

PENETAPAN STRATEGI BISNIS DIMSUM BANG XENO

AXEL AHMAD ALARZIV

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Axel.ahmad99@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Rila Anggraeni, SE., MM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang harus diambil oleh Dimsum Bang Xeno. Persaingan usaha kuliner di Kota Malang adalah salah satu usaha yang paling ketat. Untuk memenangkan persaingan Dimsum bang Xeno harus memiliki strategi yang tepat. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam menentukan strategi usaha adalah dengan menggunakan matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM. Diharapkan dengan menggunakan metode tersebut, Dimsum Bang Xeno dapat bertahan dalam persaingan usaha ini. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dimsum Bang Xeno harus memilih strategi *retrenchment* atau penghematan. Hal ini disebabkan oleh matriks QSPM yang menunjukkan lebih banyak faktor eksternal dan internal berpengaruh untuk strategi penghematan ini.

Kata kunci : Strategi Bisnis, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT, Matriks QSPM

ABSTRACT

This study aims to determine the strategy that must be taken by Dimsum Bang Xeno. Culinary business competition in Malang City is one of the most stringent businesses. To win the Dimsum competition, Xeno must have the right strategy. One way that can be used in determining business strategy is to use the IFE, EFE, IE, SWOT, and QSPM matrices. It is hoped that by using this method, Dimsum Bang Xeno can survive in this business competition. This research uses descriptive qualitative research, and the data collection method used is interview. The results of this study indicate that Dimsum Bang Xeno must choose a retrenchment or austerity strategy. This is due to the QSPM matrix which shows more external and internal factors influencing this savings strategy.

Keyword: Business Strategy, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix, QSPM Matrix

I. PENDAHULUAN

Usaha kuliner pada umumnya berasal dari industri skala kecil yang kemudian dikembangkan sedemikian rupa sehingga produknya bisa dinikmati oleh masyarakat luas. Usaha kuliner dirasa cukup menjanjikan untuk dijadikan sebuah usaha yang dapat mendatangkan keuntungan bagi para pelaku usaha. Hal tersebut tentunya menjadi daya tarik bagi berbagai kalangan masyarakat. Usaha kuliner, sekalipun yang masih kecil, dapat memberikan dampak yang menguntungkan antara lain membuka lapangan pekerjaan baru dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang ada hingga membantu peningkatan perekonomian daerah.

Bukti bahwa usaha ini termasuk salah satu bisnis andalan di Indonesia, adalah adanya dukungan Bank Indonesia agar bidang usaha ini bisa merambah pasar online. Sehingga semakin banyak pasar yang bisa dicapai. (Hariyanti, 2018). Bank Indonesia (BI) menargetkan sedikitnya 125 ribu pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memasarkan produk melalui platform digital alias go online pada tahun 2024. Produk fesyen, kuliner, dan kerajinan tangan atau kriya termasuk yang paling prospektif. Miftahul Khoiri, Perwakilan Divisi Teknologi Finansial BI mempertegas hal tersebut melalui pernyataannya, bahwa program UMKM Go Online dari BI tidak hanya melakukan kurasi tetapi

juga pembinaan dan engagement. Bisnis potensial pada pasar domestik yaitu kriya, kuliner, dan fesyen.

Usaha kuliner juga dianggap potensial karena terbukti adanya investor asing ingin menanamkan modal pada bidang usaha ini (Annur, 2019). Investor asing hingga lokal seperti Sequoia India, East Ventures, SMDV, Pavilion Capital, hingga Agaeti Venture Capital menanamkan modal di bisnis kuliner.

Berangkat dari data-data yang sudah dikumpulkan, penulis memutuskan untuk membangun bisnis kuliner dengan seorang teman dari Program Studi Kewirausahaan angkatan 2016. Bisnis kuliner yang dibangun oleh penulis merupakan sebuah kedai dimsum, yaitu Dimsum Bang Xeno yang beralamat di Jalan Bunga Coklat No 1, Malang, Jawa Timur. Kedai ini resmi dibuka pada 20 Februari 2020 yang lalu. Menu yang ditawarkan berupa berbagai macam dimsum, mulai dari siomay, mantao, dan juga lumpia kulit tahu. Kedai didesain sedemikian rupa sehingga mirip dengan kedai dimsum yang otentik. Desain ini dibuat dengan tujuan memberikan pengalaman bagi para konsumen untuk makan di kedai dimsum asli. Tidak lupa juga cita rasa dan pilihan menu yang otentik, diusahakan semaksimal mungkin sama dengan rasa dimsum asli asal Tiongkok.

