir seluruh masyarakat Indonesia dari semua kalangan. Nasi kuning menjadi pilihan tepat untuk sarapan pagi sebelum mengawali aktivitas, hal ini juga salah satu kekuatan bisnis ini bisa tetap seattle ditengah gempuran pasar yang kian berkembang pesat, dengan menawarkan harga yang terjangkau yaitu satu porsi mulai dari Rp.6.000 menjadikan Nasi Kuning Ibu Carkesi di minati banyak masyarakat pondok ungu. Kekurangan yang dimiliki oleh Nasi Kuning Ibu Carkesi adalah sistem manajemen yang belum tertata, tidak adanya bentuk pembukuan barang masuk dan keluar, tidak ada worksheet untuk market planning atau bentuk strategi pemasaran kedepannya menjadi salah satu kekurangan dari Nasi Kuning Ibu Carkesih, sistem manajemen yang sangat sederhana menyebabkan sulitnya pelaku usaha untuk mengetahui permasalahan juga bentuk problem solving apa yang mesti dilakukan dalam menanggapi naik turunnya kondisi usaha. Maka dari itu penulis memilih Nasi Kuning milik Ibu Carkesih dengan memakai analisis swot untuk mengetahui perkembangan usaha Nasi Kuning Ibu Carkesih itu sendiri dan memiliki tujuan untuk dapat menembus pasar yang lebih luas.

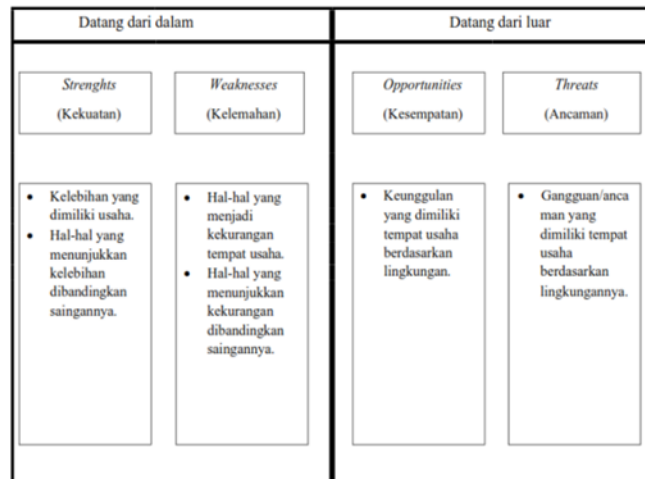
Strategi pemasaran adalah suatu bentuk usaha yang berkaitan dengan perkembangan perencanaan bisnis guna mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi pemasaran terdiri dari strategi spesifik untuk pasar sasaran, penentuan posisi produk, bauran pemasaran, dan tingkat pengeluaran pemasaran (Kotler, 2001:98).

Menurut Kurtz (2008:42) strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix, produk, distribusi, dan harga.

Strategi pemasaran merupakan langkah awal yang mesti diperhatikan dan dilakukan oleh pelaku usaha karena hal ini mencakup dari keseluruhan kegiatan pemasaran dikedepannya, tentunya sangat berkaitan dengan perkembangan bisnis itu sendiri, perumusan strategi pemasaran pada dasarnya adalah bentuk skema yang bisnis sebelum menghadapi realisasi keadaan bisnis nantinya. Karena itu tidak dapat dipungkiri tiap-tiap bisnis harus mempunyai bentuk strategi pemasaran yang baik dan matang karena ini berkaitan dengan perkembangan bisnis tersebut, lancar atau tidaknya suatu bisnis juga sangat berkaitan dengan bentuk strategi bisnis yang dilakukan sebelumnya.

Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) intern perusahaan serta peluang (opportunities) dan ancaman (threat) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Gambar 1. Skema S.W.O.T



Sumber: Freddy Rangkuti (2006).

Berdasarkan penjelasan mengenai analisis swot dapat disimpulkan bahwa pemilihan tempat yang strategis sebelum menentukan tempat usaha merupakan salah satu bentuk kekuatan dalam pengembangan bisnis, pemilihan lokasi yang strategi bukan hanya berfokus seberapa banyak orang berlalu-lalang tetapi seberapa potensial masyarakat yang melewati tempat tersebut. Perlu diperhatikan pemilihan lokasi sangat menentukan keberhasilan dan tujuan bisnis itu sendiri, maka pemilihan lokasi tempat usaha menjadi salah satu bagian dari analisis swot yang perlu diperhatikan. Lokasi usaha Nasi Kuning ibu Carkesi cukup strategis karena berada diposisi ramai dan potensial, kekuatan lainnya adalah harga jual yang terjangkau dan juga pelayanan konsumen yang mengutamakan kesopanan dan keramahan antara penjual dan juga pembeli yang membuat Nasi Kuning Ibu Carkesi diminati oleh para pembeli.

