

Analisis Strategi Pada UMKM Samosa Mubels Menggunakan Model Strategi Framework 7S

Gigi Nurul Andrea Putri
Universitas Teuku Umar, Indonesia

*Email Korespondensi: giginurulandreaputri@gmail.com

Diterima: 15-12-2024 | Disetujui: 16-12-2024 | Diterbitkan: 17-12-2024

ABSTRACT

This article aims to analyze the application of elements in the McKinsey 7S Framework in the operations of umkm Samosa Mubels, with a focus on the alignment between vision, organizational structure, marketing system and team performance. Through a qualitative approach with interviews with business owners, this article also evaluates the effectiveness of the marketing strategies implemented and identifies innovation opportunities to strengthen market position. UMKM Samosa Mubels is a culinary business that specializes in samosa products and typical Acehnese iced tea. To achieve its goal, namely advancing MSMEs in Meulaboh and introducing the culinary flavors of Aceh to tourists, Samosa Mubels implements various marketing strategies and product innovations.

Keywords: *UMKM, samosa mubels, mckinsey 7s, marketing strategy, product innovation*

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis penerapan elemen-elemen dalam McKinsey 7S Framework dalam operasional UMKM Samosa Mubels, dengan fokus pada keselarasan antara visi, struktur organisasi, sistem pemasaran, dan kinerja tim. Melalui pendekatan kualitatif dengan wawancara kepada pemilik usaha, artikel ini juga mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan serta mengidentifikasi peluang inovasi untuk memperkuat posisi pasar. UMKM Samosa Mubels merupakan usaha kuliner yang mengkhususkan pada produk samosa dan es teh khas Aceh. Untuk mencapai tujuannya, yaitu memajukan UMKM di Meulaboh dan memperkenalkan cita rasa kuliner Aceh kepada wisatawan, Samosa Mubels menerapkan berbagai strategi pemasaran dan inovasi produk

Kata kunci : UMKM, Samosa Mubels, McKinsey 7S, Strategi Pemasaran, Inovasi Produk

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Andrea Putri, G. N. (2024). Analisis Strategi Pada UMKM Samosa Mubels Menggunakan Model Strategi Framework 7S. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 1904-1908. <https://doi.org/10.62710/9acqnb83>

PENDAHULUAN

UMKM Samosa Mubels adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner yang berfokus pada produk makanan khas seperti samosa dan es teh. Dengan visi untuk memajukan UMKM di Meulaboh dan memperkenalkan cita rasa khas daerah Aceh kepada wisatawan, Samosa Mubels berkomitmen untuk tidak hanya menyediakan makanan berkualitas tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

Pemasaran yang diterapkan oleh umkm samosa mubels saat ini adalah melalui media sosial dan keikutsertaan dalam berbagai event kuliner. tim samosa aktif berinteraksi di media sosial dan mengumpulkan umpan balik langsung dari konsumen, sehingga samosa bisa menyesuaikan produk dan layanan yang ditawarkan.

Framework 7s merupakan model untuk menilai efektivitas organisasi dalam mencapai tujuan organisasi dimana dalam model ini terdapat 7 elemen yakni strategy(strategi), structure(struktur), system (sistem), skill (keterampilan), staff (staf), style (gaya kepemimpinan), shared value (nilai bersama). Menggunakan model framework 7S, analisis ini menunjukkan bahwa keselarasan antara visi, struktur organisasi, sistem pemasaran, dan kinerja tim sangat penting untuk mencapai tujuan yang ditetapkan

UMKM yang dikelola memfokuskan produk utama pada samosa dengan berbagai varian rasa, seperti ayam, beef, serta kemasan frozen yang praktis. Kami juga menawarkan Es Teh Al-Baik yang diracik secara mandiri. Keunggulan kompetitif kami terletak pada kualitas produk yang terjaga melalui takaran dan bahan yang konsisten, serta cita rasa yang disesuaikan dengan preferensi lokal masyarakat Aceh. Proses inovasi dan pengembangan produk dilakukan dengan meracik varian baru sambil mempertimbangkan kemasan yang lebih praktis, seperti kemasan frozen. Namun, saat ini fokus utama kami adalah pada branding produk sebelum meluncurkan inovasi lebih lanjut.

