



## **DESIGN OF FORMULATION AND IMPLEMENTATION OF BUSINESS STRATEGIES FOR MAS HEN'S FRIED NICE IN CINANGSI**

<sup>1\*)</sup>Mutqi Sopiawadi, <sup>2)</sup>Hilda Mardiana Putri, <sup>3)</sup>Daeng M. Nazier, <sup>4)</sup>Edi Prabowo, <sup>5)</sup>Riznaldi Akbar

<sup>1245)</sup>Program Studi Manajemen

<sup>3)</sup>Program Studi Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja

Jl. Otto Iskandardinata No.76, Karanganyar, Kec. Subang, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41211

\*Email korespondensi: [mutqi@stiesia.ac.id](mailto:mutqi@stiesia.ac.id)

### **ABSTRAK**

Histori Artikel:

Diajukan:  
26/02/2024

Diterima:  
26/02/2024

Diterbitkan:  
28/02/2024

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mengkhususkan diri dalam hidangan nasi goreng menarik minat konsumen dengan pengalaman kuliner yang sederhana namun memikat, baik dari segi rasa maupun jenis, menjadikannya pilihan yang diutamakan. Daya tarik tidak hanya terletak pada aksesibilitas dan harga yang terjangkau, tetapi juga pada kemampuan tempat tersebut untuk menjaga kualitas dan keaslian rasa. Pelaku UMKM yang inovatif dalam penyajian nasi goreng. Formulasi Implementasi strategi di butuhkan demi bertahan nya umkm seperti nasi goreng Mas Hen yang usaha nya bertahan lama di Kota Subang. Sebuah studi kualitatif yang dilakukan di nasi goreng Mas Hen menghasilkan analisis SWOT dan matriks, menguraikan visi, misi, dan strategi. Program strategis melibatkan pertumbuhan kualitas sumber daya manusia, nilai aset, penjualan, dan inovasi menu. Rekomendasi mencakup ekspansi infrastruktur parkir dan peningkatan promosi melalui kerjasama dengan layanan ojek online serta di facebook untuk mencapai segmentasi pasar di Kota Subang.*

*Keyword :UMKM, Nasi goreng Mas Hen*

### **PENDAHULUAN**

Jatuhnya perekonomian Indonesia dikibatkan oleh krisis ekonomi. Sektor seperti industry, jasa dan juga perdagangan mengalami stagnan bahkan terpaksa gulung tikar. Namun Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dapat bertahan menghadapi keterppurukan ekonomi bahkan dapat menjadi pemulih perekonomian di sektor ekonomi. Adanya UMKM dapat menjadi bidang usaha yang berkembang dan konsisten pada perekonomian nasional. UMKM juga dapat menjadi sebuah pembuka lapangan pekerjaan dan dapt menciptakan masyarakat produktif karena UMKM tidak

memerlukan keahlian khusus dan juga pendidikan khusus. Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah. (Ananda & Susilowati, 2019).

Eksistensi UMKM dalam perekonomian indonesia cukup dominan hal tersebut menjadikan UMKM sebagai peranan penting dan strategis (Jamal & Sari, 2022).

Dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, UMKM memiliki peran yang penting khususnya pada kesempatan kerja dan juga sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat yang kurang mampu. Tambunan, (2021). Peran UMKM sangat besar terhadap perekonomian

Indonesia maka dari itu adanya sebuah penelitian sangat penting untuk dapat mengetahui kondisi dan juga kinerja yang dapat mempengaruhi berkembangnya UMKM agar bisa menjadi strategi pengembangan UMKM Hartono & Hartomo, (2016). Pengaruh perkembangan usaha mikro kecil dan menengah terhadap pendapatan nasional sektor UMKM di Indonesia.

Niode, (2019) menjelaskan bahwa pemerintah berkomitmen untuk mendorong UMKM berkembang sehingga memiliki prospek yang baik agar dapat menjadi bagian dari pemberdayaan ekonomi nasional hal itu disebabkan karena banyaknya masalah yang dihadapi seperti masalah finansial dan non finansial. Pertumbuhan UMKM merupakan sebuah potensi bagi bangsa Indonesia tujuannya untuk mendapat dukungan pemerintah agar dapat mendorong perkembangan UMKM. Investasi dan tenaga kerja UMKM memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan nasional namun untuk jumlah UMKM tidak dapat mempengaruhi pendapatan nasional UMKM di Indonesia. Hamza & Agustien, (2019)

Kabupaten Subang memiliki Program Gapura Emas (Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat-Ekonomi Masyarakat) yang dibuat oleh Pemerintah Kabupaten Subang untuk mewujudkan ekonomi mandiri berbasis ekonomi kerakyatan dan juga keunggulan daerah. UMKM di Kabupaten Subang pada 2016 mencapai lebih dua puluh ribu dengan didominasi produk makanan disamping produk *handy craft*, dan *fashion* (Nugroho & Hirawan, n.d.)