Salah satu faktor kelemahan yang dimiliki oleh pelaku usaha Nasi Kuning ini adanya hambatan yang berasal dari internal yaitu sistem manajemen yang masih sangat sederhana, dan bisa dibilang tidak tertata dengan baik, sistem pemasaran pun sangat sederhana yaitu pemilik usaha yang langsung terlibat dan juga karyawan yang tidak lain adalah anak dari Ibu Carkesih itu sendiri. Dengan sistem manajemen dan pemasaran yang masih dilakukan secara sederhana dan tradisional merupakan suatu kendala juga tantangan pelaku usaha untuk bisa menembus tujuan usahanya yaitu menjalankam usaha yang lebih berkembang pesat. Seperti kita ketahui pada era globalisasi saat ini semua hal dilakukan dengan bantuan teknologi dan juga untuk mempertahankan pasar sangat memerlukan teknologi didalamnya karena hal ini berkaitan dengan efisiensi dan efektivitas serta jangkauan lebih luas dari target pasar yang sudah ditentukan, pada era ini pelaku usaha harus memiliki bentuk kreatifitas yang lebih tinggi tentunya dengan memanfaatkan teknologi juga modernisasi untuk tetap menyeimbangi pasar dan agar dapat menembus pasar yang lebih luas. Pemilik usaha dan penanggungjawab Nasi Kuning Ibu Carkesih harus memikirkan hal tersebut karena kaitannya adalah untuk melawan jumlah persaingan yang ada dan juga satu tingkat agar lebih berkembang.

Persaingan bisnis Nasi Kuning Ibu Carkesih juga dapat terlihat karena terdapat usaha yang serupa disekitar wilayah usaha Nasi Kuning Ibu Carkesih, apalagi usaha ini juga terbilang dapat bertahan sejak tahun 2020 sampai sekarang serta sudah mempunyai banyak pelanggan tetap, ini merupakan peluang bisnis yang menjanjikan untuk lebih menggaet market share lebih luas lagi.

METODE

Objek penelitian kualitatif ini yaitu Nasi Kuning Ibu Carkesi yang terdapat di Pondok Ungu, Bekasi, Jawa Barat. Peneliti merupakan instrumen kunci dalam metode penelitian kualitatif, yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah. Metode ini menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi, analisis data induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Dalam penelitian kualitatif, fakta yang dikumpulkan selama kerja lapangan digunakan sebagai pengganti teori untuk menguji pengumpulan data. Akibatnya, analisis data yang dilakukan bersifat induktif dan dapat diubah menjadi hipotesis atau teori berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan. Oleh karena itu, meskipun analisis data digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian kuantitatif, analisis data digunakan untuk menyusun hipotesis dalam penelitian kualitatif. Penelitian yang dilakukan pada Nasi Kuning Ibu Carkesi menggunakan teknik wawancara secara langsung kepada pelaku usaha yaitu Ibu Carkesi dengan mengajukan beberapa pertanyaan tentang seberapa besar modal yang keluar tiap harinya, seberapa banyak pendapatan kotor, sistem manajemen, sistem pemasaran, segmentasi produk.

Untuk mengetahui strategi yang digunakan pada objek penelitian yaitu menggunakan analisis swot untk dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman dari objek penelitian, berikut merupakan bentuk paparan matriks penjabaran SWOT pada Nasi Kuning Ibu Carkesi:

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Internal		
Faktor Eksternal		
Peluang (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
Ancaman (T)	Strategi (ST)	Strategi (TW)

Sc : Freddy Rangkuti (2006)

Berikut ini yaitu ulasan pada matriks SWOT:

