ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA USAHA KEMPLANG PANGGANG FAJAR BANDAR LAMPUNG

Appin Purisky Redaputri¹, Dandy Suganda²

Faculty of Economic and Business, Universitas Bandar Lampung

Jl. Z.A Pagar Alam No. 26 Labuhan Ratu, Kedaton, 35142, Bandar Lampung Indonesia

Email :

Dandy.17011217@student.ubl.ac.id

appin@ubl.ac.id

ABSTRAK

Kemplang adalah sebuah kerupuk ikan yang umum ditemukan di belahan selatan Sumatra, Indonesia. Kerupuk kemplang umumnya terbuat dari ikantenggiri, yang dicampur dengan tepung tapioka dan penyedap rasa lain, dikeringkan dan kemudian dipanggang atau digoreng. Bentuk kemplang serupa dengan senbei dari negara Jepang. Salah satu usaha kemplang yang ada di Bandar Lampung adalah Kemplang Panggang Fajar. Awal mulanya usaha ini dibentuk karena untuk mengisi kekosongan waktu owner dari kemplang tersebut. Dikarenakan orang tua dari owner tersebut membuka usaha kemplang di daerah Prabumulih, Sumatera Selatan. Kemudian owner dari kemplang tersebut ingin belajar cara membuat kemplang mulai dari pembelian bahan, peralatan yang diperlukan, hingga proses pembuatannya. Kemudian seiring berjalannya waktu usaha tersebut mulai tumbuh menjadi usaha tetap. 3 bulan pertama usaha tersebut mengalami peningkatan penjualan, namun di 1 bulan terakhir minat konsumen menurun dan sehingga penjualan produk mengalami penurunan.

Alat analisis yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yaitu analisis SWOT. Berdasarkan hasil pembahasan diagram Matrix SWOT diatas, diketahui Kemplang Panggang Fajar Bandar Lampung berada di kuadran I, dimana situasi yang sangat menguntungkan. Pada kuadran ini, Kemplang Panggang Fajar Bandar Lampung memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan penjualan.

Kata kunci : Strategi bisnis, penjualan, analisis SWOT.

Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner merupakan salahsatu bidang usaha yang sedang banyak dijumpai di era millenial. Bisnis di bidang kuliner sendiri disebut-sebut sebagai bisnis yang sangat menguntungkan. Bisnis ini sendiri bisa dimulai dari usaha kecil dan masih bersifat usaha rumahan hingga usaha yang besar bahkan sampai bisa menjual franchise. Kemplangadalahsebuah kerupuk ikan yang umum ditemukan di belahan selatan Sumatra, Indonesia. Kerupuk kemplang umumnya terbuat dari ikan tenggiri, yang di campur dengan tepungtapioka dan penyedap rasa lain, dikeringkan dan kemudian dipanggang atau digoreng.

Bentukkemplangmiripdengan senbeidari Jepang. Salah satu usaha kemplang yang ada di Bandar Lampung adalah KemplangPanggangFajar. Awal mulanya usaha ini di bentuk karena untuk mengisi kekosongan waktu owner dari kemplang tersebut. Dikarenakan orang tua dari owner tersebut membuka usaha kemplang di daerah Prabumulih, Sumatera Selatan. Kemudian owner dari kemplang tersebut ingin belajar cara membuat kemplang mulai dari pembelian bahan, peralatan yang diperlukan, hingga proses pembuatannya. Kemudian seiring berjalannya waktu usaha tersebut mulai

tumbuh menjadi usaha tetap. 3 bulan pertama usaha tersebut mengalami peningkatan penjualan, namun di 1 bulan terakhir minat konsumen menurun dan sehingga penjualan produk mengalami penurunan. Oleh karena itu owner mencari strategi terbaru untuk meningkatkan penjualannya kembali agar pendapatan bisa stabil atau bahkan bisa kembali naik seperti pada awal pembukaan usaha tersebut.

Keunggulan dari Kemplang Panggang Fajar adalah untuk sambalnya tidak menggunakan bahan pengawet yang dimana sambalnya pastinya memiliki rasa yang original dan tentunya enak.

penelitian : “**Analisis Strategi Bisnis PADA USAHA KEMPLANG PANGGANG FAJAR BANDAR LAMPUNG**”

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang ada pada Mamikeki adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan tabel 1.1 terjadi penurunan pendapatan Mamikeki di Bandar Lampung dari bulan September 2020 – oktober 2020.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah :
“Untuk mengetahui Strategi Bisnis yang dapat dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada Kemplang Panggang Fajar

Tinjauan Pustaka

Pengertian Manajemen Strategi

Menurut Hubies dan Najib (2014). “Manajemen strategi adalah seperangkat keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja organisasi dalam jangka panjang”.

