

Analysis and Business Development Strategy of Mama Indri's Shop in Kemuning Market, Loa Bakung Village

Analisis Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Kedai Mama Indri di Pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung

Cindy Utari¹, Krishna Purnawan Candra¹, Marwati^{1*}

¹Prodi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman Samarinda

*Corresponding author: cindyutari88@gmail.com

Article info	Abstract
Keywords: Business Feasibility, UMKM, Financial Aspects, SWOT Analysis	Along with the development of the times and intense business competition, especially in the culinary field, it is very influential for small businesses such as those in traditional markets. Technological advances in this era of globalization influence the lifestyles of some people towards views about places and brand of products being marketed. There is one small business located in the Kemuning market, Loa Bakung Village named Mama Indri's Shop which has been operating for 3 years and runs a business in the culinary field such as cake and bread. This study aims to assess business feasibility based on financial aspect as well as formulate a non-financial business development strategies. This study was analyzed using several methods of financial aspects such as the Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period (PP), Benefit Cost Ratio (B/C Ratio), and analysis of non-financial aspects in the preparation of development strategies using the SWOT method. The result of the business feasibility analysis in this study indicate that Mama Indri's Shop business is feasible to run with an NPV value of Rp 555,189,428 (NPV>0), IRR of 49% (IRR>the prevailing interest rate), B/C Ratio of 1.60 (B/C>1) and the value of PP/return on capital for 1 (one) Month 29 (twenty nine) Days with a business economic life of 3 years. The acquisition of appropriate non-financial analysis results is an aggressive strategy, namely being in an advantageous situation because has many strengths so that it can take advantage of opportunities in developing the business.
Kata Kunci: Kelayakan usaha, UMKM, Aspek Finansial, Analisis SWOT	Abstrak Seiring berkembangnya zaman dan ketatnya persaingan bisnis terutama dalam bidang kuliner sangat berpengaruh pada pelaku bisnis kecil seperti di pasar tradisional. Kemajuan teknologi di era globalisasi ini mempengaruhi gaya hidup sebagian masyarakat terhadap pandangan mengenai tempat maupun brand dari produk yang dipasarkan. Terdapat salah satu usaha kecil yang terletak di pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung bernama "Kedai Mama Indri" telah beroperasi selama 3 tahun dan menjalankan usaha dibidang kuliner yaitu usaha kue dan roti. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kelayakan usaha berdasarkan aspek finansial serta menyusun strategi pengembangan usaha non-finansial. Penelitian ini dianalisis menggunakan beberapa metode aspek finansial yaitu metode Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period (PP) dan Benefit Cost Ratio (B/C Ratio), dan analisis aspek non-finansial dalam penyusunan strategi pengembangan menggunakan metode analisis SWOT berdasarkan observasi secara langsung lapangan pada Kedai Mama Indri di Pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung. Hasil analisis kelayakan usaha pada penelitian ini menunjukkan bahwa usaha Kedai Mama Indri layak untuk dijalankan dengan perolehan nilai NPV sebesar Rp 555.189.428,- (NPV > 0) , IRR sebesar 49% (IRR>tingkat bunga yang berlaku), B/C Ratio sebesar 1,60 (B/C > 1) dan perolehan nilai PP/pengembalian modal selama 1 (satu) Bulan 29 (dua puluh sembilan) Hari dengan umur ekonomis usaha 3 Tahun. Perolehan hasil analisis non finansial yang sesuai yaitu strategi agresif yang berarti berada pada situasi menguntungkan karena memiliki banyak kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usaha tersebut.

PENDAHULUAN

Di Indonesia perkembangan suatu usaha tidak akan lepas dari persaingan bisnis, dari adanya persaingan tersebut banyak variasi yang dilakukan untuk mencapai keuntungan dari suatu bisnis yang diperoleh pelaku usaha. Keuntungan itu sendiri mempunyai arti pendapatan yang diperoleh produsen saat menjalankan kegiatan bisnis mereka yang mana memiliki barang/jasa yang bisa meningkatkan nilai produksi serta bermanfaat dalam perkembangan usahanya. Dalam upaya meningkatkan pendapatan pada kegiatan industri sangat dibutuhkan adanya daya dukung yang kuat seperti ketersediaan sumber daya manusia, sumber daya alam, maupun sumber daya modal yang produktif (Hajar, 2015).

