

Strategi Usaha Rumah Makan Sambel Cowek Cabang Perumnas di Masa Pandemi Covid-19

Bagus Yusron Amin^{1*}, Ni Made Suyastiri¹ dan Antik Suprihanti¹

¹ Program Studi Agribisnis Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta
Jl. SWK 104 (Lingkar Utara) Condong Catur Yogyakarta Indonesia 55283

* Penulis Korespondensi: bagusyusron@gmail.com

Abstract

This research aimed to: 1) identify the internal and external factors of "Sambel Cowek" restaurant. 2) analyze the business strategy alternatives of "Sambel Cowek" restaurant during the Covid-19 Pandemic. 3) determine the main priority strategy that applied to "Sambel Cowek" restaurant during the Covid-19 pandemic. The method of this research used descriptive method. The type of this research is a case study. The method of taking respondents is purposive sampling with 5 respondents. The sources of the data are primary and secondary. The data collection methods are interviews, observation and documentation. The data analysis techniques are IFE (Internal Factor Evaluation) and EFE (External Factor Evaluation) matrix, IE (Internal External) matrix, SWOT (Strength Weakness Opportunity Threat) matrix, QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Based on the results of the study, showed that 1) "Sambel Cowek" restaurant had relatively cheaper product as its main strength, its main weakness was decline in sales as a result of Covid-19 pandemic, its main opportunity was this business located at the student environment, and its main threat was the government made PSBB and PPKM policies due to the COVID-19 Pandemic 2) There were two alternative strategies that can be applied, market penetration strategy and product development strategy 3) the main priority strategy that can be applied was a market penetration strategy.

Keywords: *business strategy, IE Matrix, Internal External Factors, management, SWOT, QSPM*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengidentifikasi kondisi lingkungan internal dan eksternal Usaha Rumah Makan Sambel Cowek. 2) Menganalisis alternatif strategi Usaha Rumah Makan Sambel Cowek dimasa pandemi COVID-19. 3) Menentukan prioritas strategi pada Usaha Rumah Makan Sambel Cowek dimasa pandemi COVID-19. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus. Metode pengambilan responden dilakukan secara purposive sampling berjumlah 5 orang. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Matriks EFI (Evaluasi Faktor Internal) dan EFE (Evaluasi Faktor Eksternal), Matriks IE (Internal Eksternal), Matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa 1) Usaha Rumah Makan Sambel Cowek memiliki faktor kekuatan utama yaitu harga produk yang relatif lebih murah, kelemahan utamanya penjualan menurun karena pandemi COVID-19, peluang utamanya Usaha ini berada di lingkungan mahasiswa, dan ancaman utamanya pemerintah membuat kebijakan PSBB dan PPKM akibat Pandemi COVID-19 2) Terdapat dua alternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk 3) Prioritas Strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi penetrasi pasar.

Kata kunci: faktor internal, faktor eksternal, manajemen, Matriks IE, strategi usaha, SWOT, QSPM

1. Pendahuluan

Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang masih memegang teguh nilai-nilai budaya Jawa di tengah arus globalisasi yang cukup kencang. Yogyakarta memiliki berbagai destinasi wisata yang memanjakan para wisatawan, selain itu Yogyakarta juga dikenal sebagai kota pendidikan yang memiliki sekitar 137 perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Dengan berbagai ciri khasnya tersebut, Yogyakarta sangat menarik minat banyak pendatang untuk berkunjung baik itu singgah ataupun menetap. Selain itu, para pengusaha juga tertarik untuk mendirikan dan mengembangkan usaha/bisnisnya di Yogyakarta. Salah satu usaha yang semakin berkembang di Yogyakarta adalah usaha kuliner.

