

Analisis Manajemen Strategik pada UMKM Dapur Coet untuk Optimalisasi Pertumbuhan Usaha di Sektor Kuliner Tradisional

Nadine Eliana Christian^{1*}, Dwi Astuti²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa^{1,2}

*Email Korespodensi: nadine.elianaaa@gmail.com

Diterima: 02-05-2025 | Disetujui: 03-05-2025 | Diterbitkan: 04-05-2025

ABSTRACT

Dapur Coet is a restaurant that serves traditional Indonesian cuisine, particularly from the Sunda and Java regions, with a modern presentation style to stay relevant to current consumer tastes. In the face of increasing competition in the culinary world and changes in consumer lifestyles that now rely more on digital technology, Dapur Coet needs to have the right strategies to ensure its business can continue to survive and grow. This research aims to examine management strategies that can be applied to enhance Dapur Coet's competitiveness, while also delving into the internal and external factors that influence its business development through SWOT analysis. The method used in this research is a descriptive qualitative approach, with data collection techniques including interviews, direct observation, and document studies. The results of this research are expected to provide insights into appropriate strategies that can be implemented by Dapur Coet.

Keywords: Strategic Management, Traditional Culinary, MSMEs, SWOT Analysis, Business Digitalization

ABSTRAK

Dapur Coet sebuah rumah makan yang menyajikan masakan tradisional khas Indonesia, terutama dari daerah Sunda dan Jawa, dengan sentuhan penyajian yang lebih modern agar tetap relevan dengan selera masyarakat saat ini. Di tengah persaingan yang semakin ketat di dunia kuliner serta perubahan gaya hidup konsumen yang kini lebih mengandalkan teknologi digital, Dapur Coet perlu memiliki strategi yang tepat agar usahanya bisa terus bertahan dan berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi manajemen yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing Dapur Coet, sekaligus melihat lebih dalam faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan usahanya melalui analisis SWOT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi langsung, dan studi dokumen. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran strategi yang sesuai dan dapat diterapkan oleh Dapur Coet dalam mengembangkan usahanya ke depan.

Katakunci: Manajemen Strategik, UMKM, Kuliner Tradisional, Analisis SWOT, Digitalisasi Usaha

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nadine Eliana Christian, & Dwi Astuti. (2025). Analisis Manajemen Strategik pada UMKM Dapur Coet untuk Optimalisasi Pertumbuhan Usaha di Sektor Kuliner Tradisional. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2(2), 3513-3517. <https://doi.org/10.62710/hv0fw319>

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional, terutama di sektor kuliner yang memiliki kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan penggerak ekonomi lokal. Di tengah perkembangan zaman dan perubahan pola konsumsi masyarakat, sektor kuliner tradisional menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Dapur Coet merupakan salah satu rumah makan berbasis UMKM yang berfokus pada penyajian masakan tradisional khas Indonesia, khususnya dari daerah Sunda dan Jawa. Keunggulan utama dari Dapur Coet terletak pada kemampuannya menggabungkan cita rasa otentik dengan penyajian yang lebih modern dan kekinian, sehingga mampu menarik perhatian berbagai segmen konsumen, termasuk generasi muda.

Namun demikian, meningkatnya jumlah pelaku usaha di bidang kuliner baik dari kalangan UMKM maupun jaringan restoran besar dan franchise asing membuat persaingan di industri ini semakin ketat. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada layanan digital seperti aplikasi pesan antar makanan dan media sosial, menuntut pelaku usaha untuk terus beradaptasi dan berinovasi. Dalam konteks ini, Dapur Coet perlu memiliki arah pengembangan usaha yang jelas dan terstruktur agar dapat bersaing secara berkelanjutan.

Manajemen strategik menjadi salah satu pendekatan penting yang dapat diterapkan dalam pengelolaan usaha. Melalui proses manajemen strategik, Dapur Coet dapat melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal secara sistematis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Hasil dari analisis ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam menghadapi dinamika pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing usaha. Penerapan manajemen strategik juga memungkinkan Dapur Coet untuk mengoptimalkan potensi digitalisasi, memperluas jangkauan pasar, dan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dengan demikian, penerapan manajemen strategik pada UMKM seperti Dapur Coet menjadi hal yang krusial dalam upaya pengembangan usaha. Tidak hanya untuk mempertahankan eksistensi di tengah persaingan, tetapi juga sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan performa bisnis dan menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan di masa depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penerapan strategi manajemen pada UMKM Dapur Coet.

Teknik Pengumpulan Data

- Wawancara mendalam dengan pemilik dan pengelola usaha untuk memperoleh informasi strategis terkait visi, misi, dan praktik manajerial.
- Observasi partisipatif terhadap kegiatan operasional dan interaksi dengan pelanggan.
- Studi dokumentasi, seperti laporan keuangan, media promosi digital, serta data internal lainnya yang relevan.

Teknik Analisis Data

- Analisis SWOT untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman).
- Matriks TOWS digunakan sebagai alat strategis dalam merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha berdasarkan kombinasi elemen SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Visi dan Misi Usaha

1. Visi Dapur Coet

Menjadi pelopor rumah makan tradisional modern yang mampu melestarikan cita rasa kuliner Nusantara sekaligus menjadi UMKM unggulan yang berdaya saing tinggi di tingkat lokal dan nasional.