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Lubis, 2019). Usaha Mikro Kecil dan menengah memegang peranan penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia (Amilia & Choiron, 2017). Belum kuat dan kokohnya pondasi perekonomian Indonesia mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) karena UMKM dapat menyerap tenaga kerja yang besar (Nuraini et al., 2016). Fakta saat ini lapangan pekerjaan semakin terbatas dan jumlah tenaga kerja yang terus bertambah, dengan adanya kemandirian masyarakat seperti pelaku bisnis UMKM inilah yang diharapkan dapat membuka lapangan pekerjaan serta mengurangi angka pengangguran.

Seiring berkembangnya zaman dengan semakin ketatnya persaingan bisnis terutama dalam bidang kuliner sangat

berpengaruh pada pelaku bisnis kecil seperti di pasar tradisional. Kemajuan teknologi di era globalisasi ini mempengaruhi gaya hidup sebagian masyarakat yang memiliki pandangan mengenai tempat maupun brand dari produk yang dipasarkan. Pendapat konsumen tersebut tidak dapat dipungkiri berpengaruh terhadap industri jajanan pasar seperti kedai kecil ataupun usaha yang menggunakan gerobak. Dalam menjalankan suatu usaha, keberhasilan ditentukan oleh bagaimana pelaku dalam mengelola usaha tersebut. Perkembangan usaha secara cepat dapat terwujud jika produk yang diolah dapat memberikan nilai, manfaat dan kualitas produk yang baik sebagai suatu diferensiasi produk serta keuletan pelaku usaha dalam menjalankannya (Nugraha, 2014). Di tengah ketatnya persaingan pasar, terdapat salah satu usaha kecil yang terletak di pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung bernama “Kedai Mama Indri”. Kedai ini telah beroperasi selama 3 tahun dan menjalankan usaha dibidang kuliner yaitu usaha kue dan roti. Kedai ini menyediakan beberapa jenis produk yaitu kue apem, roti gembong, dan donat. Tujuan utama disetiap kegiatan usaha ialah untuk memperoleh pendapatan semaksimal mungkin dengan pengeluaran yang optimal, sehingga kegiatan usaha tersebut dapat terus dan layak untuk diusahakan ditengah ketatnya persaingan di era modern ini.

Analisis finansial ini bertujuan untuk mengetahui perkiraan dalam hal pendanaan dan aliran kas, sehingga dapat diketahui apakah layak atau tidaknya bisnis tersebut untuk dijalankan. Keterkaitan antara biaya dan pendapatan inilah yang digunakan untuk melihat layak/tidak layak usaha tersebut dijalankan

dan menyusun strategi yang sesuai/tepat untuk mengembangkan usaha yang sedang dijalankan. Dari kondisi pasar yang semakin ketat akan persaingan membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kelayakan dan pengembangan usaha pada Kedai Mama Indri di Pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung.

METODE

Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan wawancara dan pengisian kuesioner terstruktur oleh pemilik usaha secara langsung seputar topik penelitian. Data yang diperoleh berupa data kuantitatif dan kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan untuk mendapatkan data mengenai kelayakan finansial/ kelayakan usaha. Data yang bersifat kuantitatif dari hasil kuisisioner yang berisi tentang keadaan modal, pendapatan kedai, ketersediaan peralatan dan biaya operasional akan dianalisis berdasarkan aspek finansial dengan kriteria kelayakan investasi yaitu *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period*, dan *Benefit Cost Ratio* (B/C Ratio).

Data yang bersifat kualitatif atau deskripsi yaitu aspek non finansial yang terdiri dari informasi Kedai seperti letak lokasi usaha, bahan baku, teknologi dan peralatan produksi, tenaga kerja, kelebihan dan kekurangan kedai, serta pendapat konsumen yang akan digunakan untuk menyusun strategi pengembangan usaha pada kedai menggunakan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Finansial

Ketersediaan dana atau modal ini merupakan hal penting dalam menjalankan kegiatan usaha seperti untuk investasi dan

biaya selama berlangsungnya proses usaha. Tujuan dijalankannya suatu usaha yaitu salah satunya untuk mendapatkan keuntungan namun dalam menjalankan suatu usaha ketidakpastian merupakan kondisi yang pasti dihadapi mendatang. Kedai Mama Indri ini memiliki pendapatan yang cenderung naik dan turun seperti pada kebanyakan usaha lainnya. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan adanya langkah untuk mengetahui apakah usaha yang sedang dijalankan ini memiliki keuntungan yaitu dengan melakukan kegiatan peninjauan atau analisis untuk memutuskan apakah sebaiknya usaha layak dikerjakan, ditunda atau bahkan dibatalkan.