Usaha kuliner di Yogyakarta dewasa ini semakin berkembang, hal ini dilatarbelakangi semakin banyaknya pendatang baik yang hanya berwisata atau juga yang menetap, Mahasiswa adalah

contoh pendatang yang menetap, diperkirakan sekitar 20% penduduk yang menetap di Yogyakarta adalah dari golongan mahasiswa. Mahasiswa terkenal akan kecenderungannya makan di warung/tempat makan daripada memasak makanannya sendiri. Hal ini tentunya membuat segala jenis usaha kuliner di Yogyakarta tidak pernah mati bahkan terus berkembang namun juga diiringi dengan persaingan usaha yang juga semakin tinggi. Menurut Kuncoro, persaingan usaha adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula (Abdul Hakim, 2020).

Salah satu usaha kuliner yang sedang menjadi trend di Yogyakarta dan tentunya dikalangan mahasiswa adalah usaha rumah makan yang menyajikan konsep berbagai olahan sambal dengan harga yang terjangkau. Salah satu usaha rumah makan dengan konsep tersebut adalah Usaha Rumah Makan "Sambel Cowek" yang menyajikan berbagai menu masakan nusantara, dan berbagai olahan sambal yang enak, bergizi yang memiliki harga produk yang relatif lebih murah dibandingkan kompetitornya. Usaha ini didirikan pada tanggal 26 Juli 2014 dengan nama awal yaitu Rumah Makan Sambel Cobek Nyah Ti. Seiring berjalannya waktu, usaha ini semakin berkembang hingga memiliki 7 outlet cabang.

Usaha Rumah Makan "Sambel Cowek" tetap bertahan dan berupaya berkembang ditengah persaingan yang ketat dengan usaha kuliner sejenis yang berada di Yogyakarta. Usaha kuliner dengan konsep sejenis ini cukup banyak ditemui di Yogyakarta sehingga mengakibatkan tingkat persaingan juga semakin tinggi. Kondisi ini tentunya mempengaruhi perumusan dan penerapan strategi masing-masing perusahaan agar usaha mereka mampu menarik konsumen lebih banyak dibandingkan usaha sejenis lainnya. Selain menghadapi fenomena persaingan yang ketat dengan kompetitor sejenis, Usaha ini juga dihadapkan dengan fenomena Pandemi COVID-19. Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) adalah Penyakit yang menyebabkan gangguan pernafasan akut seperti demam, batuk, dan sesak nafas (Abidin et al., 2021).

Pandemi COVID-19 berdampak besar di banyak sektor termasuk sektor makanan dan minuman (*Food and Beverage*) (Yamali & Putri, 2020). Menurut Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi, 2020) diprediksi pertumbuhan industri makanan dan minuman hanya tumbuh 4-5% ditengah pandemi COVID-19. Hal ini mengalami penurunan dari yang biasanya sekitar 7% (Prakoso, 2020). Usaha Rumah Makan Sambel Cowek ikut terdampak dari adanya pandemi COVID-19 yang memaksa manajemen menerapkan sebuah strategi dengan menutup 2 outlet cabang Sambel Cowek secara permanen, yaitu outlet cabang Babarsari dan Nologaten. Usaha Rumah Makan Sambel Cowek juga mengalami permasalahan pada sisi penjualan yaitu kehilangan jumlah pelanggan yang mengakibatkan penurunan omset penjualan sehingga beberapa karyawan terpaksa harus dirumahkan.

Kondisi ini membuat Manajemen Usaha Rumah Makan Sambel Cowek harus dapat mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal secara jelas agar dapat merumuskan strategi yang tepat untuk bertahan ditengah pandemi COVID-19 dan unggul dalam persaingan. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian mengenai strategi Usaha Rumah Makan "Sambel Cowek" dalam menghadapi masa pandemi COVID-19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengidentifikasi kondisi lingkungan internal dan eksternal Usaha Rumah Makan Sambel Cowek, menganalisis alternatif strategi Usaha Rumah Makan Sambel Cowek dimasa pandemi COVID-19, dan menentukan prioritas strategi pada Usaha Rumah Makan Sambel Cowek dimasa pandemi COVID-19

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Metode deskriptif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 2017). Metode ini digunakan untuk memberikan gambaran bagaimana strategi Usaha Rumah Makan Sambel Cowek dengan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Penelitian ini berjenis studi kasus yaitu penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas (Nazir, 2017). Penelitian ini dilakukan di Usaha Rumah Makan Sambel Cowek Cabang Perumnas karena pada cabang ini merupakan pusat operasional usaha sekaligus menjadi kantor pusat bagi tim manajemen.