Target pelanggan samosa sangat luas, mencakup anak-anak, remaja, hingga orang dewasa, mengingat samosa merupakan camilan yang umum disukai oleh berbagai kalangan. Untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, tim samosa aktif berinteraksi di media sosial dan mengumpulkan umpan balik langsung dari konsumen, sehingga samosa bisa menyesuaikan produk dan layanan yang ditawarkan.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh umkm samosa mubels saat ini adalah melalui media sosial dan keikutsertaan dalam berbagai event kuliner. Efektivitas strategi ini diukur melalui peningkatan penjualan dan penambahan jumlah pengikut di media sosial. Distribusi produk saat ini masih dilakukan secara langsung, tetapi kami terbuka untuk menjalin kerjasama dengan kafe atau reseller di masa depan untuk memperluas jangkauan pasar.

Data pelanggan di manfaatkan untuk melakukan personalisasi komunikasi, memperbaiki pelayanan, dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Segmentasi pasar samosa tidak spesifik, karena produk Samosa Mubels ditujukan untuk segmen pasar umum, berfokus pada kebutuhan dan preferensi berbagai kelompok usia. Diferensiasi produk samosa mubels dilakukan melalui kualitas bahan yang digunakan dan cita rasa unik yang sulit ditiru, serta menyampaikan pesan utama dalam kampanye pemasaran yaitu keunikan produk kami yang menonjol, yakni "kulit tebal dan isian penuh" sebagai nilai jual utama.

Keunggulan bersaing merupakan inti dari kinerja perusahaan dalam menghadapi persaingan di pasar. Pada hakikatnya, keunggulan ini muncul dari kemampuan perusahaan untuk memberikan nilai tambah yang relevan bagi pembeli. Nilai tersebut haruslah unik dan tidak dimiliki oleh para pesaing. Nilai atau manfaat yang ditawarkan itulah yang menjadi alasan bagi pembeli untuk memilih produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam rangka menciptakan nilai ini, perusahaan memerlukan

perencanaan yang komprehensif dan strategi yang tepat, termasuk di dalamnya manajemen yang efektif dan efisien.

Dari banyaknya UMKM yang sedang berkembang di kota Meulaboh penulis tertarik untuk melakukan penelitian di salah satu UMKM yang bergerak di bidang industri makanan UMKM tersebut bernama SAMOSA.

Terdapat berbagai strategi bersaing yang dapat diterapkan pada UMKM di seluruh Indonesia. Strategi tersebut harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi lingkungan masing-masing UMKM agar penerapannya tepat sasaran. Hal ini bertujuan untuk menciptakan daya saing yang sehat serta mendukung pemilik usaha dalam merumuskan tujuan bisnis mereka dengan lebih jelas. Dengan demikian, usaha dapat dijalankan secara terarah dan fokus.

Tujuan dari penelitian ini sendiri untuk menganalisis model strategi UMKM Samosa menggunakan framework 7s. Melalui kajian ini, penulis ingin mengeksplorasi bagaimana strategi bersaing dapat diterapkan pada UMKM Samosa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi dan memahami pandangan, pengalaman, serta perspektif para informan terkait UMKM Samosa Mubels. Teknik utama pengumpulan data adalah wawancara mendalam (in-depth interview), yang memungkinkan peneliti mendapatkan informasi yang lebih kaya dan mendalam tentang fenomena yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi-terstruktur, yang menggunakan panduan wawancara sebagai kerangka dasar, tetapi tetap memberikan fleksibilitas bagi informan untuk menjelaskan pengalaman atau pandangan mereka secara mendalam

HASIL

Penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik sebuah usaha kuliner UMKM di Meulaboh, Aceh. Usaha ini berfokus pada produksi dan penjualan camilan berupa samosa dan minuman es teh. Wawancara mencakup berbagai aspek bisnis, termasuk visi misi perusahaan, strategi pemasaran, manajemen operasional, inovasi produk, serta analisis pasar dan persaingan. Hasil dari wawancara sebagai berikut :

Profil dan Visi Perusahaan

Usaha ini merupakan UMKM di bidang kuliner yang memproduksi samosa dan es teh. Visi Perusahaan Menerapkan strategi pemasaran digital, terutama melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, untuk menjangkau pelanggan di luar Meulaboh.