Pada awal berdirinya, Dimsum Bang Xeno sudah menyiapkan strategi untuk memenangkan

persaingan dan menguasai pasar Malang. Strategi ini dibentuk setelah Tim Dimsum Bang Xeno melakukan observasi terhadap pasar Malang saat itu, dan mendapatkan data-data mengenai faktor eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap jalannya usaha Dimsum Bang Xeno. Strategi awal yang digunakan adalah menggabungkan kekuatan dan kesempatan yang memengaruhi Dimsum Bang Xeno pada saat itu, yaitu rasa dan kualitas produk, keunikan kedai, dan pengalaman makan dimsum seperti kedai-kedai dimsum yang sedang trending di kota-kota besar, seperti Jakarta dan Bandung.

Namun mulai Maret 2020, wabah virus Covid-19 mulai masuk ke Indonesia. Segala kegiatan berangsur-angsur dilakukan secara daring. Perkuliahan diliburkan dan mahasiswa banyak yang pulang ke daerah asalnya masing-masing. Pandemi Covid-19 menimbulkan dampak signifikan bagi perekonomian Kota Malang. Pendapatan Asli Daerah (PAD) pun mengalami penurunan 20,78 persen, akibat roda perekonomian yang tersendat hingga sekarang di pertengahan tahun 2020. Seluruh sektor kehidupan ekonomi nyaris merasakan dampak sejak awal pandemi, bahkan beberapa bisnis harus berhenti beroperasi (Sasongko, 2020). Kedai Dimsum Bang Xeno juga terdampak, omzet menurun drastis dan sangat sulit mendapatkan

konsumen. Situasi ini terjadi sampai berbulan-bulan. Berikut adalah data penjualan Dimsum Bang Xeno selama tahun 2020 dan 2021.

Dimsum Bang Xeno berharap dapat memenangkan persaingan ini dengan menentukan strategi bisnis yang tepat. Sebelum menentukan strategi, penulis harus mengetahui terlebih dahulu posisi dimsum Bang Xeno di dalam pasar kuliner Kota Malang. Karena dengan mengetahui posisi usaha penulis dapat mengetahui siapa dan bagaimana target pasar yang dituju oleh dimsum Bang Xeno. Dengan begitu, saat menentukan strategi, strategi dapat berjalan dengan baik karena memiliki target yang sesuai dengan dimsum Bang Xeno.

Menurut David dan David (2016) seorang pengusaha sangat perlu mengetahui kapan strategi tertentu tidak berjalan dengan baik; evaluasi strategi adalah sarana utama untuk memperoleh informasi ini. Semua strategi akan terus berevolusi di masa depan karena seiring berjalannya waktu keefektifan suatu strategi akan selalu berubah karena adanya faktor internal dan faktor eksternal. Oleh karena itu penulis akan berusaha untuk menentukan apa strategi yang tepat digunakan oleh Dimsum Bang Xeno. Namun sebelum menentukan strategi apa yang akan digunakan penulis harus mengetahui terlebih dahulu apa kelebihan dan kekurangan dari Dimsum Bang Xeno. Langkah yang dapat diambil adalah

dengan melakukan analisis matriks SWOT.

Menurut Rangkuti (2004), matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi sebuah organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Melalui penggunaan analisis matriks SWOT penulis dapat melihat jelas bagaimana keadaan yang sedang dialami oleh Dimsum Bang Xenon. Dengan begitu penulis dapat menentukan bagaimana strategi

II. LANDASAN TEORI

A. Manajemen Strategi

Wheelen dan Hunger (2018) berpendapat bahwa, manajemen strategi adalah sekumpulan keputusan dan tindakan manajerial yang membantu menentukan kinerja jangka panjang suatu organisasi. Manajemen strategi mencakup perumusan strategi (perencanaan strategis atau jangka panjang), implementasi strategi, juga evaluasi dan pengendalian. Sedangkan menurut David dan David (2016), manajemen strategis adalah seni dan ilmu merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.