Pengambilan responden pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Metode *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Responden yang diwawancarai berjumlah 5 orang yaitu direktur, manajer keuangan, manajer pengadaan, kepala seksi sdm, dan kepala seksi operasional, responden ini dipilih

karena posisi mereka berada di Top Management yang mengetahui serta menerapkan strategi perusahaan berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal Usaha Rumah Makan Sambel Cowek. Data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer yang diperoleh secara langsung melalui wawancara, pengamatan langsung di lapangan, dan pengisian kuesioner oleh tim manajemen. Serta data sekunder yaitu sejarah Sambel Cowek, struktur organisasi, pembagian tugas para pegawai, SOP para pegawai.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengujian instrumen penelitian berupa kuesioner menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Merujuk pada penelitian sebelumnya, teknik analisis strategi usaha pada penelitian ini menggunakan Matriks EFI (Evaluasi Faktor Internal), Matriks EFE (Matriks Evaluasi Faktor Eksternal), Matriks IE (Internal Eksternal), Matriks SWOT (Strength Weakness Opportunity Threat), dan Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix (Pratiwi et al., 2020).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Identifikasi Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal Usaha Rumah Makan Sambel Cowek

Identifikasi faktor-faktor internal di Usaha Rumah Makan Sambel Cowek Menggunakan Matriks EFI (Evaluasi Faktor Internal). Matriks EFI menggambarkan lingkungan internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan nilai bobot dan rating dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden Usaha Rumah Makan Sambel Cowek. Berikut merupakan hasil identifikasi faktor internal menggunakan Matriks EFI:

Tabel 1. Matriks EFI Usaha Rumah Makan Sambel Cowek

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Sistem manajemen bersifat kekeluargaan	0,061	3,2	0,20
2	Ketepatan dalam proses pengorganisasian usaha	0,051	3,6	0,18
3	Harga produk yang relatif lebih murah	0,072	3,8	0,27
4	Lokasi yang strategis	0,065	4	0,26
5	Produk berkualitas baik dan bervariasi	0,068	3,8	0,26
6	Pemasaran menggunakan layanan pengantaran makanan secara online (gojek, grab, dll)	0,065	3,4	0,22
7	Pengelolaan dan pelaporan keuangan berjalan secara efektif	0,061	3,8	0,23
8	Ketersediaan sarana produksi	0,058	3,8	0,22
9	ketepatan dalam pelayanan	0,068	3,6	0,25
10	Standarisasi bumbu	0,048	4	0,19
11	Metode pemesanan yang variatif (take away, dine in, catering)	0,058	3,6	0,21
12	Kualitas bahan baku produk terjaga	0,061	4	0,25
	Jumlah	0,737	44,6	2,74
Kelemahan				
13	Layout rumah makan yang kurang optimal	0,058	2,0	0,12
14	Lahan parkir mobil yang kurang luas	0,068	1,6	0,11
15	Penjualan menurun karena COVID-19	0,065	1,4	0,09
16	Kecepatan pelayanan masih dianggap lama	0,072	1,6	0,11
	Jumlah	0,263	6,6	0,43
	Jumlah Total	1	51,2	3,17

Sumber: Data Primer (2021)

Diketahui bahwa faktor kekuatan utama Usaha Rumah Makan Sambel Cowek adalah faktor internal ke 3 yaitu harga produk yang relatif lebih murah dengan skor 0,27 dan faktor kekuatan terendah adalah ketepatan dalam proses pengorganisasian usaha dengan skor 0,18. Faktor kelemahan utama yaitu penjualan yang menurun karena Pandemi COVID-19 dengan skor 0,09 dan faktor

kelemahan terendah adalah *layout* rumah makan yang kurang optimal. Skor total dari matriks EFI adalah sebesar 3,17 yang berarti lebih besar dari 2,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa Usaha Rumah Makan Sambel Cowek memiliki posisi internal yang kuat.