Struktur Organisasi

- Owner: Bertanggung jawab atas keputusan strategis dan pengelolaan umum.
- Manajer Operasional: Mengatur manajemen harian, keuangan, dan produksi.
- Tim Produksi: Memastikan bahan baku berkualitas dan memantau proses produksi.

- Tim Pemasaran dan Sosial Media: Bertanggung jawab untuk kampanye pemasaran, komunikasi, dan branding.

Peran dalam Pengambilan Keputusan:

Sebagai owner, terlibat langsung dalam pengambilan keputusan strategis dan operasional.

Proses Pengambilan Keputusan:

Mengumpulkan masukan dari karyawan, menganalisis saran, dan mempertimbangkan keuntungan serta kerugian sebelum mengambil keputusan. Pengambilan keputusan bersifat sentralistik tetapi mempertimbangkan input dari tim.

Penilaian Efektivitas Tim Manajemen

Melalui pemantauan harian terhadap SOP dan kinerja karyawan, serta melakukan cross-check untuk memastikan kualitas pelayanan dan produk.

Style (Gaya Kepemimpinan)

Gaya Kepemimpinan: Gaya kepemimpinan yang kolaboratif, dengan pemilik yang aktif dalam setiap aspek bisnis. Pemilik atau owner dari samosa mubels terlibat langsung dalam pelatihan karyawan dan memantau operasional secara rutin

Staff (Staf)

Kualifikasi dan Pelatihan: Karyawan harus memiliki percaya diri dan keterampilan komunikasi yang baik. Pada bisnis samosa ini calon karyawan akan melakukan Pelatihan untuk memastikan semua karyawan memahami SOP dan cara berinteraksi dengan pelanggan.

Skills (Keterampilan)

Keterampilan Utama: Keterampilan dalam penyajian dan produksi samosa, serta penggunaan media sosial untuk pemasaran. Dalam bisnis ini karyawan harus memiliki keterampilan yang mumpuni sesuai dengan posisi masing-masing.

SIMPULAN

Samosa Mubels, dengan pendekatan yang tepat dalam pemasaran dan inovasi produk, memiliki potensi yang besar untuk berkembang di pasar kuliner lokal. Menggunakan model framework 7S, analisis ini menunjukkan bahwa keselarasan antara visi, struktur organisasi, sistem pemasaran, dan kinerja tim sangat penting untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Ke depannya, dengan memperkuat hubungan dengan pelanggan dan terus berinovasi, Samosa Mubels berpeluang untuk menjadi pemimpin di sektor kuliner di Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zaini Muchtar, & Sirojul Munir. (2019). Perancangan Web E-Commerce Umkm Restoran Bakso Arema Menggunakan Framework Laravel. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 5(1), 26–33.
- Azka, R. M. (2020). Pengembangan Umkm Mie Ayam & Soto Ayam Melalui Inovasi Dan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Pasaran. *Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung*.
- Muljanto, M. A. (2020). Pencatatan dan Pembukuan Via Aplikasi Akuntansi UMKM di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(1), 40–43. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i1.6926>
- Nurmalasari, Y., Sulis, & Rohani. (2023). Ngembangan Dan Peningkatan Nilai Produk Umkm Melalui Perizinan, Desain Kemasan, Serta Pemasaran Di Desa Pademawu Timur. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian ...*, 30–32. <https://prosiding.uim.ac.id/index.php/senias/article/view/277>
- Primadewi, A., Purnomo, T. A., & Sasongko, D. (2021). Analisa Perancangan Sistem Pengelolaan Data UMKM berdasarkan Business Intelligence Development Model Framework. *Jurnal Sistem Komputer Dan Informatika (JSON)*, 3(2), 209. <https://doi.org/10.30865/json.v3i2.3587>