Penentuan kelayakan usaha dilihat dari segi keuangan seperti biaya yang diperlukan sehingga dapat memperoleh keuntungan/laba yaitu menggunakan analisis aspek finansial. Biaya yang dikeluarkan dan penerimaan yang diperoleh dimasukkan ke dalam arus kas (*cash flow*) dimana terdapat komponen yaitu arus pengeluaran (*outflow*) merupakan biaya yang harus dikeluarkan suatu usaha serta arus penerimaan (*inflow*) yang berarti aliran uang yang masuk merupakan pendapatan bagi suatu usaha (Vilo, 2020).

Hasil wawancara yang berisi mengenai biaya investasi, operasional dan pendapatan dari kegiatan usaha Kedai Mama Indri pada penelitian ini digunakan untuk menghitung kelayakan usaha tersebut menggunakan beberapa metode kelayakan usaha. Perhitungan kelayakan usaha berdasarkan analisis aspek finansial akan dihitung melalui analisis laba rugi, analisis kriteria kelayakan investasi yaitu *Net Present Value* (NPV), *Net B/C*, *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period* (PP) (Rani, 2019).

Hasil analisis kelayakan investasi usaha Kedai Mama Indri di Pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung tertera pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Kelayakan Usaha Kedai Mama Indri

Kriteria Kelayakan	Nilai
<i>Net Present Value</i> (NPV)	Rp 555.189.428
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	49 %
<i>Benefit Cost Ratio</i> (B/C)	1,60
<i>Payback Period</i> (PP)	1 Bulan 29 Hari

Keterangan : Diperoleh dari data selama 1 bulan (Desember 2021)

Net Present Value (NPV) merupakan perhitungan *cashflow* keseluruhan suatu investasi yaitu nilai yang didapatkan dari perhitungan selisih antara aliran kas (*cash flow*) yang dihasilkan dengan investasi yang dikeluarkan usaha tersebut dengan ketentuan usaha/proyek layak untuk dijalankan apabila nilai NPV lebih besar dari 0 (Rahmalia et al., 2023). Hasil perhitungan Net Present Value (NPV) pada penelitian Kedai Mama Indri yaitu sebesar Rp 555.189.428 nilai tersebut menunjukkan bahwa Kedai Mama Indri yang berada di Pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung memperoleh keuntungan tersebut dalam periode usaha selama 3 tahun dengan tingkat bunga 14% pertahunnya.

Internal Rate of Return (IRR) merupakan pengambilan suatu keputusan mengenai layak atau tidaknya usaha dengan menunjukkan nilai rata-rata tingkat keuntungan tahunan usaha yang melakukan investasi dan dinyatakan dalam persen. Jika hasil perhitungan IRR lebih besar dari discount factor, maka dapat dikatakan investasi yang akan dilakukan layak untuk dilakukan. Hasil perhitungan IRR yang didapatkan dari penelitian pada

Kedai Mama Indri yang berada di Pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung yaitu sebesar 49% , nilai ini menunjukkan bahwa usaha Kedai Mama Indri ini layak untuk dijalankan karena telah memenuhi ketentuan penerimaan pada metode IRR yaitu nilai IRR yang diperoleh usaha lebih besar dari 0 agar usaha dapat dilanjutkan.

B/C Ratio merupakan perhitungan yang menunjukkan gambaran berapa kali lipat benefit/keuntungan yang akan diperoleh dari biaya yang telah dikeluarkan pada suatu usaha. Hasil perhitungan *B/C Ratio* pada Kedai Mama Indri yaitu sebesar 1,60 berarti pada setiap biaya yang digunakan oleh Kedai Mama Indri ini akan mendapatkan keuntungan sebanyak Rp 1,60. Berdasarkan nilai *B/C Ratio* yang diperoleh tersebut dapat dinyatakan bahwa usaha layak untuk dilaksanakan karena nilai yang diperoleh lebih besar dari 1.

