



Surabaya, 6 Juli 2023

SEMINAR NASIONAL HASIL RISET DAN PENGABDIAN

"Peran Riset, Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Pembangunan Indonesia Berkelanjutan"



ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN PENERAPAN SWOT PADA USAHA DIMSUM CAKE DISIMSUM

**Nindri Yunilavira¹, Sarah Aliyah Rahma², Mifta Adinda Herliana³, Tarisyah
Maulina⁴, Oktavia Syafa Non Tyas⁵**

Program Studi Manajemen, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia

*Email: nindriynla7@gmail.com , sarahaliyahr@gmail.com , miftaadindaherliana@gmail.com ,
tmaulina12@gmail.com , osntyas@gmail.com

Correspondent Author : Aji Prasetyo

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia

*Email: ajiprasetyo@unipasby.ac.id

Abstrak

Dimsum merupakan makanan ringan yang berasal dari China. Makanan ini biasanya dimakan sebagai sarapan atau camilan siang hari. Salah satu olahan unik dari dimsum adalah dimsum Cake. Kue ulang tahun atau birthday cake yang selama ini dikenal di masyarakat umumnya memiliki cita rasa manis dengan banyak lapisan krim di atasnya. Berbagai jenis dimsum aneka isian akan disusun bertingkat menyerupai kue ulang tahun, lalu bisa ditambahkan hiasan sesuai perayaan hari special. Usaha ini memilih tempat produksi di Kecamatan Karang pilang Surabaya. Metode pemasaran melalui offline dan online seperti endorsement, membuat konten yang menarik di beberapa platform sosial media seperti tiktok dan instagram reels. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui kelayakan bisnis dimsum cake untuk dikembangkan menjadi usaha bisnis. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan penentuan nilai kelayakan bisnis.

Kata kunci: Kelayakan Bisnis; Dimsum

PENDAHULUAN

Kebanyakan masyarakat Indonesia gemar berkuliner. Kuliner adalah masakan dalam artian hasil dari proses memasak. Wisata kuliner adalah bepergian ke suatu daerah atau tempat yang menyajikan makanan khas dalam rangka mendapatkan pengalaman baru mengenai kuliner.

Saat ini kuliner sudah menjadi sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari karena makanan adalah sebuah kebutuhan sehari-hari. Semua itu, membutuhkan cara pengolahan makanan yang enak. Produk makanan bisa menjadi ide yang menguntungkan karena mayoritas penduduk Indonesia suka dengan makanan atau camilan. Seiring dengan perkembangan zaman semakin banyak sekali trend yang muncul tidak terkecuali trend memberi surprise kepada orang terkasih tidak hanya saat momen ulang tahun melainkan pada momen-momen lain seperti keberhasilan saat mencapai sesuatu, lulus setelah pendidikan, peringatan hari ibu dll. Dengan membuat produk yang unik dan antimainstream dapat menarik banyak masyarakat karena mereka tidak monoton sehingga terlihat beda dari yang lain.

Saat ini banyak sekali produk-produk unik yang bisa dijadikan sebagai hadiah atau *hampers*, tidak terkecuali produk yang kami jual yaitu dimsum cake. Kami memadukan produk dimsum yang dibentuk menjadi cake agar terlihat *antimainstream* atau beda dari yang lain. Berbagai jenis dimsum aneka isian akan disusun bertingkat menyerupai kue ulang tahun, lalu bisa ditambahkan hiasan sesuai perayaan hari special. Selain itu untuk mengetahui kebutuhan atau keinginan sesuai selera pelanggan maka perusahaan dapat menjual produk sesuai keinginan pelanggan, melihat hal ini bisa menjadi peluang bisnis yang bagus karena masih jarang sekali orang yang menjual produk seperti ini. Orang akan melihat produk kami yang unik sehingga mereka akan tertarik untuk membeli sebagai hadiah atau *hampers* kepada orang terkasih namun juga tidak menolak apabila ada orang yang ingin membeli hanya untuk mencoba dimakan sendiri.