Manajemen strategi merupakan hal yang sangat tidak bisa terpisahkan dari ilmu manajemen. Hal tersebut dilakukan agar suatu perusahaan dapat solusi guna memperdayakan semua sumberdaya secara sistematis agar dapat mewujudkan visi dan misi perusahaan tersebut Widayanto, (2020). Manajemen strategi merupakan perencanaan strategi visi dan misi sehingga suatu organisasi tersebut dapat menghasilkan perencanaan yang baik agar dapat mencapai optimalisasi pencapaian tujuan bagi organisasi tersebut Wijandari & Sumilah, (2021). Untuk dapat menganalisa maka terdapat metode dengan menggunakan 3 tahapan

formulasi manajemen strategi, yaitu dengan metode Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), Matriks External Factor Evaluation (EFE), IE matriks dan BCG, Matching Stage dengan menggunakan metode Analisis SWOT (Elisabet et al., 2021). Analisis SWOT merupakan salah satu metode dalam perencanaan strategi dimana analisis SWOT dipakai untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu bisnis (Alchamadi et al., 2022). Penggunaan formulasi matriks manajemen strategi dalam perencanaan adalah salah upaya dalam peningkatan penjualan (Elisabet et al., 2021). Tujuan dari analisis SWOT pada UMKM yaitu agar suatu UMKM dapat fokus dalam penempatan analisis SWOT sehingga dapat dijadikan sebagai pembanding dari bermacam sudut pandang baik dari segi kekuatan dan kelemahan maupun peluang atau ancaman (Alchamadi et al., 2022).

Dewasa ini banyak sekali masyarakat yang membuka UMKM sebagai mata pencaharian masyarakat seperti yang terjadi pada Mas Hen, Mas Hen mulai membuka UMKM di sektor kuliner dengan nama Nasi Goreng Mas Hen. Awal berdirinya usaha nasi goreng Mas Hen ini pada tahun 2016, nama Nasi Goreng Mas Hen diambil dari nama kepanjangan pemiliknya sendiri yaitu Asep Suhendar / Mas Hen. Usaha Nasi Goreng ini benar-benar merintis dari bawah hingga bisa bertahan kurang lebih 7 tahun. Semakin lama usaha ini terus berkembang dimana promosi awalnya hanya melalui informasi melalui mulut ke mulut saja hingga melakukan promosi melalui media sosial. Rasa masakannya yang enak, pelayanan yang ramah dan menjamin kuantitas dan kualitas merupakan value bagi perusahaan dan membuat Nasi Goreng Mas Hen ini berbeda dan memiliki keunggulan dibandingkan usaha yang lainnya. Produksi yang mengutamakan higienis dan inovasi produk tiada henti merupakan bukti bahwa Nasi Goreng Mas Hen ini konsisten dalam meningkatkan kualitas dan pelayanan kepada konsumen

Kondisi bisnis saat ini disubang dapat dilihat sangat berkembang pesat khususnya pada bisnis makanan. Hal ini sangat terlihat jelas dengan banyaknya usaha makanan yang

bermunculan dan mudah untuk di tiru membuat usaha Nasi Goreng juga. Maka pemilik Nasi Goreng Mas Hen harus ekstra berfikir agar mampu bertahan di kota Subang. Maka usaha Nasi Goreng Mas Hen ini terus berinovasi dan tak gentar melakukan promosi. Lalu Nasi Goreng Mas Hen lebih siap untuk menghadapi ancaman yang akan datang baik dari produk, tempat dan harga agar dapat memenangkan persaingan dalam pasar. Menurutnya kondisi industri di kota subang dapat dilihat maka dari itu ia selalu memanfaatkan keadaan untuk menarik konsumen.