Payback period merupakan suatu indikator yang menunjukkan pengembalian nilai investasi/modal membutuhkan waktu berapa lama sampai terpenuhi/balik modal pada usaha yang dijalankan. Hasil dari perhitungan *payback period* (PP) pada Kedai Mama Indri di Pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung yaitu modal usaha/investasi dapat kembali dalam jangka waktu 1 (satu) Bulan 29 (dua puluh sembilan) Hari dengan umur ekonomis usaha 3 Tahun. Berdasarkan perhitungan dari beberapa metode kelayakan investasi diatas dapat disimpulkan bahwa usaha yang dijalankan sudah baik dan memberikan keuntungan sehingga layak untuk dilaksanakan atau dilanjutkan.

Perolehan nilai kelayakan investasi suatu usaha tidak akan bisa sama dengan usaha lainnya walaupun dalam bidang yang sama, hal ini disebabkan karena pada

setiap usaha memiliki adanya perbedaan besar modal yang dikeluarkan pada masing-masing usaha, selain itu faktor yang mempengaruhi adanya perbedaan yaitu karena di setiap usaha pendapatan yang didapatkan maupun pengeluarannya tidak sama sehingga berpengaruh terhadap lamanya pengembalian modal usaha tersebut. Ada beberapa hal yang dapat menyebabkan suatu usaha pada awalnya menguntungkan menjadi tidak menguntungkan yaitu karena adanya berbagai kesalahan. Kesalahan yang biasanya terjadi yaitu seperti adanya kesalahan dalam perencanaan, kesalahan penafsiran pasar, kesalahan dalam penggunaan teknologi, kesalahan menentukan kontinuitas bahan baku, maupun kesalahan dalam hal jumlah tenaga kerja. Selain itu faktor yang dapat menyebabkan kegagalan/kerugian yaitu seperti faktor ekonomi yang tidak stabil dan faktor lingkungan seperti bencana alam atau kebakaran pada lokasi usaha

Faktor Non-Finansial

Kedai ini menggunakan penyusunan strategi dengan bantuan penilaian dari aspek manajemen dan operasional, teknis dan teknologi, pasar dan pemasaran, serta sumber daya manusia. Analisis yang digunakan di kedai ini untuk penentuan strategi usaha yaitu metode SWOT yang terdiri dari penyusunan matriks IFAS, Tabel 2. Matriks IFAS

penyusunan matriks EFAS, menentukan diagram SWOT dan matriks SWOT.



Gambar 1. Tampilan tempat usaha Kedai Mama Indri di Pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung

Penyusunan matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Matriks IFAS dalam strategi pengembangan bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari usaha yang dijalankan. Hasil dari pengisian kuesioner diolah untuk mendapatkan nilai masing-masing bobot, rating, dan skor dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Tabel (2) di bawah ini merupakan hasil penyusunan matriks IFAS/identifikasi dari faktor internal pada Kedai Mama Indri di Pasar Keminung Kelurahan Loa Bakung.

No	Analisis SWOT (Matriks IFAS)	Bobot	Rating	Skor
	A. Kekuatan (<i>Strength</i>)			
1	Kemudahan memperoleh bahan baku	0,021	2	0,043
2	Apakah perolehan bahan baku secara kontinu berjalan dengan baik	0,021	2	0,043
3	Hubungan dengan pemasok	0,021	2	0,043
4	Konsistensi kualitas bahan baku	0,021	2	0,043
5	ketersediaan dan kelayakan peralatan produk	0,021	2	0,043
6	Perawatan peralatan produksi	0,021	2	0,043

7	Perkembangan usaha yang dijalankan	0,021	2	0,043
8	Strategisnya letak lokasi usaha	0,031	3	0,094
9	Kualitas produk menurut produsen	0,031	2	0,063
10	Pengaruh bahan baku yang digunakan terhadap kualitas produk	0,031	2	0,063
11	Kemampuan produksi memenuhi permintaan pasar	0,031	2	0,063
12	Tingkat kelayakan teknologi atau peralatan yang digunakan	0,031	2	0,063
13	Tingkat penerimaan konsumen terhadap produk	0,018	2	0,036
14	Perkembangan potensi pasar produk	0,018	2	0,036
15	Pendapat pelanggan terhadap letak lokasi kedai yang strategis	0,018	2,6	0,046
16	Kesesuaian dan keterjangkauan harga produk bagi pelanggan	0,018	2,1	0,038
17	Pendapat pelanggan terhadap kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk	0,018	2,3	0,041
18	Ketersediaan fasilitas kredit untuk mendapatkan modal usaha	0,050	2	0,100
19	Kemudahan pengajuan kredit modal usaha	0,050	2	0,100
B. Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1	Pemanfaatan teknologi penunjang dalam pemasaran	0,031	-2	-0,063
2	Kegiatan promosi yang dilakukan	0,018	-2	-0,036