Selanjutnya identifikasi faktor-faktor eksternal Menggunakan Matriks EFE (Evaluasi Faktor Eksternal). Matriks EFE menggambarkan lingkungan eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan nilai bobot dan rating dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden Usaha Rumah Makan Sambel Cowek. Berikut merupakan hasil identifikasi faktor eksternal menggunakan Matriks EFE:

Tabel 2. Matriks EFE Usaha Rumah Makan Sambel Cowek

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Mayoritas Penduduk menyukai makanan olahan sambel	0,056	3,2	0,18
2	Konsumen menyukai makanan yang ekonomis (murah)	0,064	3,4	0,22
3	Rumah makan dengan tempat yang luas (untuk berkumpul) lebih diminati oleh masyarakat	0,071	2,8	0,20
4	Tingginya permintaan makanan siap saji ditengah pandemi COVID-19	0,056	2	0,11
5	Usaha Rumah Makan Sambel Cowek berada dilingkungan mahasiswa	0,064	4	0,25
6	Usaha Rumah Makan Sambel Cowek Memiliki legalitas usaha berbentuk CV	0,067	3,6	0,24
7	Pemerintah tidak membebankan pajak penjualan (PPN)	0,067	3	0,20
8	Perkembangan teknologi pemasaran (penjualan dengan media ojek online)	0,056	2,4	0,13
9	Semakin tingginya pengguna smartphone di Indonesia	0,064	2,8	0,18
Jumlah		0,566	27,2	1,72
Ancaman				
10	COVID-19 berdampak pada kondisi perekonomian nasional	0,064	3,2	0,20
11	Daya beli konsumen menurun karena pandemi COVID-19	0,071	3	0,21
12	Kebijakan PROKES menurunkan intensitas kunjungan ke rumah makan sambel cowek	0,067	2,8	0,19
13	Pemerintah membuat kebijakan PSBB dan PPKM akibat pandemi COVID-19	0,071	3,2	0,23
14	Munculnya pesaing baru yang memiliki daya saing	0,041	2,2	0,09
15	Persaingan harga produk sejenis	0,056	2,2	0,12
16	Adanya produk substitusi pengganti	0,064	2,6	0,17
Jumlah		0,434	19,4	1,21
Jumlah Total		1	46,6	2,93

Sumber: Data Primer (2021)

Diketahui bahwa faktor peluang utama Usaha Rumah Makan Sambel Cowek adalah faktor eksternal ke-5 yaitu Usaha Rumah Makan Sambel Cowek berada di lingkungan mahasiswa dengan skor 0,25 dan faktor peluang terendah yaitu tingginya permintaan makanan siap saji ditengah pandemi COVID-19. Faktor ancaman utama Usaha Rumah Makan Sambel berada di faktor eksternal nomor 13 yaitu Pemerintah membuat kebijakan PSBB dan PPKM akibat pandemi COVID-19 dengan skor 0,23 dan faktor ancaman terendah yaitu munculnya pesaing baru yang memiliki daya saing. Skor total dari Matriks EFE adalah sebesar 2,93 yang berarti lebih besar dari 2,5

sehingga dapat disimpulkan bahwa Usaha Rumah Makan Sambel Cowek mampu memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman eksternal.