Melihat potensi pangsa pasar dan penjualan yang cukup tinggi, Produk dimsum cake ini sudah ada di kalangan masyarakat akan tetapi usaha dimsum cake ini tidak terlalu tersebar secara merata dan masih banyak yang belum mengenal. sehingga kami memiliki peluang untuk memproduksi dan melakukan pemasaran yang tepat agar dapat menarik minat masyarakat luas. Dimsum cake yang kami produksi akan selalu mengedepankan kualitas karena menggunakan bahan dasar daging yang kaya akan protein dan juga pembuatannya yang higienis dengan cara di kukus, serta daging pilihan yang segar yang jauh dari bakteri. Selain itu memberikan keunggulan pula dengan berbagai macam cara seperti memberikan harga yang bersaing, serta berinovasi dalam proses produksi.

METODE

Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Mukhtar (2013:10) metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Dari penjelasan tersebut, maka metode kualitatif pada penelitian ini yaitu dengan mendeskripsikan atau menggambarkan tentang penentuan nilai kelayakan bisnis dimsum dalam pengembangan usaha bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:64) adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (strengths), Kelemahan (weakness), Peluang (opportunities), dan Ancaman (Threats). Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Melihat kekuatan yang dimiliki serta mengembangkan kekuatan tersebut dapat dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada.

Tabel 1. Tahap Perencanaan Bisnis

No	Program	Implementasi
1	Observasi Awal	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan observasi awal tentang produk yang akan diproduksi di Kec. Karangpilang Kota Surabaya guna mengetahui prospek produk. - Berkoordinasi dengan tim agar proaktif dalam setiap proses kegiatan untuk terlaksananya kegiatan ini.
3	Tahap Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> - Mengkoordinasikan awal pembuatan merek hingga produksi awal. - Mempraktekkan langsung pembuatan produk dimsum.
4	Tahap Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> - Tim melakukan evaluasi tentang hasil yang telah tercapai pada setiap kegiatannya dan kekurangan yang dialami selama program kegiatan. - Memiliki gambaran tentang kelanjutan usaha yang telah dilaksanakan.

Strenght (Kekuatan)

Keunikan dari produk yang kami miliki adalah yang biasanya apabila ada acara ulang tahun atau mungkin acara-acara lain kebanyakan menggunakan kue tart disini kami membuat terobosan dengan membuat dimsum menjadi seperti konsep kue tart sehingga bisa menjadi alternatif pengganti bila sudah bosan dengan kue tart yang biasanya dan pastinya rasa yang berkualitas tinggi dalam produk akan diterima dengan baik oleh masyarakat luas, kami mempunyai kualitas karna menggunakan bahan dasar daging yang kaya akan protein dan juga pembuatannya yang higienis dengan cara di kukus, serta daging pilihan yang segar yang jauh dari bakteri.

Weaknes (Kelemahan)

- a. Karena Produk kami termasuk makanan matang jadi ketahanan produk tidak bisa tahan lama. Produk kami tidak bisa tahan lama seperti makanan lain yang bisa bertahan hingga satu pekan. Sehingga apabila membeli produk dimsum cake ini disarankan agar langsung

dihabiskan (tidak menginap di lemari pendingin) meskipun bila disimpan di lemari pendingin tetap bisa dimakan (jarak 2-3hari) tetapi tentunya kualitas rasa akan berkurang.

- b. Produk mudah ditiru, tidak memungkiri konsep yang kita miliki mudah ditiru dengan produk lain sehingga menimbulkan persaingan.
- c. Harga bahan baku yang tidak stabil seiring perkembangan pasar juga sangat mempengaruhi harga jual dimsum.
- d. Keterbatasan dana : untuk bisnis kami yang tergolong masih mikro, keterbatasan dana menjadi salah satu kelemahan. Apabila ada perayaan hari-hari besar atau momen-momen tertentu, diperkirakan orderan akan melonjak tinggi. Dengan meningkatnya orderan tentu juga akan membutuhkan dana yang lebih besar untuk membeli bahan baku.