- a. Penjabaran SO (Strength serta Oppurtunity). Penjabaran ini dibuat pada yang dilakukan oleh usaha Nasi Kuning Ibu Carkesi yakni dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yaitu menawarkan makanan sarapan tradisional dengan harga terjangkau.
- b. Penjabaran ST (Strength serta Threats). Penjabaran ini dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki Nasi Kuning Ibu Carkesi yaitu pelayanan yang baik, produk yang dapat bersaing serta juga persaingan produk serupa.
- c. Penjabaran WO (Weakness serta Oppurtunity). Penjabaran ini diterapkan pada pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

- d. Penjabaran WT (Weakness and Threats). Penjabaran ini pada kegiatan yang bersifat defensive serta berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

HASIL & PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pelaku usaha yaitu Ibu Carkesi mengenai Nasi Kuning Ibu Carkesi, usaha yang sudah dibangun sejak tahun 2020 berlokasi di Pondok Ungu, Bekasi, Jawa Barat. Dengan pendapatan harian yaitu Rp.400.000 laba kotor, dan laba bersihnya sekitar Rp.200.000/hari. Sistem penjualan Nasi Kuning Ibu Carkesi yaitu menggunakan offline store dan juga memasarkan melalui facebook marketplace, jumlah karyawan yaitu 1 yang termasuk anggota keluarga dari Ibu Carkesi sendiri.

Pada hasil wawancara dan observasi maka sangat beralasan bahwa Nasi Kuning Ibu Carkesi memisahkan pasarnya, khususnya: pada pembagian geografis masyarakat di sekitar Pondok Ungu RW 07, Bekasi, Jawa Barat. Nasi Kuning Ibu Carkesi melayani pelanggan pria dan wanita berusia antara 20 dan 50 tahun di segmen demografisnya. Dengan rentang pekerjaan antara lain ibu rumah tangga, pegawai swasta, buruh bangunan, dan wiraswasta, serta berpenghasilan rata-rata kurang dari satu juta rupiah hingga lebih dari lima juta rupiah. Selain itu, nasi kuning Bu Carkesi dibedakan antara kelas sosial bawah, menengah, dan atas karena harganya yang relatif terjangkau. Selain itu, dari siklus keluarganya, Nasi Kuning Bu Carkesi menjual barang-barangnya kepada orang-orang yang masih bernama anak-anak hingga orang-orang yang dilimpahkan orang dewasa, yang masih lajang, berkeluarga, atau juga orang-orang yang tinggal sendiri. Pengunjung Nasi Kuning Ibu Carkesi termasuk dalam kategori psikografi penikmat nasi kuning serta orang yang lebih menyukai sesuatu yang praktis selain kemampuan untuk berkumpul dengan keluarga, teman, atau kolega. Pengunjung Nasi Kuning Ibu Carkesi dibagi menjadi dua kategori: pengunjung reguler dan pengunjung potensial, menurut segmen perilaku. potensi. Pengunjung Pengunjung biasa yang dimaksud yaitu penyuka nasi kuning yang mencari kepraktisan. Sementara itu pengunjung yang diundang oleh teman, rekan kerja, atau keluarga dianggap sebagai calon pengunjung.

Daftar menu Nasi kuning Ibu Carkesi

Nasi Kuning Ibu Carkesi

M E N U

Nasi Kuning		Aneka Gorengan	
NASI KUNING (TEMPE OREK-BIHUN-TELUR)	6.000	PISANG GORENG	1.000
NASI KUNING NUGGET	12.000	TAHU ISI	1.000
NASI KUNING AYAM	15.000	BAKWAN	1.000
		TEMPE	1.000



JL. SULTAN AGUNG PONDOK UNGU. GANG MUSHOLLA NURUL IMAN RT02/RW07 NO.20

UNTUK PEMESANAN:
0895333356140

Nasi kuning Ibu Carkesi menawarkan satu porsi Nasi Kuning dengan harga 6rb rupiah, dan dengan lauk tambahan yaitu Nugget, dan Ayam dengan masing-masing harga adalah 6rb rupiah dan juga 9rb rupiah. Selain Nasi kuning, Ibu Carkesi juga menawarkan berbagai macam gorengan dengan harga seribu rupiah. Nasi kuning Ibu Carkesi mesti adanya kemajuan mutu baik secara variasi serta makanan biar mampu berkompetisi melalui pesaing via bisnis serupa. Dengan penambahan variasi makanan di Nasi kuning Ibu Carkesi bisa jadi pelanggan bakal bertambah banyak buat datang ke Nasi kuning Ibu Carkesi.