3.2. Analisis Alternatif strategi Usaha Rumah Makan Sambel Cowek dimasa pandemi COVID-19

Alat yang digunakan untuk menganalisis alternatif strategi Usaha Rumah Makan Sambel Cowek adalah Matriks IE dan Matriks SWOT. Matriks IE (Internal-External) merupakan alat analisis untuk menentukan posisi strategi bisnis unit ke dalam matriks yang terdiri dari sembilan sel kuadran Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci yaitu total skor Matriks IFE untuk sumbu X dan total skor Matriks EFE untuk sumbu Y. Seperti yang telah diketahui bahwa total skor Matriks IFE adalah 3,17 dan total skor Matriks EFE adalah 2,93, sehingga Matriks IE dapat digambarkan sebagai berikut:

		Total Nilai EFI yang diberi bobot		
		Tinggi 3,0-4,0	Sedang 2,00-2,99	Rendah 1,00-1,99
Total Nilai EFE yang diberi bobot	Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
	Sedang 2,00-2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,00-1,99	VII	VIII	IX
		4	3	2

Gambar 1 Hasil Matriks IE
Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan hasil analisis menggunakan Matriks IE, Usaha Rumah Makan Sambel Cowek berada pada sel IV yang menunjukkan bahwa kedudukan faktor internal tinggi dan faktor eksternalnya sedang. Peta kekuatan ini meletakkan Usaha Rumah Makan Sambel Cowek berada pada fase tumbuh dan dibangun. Strategi yang memungkinkan untuk diterapkan oleh Usaha Rumah Makan Sambel Cowek adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi penetrasi pasar (*market penetration*) adalah sebuah strategi yang berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar untuk produk dan jasa di pasar saat ini lewat usaha pemasaran yang lebih besar. Sedangkan strategi pengembangan produk merupakan strategi yang mencari kenaikan penjualan dengan meningkatkan atau memodifikasi produk atau jasa saat ini.

Tahapan analisis alternatif strategi selanjutnya yaitu analisis SWOT yang digunakan untuk menentukan alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh Usaha Rumah Makan Sambel Cowek berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Di dalam analisis SWOT terdapat 4 strategi yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT.

1. Strategi SO

Strategi SO menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Alternatif Strategi SO yaitu:

- a. Mempertahankan keunggulan produk yang telah dimiliki
- b. Membuka cabang baru saat Pandemi Covid-19 telah selesai
- c. Meningkatkan promosi menggunakan media pesan-antar makanan secara online seperti Gojek dan Grab

2. Strategi WO

Strategi WO bertujuan memperbaiki atau mengurangi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Alternatif strategi WO yaitu:

- a. Mendaftar dan bekerjasama dengan lebih banyak *platform* pesan-antar makanan secara online seperti shopeefood
- b. Menambahkan menu produk minuman kekinian seperti thai tea, green tea, red velvet, dsb

3. Strategi ST

Strategi ST menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal yang ada. Alternatif Strategi ST yang dapat diterapkan di Usaha Rumah Makan Sambel Cowek yaitu mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

4. Strategi WT

Strategi WT bertujuan untuk mengurangi atau memperbaiki kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal yang ada. Alternatif Strategi WT yang dapat diterapkan di Usaha Rumah Makan Sambel Cowek yaitu melakukan evaluasi kinerja dan kemampuan Usaha Rumah Makan Sambel Cowek dalam menghadapi persaingan.

Alternatif strategi yang telah dihasilkan dari matriks SWOT ini kemudian dicocokkan ke dalam strategi yang telah dirumuskan pada matriks IE sebelumnya, yaitu:

- a. Strategi Penetrasi Pasar: Meningkatkan promosi menggunakan media pesan-antar makanan secara online seperti Gojek dan Grab (SO), Mendaftar dan bekerjasama dengan lebih banyak *platform* pesan-antar makanan secara online seperti shopeefood (WO).
- b. Strategi Pengembangan Produk: Menambahkan menu produk minuman kekinian seperti *thai tea, green tea, red velvet, dsb.*

3.3. Menentukan Prioritas Strategi Usaha Rumah Makan Sambel Cowek Di Masa Pandemi COVID-19

Untuk menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan oleh Usaha Rumah Makan Sambel Cowek dapat menggunakan analisis QSPM. Pada analisis QSPM akan menghasilkan strategi dengan STAS (*Sum Total Attractiveness Score*) atau jumlah keseluruhan daya tarik total paling tinggi yang menunjukkan bahwa strategi tersebut yang paling menarik. Berikut adalah tabel hasil analisis menggunakan matriks QSPM:

Tabel 3. Hasil Matriks QSPM

No.	Alternatif Strategi	Bobot	Penetrasi Pasar		Pengembangan Produk	
			AS	TAS	AS	TAS
Faktor-faktor utama Kekuatan						
1	Sistem manajemen bersifat kekeluargaan	0,077	3	0,23	3	0,23
2	Ketepatan dalam proses pengorganisasian usaha	0,051	4	0,21	4	0,21
3	Harga produk yang relatif lebih murah	0,077	4	0,31	4	0,31
4	Lokasi yang strategis	0,051	3	0,15	2	0,10
5	Produk berkualitas baik dan bervariasi	0,077	4	0,31	4	0,31
6	Pemasaran menggunakan layanan pengantaran makanan secara online (gojek, grab, dll)	0,051	4	0,21	4	0,21
7	Pengelolaan dan pelaporan keuangan berjalan secara efektif	0,077	3	0,23	2	0,15

No.	Alternatif Strategi	Bobot	Penetrasi Pasar		Pengembangan Produk	
			AS	TAS	AS	TAS
	Faktor-faktor utama					
8	Ketersediaan sarana produksi	0,051	3	0,15	3	0,15
9	ketepatan dalam pelayanan	0,077	4	0,31	4	0,31
10	Standarisasi bumbu	0,051	4	0,21	4	0,21
11	Metode pemesanan yang variatif (<i>take away, dine in, catering</i>)	0,051	4	0,21	4	0,21
12	Kualitas bahan baku produk terjaga	0,051	4	0,21	4	0,21
	Kelemahan					
1	<i>Layout</i> rumah makan yang kurang optimal	0,051	4	0,21	2	0,10
2	Lahan parkir mobil yang kurang luas	0,051	3	0,15	2	0,10
3	Penjualan menurun karena COVID-19	0,077	4	0,31	2	0,15
4	Kecepatan pelayanan masih dianggap lama	0,077	3	0,23	3	0,23
	Faktor-faktor Eksternal					
	Peluang					
1	Mayoritas Penduduk menyukai makanan olahan sambel	0,065	3	0,19	3	0,19
2	Konsumen menyukai makanan yang ekonomis (murah)	0,065	4	0,26	4	0,26
3	Rumah makan dengan tempat yang luas (untuk berkumpul) lebih diminati oleh masyarakat	0,065				
4	Tingginya permintaan makanan siap saji ditengah pandemi COVID-19	0,048	2	0,10	2	0,10
5	Usaha Rumah Makan Sambel Cowek berada dilingkungan mahasiswa	0,065	4	0,26	4	0,26
6	Usaha Rumah Makan Sambel Cowek Memiliki legalitas usaha berbentuk CV	0,065	4	0,26	4	0,26
7	Pemerintah tidak membebankan pajak penjualan (PPN)	0,065	4	0,26	4	0,26
8	Perkembangan teknologi pemasaran (penjualan dengan media ojek online)	0,048	4	0,19	3	0,15

No.	Alternatif Strategi	Penetrasi Pasar			Pengembangan Produk		
		Faktor-faktor utama	Bobot	AS	TAS	AS	TAS
9	Semakin tingginya pengguna <i>smartphone</i> di Indonesia		0,065	4	0,26	4	0,26
Ancaman							
1	COVID-19 berdampak pada kondisi perekonomian nasional		0,081	4	0,32	4	0,32
2	Daya beli konsumen menurun karena pandemi COVID-19		0,065	3	0,19	4	0,26
3	Kebijakan PROKES menurunkan intensitas kunjungan ke rumah makan sambel cowek		0,065	4	0,26	3	0,19
4	Pemerintah membuat kebijakan PSBB dan PPKM akibat pandemi COVID-19		0,081	4	0,32	4	0,32
5	Munculnya pesaing baru yang memiliki daya saing		0,048	3	0,15	2	0,10
6	Persaingan harga produk sejenis		0,048	4	0,19	4	0,19
7	Adanya produk substitusi pengganti		0,065	3	0,19	3	0,19
STAS				7,02		6,49	