Opportunity (Peluang)

Produk ini sudah ada di kalangan masyarakat akan tetapi usaha dimsum cake ini tidak terlalu tersebar secara merata dan masih banyak yang belum mengenal. sehingga kami memiliki peluang untuk memproduksi dan melakukan pemasaran yang tepat agar dapat menarik minat masyarakat luas. Seiring dengan berkembangnya zaman, semakin banyak juga trend yang muncul seperti trend memberi hadiah atau hampers untuk orang terkasih dalam merayakan beberapa momen misalnya ulang tahun dan lulus setelah menyelesaikan pendidikan dsb namun selama ini trend hadiah atau hampers yang diberikan kebanyakan adalah cake atau kue tart oleh sebab itu kita membuat produk dimsum cake yang bahan utamanya adalah dimsum namun dikreasikan atau dibentuk seperti cake agar terlihat antimainstream dan beda dari yang lain. Dengan produk yang antimainstream ini diharapkan banyak masyarakat yang tertarik dan mencoba membeli.

- 1) Jumlah peminat dan target pasar luas : Produk ini sudah ada di kalangan masyarakat akan tetapi usaha dimsum cake ini tidak terlalu tersebar secara merata dan masih banyak yang belum mengenal. sehingga kami memiliki peluang untuk memproduksi dan melakukan pemasaran yang tepat agar dapat menarik minat masyarakat luas. Seiring dengan berkembangnya zaman, semakin banyak juga trend yang muncul seperti trend memberi hadiah atau hampers untuk orang terkasih dalam merayakan beberapa momen misalnya ulang tahun dan lulus setelah menyelesaikan pendidikan dsb namun selama ini trend hadiah atau hampers yang diberikan kebanyakan adalah cake atau kue tart oleh sebab itu kita membuat produk dimsum cake yang bahan utamanya adalah dimsum namun dikreasikan atau dibentuk seperti cake agar terlihat antimainstream dan beda dari yang lain. Dengan produk yang antimainstream ini diharapkan banyak masyarakat yang tertarik dan mencoba membeli

- 2) Dukungan dari pemerintah terhadap perkembangan bisnis lokal dan makanan khas daerah saat ini pemerintah menggalakkan untuk selalu memakai produk umkm. Hal ini membuat kami optimis bahwa kami bisa mengikuti perkembangan zaman karena produk kami adalah benar-benar produk yang dibuat homemade dan merupakan usaha yang kami rintis dari bawah
- 3) Tingkat pesanan akan melonjak tinggi pada hari-hari besar perayaan hari hari besar seperti hari raya Natal, Imlek, dan Idul Fitri ataupun momen-momen tertentu seperti misalnya perayaan ulangtahun, kelulusan dsb maka ini bisa menjadi momentum kita mendapatkan imbal hasil yang lebih banyak dari biasanya
- 4) Bisa dikembangkan lebih besar, karena bahan baku utama dari dimsum adalah daging ayam dimana daging ayam adalah makanan yang bisa diterima oleh hampir semua orang maka ini bisa menjadi peluang bagi perusahaan ini untuk bisa mengembangkan produk dengan memberi beberapa macam varian rasa

Threats (Ancaman)

Ancaman-ancaman yang timbul dalam usaha dimsum cake antara lain :