Manajemen strategis berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan dan akuntansi, produksi dan operasi, penelitian dan

yang seharusnya digunakan oleh Dimsum Bang Xenon. Dimsum Bang Xenon harus menentukan strategi untuk dapat memenangkan persaingan terhadap penjamuran usaha dimsum di Kota Malang.

Dari latar belakang yang sudah diuraikan, penulis memutuskan untuk melakukan analisa bagaimana matriks SWOT dapat membantu Dimsum Bang Xenon menentukan strategi bisnis yang tepat, sehingga bisa bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis.

pengembangan (R&D), dan sistem informasi untuk mencapai keberhasilan organisasi. Istilah manajemen strategis dalam teks ini digunakan secara sinonim dengan istilah perencanaan strategis. Istilah yang terakhir lebih sering digunakan di dunia bisnis, sedangkan yang pertama sering digunakan di dunia akademis. Kadang-kadang istilah manajemen strategis digunakan untuk merujuk pada perumusan strategi, implementasi, dan evaluasi, sedangkan perencanaan strategis hanya mengacu pada perumusan strategi. Tujuan manajemen strategis adalah untuk mengeksplorasi dan menciptakan peluang baru dan berbeda untuk masa depan; perencanaan jangka panjang, sebaliknya, mencoba mengoptimalkan tren hari ini untuk masa depan.

. Menurut David dan David (2016) Proses manajemen strategis sendiri

terdiri dari tiga tahap, yaitu sebagai berikut:

- a. perumusan strategi,
- b. implementasi strategi,
- c. dan evaluasi strategi

B. Strategi Bisnis

Tujuan mendasar menggunakan semua jenis strategi adalah untuk mendapatkan daya saing strategis dan mendapatkan pengembalian di atas rata-rata (Hitt, Ireleland, dan Hoskisson, 2011). Strategi memiliki tujuan, mendahului pengambilan tindakan yang diterapkan, dan menunjukkan pemahaman bersama tentang visi dan misi perusahaan. Strategi yang dirumuskan secara efektif menyusun, mengintegrasikan, dan mengalokasikan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi perusahaan sehingga akan selaras dengan lingkungan eksternalnya.

Strategi yang dikembangkan dengan baik juga merasionalisasi visi dan misi perusahaan bersama dengan tindakan yang diambil untuk mencapainya. Informasi tentang sejumlah variabel termasuk pasar, pelanggan, teknologi, keuangan di seluruh dunia, dan ekonomi dunia yang berubah harus dikumpulkan dan dianalisis untuk membentuk dan menggunakan strategi dengan benar. Dalam analisis terakhir, pilihan strategis yang baik yang mengurangi ketidakpastian mengenai hasil adalah dasar untuk membangun strategi yang sukses.

Tujuan dari strategi tingkat bisnis adalah untuk menciptakan perbedaan antara posisi perusahaan dan para pesaingnya. Untuk memposisikan dirinya secara berbeda dari pesaing, perusahaan harus memutuskan apakah ia bermaksud untuk melakukan aktivitas secara berbeda atau melakukan aktivitas yang berbeda. Faktanya, memilih untuk melakukan aktivitas secara berbeda atau melakukan aktivitas yang berbeda dari pesaing adalah inti dari strategi tingkat bisnis.

Perusahaan memilih di antara lima strategi tingkat bisnis untuk menetapkan dan mempertahankan posisi strategis yang diinginkan terhadap pesaing yaitu sebagai berikut:

- a. Kepemimpinan biaya,
- b. Diferensiasi,
- c. Kepemimpinan biaya terfokus,
- d. Diferensiasi terfokus,
- e. Kepemimpinan/diferensiasi biaya terintegrasi

III. METODE

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini, sejalan dengan tujuannya akan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Sugiyono (2017) memaparkan bahwa metode kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang berdasar pada filsafat ostpositivisme digunakan atau interpretif, digunakan untuk meneliti

pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat kualitatif dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkontruksi fenomena, dan menemukan hipotesis.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer berupa hasil wawancara terstruktur terkait dengan topik penelitian yang ada dan data sekunder berupa hasil observasi oleh penulis sendiri yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai keadaan internal dari Dimsum Bang Xeno maupun pesaing dari Dimsum Bang Xeno.

C. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan penelitian ini, maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data berupa wawancara terstruktur dan observasi.

D. Kriteria Pemilihan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data

yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2017).

E. Metode Analisis Data

Berdasarkan jenis dan tujuan penelitiannya, maka analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Analisis Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)
- b. Analisis Matriks External Factor Evaluation (EFE)
- c. Analisis Matriks SWOT
- d. Analisis Matriks IE
- e. Analisis Matriks QSPM

IV. HASIL

A. Tahap Input

Tahap input melalui dua tahap yaitu matriks IFE dan EFE yang memuat hasil sebagai berikut:

- a. Analisis Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Hasil matriks IFE (Internal Factor Evaluation) menunjukkan skor bobot total matriks IFE Dimsum Bang Xeno yaitu sebesar 2,25. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini kondisi Dimsum Bang Xeno memiliki posisi yang lemah secara internal sehingga Dimsum Bang Xeno dapat meningkatkan kekuatan internal untuk menutupi kekurangan di lingkungan internal saat ini.

Adapun hasil matriks IFE ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis IFE

NO	KEY INTERNAL FACTORS	WEIGHT	RATING	WEIGHTED SCORE
STRENGTH				
1	Manajemen bisnis yang tertata	5%	3	0,15
2	Menyediakan paket <i>bundling</i> dan potongan harga	15%	4	0,6
3	Produk mudah ditemukan di aplikasi ojek <i>online</i>	10%	3	0,3
4	Kualitas produk dan cita rasanya yang khas	10%	4	0,4
5	Kedai yang <i>instagramable</i>	10%	3	0,3
WEAKNESS				
1	Harga yang ditawarkan terlalu mahal	25%	1	0,25
2	Biaya produksi yang mahal	25%	1	0,25
		100%	TOTAL	2,25

Sumber : Data Diolah (2021)

b. Analisis Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

Hasil Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) menunjukkan skor bobot total matriks EFE Dimsum Bang Xeno adalah sebesar 1,9. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini kondisi Dimsum Bang Xeno dapat menghindari ancaman dari kompetitor dan mencari peluang yang bisa dijadikan sebagai solusi untuk meningkatkan keuntungan.

Adapun hasil matriks ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis EFE

NO	KEY EXTERNAL FACTORS	WEIGHT	RATING	WIGHTED SCORE
OPPORTUNITIES				
1	Budaya selfie di tempat <i>instagramable</i>	15%	3	0,45
2	Budaya saling kirim makanan untuk Menunjukkan perhatian antar teman dan keluarga	15%	3	0,45
THREATS				
1	Kompetitor yang menawarkan kelebihan lain	20%	1	0,2
2	Entry barrier untuk memasuki industry kuliner makanan ringan rendah	15%	2	0,3
3	Adanya persaingan dari pelaku industri produk substitusi	15%	2	0,3
4	Daya beli masyarakat Jawa Timur yang menurun	20%	1	0,2
		100%	TOTAL	1,9

Sumber : Data Diolah (2021)

B. Tahap Pencocokan

Dalam tahap pencocokan, data-data dari faktor eksternal dan internal diolah untuk menghasilkan alternatif-alternatif strategi. Tahap pencocokan terdiri dari matriks IE dan SWOT.

a. Matriks IE

Dengan perhitungan nilai IFE dan EFE dari tahapan sebelumnya, yaitu dengan IFE 2,25 dan EFE 1,9 maka didapatkan bahwa Dimsum Bang Xeno berada di kuadran VIII, yang artinya lebih baik apabila memilih strategi *retrenchment* (penghematan) atau *divestiture* (divestasi).