2. Misi Dapur Coet

- a. Menyajikan masakan tradisional Indonesia dengan cita rasa otentik dan tampilan yang modern dan menarik.
- b. Meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan melalui inovasi dan adaptasi teknologi digital.
- c. Melakukan pengembangan usaha secara strategis berdasarkan analisis pasar dan kebutuhan konsumen.
- d. Memberdayakan sumber daya lokal untuk menciptakan dampak ekonomi dan sosial yang positif di lingkungan sekitar.
- e. Membangun sistem manajemen yang efektif dan berkelanjutan untuk mendorong pertumbuhan usaha jangka panjang.

Dalam era persaingan industri kuliner yang semakin ketat, UMKM seperti Dapur Coet perlu menyusun strategi yang tidak hanya mempertahankan eksistensi, tetapi juga mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis SWOT, penelitian ini berhasil menggali berbagai aspek penting yang memengaruhi keberhasilan usaha Dapur Coet

1. Analisis Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Dapur Coet memiliki sejumlah kekuatan yang menjadi modal utama dalam menjalankan usahanya. Salah satunya adalah keunikan konsep yang menggabungkan masakan tradisional khas Sunda dan Jawa dengan tampilan modern yang menarik. Hal ini memberikan nilai tambah karena bisa menjangkau berbagai segmen pasar, termasuk generasi muda yang lebih visual dan digital-oriented. Kualitas rasa yang konsisten dan pelayanan yang ramah juga menjadi keunggulan kompetitif yang membuat pelanggan merasa puas dan ingin kembali.

Namun, di sisi lain, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu dibenahi. Salah satunya adalah keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital, baik dari sisi pemasaran maupun operasional. Dapur Coet belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital seperti aplikasi pemesanan makanan, media sosial secara maksimal, atau sistem manajemen inventori yang lebih efisien. Hal ini berpotensi

menghambat perluasan pasar dan efisiensi usaha di tengah tren digitalisasi.

2. Analisis Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Dari sisi eksternal, Dapur Coet sebenarnya memiliki peluang besar untuk berkembang. Masyarakat saat ini mulai menunjukkan minat yang lebih besar terhadap kuliner lokal dan autentik. Selain itu, meningkatnya penggunaan layanan pesan antar berbasis aplikasi seperti GoFood dan GrabFood membuka peluang untuk memperluas jangkauan konsumen tanpa harus membuka banyak cabang fisik.

Namun demikian, ancaman dari luar juga tidak bisa diabaikan. Persaingan dari restoran besar, jaringan franchise internasional, maupun UMKM kuliner lain yang juga mengandalkan strategi digital membuat pasar menjadi semakin padat. Selain itu, perubahan tren kuliner dan ekspektasi konsumen yang cepat menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi agar tidak tertinggal.

3. Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan analisis SWOT dan penggunaan Matriks TOWS, beberapa strategi yang dapat diterapkan Dapur Coet antara lain:

- Strategi SO (Strengths – Opportunities)

Menggunakan kekuatan dalam kualitas produk dan keunikan konsep untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan aplikasi pemesanan makanan. Dengan pendekatan visual dan interaktif, Dapur Coet dapat menarik perhatian konsumen baru, khususnya dari kalangan milenial dan Gen Z.

- Strategi WO (Weaknesses – Opportunities)

Meningkatkan kompetensi digital, baik dalam hal promosi maupun manajemen operasional. Misalnya, dengan pelatihan penggunaan media sosial untuk promosi atau mengadopsi sistem kasir dan inventori berbasis digital.

- Strategi ST (Strengths – Threats)

Meningkatkan loyalitas pelanggan melalui program membership, diskon pelanggan tetap, atau inovasi menu musiman agar pelanggan tetap tertarik meskipun banyak pilihan di pasar.

- Strategi WT (Weaknesses – Threats)

Menjalin kerja sama dengan komunitas kuliner lokal, food blogger, atau platform digital untuk mendapatkan promosi yang lebih luas dengan biaya yang efisien. Hal ini juga dapat membantu mengimbangi keterbatasan sumber daya internal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan alat bantu analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen strategik merupakan aspek krusial dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha UMKM Dapur Coet di sektor kuliner tradisional. Penggunaan analisis SWOT memungkinkan identifikasi secara sistematis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam konteks lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis.

Dapur Coet menunjukkan keunggulan kompetitif pada dimensi internal, terutama dari segi kualitas produk yang mempertahankan cita rasa tradisional serta inovasi dalam penyajian yang menarik dan modern. Namun, masih terdapat kendala signifikan dalam aspek penguasaan teknologi digital dan strategi pemasaran daring yang belum optimal

Di sisi eksternal, terdapat peluang yang signifikan seperti meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap kuliner lokal dan pertumbuhan platform digital dalam distribusi produk makanan. Meskipun demikian, ancaman yang bersumber dari persaingan bisnis yang semakin ketat, kehadiran merek besar, serta fluktuasi preferensi konsumen memerlukan strategi adaptif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, strategi pengembangan yang diarahkan pada pemanfaatan teknologi digital, penguatan promosi berbasis media sosial, pengembangan sumber daya manusia, serta kemitraan strategis menjadi alternatif yang relevan untuk meningkatkan daya saing Dapur Coet. Strategi tersebut diharapkan mampu menjadi fondasi dalam pengambilan keputusan jangka panjang dan peningkatan kinerja usaha secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Data Statistik UMKM 2022*. Diakses dari <https://kemenkopukm.go.id>