Strategi Pemasaran Pada SWOT

Hasil pembahasan ini menjabarkan pada bagaimana Nasi kuning Ibu Carkesi di analisis memakai teori SWOT yaitu:

a. Indikator Strength

Faktor kekuatan yang terdapat dalam Nasi Kuning Ibu Carkesi adalah produk yang ditawarkan, lokasi yang strategis, hubungan antara penjual dan pembeli, harga produk yang dapat dijangkau oleh semua kalangan dan menggunakan media sosial sebagai salah satu cara penjualan produk.

Nasi kuning ibu carkesih menawarkan produk nasi kuning untuk sarapan pagi dimana hal ini menawarkan kepraktisan untuk para pembeli sebelum mengawali

aktifitas/kegiatan hariannya. Selain produk yang memang menjadi salah satu kebutuhan primer yang pastinya selalu dibutuhkan oleh setiap manusia, Ibu Carkesi menawarkan harga terjangkau serta bisa dijangkau buat semua kalangan. Pelayanan yang diberikan kepada para pembeli juga sangat mngedepankan kekeluargaan, keramahtamahan dan juga membangun komunikasi serta hubungan yang sangat baik kepada para pembeli potensial.

Lokasi yang strategis juga salah satu kekuatan yang membuat Nasi Kuning ibu Carkesi dapat mempertahankan pasarnya, selain itu Ibu Carkesi juga menawarkan produk melalui bantuan Media Sosial yaitu Facebook market place.

b. Indikator Weakness

Sistem manajemen masih manual, tidak adanya pembukan barang masuk dan keluar, tidak adanya catatan harian, mingguan maupun bulanan, dan tidak ada pula bukti pembelanjaan serta catatan kongkret mengenai usaha milik Ibu Carkesi. Ibu Carkesi hanya mengandalkan pendapatan harian yang kemudian bisa dijadikan sebagai modal untuk penjualan dihari berikutnya. Tentunya hal ini salah satu kelemahan yang dapat mengakibatkan terhambatnya usaha untuk berkembang dan mencapai tujuan yang diharapkan, karena pencatatan sangat perlu untuk mengetahui seberapa besar perubahan yang dapat dilakukan untuk lebih mengembangkan produk dan juga usahanya.

Apabila sistem manajemen milik Ibu Carkesi masih mengandalkan ingatan sebagai cara untuk memulai untuk hari esok, maka usaha ini akan sulit berkembang dan justru berpotensi untuk tidak dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang, catatan ini juga sebagai bahan dasar untuk evaluasi dimana hal ini sangat dibutuhkan untuk pelaku usaha agar bisa berkembang. Ibu Carkesi harus memulai untuk membuat catatan harian sederhana mengenai total pengeluaran harian, dan juga pendapatan harian.

Pemasaran yang masih sangat sederhana, ibu Carkesi hanya mengandalkan penjualan secara offline, walaupun memang terkadang produk ditawarkan melalui bantuan media sosial yaitu Facebook, namun Ibu Carkesi tidak menyediakan pesan antar (hanya posting dan pasif menunggu pembeli). Ibu Carkesi juga belum menawarkan produknya pada online store contohnya dengan bantuan Gofood, Grabfood, dan Shopeefood.

c. Indikator Opportunities

Peluang dalam usaha Nasi Kuning Ibu Carkesi ini terdapat pada lokasi yang strategis karena berada tepat didepan jalanan besar padat penduduk. Pesaing penjual dilingkungan sekitar belum banyak sehingga hal ini menjadi peluang bisnis yang cukup menjanjikan untuk menggaet market konsumen yang lebih luas dengan memperkecil persaingan dengan jenis penjualan serupa.

d. Indikator Threats

Ancaman yang terdapat dalam bisnis ini tidak lain adalah penjual serupa dan juga restaurant cepat saji yang menyediakan menu sarapan, persaingan antara penjual serupa merupakan ancaman yang dapat mengganggu kestabilan bisnis tersebut, maka dari itu pelaku bisnis harus slalu melakukan riset pasar dan juga survey konsumen untuk slalu melakukan evaluasi dan juga pembaharuan produk agar menghindari kejenuham dari para pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Ancaman lain adalah sistem manajemen dan pemasaran yang masih sederhana akan membuat bisnis terancam kalah saing dengan sistem manajemen dan pemasaran yang lebih modern.