Definisi Manajemen

Menurut Abdulah (2014) Manajemen itu adalah keseluruhan aktivitas yang berkenaan dengan melaksanakan pekerjaan organisasi melalui fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian,

pengarahan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi yang sudah ditetapkan dengan bantuan sumber daya organisasi (man, money, material, machine, and method) secara efisien dan efektif.

Manfaat Manajemen Strategi

Menurut David (2011), Secara historis manfaat utama dari manajemen strategis adalah untuk membantu organisasi merumuskan strategi-strategi yang lebih baik melalui penggunaan pendekatan terhadap pilihan strategi yang lebih sistematis, logis, dan rasional. Manfaat lainnya adalah dapat membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi. Keuntungan yang diperoleh dari penerapan manajemen strategi ada dua yaitu keuntungan keuangan dan keuntungan nonkeuangan.

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

1. Penelitian Pustaka (libraryResearch)

Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara mempelajari literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian mengenai analisis strategi.

2. Peneliti lapangan (Field Research)

Penelitian ini mengadakan tinjauan langsung kepada pemilik Usaha Kemplang Panggang Fajar Bandar Lampung.

Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian *deskriptif* yaitu prosedur atau cara pemecahan masalah dengan cara menggambarkan atau melukiskan suatu fenomena, keadaan atau peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian *deskriptif* ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta,

sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diteliti.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif, ialah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggunakan penalaran dan penelaahan dengan berpedoman pada pendekatan teoritis. Walaupun ada data berupa angka-angka sifat analisis hanya terbatas pada pemberian informasi, menilai suatu, mengevaluasi data angka tersebut kemudian melakukan penafsiran dan menyimpulkan. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah Analisis SWOT (Strengths, Weakness, opportunity And Threats).

HASIL PENELITIAN

Analisis Faktor Internal dan Eksternal Menggunakan IFAS dan EFAS

Tahap-tahap dalam menyusun tabel *internal factor analysis summary* (IFAS) dan *eksternal factor analysis summary* (EFAS) ialah dengan menentukan faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman Kemplang Panggang Fajar Bandar Lampung. Setelah faktor internal dan eksternal Kemplang Panggang Fajar Bandar Lampung diketahui, baru dapat disusun tabel *internal factor analysis summary*

(IFAS) dan tabel *eksternal factor analysis summary* (EFAS). Dalam tabel IFAS dan EFAS, masing-masing faktor di beri bobot dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (sangat penting) dimana semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi skor total 1,00, faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap Kemplang Panggang Fajar Bandar Lampung. Setelah masing-masing faktor diberi bobot, tahap selanjutnya adalah menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 (dibawah rata-rata) sampai dengan 4 (sangat baik). Nilai rating *strength* dan *weakness* selalu bertolak belakang, begitu juga dengan *opportunity* dan *threat*. Setelah melakukan pembobotan dan rating masing-masing faktor, tahap selanjutnya adalah mengalikan bobot masing-masing faktor untuk memperoleh nilai skor. Adapun tabel IFAS dan EFAS Mamikeki Bandar Lampung dapat dilihat pada tabel 4.5 dan 4.6 dibawah ini:

Tabel 4.3 Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No	Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan				
1	Kualitas Produk Baik	0.20	3	0.60
2	Stok produk selalu ada	0.20	3	0.40
3	Perusahaan memberikan potongan harga penjualan	0.10	2	0.20
4	Sambal tanpa pengawet	0.15	3	0.45
Sub Total		0.65		1.85
Kelemahan				
1	Kurangnya promosi	0.10	2	0.20

2	Kurangnya tenaga pemasaran	0.15	2	0.30
3	Sambal tidak tahan lama	0.05	3	0.15
4	Lokasi yang tidak strategis	0.05	3	0.15
Sub Total		0.35		0.80
Total		1.00		2.65

Sumber : Data diolah, 2020.

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.3 *internal factor analysis summary* (IFAS) diatas, diketahui faktor *strength* mempunyai total nilai skor 1,85 sedangkan *weakness* mempunyai total nilai skor 1,30. Adapun total nilai skor keseluruhan faktor internal adalah 2,65.

