

PERANAN RENCANA USAHA PELAKU UMKM DALAM BIDANG KULINER MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT. STUDI KASUS : SEMPOL AYAM DI RAWA SAPI, TAMBUN SELATAN

Etty Zuliawati Zed¹, Halimah Dinaya Putri²

Universitas Pelita Bangsa

e-mail: ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id¹, dinayaputri523@gmail.com²

Abstrak – Peranan rencana usaha bagi pelaku UMKM dalam bidang kuliner, khususnya pada produksi dan penjualan sempol ayam, sangat penting untuk mencapai keberlanjutan dan daya saing usaha. Penelitian ini mengkaji pentingnya perencanaan yang terstruktur serta penerapan analisis SWOT dalam pengembangan UMKM. Studi ini menyoroti tantangan seperti keterbatasan modal, fluktuasi harga bahan baku, dan persaingan pasar yang ketat, serta menawarkan solusi strategis untuk pertumbuhan jangka panjang. Penelitian ini menegaskan bagaimana perencanaan usaha yang efektif dapat mendorong inovasi, menjaga kualitas produk dan membangun kepercayaan pelanggan dalam bisnis kuliner.

Kata kunci: SWOT, Rencana Usaha, UMKM, Bisnis Kuliner, Sempol Ayam.

Abstract – The role of business planning for MSMEs actors in the culinary field, especially in the production and sale of sempol ayam, is crucial for achieving business sustainability and competitiveness. This study examines the importance of structured planning and the implementation of swot analysis in developing MSMEs. It highlights challenges such as limited capital, fluctuating raw material prices, and fierce market competition while proposing strategic solutions for long-term growth. This research emphasizes how effective business planning fosters innovation, ensures product quality, and builds strong customer trust in culinary business.

Keywords: SWOT Business Planning, Msmes, Culinary Business, Sempol Ayam.

PENDAHULUAN

Usaha UMKM merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), sekitar 99% dari total perusahaan di Indonesia adalah UMKM dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja Indonesia (Statistik, 2023). UMKM memainkan peranan yang sangat signifikan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal (Kurniawan, 2021). Salah satu sektor UMKM yang terus berkembang adalah sektor kuliner, yang dikenal memiliki daya tarik pasar yang luas. Dalam konteks ini, usaha kuliner tidak hanya memberikan kontribusi dalam penyediaan lapangan kerja, tetapi juga berpotensi menjadi sektor yang menggerakkan ekonomi masyarakat (Rahmawati, Pengaruh Inovasi Produk terhadap Daya saing UMKM kuliner di Indonesia, 2020). Di antara berbagai jenis kuliner yang berkembang, sempol ayam sebagai salah satu makanan kaki lima, menjadi pilihan populer di kalangan masyarakat Indonesia. Usaha sempol ayam meskipun sederhana ia memiliki potensi pasar yang besar jika dikelola dengan baik dan direncanakan secara matang. Menurut (Santoso, 2018), industri kuliner seperti sempol ayam sering kali berkembang pesat berkat daya tarik rasanya yang lezat dan harga yang terjangkau. Namun, banyak pelaku usaha sempol ayam yang belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pentingnya perencanaan usaha dalam mengembangkan bisnis mereka (Nugroho, 2019).

Rencana usaha yang jelas dan terstruktur merupakan alat penting yang dapat membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi peluang, mengelola sumber daya, serta mengurangi resiko yang dapat merugikan usaha mereka. Sebagai contoh, (Kusnadi, 2020) menyatakan bahwa perencanaan usaha dapat memberikan gambaran yang lebih jelas terkait tujuan usaha dan strategi untuk mencapainya, baik dalam hal pemasaran maupun pengelolaan keuangan. Tanpa adanya rencana usaha yang baik, banyak pelaku UMKM terjebak dalam kesulitan

keuangan dan ketidakpastian pasar yang seringkali menghambat perkembangan usaha mereka (Wulandari, 2022).

Namun, meski perencanaan usaha dianggap penting, masih banyak pelaku UMKM yang kurang memanfaatkannya. Menurut (Siregar, 2021), banyak pelaku usaha kuliner yang hanya mengandalkan pengalaman tanpa didukung oleh rencana yang matang. Hal ini beresiko menghambat pengembangan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kesuksesan usaha kuliner, termasuk usaha sempol ayam (Prasetyo, 2020). Analisis SWOT merupakan salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menilai potensi dan tantangan yang ada dalam usaha ini, serta sebagai dasar untuk merancang strategi pengembangan usaha yang lebih efektif (Rahmawati, Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Daya Saing UMKM kuliner di Indonesia, 2020)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran rencana usaha bagi pelaku UMKM dalam bidang kuliner, dengan fokus pada usaha sempol ayam. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk menggali faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan usaha ini. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan panduan bagi pelaku usaha dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam industri kuliner (Suryani, 2021). Sebagai langkah awal, analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan efektivitas perencanaan usaha di sektor yang memiliki prospek cerah di masa depan.

