

ANALISIS SWOT PADA UMKM NASI GORENG (NASGOR MELEDAK)

Muhammad Zidan Berampu¹, Tyna Yunita², Muhammad Walid Alba'Its³

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

¹202210325183@mhs.ubharajaya.ac.id, ²tyna.ubj@gmail.com, ³

202210325181@mhs.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis nasi goreng dengan menggunakan metode analisis SWOT. Nasi goreng adalah salah satu hidangan populer di Indonesia yang memiliki potensi besar untuk berkembang dalam industri kuliner. Analisis ini meliputi identifikasi kekuatan seperti cita rasa yang enak dan bervariasi, bahan baku yang mudah diperoleh, serta biaya produksi yang relatif rendah. Kelemahan yang ditemukan antara lain persaingan yang ketat dan ketergantungan pada kualitas bahan baku. Dari sisi peluang, bisnis nasi goreng meledak dapat memanfaatkan tren meningkatnya konsumsi makanan siap saji dan peluang ekspansi ke pasar internasional. Hasil Analisis SWOT ini mengidentifikasi bahwa dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang tersedia serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada, bisnis nasi goreng dapat meraih pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang. Rekomendasi strategis mencakup diversifikasi menu, peningkatan kualitas layanan, dan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran

kata kunci : *Analisis SWOT , UMKM*

ABSTRACT

The research aims to evaluate the internal and external factors affecting the fried rice business using the SWOT analysis method. Fried rice is one of the popular dishes in Indonesia, with significant potential for growth in the culinary industry. This analysis includes identifying strengths such as delicious and varied flavors, easily obtainable ingredients, and relatively low production costs. The weaknesses identified include intense competition and dependence on the quality of raw materials. From the perspective of opportunities, the fried rice business can capitalize on the growing trend of ready-to-eat food consumption and opportunities for expansion into international markets. The results of this SWOT analysis indicate that by leveraging the available strengths and opportunities, and addressing the existing weaknesses and threats, the fried rice business can achieve long-term growth and sustainability. Strategic recommendations include menu diversification, improving service quality, and utilizing technology in marketing.

PENDAHULUAN

Bisnis tidak lagi dianggap sebagai bidang pekerjaan yang hanya dilakukan oleh masyarakat kelas tertentu. Di era digital saat ini, bisnis menunjukkan jangkauan yang luas. Perubahan pola pikir masyarakat tentang perkembangan bisnis membuka peluang baru bagi setiap individu untuk memanfaatkan kesempatan yang ada. Setiap orang pada dasarnya memiliki potensi diri yang merupakan akumulasi dari keterampilan yang dimiliki. Dalam konteks dunia usaha, pelaku bisnis perlu dibekali

dengan berbagai keterampilan yang mendukung pengembangan usaha. Khususnya bagi UMKM pada tingkat start-up, mereka perlu memiliki perencanaan bisnis yang dituangkan dalam sebuah model bisnis (Vitria Puri Rahayu, 2022). Model bisnis ini memetakan kompleksitas dalam menganalisis strategi perusahaan ke dalam sembilan elemen baik internal maupun eksternal (Vitria Puri Rahayu, 2022). Tujuannya adalah untuk memudahkan pelaku usaha dalam merumuskan strategi tertentu agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

UMKM (Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah) saat ini memegang peranan penting dalam perkembangan ekonomi. Peran UMKM dalam konteks ekonomi Indonesia sangat signifikan karena mereka menjadi tulang punggung dan fokus utama ekonomi yang kuat dan harus dipertahankan, karena mampu memberikan dampak berarti terhadap pertumbuhan ekonomi dan peningkatan lapangan kerja di Indonesia. Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM, beberapa alasan terkait pentingnya peran UMKM adalah kontribusi besar terhadap PDB: Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 61% dari PDB Indonesia dan menyediakan pekerjaan bagi sekitar 97% dari total tenaga kerja di sektor non-pertanian. Selain itu, UMKM membantu meningkatkan inklusi keuangan dengan memberikan akses keuangan kepada masyarakat yang kurang terlayani oleh lembaga keuangan formal (Ni Luh Laksmi Rahmantari, 2023).