- a. Pesaing tidak sehat : beberapa orang yang memiliki niat buruk, membeli produk lain untuk memberikan review jelek agar dilihat orang dan kemudian penjualan menurun. Di zaman yang serba modern ini juga masih banyak masyarakat yang percaya dan melakukan hal ghaib untuk mempengaruhi usaha oranglain agar semakin berkurang pesaingnya.
- b. Harga bahan baku yang tidak stabil : bahan baku membuat dimsum ini merupakan bahan baku yang harganya cenderung sering naik turun. Hal ini tentu berpengaruh pada proses pembuatan dimsum karena kita sudah menentukan harga jualnya. Saat kita menentukan harga jual kita telah menghitung harga bahan bakunya berdasarkan harga pada saat itu. Mustahil jika kita juga mengubah harga jual setiap saat untuk menyesuaikan harga bahan bakunya.
- c. Adanya produk yang sama dengan kualitas harga yang jauh lebih murah : kita tidak bisa mengendalikan harga pasar atau mengendalikan harga jual milik oranglain. Apabila ada oranglain yang menjual produk yang sama seperti produk kita tetapi dengan harga yang lebih murah maka pelanggan akan condong memilih harga yang lebih murah meskipun belum tahu bagaimana kualitas masing-masing produk karena kebanyakan orang akan mengutamakan harga yang lebih murah dahulu kemudian kualitas produk atau rasanya.
- d. Cepatnya perubahan trend juga mempengaruhi minat konsumen terhadap produk kami : zaman yang semakin berkembang juga menghasilkan banyak trend. Trend tidak bisa

bertahan dengan stabil untuk waktu yang lama apabila tidak bisa mengelola marketing atau pemasaran dengan baik. Tiap waktu pasti ada trend baru yang muncul. Hal ini bisa menjadi ancaman untuk produk kami karena produk kami cenderung dibeli pelanggan untuk beberapa momen yang mengikuti trend.

Aspek Produksi

Menurut Assauri (2011:75), produksi adalah cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan, dana) yang ada.

Aspek produksi adalah salah satu aspek business plan yang menjelaskan proses produksi termasuk teknis/operasional dan teknologi yang digunakan sampai produk/ jasa tersebut diterima konsumen.

Bahan baku (ketersediaan dan keberlanjutan) : kita memilih dan mengupayakan agar ketersediaan bahan baku untuk produksi stabil sehingga tidak mempengaruhi waktu proses produksi dan harga jual produk. Keberlanjutan produk kita mengupayakan agar tetap menggunakan bahan baku dengan harga yang cenderung terjangkau tetapi dengan kualitas terbaik. Kami juga berkomitmen untuk selalu memperhatikan kualitas bahan baku yang akan kami produksi guna menjaga kualitas produk jadi tetap baik dan tidak mengecewakan pelanggan. Dalam hal penyimpanan bahan baku kami juga akan berkomitmen untuk menjaga tempat penyimpanan dan disesuaikan dengan standar agar bahan baku tidak rusak sebelum digunakan saat produksi sehingga saat digunakan untuk memproduksi hingga sampai produk dimsum cake ini jadi kualitasnya tetap terjaga

Aspek Promosi

Fandy Tjiptono (2015:387) menyatakan bahwa “Promosi adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan”

Aspek promosi digunakan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan untuk mengetahui kebutuhan atau keinginan produk yang dibuat oleh perusahaan, dengan begitu perusahaan dapat menjual produk sesuai keinginan pelanggan.

Dalam usaha kami, target pasar kami lebih condong ke kalangan remaja hingga dewasa (prioritas : wanita) karena biasanya yang menyukai hal unik dan seru adalah remaja wanita.

Persaingan untuk di wilayah Sidoarjo dan Surabaya penjual dimsum cake tidak terlalu banyak cenderung jarang sehingga kita yakin ide usaha ini bisa bersaing dan lebih mudah dikenal masyarakat. Pemasaran yang akan kami lakukan (penetapan harga hingga purna jual) dengan melakukan riset pasar untuk mengetahui harga di pasaran mempertimbangkan harga bahan

baku sehingga kita juga bisa membandrol harga yang terjangkau untuk produk kita. Kita juga akan meminta serta menerima dengan lapang dada saran dan kritik dari customer yang telah membeli produk kita sehingga kita bisa melakukan perbaikan. Strategi pemasaran yang akan usaha kami lakukan adalah endorsement, membuat konten yang menarik di beberapa platform sosial media seperti tiktok dan instagram reels.