Adapun hasil matriks ditujukan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Matriks IE

		THE IFE TOTAL WEIGHTED SCORES		
		Strong (3.0 to 4.0)	Medium 2.0 to 2.99	Low 1.0 to 1.99
THE EFE TOTAL WEIGHTED SCORES	High (3.0 to 4.0)	I	II	III
	Medium (2.0 to 2.99)	IV	V	VI
	Low (1.0 to 1.99)	VII	VII	IX

Sumber : Data Diolah (2021)

b. Matriks SWOT

Berdasarkan hasil dari matriks SWOT maka langkah *retrenchment* (penghematan) yang akan dilakukan oleh Dimsum Bang Xeno adalah menutup gerai, dan bergabung dengan *café*, jadi mengurangi biaya sewa. Selain itu juga mencari produsen dimsum baru yang berada di Kota Malang, dengan kualitas yang kurang lebih sama dengan produsen sebelumnya. Langkah *divestiture* (menjual sebagian perusahaan) yang akan dilakukan oleh Dimsum Bang Xeno adalah dengan mencari investor untuk memberikan modal kepada Dimsum Bang Xeno.

Adapun hasil matriks ditujukan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Matriks SWOT

	External Factors	
	Opportunities	Threats
	Budaya selfie di tempat instagramable	Kompetitor yang menawarkan kelebihan lain
	Budaya saling kirim makanan untuk menunjukkan perhatian antar teman dan keluarga	Entry barrier untuk memasuki industri kuliner makanan ringan rendah
		Adanya persaingan dari pelaku industri produk substitusi
		Daya beli masyarakat Jawa Timur yang menurun
Internal Factors		
Strengths	S-O Strategies (Aggressive)	S-T Strategies (Diversification)
Manajemen bisnis yang tertata	Memaksimalkan promosi mengenai paket <i>bundling</i> yang bisa dibeli baik secara langsung di kedai, maupun melalui aplikasi ojek <i>online</i> , akan membantu konsumen yang ingin mengirimkan makanan sebagai bentuk kasih sayang ke orang-orang terdekat. Spot <i>instagramable</i> di kedai akan lebih sering dibagikan ke media sosial, agar lebih banyak orang yang melihatnya dan ingin ikut berfoto dengan latar tersebut.	Memaksimalkan kualitas produk agar konsumen tetap setia pada rasanya, dan menjadikan Dimsum Bang Xeno sebagai dimsum dengan rasa otentik yang berkualitas.
Menyediakan paket bundling dan potongan harga		
Produk mudah ditemukan di aplikasi ojek online		
Kualitas produk dan cita rasanya yang khas		
Kedai yang <i>instagramable</i>		
Weakness	W-O Strategies (Turn Around)	W-T Strategies (Defensive)
Harga yang ditawarkan terlalu mahal	Memberikan harga spesial bagi para pelanggan yang mau <i>follow</i> instagram Dimsum Bang Xeno	Merencanakan langkah untuk mengurangi pengeluaran dan
Biaya produksi yang mahal		

Sumber : Data Diolah (2021)

C. Tahap Pengambilan

Keputusan

a. Matriks QSPM

Dua strategi yang dipilih, berdasarkan matriks IE adalah penghematan dan divestasi. Ada sebagian faktor eksternal dan internal yang mungkin berpengaruh untuk strategi penghematan, ada pula berpengaruh untuk strategi divestasi. Kedua set strategi ini sama sekali berbeda, dan QSPM mengevaluasi strategi hanya dalam set. Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa nilai untuk strategi penghematan lebih tinggi daripada strategi divestasi.