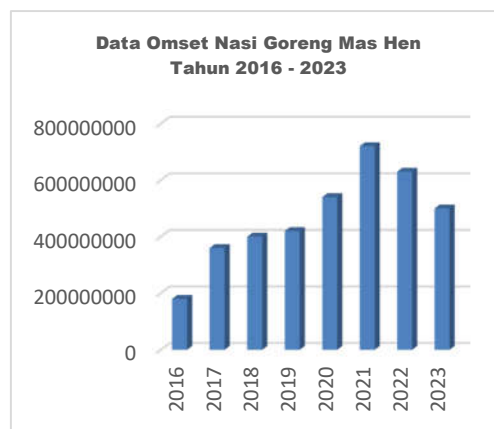
Grafik 1 Data Pengunjung Nasi Goreng Mas hen

Dari hasil rekapitulasi omset diatas, dapat diketahui bahwa omset terbesar yang didapatkan pada tahun 2021 sebesar Rp. 720.000.000 dan omset terkecil pada tahun 2016 sebesar Rp. 180.000.000 karena baru merintis membuka usaha Nasi Goreng. Berdasarkan hasil wawancara dengan Owner Nasi Goreng Mas Hen yaitu Pak Asep Suhendar menjelaskan saat awal berdirinya usaha Nasi Goreng ini, Pak Asep ini masih melakukannya sendiri belum mempunyai karyawan. Ide usaha ini muncul dari Mas Hen sendiri yang memiliki hobi memasak dan ingin mengembangkan bakatnya lewat usahanya sendiri. Namun seiring berjalannya waktu, bisnis Nasi Goreng Mas Hen ini semakin banyak menarik minat pembeli. Membuat Pak Asep ini harus mencari karyawan agar bisnisnya bisa terhandle. Pada tahun 2017 – 2021 Mas Hen memiliki karyawan sebanyak 5 orang. Karena omset penjualan menurun menyebabkan Mas Hen sendiri ikut turun ke lapangan dan hanya memiliki 2 orang karyawan pada saat ini.

Data Pengunjung selama 5 bulan terakhir Nasi Goreng Mas Hen:

Tabel 1 Data Pengunjung Nasi Goreng Mas Hen

No	Bulan	Pengunjung
1	Juli	2.550
2	Agustus	2.600
3	September	2.650
4	Oktober	2.650
5	November	2.600



Grafik 2 Data omset Nasi Goreng Mas Hen

Dari hasil rekapitulasi data pengunjung diatas, dapat diketahui pengunjung terbanyak pada bulan September dan Oktober sebanyak 2.650 orang dan pengunjung paling sedikit pada bulan juli sebanyak 2.550 orang.

Data Pesaing Usaha Nasi Goreng Menurut Mas Hen adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Pesaing Nasi Goreng Mas Hen

NO	Nasa Usaha	Alamat
1	Nasi Goreng Mas Wito	Jl. Otto Iskandardinata Karanganyar Kec. Subang Kab. Subang
2	Nasi Goreng Gila	Jl. Pejuang 45
3	Nasi Goreng Lima Subang	Jl. Otto Iskandardinata Sukamelang Subang
4	Nasi Goreng Wesel	Jl. Otto Iskandardnata Subang
5	Nasi Goreng Muda Mudi Mas Dina	Jl. Otto Iskandardinata Karanganyar Subang

Penerapan Strategi Pemasaran Segmenting, Targeting Dan Positioning (STP) Nasi Goreng Mas Hen adalah sebagai berikut:

1. Segmentasi
  - a. Segmentasi Geografis  
Nasi Goreng Mas Hen dengan fokus pemasaran di wilayah Cinangsi dan sekitarnya.
  - b. Segmentasi Demografis  
Nasi Goreng Mas Hen dapat dikonsumsi oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja dewasa hingga orang tua.
  - c. Segmentasi Psikografis  
Nasi Goreng Mas Hen ditujukan pada seseorang yang penggemar Nasi Goreng, selain itu Nasi Goreng Mas Hen ini melayani semua kalangan yang mencari makanan yang cepat saji dan membuat kenyang yang memiliki harga yang terjangkau untuk kalangan menengah kebawah.
  - d. Segmentasi Perilaku  
bahan baku untuk pembuatan nasi goreng dan semua menu makanan yang ditawarkan tidak susah dapat dan dapat dengan mudah peroleh di pasar tradisional letaknya tidak jauh dari rumah dan sudah langganan tetap.
2. Targeting  
Target untuk konsumen Nasi Goreng Mas Hen kisaran usia 12 – 45 tahun dari anak-anak, remaja hingga dewasa
3. Positioning  
Rasa Nasi Goreng Mas Hen yang tetap konsisten dari awal hingga sekarang.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, penulis menyimpulkan judul penelitian yang akan dilakukan adalah tentang “Perancangan Formulasi dan Implementasi Strategi Bisnis Pada Nasi Goreng Mas Hen”

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, penulis menyimpulkan judul penelitian yang akan dilakukan adalah tentang ”Perancangan Formulasi dan Implementasi Strategi Bisnis Pada Nasi Goreng Mas Hen”.