Adapun faktor-faktor strategi eksternal juga dilakukan identifikasi yang hasilnya ada pada tabel 4.4 *eksternal factor analysis summary* (EFAS) berikut ini:

Tabel 4.6 Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

No	Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang				
1	Memiliki banyak konsumen yang setia	0.15	3	0.45
2	Konsumen sering membeli produk dalam jumlah banyak	0.15	2	0.30
3	Memiliki hubungan yang baik dengan konsumen	0.15	4	0.60
4	Banyak konsumen yang menyukai kemplang	0.15	4	0.60
Sub Total		0.60		1.95
Ancaman				
1	Memiliki banyak pesaing	0.15	2	0.30
2	Adanya kesamaan produk	0.10	2	0.20
3	Pesaing gencar melakukan promosi	0.10	2	0.20
4	Lokasi pesaing yang lebih strategis	0.05	3	0.15
Sub Total		0.40		0.85

Total	1.00		2.80
--------------	-------------	--	-------------

Sumber : Data diolah, 2020.

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.6 *eksternal factor analysis summary* (EFAS) diatas, diketahui faktor Peluang mempunyai nilai skor 1,95 dan Ancaman mempunyai total nilai 1,40 dan total nilai keseluruhan faktor eksternal adalah 2,80.

Selanjutnya nilai skor masing-masing faktor dapat dirinci, Kekuatan : **1,85**, Kelemahan: **0,80**, Peluang : **1,95** dan Ancaman : **0,85**. Sedangkan total nilai skor keseluruhan untuk faktor internal adalah : **2,65** dan faktor eksternal adalah **2,80**.

Diagram Matrix SWOT

Diagram Matrix SWOT adalah tahap analisis selanjutnya setelah tabel IFAS dan EFAS dibuat. Berdasarkan tabel IFAS dan EFAS diketahui nilai Kekuatan dengan Kelemahan mempunyai selisih **1,05** dan nilai Peluang dengan Ancaman mempunyai selisih **1,10**. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut dapat digambarkan dalam diagram matrik SWOT yang dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini:

Gambar 4.1 Diagram Matrix SWOT KEMPLANG PANGGANG FAJAR Bandar Lampung

Sumber : data diolah tahun 2020

Berdasarkan diagram Matrix SWOT diatas, diketahui Kemplang Panggang Fajar Bandar Lampung berada di kaudran I, dimana situasi yang sangat menguntungkan. Pada kuadran ini, Kemplang Panggang Fajar Bandar Lampung memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Matrix SWOT

Pada tabel 4.3 dan tabel 4.6 didapatkan hasil analisis matriks IFAS dan EFAS yang telah disusun pada matriks SWOT untuk menganalisis rumusan alternatif strategi *strength-opportunity* (SO), *weakness-opportunity* (WO), *strength-threat* (ST) dan *weakness-threat* (WT). Hasil analisis matriks SWOT dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini:

Tabel 4.7 Kombinasi Strategi Matrik SWOT

<div> <div>IFAS</div> <div>EFAS</div> </div>	Strength : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk yang baik 2. Stok produk selalu ada 3. Perusahaan memberikan potongan harga penjualan 4. Sambal tanpa pengawet 	Weakness : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya promosi 2. Kurangnya tenaga pemasaran 3. Sambal tidak tahan lama 4. Lokasi yang tidak strategis
	Strategi So : <ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu memberikan potongan harga dan bonus pada konsumen agar konsumen membeli lebih banyak produk dalam jumlah banyak 2. Menjaga hubungan yang baik dengan konsumen 	Strategi Wo : <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi untuk menarik minat konsumen lebih banyak 2. Menambah tenaga pemasaran untuk menjangkau pasar yang belum terjangkau 3. Membangun kerja sama dengan beberapa

menyukai kemplang	dengan cara menjaga kualitas dan stock produk 3. Meningkatkan sosialisasi keunggulan Produk melalui media promosi	influencer agar mempromosikan dan dapat meningkatkan penjualan
<p>Threath :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki banyak pesaing 2. Adanya kesamaan produk 3. Pesaing gencar melakukan promosi 4. Lokasi pesaing yang lebih strategis 	<p>StrategiST :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas dan mutuproduk 2. Melakukan riset pasar untuk mengetahui harga pesaing 3. Menjaga ketersediaan stok atau bahkan menambah ketersediaan stok kemplang agar konsumen tidak menunggu lama 	<p>StrategiWT :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kegiatan-kegiatan promosi melalui tenaga pemasaran 2. Membuka tempat baru yang mudah dijangkau konsumen