Keterangan : Hasil yang ditampilkan pada Tabel 2 diatas merupakan hasil yang memiliki nilai Skor tinggi/dominan

Penyusunan Strategi Matriks EFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Matriks EFAS dalam strategi pengembangan yang bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh usaha tersebut. Selanjutnya,

hasil dari pengisian kuesioner diolah untuk mendapatkan nilai masing-masing bobot, rating dan skor dari peluang dan ancaman. Tabel (3) di bawah ini merupakan hasil penyusunan matriks EFAS/identifikasi dari faktor eksternal pada Kedai Mama Indri di Pasar Keminung Kelurahan Loa Bakung.

Tabel 3. Matriks EFAS

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
A. Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1	Program bantuan pembiayaan/modal usaha	0,063	2	0,125
2	Tempat usaha berada dekat dengan lokasi tempat memperoleh bahan baku	0,067	2	0,133
3	Tingkat kegemaran konsumen terhadap varian rasa produk	0,033	2	0,067
4	Harga yang ditawarkan berbeda dari pesaing yang lain	0,033	2	0,067
5	Kemampuan dalam memahami dan memanfaatkan masukan serta kritik dari konsumen terhadap produk	0,063	2	0,125
B. Ancaman (<i>Threat</i>)				
1	Penggunaan media sosial sebagai metode lain pemasaran	0,033	-3	-0,100

Keterangan : Hasil yang ditampilkan pada Tabel 3 diatas merupakan hasil yang memiliki nilai Skor tinggi/dominan

Hasil penilaian dari pemilik dan konsumen melalui pengisian kuesioner terkait Kedai Mama Indri yang terdiri dari beberapa aspek seperti aspek manajemen dan operasional, aspek teknis dan teknologi, aspek pasar dan pemasaran, aspek permodalan, serta aspek sumber daya manusia yang kemudian dibagi

menjadi dua faktor yaitu Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dengan menggunakan penyusunan Matriks IFAS dan Eksternal (Peluang dan Ancaman) menggunakan penyusunan Matriks EFAS. Tabel (4) dibawah ini menunjukkan besaran nilai Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang dihasilkan :

Tabel 4. IFAS dan EFAS

No	MATRIKS IFAS-EFAS	Skor	$X = S + W$
			$Y = O + T$
1	Faktor Internal (X)		
	Kekuatan (<i>Strength</i>)	1,291	1,125
	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	-0,166	
2	Faktor Eksternal (Y)		
	Peluang (<i>Opportunity</i>)	0,898	0,673
	Ancaman (<i>Threat</i>)	-0,225	

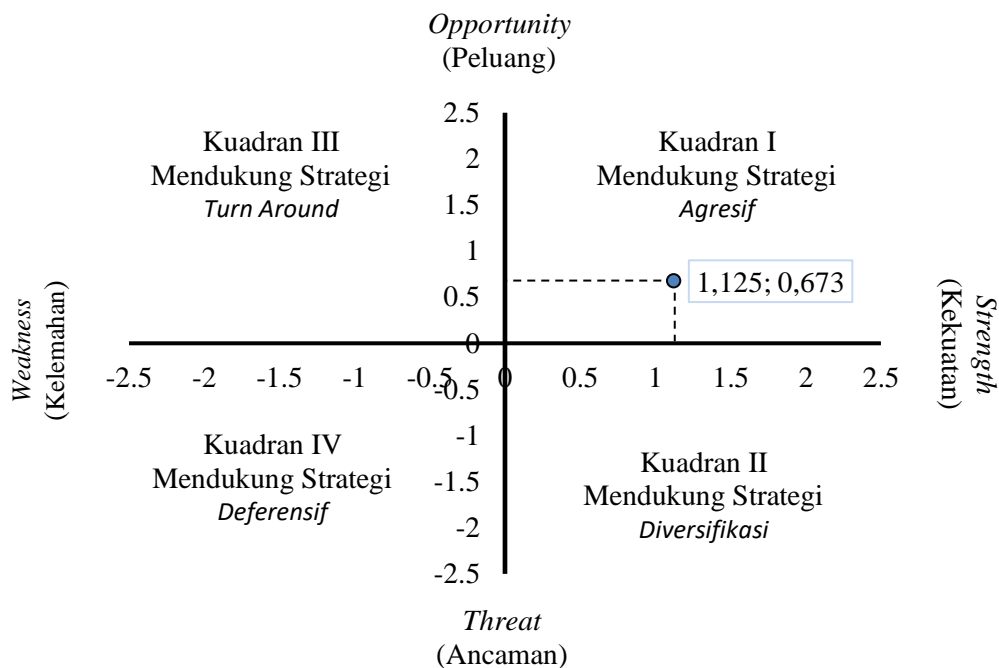
Keterangan: Perolehan besaran nilai setiap faktor yang ditampilkan berasal dari perhitungan bobot, rating dan skor pada Matriks IFAS dan EFAS