### **Fokus Penelitian**

Berdasarkan hal diatas yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah merancang sebuah rancangan perencanaan Formulasi dan Implementasi Strategi Bisnis. Usaha Nasi Goreng perlu mengformulasi Rencana Strategi yang yang diterjemahkan pada tahap implementasi dalam bentuk program selama satu tahun, dan oraganisasi mampu melakukan dalam menyesuaikan dengan kondisi budaya kuliner masyarakat sekitar, serta tanggap terhadap perubahan lingkungan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal yang terjadi.

Maka, beberapa hal yang menjadi Fokus Penelitian dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis perusahaan adalah:

1. Melakukan proses pengamatan lingkungan bisnis yang dihadapi oleh Usaha Nasi Goreng Mas Hen, yang telah diamati semenjak awal beroperasi sebelumnya hingga kondisi terakhir, data yang didapat dari pengalaman dan data-data yang terkait, kemudian dilakukan proses analisis SWOT dan setiap kondisi yang menjadi indikator akan diberi penilaian dengan metode matrik IE.
2. Membuat Sebuah Rancangan Formulasi strategi bisnis, untuk menentukan visi, misi, tujuan sk’
3. trategi dan rencana strategi yang ditetapkan berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap lingkungan bisnis Nasi Goreng Mas Hen.
4. Membuat sebuah rancangan Implementasi Strategi bisnis Nasi Goreng, yaitu melakukan penterjemahan visi dan misi, tujuan strategi dan rencana strategi, ke dalam bentuk program selama satu tahun, kemudian program tersebut diterjemahkan ke dalam bentuk susunan anggaran dan Standar Operasional Proses, program yang dibuat dominan tetang program Sumber Daya Manusia.

### **Rumusan Masalah**

Seiring berkembangnya zaman dalam dunia manajemen, perusahaan harus memiliki Rancangan Formulasi dan Implementasi strategi bisnis tentang apa yang harus dilakukan secara jangka panjang dan

jangka pendek, sistem perumusan strategi merupakan langkah pertama dalam membuat sebuah perencanaan bisnis, sistem perumusan strategi merupakan fase pertama yang terpisah dari fase perencanaan strategik, penyusunan program dan fase penyusunan anggaran. Dari pembahasan tersebut peneliti tertarik untuk merancang perencanaan strategi bisnis secara total, adapun masalah yang dibahas dalam usulan penelitian tesis ini adalah:

1. Bagaimana Rancangan Formulasi strategi bisnis pada Nasi Goreng Mas Hen?
2. Bagaimana Rancangan Implementasi Bisnis Nasi Goreng Mas Hen?

### **Tujuan penelitian**

Adapun untuk tujuan penelitian ini adalah:

1. Menghasilkan rancangan Formulasi strategi bisnis pada Usaha Nasi Goreng Mas Hen.
2. Menghasilkan Rancangan Implementasi Bisnis pada Usaha Nasi Goreng Mas Hen.

### **Manfaat Penelitian**

Dari Penelitian tentang Perancangan Formulasi dan Implementasi strategi bisnis Pada Usaha Nasi Goreng Mas Hen memiliki manfaat secara teoritis dan juga praktis yaitu:

- 1) Manfaat Teoritis
  - a. Dapat Menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam menerapkan beberapa teori yang diperoleh diperkuliahan dan pengembangan diri sesuai dengan pendidikan untuk mampu mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh.
  - b. Dengan adanya penelitian ini, semoga dapat memberikan sumbangan pikiran dan informasi guna melakukan penelitian lebih lanjut mengenai evaluasi dari pembentukan strategi yang dilakukan oleh perusahaan.
- 2) Manfaat Praktis
  - a. Dapat Memberikan solusi berupa ide dan gagasan kepada Usaha Nasi Goreng Mas Hen, berupa rancangan formulasi dan implementasi strategi bisnis yang bisa tepat sasaran sesuai

dengan kondisi lingkungan yang akan dihadapi.