Sumber: peneliti tahun 2020

KESIMPUIAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah di kemukakan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa pokok-pokok yang menjadi kesimpulan dalam penulisan ini ialah, dari analisis SWOT dapat disimpulkan beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh Kemplang Panggang Fajar Bandar Lampung dalam upaya untuk meningkatkan penjualan, adalah :

1. Strategi SO

- Selalu memberikan potongan harga dan bonus pada konsumen agar konsumen membeli lebih banyak produk dalam jumlah banyak
- Menjaga hubungan yang baik dengan konsumen dengan cara menjaga kualitas dan stock produk
- Meningkatkan sosialisasi keunggulan Produk melalui media promosi

2. Strategi WO

- Melakukan promosi untuk menarik minat konsumen lebih banyak
- Menambah tenaga pemasaran untuk menjangkau pangsa pasar yang belum terjangkau
- Membangun kerja sama dengan beberapa influencer agar mempromosikan kemplang yang akan dapat meningkatkan penjualan

3. Strategi ST

- Meningkatkan kualitas dan mutu produk
- Melakukan riset pasar untuk mengetahui harga pesaing
- Menjaga ketersediaan stok atau bahkan menambah ketersediaan stok kemplang agar konsumen tidak menunggu lama

4. Strategi WT

- Meningkatkan kegiatan-kegiatan promosi melalui tenaga pemasaran
- Membuka tempat baru yang mudah dijangkau konsumen

Saran

Dari hasil uraian dan pembahasan yang telah di kemukakan maka terdapat beberapa pokok saran yang dapat dipertimbangkan Kemplang Panggang Fajar Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

1. Dalam melakukan startegi bisnis hendaknya perlu membuat strateg bisnis yang lebih baik dengan memperhatikan startegi yang telah dijalankan sebelumnya. Tetapi yang perlu diperhatikan adalah strategi penetapan harga dan potongan penjualan yang diberikan.
2. Dari kesimpulan analisis SWOT hal-hal yang dapat dilakukan oleh pihak Kemplang Panggang Fajar Bandar Lampung dalam upaya meningkatkan volume

penjualan kemplang antara lain adalah dengan pemberian potongan harga dan bonus, menjaga hubungan baik dengan konsumen dan melakukan kegiatan-kegiatan promosi secara rutin, meningkatkan kualitas dan mutu produk, serta

menjaga ketersediaan stok atau bahkan menambah ketersediaan stok produk. Perusahaan juga harus menambah tenaga pemasaran agar kemplang dapat terjual secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri. (2011). *Strategic Management Sustainable competitive advantage*. Indonesia, Jakarta.

Bilung, (2016). *Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda pada CV. Semoga Jaya di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur*. Universitas Mulawarman : *ejournal Administrasi Bisnis*.

Jayanti, Dewi (2011). *Analisis swot sebagai strategi meningkatkan daya saing pada hotel cherry pink Kh. Wahid Hasyim*

Lukmandono.(2015). *Analisis SWOT untuk Menentukan Keunggulan Strategi Bersaing di Sektor Industri Manufaktur*. Surakarta : Seminar Nasional Teknik Industri (IDEC III) Program Studi Teknik Industri. Universitas Negeri Sebelas Maret.

M.Oktaviannur, Appin Purisky Redaputri (2020). *Analysis of business strategy decision making in increasing sales of waroeng steak and shake Bandar Lampung*

M Yusuf S Barusman, Appin Purisky Redaputri(2021). *Analisis strategi bisnis Marley's Café COfee and Resto Bandar Lampung*

Meleong. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

NisakZuhrotun (2013). *Analisis swot untuk menentukan strategi kompetitif*

Purwanto. (2013). *Komunikasi Bisnis*. Erlangga.

Rangkuti,F. (2014). *Teknik Membedah KasusBisnisAnalisis SWOT*. Jakarta: GramediaPustakaUtama.

Rangkuti,F.(2016). *TeknikMembedahKasusBisnisAnalisis SWOT*. Jakarta: GramediaPustakaUtama.

Sari, Fitria Komala (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Bakso Sony di Bandar Lampung*

Turnip Ignacencia Catherine S (2018). *Analisis strategi swot untuk menghasilkan competitive advantages pada usaha kecil dan menengah di Bandar Lampung (studi kasus pada kantin Universitas Bandar Lampung)*

Wijaya, Olivia (2015). *AnalisisStrategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Sangga Buana Seputih Banyak Lampung Tengah*