Data pada Tabel (4) matriks IFAS dan EFAS, menunjukkan perolehan hasil Dalam penelitian Kedai Mama Indri yang berada di Pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung hasil dari perhitungan faktor internal yang diperoleh adalah sebesar 1,125 yang diperoleh dari nilai kekuatan (*Strength*) sebesar 1,291 dan kelemahan (*Weakness*) sebesar -0,166. Sedangkan untuk faktor eksternal diperoleh nilai sebesar 0,673 dengan nilai peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threat*) masing-masing adalah sebesar 0,898 dan -0,225. Berdasarkan hasil yang didapatkan pada usaha Kedai Mama Indri di Pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung dapat dikatakan bahwa kemampuan kedai ini dalam memanfaatkan kekuatan dan menghadapi kelemahan yang ada pada kedai tersebut sudah cukup baik.

Setiap usaha pasti memiliki kekuatan dan kelemahan nya masing-masing yang

membuat usaha tersebut tidak akan memiliki hasil yang sama satu sama lainnya hal ini disebabkan oleh kemampuan dari tiap individu/pemilik usaha sangat berpengaruh dalam mengelola berbagai aspek dalam usaha seperti pengelolaan manajemen dan operasional, kemampuan dalam melakukan pemasaran, ketersediaan alat dan teknologi yang digunakan serta kemampuan individu/pelaku usaha dalam melihat peluang pasar serta ancaman yang muncul. Adapun faktor lain yang mungkin menyebabkan adanya perbedaan hasil yang diperoleh pada setiap usaha yaitu letak lokasi/daerah suatu usaha sehingga kondisi persaingan pasar, perilaku serta minat konsumen yang didapat pun tidak akan sama, yang berarti peluang dan ancaman yang dihadapi serta cara mengatasinya oleh akan berbeda-beda sesuai dengan kondisi usaha tersebut.

Diagram SWOT



Gambar 2. Hasil Diagram SWOT

Penentuan titik koordinat diagram SWOT berada pada diagram beberapa dilihat dari penjumlahan antara nilai kekuatan dan kelemahan sebagai nilai sumbu X yaitu 1,125 sedangkan untuk nilai sumbu Y dilihat dari nilai penjumlahan antara peluang dan ancaman yaitu sebesar 0,673. Dilihat dari gambar (2) diagram tersebut menunjukkan bahwa titik koordinat yang dihasilkan berada pada Kuadran I mendukung strategi agresif yang berarti usaha Kedai Mama Indri di Pasar Kemuning Kelurahan Loa Bakung ini memiliki situasi/kondisi yang sangat menguntungkan karena memiliki banyak peluang dan kekuatan, sehingga dalam penyusunan strateginya dapat menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada pada usaha tersebut.

Matriks SWOT

Penggunaan matriks SWOT ini merupakan metode selanjutnya yang

bertujuan untuk menganalisis penyusunan strategi SO, WO, ST, dan WT yang didapat dari perumusan antara hasil matriks IFAS dan EFAS. Penyusunan strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT ini berupa hasil penyusunan strategi SO (mengembangkan strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengambil manfaat dari peluang yang ada), WO (mengembangkan strategi dengan memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan), ST (Mengembangkan strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman), dan WT (mengembangkan strategi dalam mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman).