Salah satu contoh UMKM yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia adalah “NASGOR MELEDAK”, yang fokus pada sektor kuliner dengan menyajikan variasi nasi goreng dengan rasa dan topping yang unik. Nasi goreng merupakan makanan yang sangat populer di Indonesia dan memiliki daya tarik tersendiri bagi Masyarakat. Usaha nasi goreng ini diperkenalkan kepada Masyarakat luas, khususnya Masyarakat yang berada di Bekasi Barat. Faktor-faktor seperti lokasi usaha yang strategis, konsistensi dalam kualitas produk, manajemen yang efektif, dan strategi pemasaran yang tepat menjadi kunci kesuksesan bisnis ini.

Meskipun UMKM NASGOR MELEDAK memiliki potensi besar, mereka menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan laba dan daya saing. Tantangan ini mencakup perencanaan strategi bisnis yang efektif, pengelolaan modal, pemilihan bahan baku berkualitas, dan strategi promosi yang tepat untuk menjaga kelangsungan bisnis. Analisis menyeluruh terhadap kondisi bisnis, termasuk perencanaan dan pengembangan yang melibatkan evaluasi kebutuhan modal dan strategi pemasaran inovatif, sangat penting untuk menjaga stabilitas dan kesuksesan usaha.

Selain perencanaan yang matang, pengembangan bisnis juga penting untuk memperluas dan mempertahankan usaha tersebut. Pengembangan bisnis melalui strategi perencanaan melibatkan serangkaian langkah untuk meningkatkan kinerja bisnis, seperti peningkatan produk dan layanan, penetrasi pasar baru, serta kolaborasi dengan pihak lain. Dengan terus berinovasi dalam proses produksi, pelayanan, dan manajemen dapat tetap relevan di pasar yang dinamis dan mempertahankan minat pelanggan (Kurniawan, 2024).



Gambar 1. Produk Nasi Goreng (NASGOR MELEDAK)

Di jurnal ini kami membahas tentang produk *NASGOR MELEDAK*. dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mencapai kesuksesan jangka panjang dalam bisnisnya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif dilakukan melalui beberapa siklus yang dimulai dengan pemilihan proyek penelitian, pengumpulan data dengan menyusun pertanyaan terkait proyek tersebut, hingga analisis dan interpretasi data yang terkumpul. Metode deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai situasi atau kejadian, di mana data dasar dikumpulkan tanpa melakukan manipulasi atau intervensi terhadap fenomena yang diamati (Fauziah Humairoh¹, 2024).

Tahapan penelitian di Warung Nasgor Meledak melibatkan beberapa langkah yang sistematis untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja bisnis, contohnya dengan melakukan Langkah Langkah pengumpulan data (melalui wawancara, survey dan kuisisioner , dan observasi langsung). Penelitian juga dilakukan dengan mencari sumber ilmiah seperti google scholar dan web resmi lainnya.

Metode penelitian berfungsi untuk membantu dalam penulisan laporan yang akan dibahas dalam penelitian. Penelitian ini terdiri dari empat tahapan. Tahap pertama adalah identifikasi masalah, yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan, asumsi penelitian, studi lapangan, dan studi literatur. Tahap kedua adalah pengumpulan dan pengolahan data, di mana terdapat dua jenis data yang dikumpulkan, yaitu data primer dan data sekunder. Pengolahan data dilakukan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT. Tahap ketiga adalah analisis dan pembahasan, yang dilakukan berdasarkan hasil pengolahan data. Tahap terakhir adalah kesimpulan dan saran, di mana dijawab permasalahan yang ada dan diberikan usulan (Ni Luh Laksmi Rahmantari, 2023).

UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menghadapi tantangan yang cukup besar di tengah dinamika bisnis yang terus berubah. Persaingan semakin sengit karena arus perdagangan bebas, baik dalam skala nasional maupun internasional, menciptakan persaingan dari berbagai aspek. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008,

UMKM dibagi menjadi tiga kategori: (a) Usaha Mikro, yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan dengan aset maksimum Rp. 50 Juta dan omset maksimum Rp. 300 Juta, (b) Usaha Kecil, yang memiliki aset Rp. 50 Juta - Rp. 500 Juta dan omset Rp. 300 Juta - Rp. 2,5 Miliar, (c) Usaha Menengah, dengan aset Rp. 500 Juta - Rp. 10 Miliar dan omset >Rp. 2,5 Miliar - Rp. 50 Miliar. Peran UMKM sebagai penyokong pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat penting karena memberikan kontribusi dalam perputaran perekonomian. Pengembangan sektor UMKM memiliki arti tersendiri dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat kemiskinan. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering dianggap sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, terutama bagi negara-negara dengan pendapatan per kapita yang rendah (Sianturi, 2020).