- Rancangan formulasi dan implementasi strategi bisnis akan menjadi guidance dalam menjalankan aktivitas bisnis rumah makan secara jangka panjang dan jangka pendek kedepan.
- Dapat membantu manajemen puncak dalam mengevaluasi program-program kerja yang dilakukan sesuai dengan target yang telah ditetapkan setiap periodenya.
- b. Dan untuk Investor dapat mengetahui dan memantau perkembangan kinerja organisasi perusahaan dalam mengelola Asetnya selama beberapa periode, kemudian memberikan saran dalam memberikan solusi untuk manajemen perusahaan berdasarkan rancangan formulasi dan implementasi strategi bisnis yang telah dirancang.

### **METODE**

#### **Jenis Penelitian**

Sugiyono (2011) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif disebut juga postpositivistik, atau metode artistik, dimana penelitiannya lebih bersifat seni (kurang terpola). Model tesis ini adalah perancanganm karena membutuhkan penggalan data ke dalam melalui serangkaian wawancara dan diskusi, juga penggalan sumber informasi melalui berbagai website. Berbeda dengan penelitian kuantitatif dimana peneliti tidak mengenal responden penelitian, pada penelitian kualitatif ini, peneliti mengenal baik para sumber data. Peneliti menempatkan diri sebagai human instrument, dengan teknik pengumpulan data participant observation dan in dept interview.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi lingkungan Internal dan eksternal nasi goreng, yang belum mempunyai sebuah formulasi rancangan rencana strategi bisnis secara total, yang dapat memberikan sebuah petunjuk dalam menjalankan perencanaan bisnis, sehingga oraganisasi dan personal dapat menjalani sebuah proses pembelajaran, pengembangan

dan perbaikan ketika menjalankan perencanaan strategi nasi goreng.

**Subjek Penelitian**

Penelitian dilakukan di Nasi Goreng Mas Hen, dalam melakukan penelitian untuk merancang formulasi rencana strategi, lingkungan internal yang akan di perhatikan adalah kebudayaan organisasi, kompetensi karyawan dan kinerja organisasi, dan untuk lingkungan eksternal yang akan diperhatikan adalah pesaing, kebijakan pemerintah, pola hidup masyarakat Subang, pertumbuhan ekonomi Kabupaten Subang.

**Unit Analisis**

Maka fokus penelitian lebih kepada menganalisis bagaimana kondisi internal dan eksternal Nasi Goreng Mas Hen, peneliti akan melakukan observasi dan wawancara secara terperinci pihak terkait yang akan menjadi responden, diantaranya adalah karyawan Nasi Goreng Mas Hen, pendiri yang akan menjadi subjek sasaran penelitian dengan cara melakuakn proses Observasi dan interview secara mendalam kepada mereka yang menjadi responden.

No	Rumusan Masalah	Indikator masalah	Sumber informasi	Jenis Data	Teknik Pengumpulan Data
1.	Bagaimana kondisi lingkungan eksternal dan internal bisnis dan analisis SWOT lingkungan Nasi Goreng Mas Hen	a. Kondisi Eksternal	- Owner Nasi Goreng Mas Hen	Primer	Wawancara
			- Pesaing	Primer	Observasi
			- Badan Pusat Statistik	Pertumbuhan Ekonomi/ Eksternal/ sekunder	Wawancara dan observasi
			- Pelanggan Nasi Goreng Mas Hen	Primer/ Eksternal	Wawancara
			- Pemasok bahan baku makanan	Sekunder/ internal	Pengambilan Data Dari Bagian pengadaan
			- Owner Nasi Goreng Mas Hen	Primer	Wawancara
		b. Kondisi Internal	- Pendiri Nasi Goreng	Primer	Wawancara dan Observasi
			- Karyawan Nasi Goreng	Primer	Wawancara
			- Seluruh Kepala Bagian Inti organisasi Dalam RMP Purwokerto	Primer /Internal	Wawancara

No	Rumusan Masalah	Indikator masalah	Sumber informasi	Jenis Data	Teknik Pengumpulan Data
		c. Analisis SWOT	- owner nasi goreng mas hen	Primer /Internal	Wawancara
2.	Bagaimana Rancangan Formulasi strategi bisnis pada Nasi Goreng Mas Hen.	a. Visi, misi dan tujuan organisasi	- Owner nasi goreng Mas Hen	Primer /Internal	Wawancara
		b. Rencana Strategi Jangka Panjang	Owner nasi goreng	Primer/ Internal	Wawancara
3.	Bagaimana Rancangan Implementasi Bisnis pada Nasi Goreng Mas Hen	a. Program	Owner nasi goreng	Primer/ Internal	Wawancara
		b. Anggaran c. Standar Prosedur	Owner nasi goreng	Primer /Internal	Wawancara

### Lokasi Fokus Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan adalah bertempat Nasi Goreng Mas Hen di Jalan Raya Cinangsi Subang Jawa Barat.