Berikut ini merupakan hasil penyusunan strategi pengembangan usaha Kedai Mama Indri yang diolah dalam bentuk Matriks pada Tabel 5:

Tabel 5. Matriks SWOT

<p>IFAS (Internal)</p> <p>EFAS (Eksternal)</p>	<p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan memperoleh bahan baku 2. Perolehan bahan baku secara kontinu berjalan baik 3. Hubungan dengan pemasok 4. Konsistensi kualitas bahan baku 5. Ketersediaan dan kelayakan peralatan produk 6. Perawatan peralatan produksi 7. Perkembangan usaha yang dijalankan 8. Strategisnya letak lokasi usaha 9. Kualitas produk menurut produsen 10. Pengaruh bahan baku terhadap kualitas produk 11. Kemampuan produksi memenuhi permintaan pasar 12. Tingkat kelayakan teknologi atau peralatan yang digunakan 13. Tingkat penerimaan konsumen terhadap produk baik 14. Perkembangan potensi pasar produk 15. Pendapat pelanggan terhadap letak lokasi kedai yang strategis 16. Kesesuaian dan keterjangkauan harga produk bagi pelanggan 17. Pendapat pelanggan terhadap kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk 18. Ketersediaan fasilitas kredit untuk mendapatkan modal usaha 19. Kemudahan pengajuan kredit modal usaha 	<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya pemanfaatan teknologi penunjang dalam pemasaran 2. Kegiatan promosi yang dilakukan
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Program bantuan pembiayaan/modal usaha 2. Tempat usaha berada dekat dengan lokasi tempat memperoleh bahan baku 3. Tingkat kegemaran konsumen terhadap varian rasa produk 4. Harga yang ditawarkan berbeda dari pesaing yang lain 5. Kemampuan dalam memahami dan memanfaatkan 	<p>Strategic S.O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan letak usaha yang strategis dalam memperoleh bahan baku dengan mudah 2. Menjaga kestabilan antara harga dengan kualitas produk yang ditawarkan 3. Mempertahankan harga produk yang terjangkau dan berbeda dari pesaing 4. Meningkatkan pelayanan dengan memanfaatkan masukan dan kritik serta menjaga kelayakan peralatan produksi untuk menarik minat konsumen 5. Memaksimalkan pemenuhan syarat kredit usaha untuk program bantuan moda 	<p>Strategic W.O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan penawaran harga yang lebih murah dari pesaing dengan produk yang memiliki varian rasa beragam serta memberikan pelayanan yang baik sebagai bentuk promosi untuk mendapatkan minat dan tanggapan yang positif dari konsumen

masuk dan kritik dari konsumen terhadap produk		
Threat 1. Penggunaan media sosial sebagai metode lain pemasaran masih sangat kurang	Strategic S.T 1. Memanfaatkan letak usaha yang strategis dan tingkat penerimaan konsumen yang baik dalam melakukan pemasaran baik secara langsung atau menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar	Strategic W.T 1. Mempelajari dan meningkatkan pemahaman, serta meningkatkan kreatifitas menggunakan media sosial sebagai metode lain promosi dalam memperluas pemasaran usaha

Hasil analisis SWOT Kedai Mama Indri berdasarkan perhitungan menggunakan diagram SWOT pada jalannya usaha periode tahun 2019-2021 menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh Kedai Mama Indri yaitu berada di Kuadran 1 yaitu memerlukan strategi agresif. Kuadran 1 ini merupakan suatu keadaan yang menguntungkan bagi kedai karena usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dalam penyusunan strateginya dapat menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada atau didalam matriks SWOT disebutkan dalam strategi SO (Strength-Opportunities).

Berikut ini merupakan penjabaran hasil analisis strategi usaha Kedai Mama Indri menggunakan matriks SWOT yang tertera pada Tabel (5), yaitu :

1. Kekuatan (*Strength*) strategi pemasaran Kedai Mama Indri yaitu:
 - a) Kemudahan memperoleh bahan baku
 - b) Perolehan bahan baku secara kontinu berjalan baik
 - c) Hubungan dengan pemasok
 - d) Konsistensi kualitas bahan baku
 - e) Ketersediaan dan kelayakan peralatan produk
 - f) Perawatan peralatan produksi
 - g) Perkembangan usaha yang dijalankan