Aspek Keuangan

Menurut Umar (2009), aspek finansial merupakan aspek yang berkaitan dengan kondisi keuangan suatu usaha baik dari investasi awal usaha dan keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan. Aspek finansial bersifat kuantitatif dan digunakan untuk menganalisis dana yang dibutuhkan dalam menjalankan suatu usaha, selanjutnya strategi diimplementasikan dengan membuat investasi melalui sumber daya yang terbatas dengan kegiatan-kegiatan tertentu. Untuk itu diperlukan perencanaan keuangan yang merancang suatu anggaran keuangan yang terkait dengan penyusunan anggaran (budgeting).

Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan suatu usaha secara keseluruhan. Dalam aspek keuangan ini mempelajari bagaimana individu, bisnis, dan organisasi meningkatkan, mengalokasikan, dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu, dan juga menghitung risiko dalam menjalankan suatu bisnis. Aspek keuangan memberikan gambaran yang berkaitan dengan keuntungan suatu bisnis, sehingga merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diteliti kelayakannya.

Apabila sebuah usulan rencana bisnis tak ada perhitungan aspek keuangan, maka akan sulit melakukan pengukuran pada keberhasilan usaha. Dimana perlu diperhitungkan manfaat dan biaya yang dikeluarkan dan dibandingkan dengan pendapatan, pengeluaran, biaya modal, ketersediaan dana, kemampuan bisnis membayar kembali dana itu dengan rentang waktu yang sudah ditentukan sebelumnya. Serta untuk menilai apakah kedepannya bisnis tersebut akan terus berkembang atau justru berhenti karena merugi.

Secara garis besar, penilaian dalam aspek keuangan terdapat hal-hal yang meliputi:

Aspek keuangan :

1. Sumber-sumber dana yang diperoleh

Sumber dana merupakan sumber dari mana usaha tersebut mendapatkan sejumlah dana yang digunakan untuk melakukan berbagai macam aktivitas usaha baik itu untuk kegiatan operasional hingga ekspansi bisnis. Nama usaha bisnis ini yaitu "Disismsum". Sumber dana yang digunakan pada usaha Dimsum Cake ini menggunakan modal usaha sendiri tanpa adanya modal asing atau pinjaman dari pihak manapun.

2. Kebutuhan Biaya Investasi Awal

Biaya Investasi adalah biaya transaksi yang digunakan untuk segala kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan usaha. Biaya investasi awal pada usaha ini merupakan biaya yang dikeluarkan pada saat awal pembukaan usaha Dimsum Cake. Pada biaya investasi awal ini meliputi peralatan yang dibutuhkan untuk memasak dan peralatan kecil lainnya.

3. Estimasi Pendapatan

Estimasi pendapatan ini mengukur jumlah laba yang tersisa dalam bisnis setelah semua biaya yang telah dibayarkan dalam suatu periode. Proyeksi penjualan pada bisnis catering ini minimal mendapat 4 kali pesanan dalam 1 Bulan dan untuk estimasi pendapatan diperkirakan sudah mencapai target.

KESIMPULAN

Semakin berkembangnya industri boga atau kuliner saat ini membuat setiap perusahaan atau pebisnis yang ingin bersaing harus bisa menemukan ide yang inovatif agar berhasil minat pembeli. Kegiatan individu yang semakin padat dan sibuk membuat individu tersebut lebih memilih makanan yang praktis. Salah satu ide bisnis yang perusahaan ini buat adalah di bidang kuliner yaitu dimsum yang dimodifikasi bentuknya menjadi seperti cake. Hal ini membuat dimsum tersebut menjadi unik dibandingkan dimsum lainnya sehingga produk ini tidak hanya bernilai konsumtif namun juga bernilai lebih misalnya bisa digunakan sebagai hampers untuk acara-acara tertentu seperti wisuda, ulangtahun dsb. Berbagai Analisa dari produk ini pun dibuat agar perusahaan bisa mengerti kelebihan serta kekurangan sehingga kegiatan produksi hingga sampai di tangan pembeli bisa maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri,Sofjan. 2011. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers. 460 Hal.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Husein Umar. 2009. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Persada
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Mukhtar. 2013. Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta: Referensi (GP Press Group)