Tabel 5. Hasil Matriks QSPM

No	Key Factors	Penghematan			Menjual sebagian perusahaan		
		Weight	A S	Total IAS	Weight	A S	Total IAS
Key Internal Factors							
Strengths							
1	Manajemen bisnis yang tertata	0.05	-		0.05	3	0.15
2	Menyediakan paket <i>bundling</i> dan potongan harga	0.15	-		0.15	-	
3	Produk mudah ditemukan di aplikasi ojek <i>online</i>	0.1	4	0.4	0.1	-	
4	Kualitas produk dan cita rasanya yang khas	0.1	4	0.4	0.1	-	
5	Kedai yang <i>instagramable</i>	0.1	-		0.1	-	
Weakness							
1	Harga yang ditawarkan terlalu mahal	0.25	-		0.25	1	0.25
2	Biaya produksi yang mahal	0.25	4	1	0.25	4	1
		1.00			1.00		
Key External Factors							
Opportunities							
1	Budaya selfie di tempat <i>instagramable</i>	0.15	-		0.15	-	
2	Budaya saling kirim makanan untuk menunjukkan perhatian antar teman dan keluarga	0.15	-		0.15	-	
Threats							
1	Kompetitor yang menawarkan kelebihan lain	0.2	-		0.2	-	
2	Entry barrier untuk memasuki industri kuliner makanan ringan rendah	0.15	-		0.15	-	
3	Adanya persaingan dari pelaku industri produk substitusi	0.15	-		0.15	4	0.6
4	Daya beli masyarakat Jawa Timur yang menurun	0.2	4	0.8	0.2	2	0.4
		1.00			1.00		
					2.6		2.4

Sumber : Data Diolah (2021)

V. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Matriks SWOT menghasilkan strategi SO (kelemahan dan kesempatan), WO (kelemahan dan kesempatan), ST (kekuatan dan ancaman), serta WT (kelemahan dan ancaman). Alternatif strategi yang didapatkan dari matriks SWOT ini adalah :

1. Memaksimalkan promosi
2. Memaksimalkan kondisi dan desain kedai
3. Memberikan potongan harga di hari tertentu dan momen tertentu
4. Memaksimalkan kualitas dan cita rasa produk
5. Mengurangi pengeluaran dibidang produksi
6. Mencari investor

Dari alternatif-alternatif strategi yang dihasilkan oleh matriks SWOT, kemudian dicocokkan dengan hasil dari matriks IE, dimana Dimsum Bang Xeno sebaiknya mengambil strategi harvest or divest. Strategi yang tepat untuk dilakukan adalah penghematan dan divestasi.

Dari hasil pengolahan pada matriks QSPM pada penelitian ini, masing-masing skornya adalah 3,2 untuk strategi penghematan, dan 2,15 untuk strategi divestasi. Maka

kesimpulannya, strategi yang tepat untuk dilaksanakan oleh Dimsum Bang Xeno adalah strategi penghematan.

VI. PERENCANAAN BISNIS DARI STRATEGI YANG DIHASILKAN

Berdasarkan matriks QSPM, strategi yang dapat diterapkan adalah retrenchment, atau penghematan. Beberapa langkah yang dapat diambil oleh Dimsum Bang Xeno untuk melakukan penghematan adalah sebagai berikut :

1. Mencari lokasi sewa yang lebih terjangkau
2. Bergabung dengan café untuk sharing kedai
3. Mencari produsen dimsum baru yang berada di Kota Malang

VII. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan melalui Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT, dan Matriks QSPM, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan bagi dimsum bang xeno adalah sisi manajemen yang terbentuk rapih dan tertata dan membuat sistem pembagian pekerjaan pada dimsum Bang Xeno menjadi lebih jelas dan teratur. Dan juga dari sisi untuk mendapatkan produk yang cukup

mudah menjadi salah satu keunggulan dimsum Bang Xeno. Selanjutnya, yang menjadi kelemahan bagi Dimsum Bang Xeno adalah dari sisi harga yang memiliki harga yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan pasar kota Malang dan membuat dimsum Bang Xeno terlihat sebagai jajanan premium.

- b. Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang bagi dimsum Bang Xeno adalah tingginya permintaan masyarakat pada sebuah tren yang dapat membuat Dimsum Bang Xeno menjadi ramai pelanggan. Namun yang menjadi ancaman bagi Dimsum Bang Xeno adalah entry barrier yang rendah bagi pesaing untuk masuk ke dalam pasar makanan kecil dan juga barang substitusi yang sejenis maupun tidak sejenis menjadi ancaman bagi Dimsum Bang Xeno.
- c. Analisis matriks IFE dan EFE menghasilkan koordinat (2.25, 1.9) sehingga posisi Dimsum Bang Xeno pada matriks IE berada pada kuadran VIII yaitu retrenchment & divestiture yang strateginya adalah melakukan penghematan seperti mencari supplier baru, tempat baru atau bahkan menutup usaha dan juga strategi menjual sebagian kepemilikan perusahaan kepada investor supaya mendapatkan modal untuk melanjutkan atau

mengembangkan usaha Dimsum Bang Xeno.