- h) Strategisnya letak lokasi usaha
- i) Kualitas produk menurut produsen
- j) Pengaruh bahan baku terhadap kualitas produk
- k) Kemampuan produksi memenuhi permintaan pasar
- l) Tingkat kelayakan teknologi atau peralatan yang digunakan
- m) Tingkat penerimaan konsumen terhadap produk baik
- n) Perkembangan potensi pasar produk
- o) Pendapat pelanggan terhadap letak lokasi kedai yang strategis
- p) Kesesuaian dan keterjangkauan harga produk bagi pelanggan
- q) Pendapat pelanggan terhadap kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk
- r) Ketersediaan fasilitas kredit untuk mendapatkan modal usaha
- s) Kemudahan pengajuan kredit modal usaha
2. Kelemahan (*Weakness*) strategi pemasaran Kedai Mama Indri yaitu :
 - a) Kurangnya pemanfaatan teknologi penunjang dalam pemasaran
 - b) Kegiatan promosi yang dilakukan
3. Peluang (*Opportunities*) strategi pemasaran Kedai Mama Indri yaitu :
 - a) Program bantuan pembiayaan/modal usaha
 - b) Tempat usaha berada dekat dengan lokasi tempat memperoleh bahan

- baku
 - c) Tingkat kegemaran konsumen terhadap varian rasa produk
 - d) Harga yang ditawarkan berbeda dari pesaing yang lain
 - e) Kemampuan dalam memahami dan memanfaatkan masukan serta kritik dari konsumen terhadap produk
4. Ancaman (*Threat*) strategi pemasaran Kedai Mama Indri yaitu :
- a) Penggunaan media sosial sebagai metode lain pemasaran masih sangat kurang

Strategi Pengembangan Kedai Mama Indri

Strategi pengembangan yang harus diterapkan pada Kedai Mama Indri berdasarkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman diatas adalah strategi SO (*Strength-Opportunities*), yaitu sebagai berikut:

1. Memanfaatkan letak usaha yang strategis dalam memperoleh bahan baku dengan mudah
2. Menjaga kestabilan antara harga dengan kualitas produk yang ditawarkan
3. Mempertahankan harga produk yang terjangkau dan berbeda dari pesaing
4. Meningkatkan pelayanan dengan memanfaatkan masukan dan kritik serta menjaga kelayakan peralatan produksi untuk menarik minat konsumen
5. Memaksimalkan pemenuhan syarat kredit usaha untuk program bantuan modal

KESIMPULAN

Berdasarkan pengolahan data aspek finansial usaha Kedai Mama Indri, peneliti menyimpulkan usaha yang sedang dijalankan tersebut memberikan keuntungan dan layak dijalankan. Sedangkan hasil analisis SWOT pada Kedai Mama Indri menunjukkan usaha

berada pada Kuadran I mendukung Strategi *Agresif* berarti memiliki banyak keuntungan dengan memanfaatkan peluang yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, W. & Choiron, M. (2017). Studi Kelayakan Usaha Dan Daya Saing Pada Industri Tepung Tapioka Di Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Politik*, 10(2), 51-57.
- Hajar, S. (2015). *Analisis Pendapatan Usaha Home industry Kerupuk Di Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat*. Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar Meulaboh Aceh Barat.
- Lubis, M. A. P. (2019). *Analisis Pendapatan dan Pemasaran Usaha Kue Telur Gabus di Kota Medan*. Univesitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Nugraha, J. B. P. (2014). *Brand Building Pada Home Industry di Magelang (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Implementasi Brand Building Menurut Duane Knapp pada Harmoni Brownies)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Nuraini, F. Maharani, R. & Andrianto. (2016). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM dan KOPERASI Dalam Menghadapi AEC (ASEAN ECONOMIC COMMUNITY): Suatu Telaah Kepustakaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis*, 480–496.
- Rahmalia, S., Elfiana & Hakim, S. (2023). Analisis finansial kue tradisional aceh di Desa Cot Batee Kecamatan Kuala Kabupaten Bireuen (Studi Kasus: UD. Bungong Jaroe). *Jurnal Sains Pertanian*, 7(1), 22-26.
- Rani, D. C. (2019). *Analisis Kelayakan Usaha Café Martabak Mini Fawwaz Di Kota Karawang*. Universitas Pelita Bangsa.

Vilo, J. (2020). *Analisis Kelayakan Usaha Dalam Peningkatan Kapasitas Produksi Produk Santan “Gang Sekawan”*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.