PERMASALAHAN

Pelaku usaha UMKM, khususnya di sektor kuliner, sering kali menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat perkembangan usaha mereka. Beberapa permasalahan utama yang sering dihadapi oleh pelaku usaha sempol ayam antara lain :

1. Keterbatasan modal usaha

Banyak pelaku usaha sempol ayam yang memulai usaha mereka dengan modal yang terbatas. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam membeli peralatan yang diperlukan, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kualitas produk. Keterbatasan modal juga mempengaruhi kemampuan usaha untuk bertahan dalam jangka panjang. Perbandingan dapat dilihat dari usaha kuliner besar seperti restoran atau warung makan franchise yang lebih mudah mendapatkan modal usaha melalui investor atau pinjaman bank berkat sistem yang terstruktur dan lebih formal. Sebaliknya, usaha sempol ayam, yang umumnya dikelola secara mandiri, sering kali kesulitan untuk memperoleh pendanaan yang cukup untuk mengembangkan usaha mereka.

2. Kurangnya perencanaan usaha

Sebagian besar pelaku usaha sempol ayam cenderung mengabaikan pentingnya perencanaan usaha. Tanpa adanya rencana yang jelas, mereka kesulitan dalam menentukan arah perkembangan usaha dan strategi pemasaran yang efektif. Hal ini sering kali membuat usaha mereka stagnan atau bahkan mengalami penurunan. Jika dibandingkan dengan usaha kuliner besar seperti franchise cepat saji yang memiliki rencana usaha yang jelas dan terstruktur, usaha sempol ayam lebih sering mengandalkan pengalaman pribadi dan intuisi dalam menjalankan bisnis. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan strategis yang penting, seperti pengelolaan keuangan, penentuan harga dan pengembangan produk.

3. Persaingan yang ketat

Industri kuliner, khususnya makanan kaki lima seperti sempol ayam, sangat kompetitif. banyaknya pelaku usaha yang menawarkan produk serupa menyebabkan persaingan harga dan kualitas yang ketat. Tanpa strategi yang tepat, usaha sempol ayam dapat kesulitan untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Di sisi lain, restoran besar atau usaha kuliner dengan konsep franchise yang lebih mapan cenderung memiliki keunggulan

dalam hal brand awarness dan reputasi yang sudah dikenal luas. Selain itu, mereka biasanya memiliki modal yang lebih besar untuk melakukan promosi secara terencana, baik offline maupun online, yang membantu mereka tetap kompetitif. Dalam hal ini, usaha sempol ayam harus lebih kreatif dan inovatif dalam memperkenalkan produk mereka kepada pelanggan, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial atau teknologi lainnya.

4. Manajemen sumber daya manusia (SDM) yang tidak optimal

Banyak pelaku usaha sempol ayam yang mengelola usahanya secara informal, termasuk dalam hal pengelolaan SDM. Kualitas dan keterampilan karyawan yang kurang memadai dapat mempengaruhi kualitas produk dan pelayanan, yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan pelanggan dan reputasi usaha. Hal ini berbeda dengan usaha kuliner besar yang lebih terstruktur, dimana mereka memiliki sistem pelatihan karyawan yang lebih profesional dan terstandarisasi. Misalnya, usaha franchise atau restoran besar yang memiliki prosedur baku dalam perekrutan dan pelatihan karyawan untuk memastikan kualitas produk dan pelayanan tetap terjaga. Tanpa adanya sistem yang jelas, usaha sempol ayam sering kali kesulitan dalam mengelola karyawan yang dapat berkontribusi secara maksimal terhadap kualitas usaha mereka.

5. Pemasaran yang kurang efektif

Pemasaran yang kurang efektif sering menjadi permasalahan utama bagi usaha sempol ayam. Sebagian pelaku usaha hanya mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti promosi dari mulut ke mulut, tanpa memanfaatkan media sosial atau platform digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan memanfaatkan pemasaran digital, usaha sempol ayam memiliki peluang untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.

METODE PENELITIAN

Pelaku usaha di bidang kuliner khususnya usaha sempol ayam, menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan pendekatan yang berbasis pada perencanaan yang matang, salah satunya melalui analisis SWOT. Ini akan membantu pelaku usaha sempol ayam untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada usaha mereka.

Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif pada usaha sempol ayam. Pengumpulan data melalui wawancara dengan pelaku usaha sempol ayam, observasi langsung di lapangan, serta kajian literatur terkait UMKM dan perencanaan usaha. Untuk menganalisis data, digunakan teknik analisis SWOT yang meliputi,

1. Strengths (Kekuatan), faktor internal yang mendukung kesuksesan usaha, seperti kualitas produk, loyalitas pelanggan, atau lokasi usaha yang strategis
2. Weaknesses (Kelemahan), faktor internal yang dapat menghambat perkembangan usaha, seperti keterbatasan modal, keterampilan manajerial, atau infrastruktur yang kurang memadai
3. Opportunities (Peluang), faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha, seperti tren kuliner yang berkembang, potensi pasar yang besar, atau dukungan pemerintah terhadap UMKM.
4. Threats (Ancaman) faktor eksternal yang dapat menjadi ancaman bagi keberlanjutan usaha, seperti persaingan yang ketat, perubahan selera konsumen, atau fluktuasi harga bahan baku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang kami dapatkan melalui metode kualitatif yang mana ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tantangan terhadap mempertahankan dan mengembangkan usaha sempol ayam dengan membuat strategi atau perencanaan yang matang. Program

pengabdian ini dilaksanakan dengan membantu ushaa sempol ayam untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada pada usaha mereka jika tidak menggunakan perencanaan yang baik



Gambar 1 & 2. Wawancara kepada UMKM Sempol Ayam

Pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan penekatan kualitatif pada usaha sempol ayam yang mana observasi langsung di lapangan, serta memberikan kajian mengenai perencanaan usaha. Pelaksanaan ini di laksanakan pada 23 November 2024 bertepatan di Kp Rawa Sapi, Tambun Selatan. Kabupaten Bekasi. Dengan melakukan beberapa proses wawancara yang berfokus pada titik permasalahan dan tantangan yang dihadapi jika tidak memiliki perencanaan usaha dengan pembahasan sebagai berikut :

A. Analisis SWOT

1. Strengths (kekuatan)

- Kualitas dan keunikan produk : sempol ayam memiliki karakteristik yang sederhana namun dangat digemari oleh berbagai kalangan. Sempol ayam dikenal dengan rasa yang lezat dan kemudahan dalam penyajiannya, membuat produk in memiliki daya tarik yang kuat di pasar.
- Harga yang terjangkau : sebagai makanan ringan yang dapat dijual dengan harga relatif murah, sempol ayam bisa menjangkau lebih banyak konsumen, baik di kalangan pelajar, mahasiswa, hingga masyarakat umum.
- Proses produksi yang efisien : dibandingkan dengan produk kuliner lainnya, sempol ayam memiliki proses produksi yang relatif cepat, yang memungkinkan usaha untuk beroperasi dengan efisien meskipun dengan modal yang terbatas.

2. Weaknesses (kelemahan)

- Kurangnya diversifikasi produk : banyak pelaku usaha sempol ayam yang hanya menawarkan sempol ayam dengan satu jenis rasa, tanpa banyak variasi yang bisa menarik perhatian pelanggan. Hal ini dapat menyebabkan pelanggan merasa bosan dan beralih ke produk lain yang lebih inovatif.
- Keterbatasan pemasaran : banyak pelaku usaha sempol ayam yang mengandalkan pemasaran secara konvensional seperti spanduk atau prosmosi dari mulut ke mulut. Pemasaran seperti ini kurang efektif unntuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama di era digital seperti sekarang.
- Manajemen SDM yang belum terstruktur : dimana usaha ini banyak dijalankan secara informal, yang pengelolaan SDM nya belum terstruktur dengan baik. Kualitas pelayanan dan operasional seringkali bergantung pada karyawan yang kurang terlatih dan kurang berpengalaman.

3. Opportunities (peluang)

- Tumbuhnya pasar kuliner kaki lima : industri kuliner, khususnya makanan kaki lima seperti sempol ayam, semakin berkembang, seiring dengan tingginya minat

masyarakat terhadap makanan praktis dan terjangkau. Peluang ini sangat besar untuk diperoleh, terutama di daerah perkotaan.

- Pemanfaatan media sosial dan teknologi : dengan semakin berkembang teknologi dan media sosial, pelaku usaha sempol ayam memiliki peluang besar untuk memanfaatkan platform seperti instagram, facebook, dan aplikasi pemesanan makanan untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau pelanggan yang lebih luas.

4. Threats (ancaman)

- Persaingan yang sangat ketat : industri kuliner, terutama makanan kaki lima, sangat kompetitif. Banyak pelaku usaha yang menawarkan produk serupa, yang memaksa setiap usaha untuk lebih kreatif dan inovatif lagi dalam mengembangkan produk dan layanan.
- Fluktuasi harga bahan baku : kenaikan bahan baku seperti, ayam, tepung, minyak goreng, telur, cabai dapat mempengaruhi biaya produksi dan keuntungan, sehingga mempersulit usaha kecil dalam mempertahankan harga jual yang kompetitif.
- Perubahan selera konsumen : selera konsumen yang terus berubah dapat menjadi ancaman bagi usaha sempol ayam yang tidak melakukan inovasi produk secara rutin. Tanpa penyesuaian terhadap tren makanan terbaru, usaha sempol ayam dapat kehilangan daya tarik.