ANALISIS SWOT

Pearce dan Robinson (1997) menegaskan bahwa analisis SWOT merupakan bagian penting dari proses manajemen strategis. Ini melibatkan evaluasi faktor internal perusahaan untuk membentuk profil perusahaan, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang kemudian dibandingkan dengan peluang dan ancaman eksternal. Tujuannya adalah untuk menciptakan strategi alternatif yang berbasis pada analisis ini. Fokus utamanya adalah untuk mengurangi kelemahan dan mengatasi ancaman, sambil secara simultan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada (Aniswatun Masruroh, 2023).

RESEARCH SITES

Penempatan untuk tempat usaha menjadi penting karena dilihat dari area yang strategis dengan penempatan bisnis sehingga nantinya pelanggan dapat dengan mudah ke sana. Mulai dari akses jalan misalnya lewat jalan utama, lokasi. Salah satu tempat komersial yang banyak dilihat orang di kawasan ini adalah Bekasi Barat, Kayuringin. karena kawasan tersebut memiliki titik pertemuan masyarakat yang menjadi pusat kuliner daerah tersebut.

MARKETING TARGET

Target pemasaran adalah sekelompok konsumen yang menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran produk tertentu. Dengan kata lain, pasar sasaran merupakan kelompok konsumen yang memiliki kesamaan dalam hal usia, karakteristik, dan preferensi tertentu. Dalam konteks bisnis Nasgor Meledak. target pasar dapat bervariasi dari remaja hingga dewasa karena produk ini dapat disesuaikan dengan preferensi tingkat kepedasan seta topping yang berbeda-beda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Nasgor Meledak yang fokus pada bisnis nasi goreng, ditemukan beberapa temuan yang signifikan. Pertama, nasi goreng adalah produk yang telah terbukti populer dan memiliki pangsa pasar yang stabil di berbagai negara, termasuk Indonesia, Malaysia, Thailand, dan Singapura. Kepopulerannya menjadikannya sebagai opsi bisnis menjanjikan bagi pelaku usaha skala kecil dan menengah. Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat di sektor makanan siap saji dan restoran,

UMKM nasi goreng perlu mempertimbangkan strategi diferensiasi yang kuat untuk membedakan produk mereka dari pesaing.

Salah satu keunggulan utama UMKM nasi goreng adalah fleksibilitasnya dalam menyesuaikan rasa dan bahan tambahan. Hal ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan produk dengan preferensi konsumen yang beragam, baik dari segi tingkat kepedasan maupun tambahan bahan seperti ayam, udang, sayuran, atau telur. Namun, tantangan yang dihadapi adalah ketergantungan pada ketersediaan bahan baku dan fluktuasi harga, yang dapat memengaruhi konsistensi kualitas produk dan margin keuntungan.

Dalam menghadapi peluang, Nasgor Meledak dapat mempertimbangkan inovasi menu untuk menciptakan variasi baru yang menarik minat konsumen. Selain itu, strategi ekspansi pasar di mana nasi goreng belum begitu populer atau kemitraan dengan restoran atau merek makanan lain juga dapat menjadi langkah efektif untuk memperluas jangkauan pasar.

Analisis SWOT merupakan teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk mengembangkan rencana strategis Nasgor Meledak:

kekuatan

- cita rasa nasi goreng yang khas dan autentik
- penggunaan bahan-bahan segar
- pelayanan yang cepat dan ramah.

kelemahan

- keterbatasan modal untuk ekspansi
- kurangnya variasi menu
- minimnya promosi yang menyebabkan kurang dikenal di luar lingkungan sekitar

Peluang

- tren kuliner yang terus berkembang
- meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan jalanan
- kemitraan dengan platform pengantaran makanan online untuk memperluas jangkauan pasar.

ancaman

- persaingan dengan pedagang nasi goreng lainnya yang semakin banyak
- fluktuasi harga bahan baku
- perubahan preferensi konsumen.

Melalui analisis SWOT yang menyeluruh, UMKM nasi goreng dapat menyusun rencana strategis yang lebih baik untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada.