- d. Analisis Matriks SWOT menghasilkan 5 alternatif strategi yaitu Dimsum Bang Xeno mudah untuk didapatkan (SO-1), spot instagramable yang dapat disebar di sosial media oleh pelanggan (SO-2), memaksimalkan dan menjaga kualitas produk supaya pelanggan tetap datang (ST-1), memberikan harga spesial pada pelanggan yang mau menyebarkan dimsum bang xeno dari sosial media mereka (WO-1), mencari cara untuk mengurangi pengeluaran dan biaya produksi (WT-1).
- e. Pilihan strategi bisnis terbaik yang didapatkan dari matriks QSPM adalah strategi penghematan dengan total skor 2,6 dan strategi penjualan kepada investor dengan skor 2,4.

VIII. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang ada maka peneliti memberikan beberapa saran yang nantinya akan bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, antara lain:

- a. Melakukan riset untuk mencari tempat baru yang memiliki biaya sewa lebih murah atau bahkan tempat yang sudah dimiliki oleh pemilik dapat di gunakan sebagai tempat berjualan karena dengan begini dapat menghemat tanpa perlu mengeluarkan biaya sewa

tempat yang memiliki tarif cukup tinggi.

- b. Saran selanjutnya yang dapat diberikan oleh penulis adalah bergabung dengan café untuk sharing tempat. Dengan begini dapat menjadi keuntungan bagi masing-masing usaha karena memiliki produk yang berbeda pada satu tempat dan juga dapat menggabungkan pasar dengan begitu dapat mencakup pasar yang lebih luas lagi. Dan juga dengan bergabung dengan café dapat menghemat biaya sewa tempat.
- c. Saran yang terakhir adalah mencari produsen dimsum baru. Karena menurut penulis produsen dimsum yang dipakai saat ini memiliki harga yang cukup tinggi yang membuat harga jual cukup tinggi. Dengan memiliki produsen yang berada di Kota yang sama membuat biaya operasional lebih murah dan memudahkan owner untuk mengambil produk jika sewaktu-waktu produk habis. Namun harus di perhatikan juga kualitas produsen yang baru apakah memiliki cita rasa yang sama atau tidak karena cita rasa adalah salah satu keunggulan bagi Dimsum Bang Xeno.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, Cindy Mutia, 2019, Kemenparekraf: 3 Alasan Investor Asing Investasi di Bisnis Kuliner RI, Kata Data, diakses 9 Juli 2021, <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4c5526149/kemenparekraf-3-alasan-investor-asing-investasi-di-bisnis-kuliner-ri>
- David, Fred R & David, Forest R, 2017, Strategic Management Concepts and Cases, 16th edition, Pearson, Essex.
- Rangkuti, Freddy. 2017, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sasongko, Darmadi. 2020. Pandemi Covid-19, PAD Kota Malang Turun 20,78 Persen, Merdeka, diakses pada 29 Juni 2021, <https://www.merdeka.com/peri-stiwa/pandemi-covid-19-pad-kota-malang-turun-2078-persen.html>
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, dan Kualitatif, R&D. CV Alfabeta, Bandung.
- Wheelen, Thomas L., Hunger, J. David., Hoffman, Alan N., dan Bamford, Charles E. 2018. Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability, Pearson, Essex.
- Firdausi, Arifina C. 2021. Pemulihan Ekonomi, Diskopindag Kota Malang Genjot Sektor UMKM Kuasai Pasar Digital, Diskopindag Malang, diakses 29 Juni 2021, <https://diskopindag.malangkota.go.id/news/pemulihan-ekonomi-diskopindag-kota-malang-genjot-sektor-umkm-kuasai-pasar-digital>
- Hitt, Michael A., Ireland, R. Duane and Hoskisson, Robert E., 2001. Strategic Management: Competitiveness and Globalization, Edisi Bahasa Indonesia, Salemba Empat, Jakarta.