Gambar 3. Bimbingan perencanaan pembuatan konten



Gambar 4. Pembuatan konten

KESIMPULAN

Berdasarkan pengabdian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa peranan rencana usaha sangat penting bagi keberlanjutan dan kesuksesan pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner, seperti usaha sempol ayam. Pelaku usaha sempol ayam menghadapi berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi kelangsungan bisnis mereka, seperti keterbatasan modal, kurangnya perencanaan yang matang, persaingan yang semakin ketat, serta pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang jelas dan terencana untuk mengatasi permasalahan tersebut dan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Rencana usaha yang baik akan memberikan arah dan strategi yang jelas bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnis mereka. Dalam hal ini, analisis SWOT memainkan peran penting

- dalam membantu pelaku usaha sempol ayam untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di pasar.
2. Salah satu kekuatan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha sempol ayam adalah kemampuan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.
 3. Pemasaran dengan perencanaan yang baik dan lebih aktif di media sosial atau platform aplikasi dapat meningkatkan visibilitas usaha sempol ayam dan menjangkau pelanggan yang lebih luas, penerapan rencana di dalam pemasaran digital dapat membantu usaha sempol ayam meningkatkan penjualan yang baik dan terstruktur.
 4. Perencanaan kelola dalam sumber daya manusia juga dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang baik. Pelaku usaha dapat merencanakan kepelatihan dan pembekalan karyawan dengan keterampilan yang sesuai. Pengelolaan SDM yang efektif dapat berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usah dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS . (Badan Pusat Statistik. (2023). Profil UMKM Di Indonesia. Jurnal Manajemen dan Bisnis, -.
- Afifah, N. &. (2020). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di sektor Kuliner. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 45-56, Vol. 12, No. 3.
- Kurniawan, Y. (2021). Dinamika dan Tantangan UMKM kuliner di masa pandemi : studi kasus Pada usaha sempol ayam. Jurnal ekonomi, 33-49, vol. 18, No. 2.
- Kusnadi, A. &. (2020). Analisis SWOT Dalam Perencanaan Usaha Sektor Kuliner. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 200-215, Vol. 12. No. 3.
- Nugroho, A. &. (2019). Pengaruh Pengelolaan Keuangan Terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner. Jurnal Keuangan UMKM, 45-58, Vol. 8. No. 1\.
- Prasetyo, M. (2020). Peran Pemasaran Digital dalam Mengembangkan Usaha Kuliner UMKM. Jurnal Pemasaran Digital, 50-64, Vol. 5, No. 2.
- Rahmawati, A. (2020). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Daya saing UMKM kuliner di indonesia. Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, 65-78, Vol. 11, No. 1.
- Santoso, w. (2018). Strategi Pemasaran UMKM dalam Industri kuliner. Jurnal Pemasaran dan Bisnis, 97-110, Vol. 22, No. 4.
- Saputra, E. &. (2021). Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Inovasi Produk Kuliner. Jurnal Inovasi dan Teknologi Bisnis, Hal. 56-69, Vol. 5, No. 3.
- Siregar, I. (2021). Mosel Bisnis dan tantangan UMKM kuliner di Era Digital. Jurnal Bisnis dan Teknologi, 120-135, Vol. 6, No. 4.
- siti aisyah, d. n. (2023). pengenalan dan implementasi sistem pembayaran menggunakan QRIS pada mie balap nusa indah. jurnal pengabdian, vol, 5 No. 2 Hal 306-311.
- Suryani, T. &. (2021). Peran Rencana Bisnis dalam peningkatan kinerja UMKM kuliner di indonesia. Jurnal Manajjemen dan Bisnis, 145-162, Vol 15. No. 2.
- Tri Yulianti, T. H. (2021). PENDAMPINGAN PENGGUNAAN APLIKASI DIGITAL QRIS SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN PADA UMKM . Jurnal Penelitian, vol. 2 No. 3, Hal 811-816.
- Utami, N. D. (2020). Peran Pengelolaan Sumber Daya Manusia untuk Meningkatkan daya saing UMKM Kuliner. Jurnal Bisnis dan Teknologi, Hal 34-47, Vol. 11, No. 4.
- Wulandari, S. &. (2022). Analisis Kinerja UMKM di indonesia : Kasus Usaha Kuliner Sempol Ayam. Jurnal keuangan, 73-88, Vol. 14. No. 1.