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan analisis QSPM, dapat diketahui prioritas strategi yang dapat diterapkan oleh Usaha Rumah Makan Sambel Cowek dimasa Pandemi COVID-19. Prioritas strategi pertama dengan nilai STAS 7,02 yaitu strategi penetrasi pasar yang dapat dilakukan dengan meningkatkan promosi menggunakan media pesan-antar makanan secara online seperti Gojek, dan Grab, serta Mendaftar dan bekerjasama dengan lebih banyak *platform* pesan-antar makanan secara online seperti shopeefood. Prioritas strategi yang kedua dengan nilai STAS 6,49 yaitu strategi pengembangan produk yang dapat dilakukan dengan menambahkan menu produk minuman kekinian seperti thai tea, green tea, red velvet, dsb.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian, dapat disimpulkan bahwa faktor kekuatan utama yang dimiliki Usaha Rumah Makan Sambel Cowek yaitu harga produk yang relatif lebih murah, sedangkan kelemahan utamanya penjualan menurun karena pandemi COVID-19. Selanjutnya faktor peluang utama yaitu usaha ini berlokasi di lingkungan mahasiswa dan faktor ancaman utama usaha ini yaitu pemerintah membuat kebijakan PSBB dan PPKM akibat Pandemi COVID-19. Alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh Usaha Rumah Makan Sambel Cowek dimasa pandemi COVID-19 yaitu strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Prioritas strategi yang dapat diterapkan di Usaha Rumah Makan Sambel Cowek adalah strategi penetrasi pasar.

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis dapat memberikan saran Alternatif strategi yang dapat diterapkan di Usaha Rumah Makan Sambel Cowek di masa pandemi COVID-19 adalah strategi pengembangan produk dengan cara menambahkan dan mengembangkan produk baru yang belum ada yaitu produk minuman kekinian seperti thai tea, green tea, red velvet, dsb. Prioritas strategi yang dapat adalah strategi penetrasi pasar dengan cara meningkatkan promosi menggunakan media pesan-antar makanan secara online seperti Gojek dan Grab dengan

menerapkan strategi diskon seperti diskon ongkos kirim, diskon terbatas, dan diskon spesial hari libur nasional dan dengan cara mendaftar ke lebih banyak *platform* pesan-antar makanan secara online seperti shopeefood dan *platform-platform* baru lainnya.

Daftar Pustaka

- Abdul Hakim. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pemain Dan Pecinta Sepak Bola). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1 (7), 1449-1458.
- Abidin, Z., Yanti, A., Zulfayanto, I., Rasid, M., Ismiyanti, N., Fitrianingi, N., Dwiyan, S., Nabila, U. H., Paramita, Y., & Bilkist, Z. K. (2021). Peningkatan Kualitas Kesehatan Masyarakat untuk Pencegahan Penyebaran Covid-19 di Masa Pandemi. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(1), 41-46.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Salemba Empat.
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nisak, Z. (2013). Analisis Swot untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal EKBIS*, 9 (1), 468-476
- Prakoso, F. A. (2020). Dampak Coronavirus Disease (Covid-19) Terhadap Industri Food & Beverages. *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, 33 (2), 1-6.
- Pratiwi, R. P., D. A. Puspitaningrum, I. Widowati. (2020). *Strategi pengembangan usaha kopi organik pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) Mandiri Sejahtera Ngrancah Grabag Kabupaten Magelang*. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi (JDSE)*, 21 (2), 190-204.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4 (2), 384-388.
- Yudiaris, I. G. (2015). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada CV. Puri Lautan Mutiara. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5 (1), 265-275.

Diajukan: 17 Februari 2022
Diterima: 25 Maret 2022
Dipublikasikan: 30 April

2022