Eksternal/Internal	Strengths	Weaknesses
Opportunities	1. Cita Rasa Unik dan Khas:	1. Kualitas Bahan Baku Tidak Konsisten:
1. Pasar yang Luas: Nasi goreng adalah makanan yang sangat populer di Indonesia dan banyak negara Asia. Ada potensi pasar yang besar untuk produk nasi	Nasgor meledak memiliki rasa yang khas dan unik yang membedakannya dari	Jika tidak ada kontrol kualitas yang ketat, bahan baku yang

goreng dengan cita rasa yang unik dan khas. 2. Tren Kuliner: Tren kuliner terus berkembang, dengan konsumen mencari pengalaman makanan yang baru dan unik. Nasgor meledak dapat menarik perhatian pecinta kuliner yang suka mencoba varian baru dari makanan yang mereka kenal.	nas goreng biasa. Ini bisa menjadi daya tarik utama bagi pelanggan yang mencari pengalaman kuliner baru. 2. Bahan Berkualitas: Penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi dan segar dapat meningkatkan rasa dan kepuasan pelanggan, serta membangun reputasi positif. 3. Popularitas Nasi Goreng: Nasi goreng adalah salah satu makanan yang sangat populer dan dicintai oleh banyak orang, sehingga potensi pasar sangat besar. 4. Branding yang Menarik: Nama "nasgor meledak" yang unik dan mudah diingat dapat menarik perhatian dan membuat pelanggan penasaran untuk mencobanya.	digunakan untuk membuat nasi goreng bisa bervariasi dalam kualitasnya, yang akan mempengaruhi cita rasa dan kepuasan pelanggan. 2. Ketergantungan pada Bahan Baku Tertentu: Jika ada bahan baku tertentu yang sulit didapatkan atau harganya naik, hal ini bisa mengganggu operasional dan keuntungan bisnis. 3. Skala Bisnis Kecil: Sebagai bisnis yang mungkin masih dalam tahap awal, skala bisnis yang kecil bisa membatasi kemampuan untuk bernegosiasi harga dengan pemasok dan mencapai efisiensi ekonomi.
Threats	1. Persaingan Ketat: Banyaknya bisnis nasi goreng dan makanan sejenis yang sudah mapan dapat menjadi ancaman serius. Bisnis-bisnis ini mungkin memiliki pelanggan setia dan reputasi yang lebih kuat. 2. Perubahan Tren Konsumen: Perubahan tren makanan dan preferensi konsumen dapat	4.

	mempengaruhi permintaan terhadap nasi goreng. Misalnya, meningkatnya minat terhadap makanan sehat bisa mengurangi daya tarik nasi goreng yang umumnya berkalori tinggi.	
	3. Kenaikan Harga Bahan Baku: Fluktuasi harga bahan baku seperti beras, daging, dan bumbu dapat mempengaruhi biaya produksi dan margin keuntungan. Ketergantungan pada bahan impor juga bisa meningkatkan risiko terkait nilai tukar mata uang.	
	4.	5.

Kesimpulan

Analisis SWOT pada UMKM Nasgor Meledak menunjukkan bahwa bisnis ini memiliki beberapa keunggulan, seperti cita rasa khas, penggunaan bahan segar, dan pelayanan yang cepat dan ramah. Namun, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diatasi, seperti keterbatasan modal, kurangnya variasi menu, dan promosi yang terbatas. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi tren kuliner yang berkembang, meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan jalanan, dan kemitraan dengan platform pengantaran makanan online. Di sisi lain, ancaman yang harus diantisipasi mencakup persaingan yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan preferensi konsumen.

Dengan analisis ini, UMKM nasi goreng dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan. Memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, sambil mengatasi kelemahan dan ancaman, akan membantu bisnis ini berkembang lebih cepat dan tetap kompetitif di pasar.

Daftar Pustaka

Aniswatun Masruroh, S. M. (2023). STRATEGI BERSAING UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19 MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT (STUDI KASUS UMKM . *jurnal manova* .

- Fauziah Humairoh¹, W. S. (2024). OPTIMALISASI KEUNTUNGAN PENJUALAN NASI KUNING DAN ASI GORENG MENGGUNAKAN PROGRAM LINEAR METODE GRAFIK. *EDUJAVARE PUBLISHING*.
- Kurniawan, M. T. (2024). STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM NASI GORENG (NASGOR IN): MENUJU KESUKSESAN KESUKSESAN DALAM INDUSTRI KULINER. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*.
- Ni Luh Laksmi Rahmantari, A. P. (2023). ANALISIS STRATEGI KEBERLANJUTAN UMKM DENGAN METODE QSPM (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING). *Jurnal Satyagraha*.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*.
- Vitria Puri Rahayu, R. F. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *JOURNAL OF COMMUNITY SERVICE LEARNING*.