Penjualan pasif juga salah satu ancaman yang perlu diperhatikan untuk menghindari persaingan bisnis dan juga kegagalan bisnis untuk jangka waktu pendek maupun panjang.

Matriks SWOT

Internal/Eksternal	<p>Kekuatan (S) Lebih meningkatkan mutu produk dan menjaga kualitas produk dengan selalu melakukan inovasi terhadap menu. Menambahkan variasi tambahan menu lainnya untuk menghindari kejenuhan.</p>	<p>Kelemahan (O) Sistem manajemen yang masih manual, tidak ada pembukuan dan pencatatan cashflow. Pasif menunggu pembeli.</p>
<p>Peluang (O) Produk primer yang slalu dibutuhkan oleh masyarakat. Lokasi strategis berada di lingkungan padat penduduk.</p>	<p>Strategi (SO) Lebih meningkatkan mutu produk dan menjaga kualitas produk dengan slalu melakukan inovasi terhadap menu. Menambahkan variasi tambahan menu lainnya untuk menghindari kejenuhan.</p>	<p>Strategi (WO) 1. Dengan memanfaatkan lokasi strategis yang berada dilingkungan padat penduduk. 2. Melakukan upgrade usaha dengan mendaftarkan diri pada online store seperti, Gofood, Grabfood, menyediakan layanan pesan antar.</p>
<p>Ancaman (T) Persaingan usaha serupa dan juga restaurant cepat saji. Manajemen manual, pemasaran pasif.</p>	<p>Strategi (ST) Menambah varian menu. Membuka promosi mingguan.</p>	<p>Strategi (TW) Membuat sosial media khusus bisnis. Memulai foto produk dan aktif di online store.</p>

KESIMPULAN

Pada hasil serta pembahasan mengenai strategi pemasaran dengan memakai penjabaran SWOT pada Nasi Kuning Ibu Carkesi dapat disimpulkan, usaha Nasi Kuning Ibu Carkesi perlu melakukan dorongan terhadap bisnis untuk lebih meningkatkan brandawareness, profitabilitas dan juga agar bisa mempertahankan usahanya dalam jangka waktu yang lebih panjang.

Kekuatan (strengths) yang dimiliki oleh usaha milik Ibu Carkesi ini adalah produk yang ditawarkan merupakan salah satu kebutuhan primer dimana setiap hari memang dikonsumsi dan dibutuhkan oleh masyarakat, lokasi yang strategis karena berada dilingkungan padat penduduk, dan juga harga yang terjangkau serta dapat dijangkau bagi semua kalangan. Kelemahan (weakness) yang dimiliki

antara lain jumlah menu yang kurang variatif, sistem manajemen yang masih sangat manual, pemasaran pasif yang menjadikan usaha milik Ibu Carkesi sulit untuk berkembang. Sementara itu Peluang (opportunities) yang terdapat pada usaha Ibu Carkesi yaitu berkaitan dengan lokasi yang strategis, jumlah pesaing produk serupa belum banyak, pelayanan dan juga hubungan antara penjual dan pembeli yang sangat terjaga menjadikan peluang usaha ini bisa terus bertahan. Namun ancaman dari usaha milik ibu carkesi perlu untuk lebih ditinjau diantaranya mengenai sistem pencatatan keuangan, sistem pemasaran digital yang belum memadai, juga media sosial yang belum tersedia, hal ini menjadi PR serius yang perlu ditinjau dan diperhatikan oleh Ibu Carkesi dan team yang terlibat.

REFERENSI

- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiarmo, A. (2012). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 282–294.
- Monique, E. P., & Nasution, S. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tahu Teguh Pribadi Di Bengkulu Tengah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 133–143. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i2.824>
- Suprijanto, A. (2011). Dampak Globalisasi Ekonomi Terhadap. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 1(2), 100–119. journal.upgris.ac.id/index.php/civis/article/download/592/542
- Tollo, F., & Kempa, S. (2017). Analisis Aplikasi 7P Pada Usaha Nasi Kuning Air Putri Di Ambon. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(1), 1–8.
- Untari, D. T. U. T., & Satria, B. (2017). Strategi Pengembangan Pemasaran “Laksa Tangerang” Sebagai Salah Satu Produk Wisata Kuliner Di Tangerang. *Business Management Journal*, 10(2), 49–64. <https://doi.org/10.30813/bmj.v10i2.632>