### Tahapan-tahapan Perancangan Formulasi dan Implementasi strategi Bisnis Pada Nasi Goreng Mas Hen

Dalam proses tahapan-tahapan perancangan perencanaan bisnis total pada Nasi Goreng Mas Hen, penulis akan mendapatkan data dengan melakukan proses wawancara dan Observasi secara mendalam.

#### 1. Pengamatan Lingkungan Makro dan Industri Nasi Goreng Mas Hen

Melakukan wawancara dan Observasi secara mendalam dengan owner nasi goreng Mas Hen, dengan kepala bagian dan komisaris, dalam melakukan proses analisis lingkungan, untuk mengumpulkan data-data dan informasi terkait dengan kondisi lingkungan eksternal nasi goreng dan kondisi makro, pesaing yang akan dihadapi oleh Nasi Goreng Mas Hen.

Analisis lingkungan Internal akan dilakukan untuk mencari sumber daya manusia, sumber daya fasilitas dan sumber daya organisasi. Untuk sumber daya manusia penulis akan melihat posisi struktur, dan komposisinya. Untuk sumber daya fasilitas, dilakukan dengan mengumpulkan inventarisasi sarana dan prasarana. Untuk sumber daya organisasi, akan dilakukan observasi dan wawancara secara mendalam dengan owner Nasi Goreng Mas Hen untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi, termasuk faktor keuangan dan faktor lain teridentifikasi.

### Analisis SWOT

#### 1. Proses Menetapkan Visi, Misi dan Tujuan Strategi Nasi Goreng Mas Hen

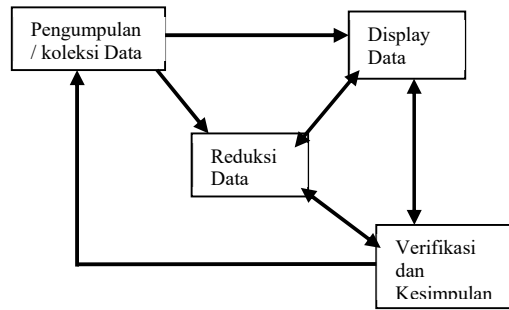
2. Menetapkan Perencanaan Strategi Nasi Goreng Mas Hen
3. Menetapkan Program Bisnis Nasi Goreng Mas Hen
4. Penyusunan Anggaran Program Nasi Goreng Mas Hen
5. Penyusunan Standard Operasional Prosedur Nasi Goreng Mas Hen

**Teknik Pngumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi, wawancara dan dokumentasi

**Analisis Data**

Huberman dan Miles mengajukan model analisis data yang disebutnya sebagai model interaktif. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.



Gambar 3.2

Model Analisis data Siklus Interaktif Huberman dan Miles

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

<p>ANALISIS INTERNAL</p>	<p><b>KEKUATAN (S):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tetap bisa menggaji karyawan</li> <li>2. Memiliki menu yang lebih beragam dibandingkan pesaing.</li> <li>3. Terdapat menu yang sering dibeli</li> <li>4. Adanya perbedaan menu dan kekhasan rasa yang menjadi identitas.</li> <li>5. Harga ideal dengan kondisi pasar subang</li> <li>6. Tempatnya strategis</li> <li>7. Membuat banner dan mempromosikannya di whatsapp dan facebook, juga tersedia di grabfood dan shopee food</li> <li>8. Memiliki karyawan</li> <li>9. Tempat makan yang nyaman</li> <li>10. Proses relative lebih cepat, dalam proses menyajikan makanan.</li> <li>11. Proses menyiapkan membuat makanan hingga siap antar paling lama 15 menit</li> <li>12. Bahan baku tidak sulit untuk dicari</li> <li>13. Karyawan sudah memiliki skill yang baik</li> </ol>	<p><b>KELEMAHAN (W):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masih banyak data-data mentah yang belum direkap</li> <li>2. Belum ada tempat pengarsipan data mentah.</li> <li>3. Data-data yang tersedia belum bisa memberikan gambaran yang detail dan lengkap.</li> <li>4. Tidak ada pencatatan keuangan</li> <li>5. Terjadi penurunan omset pada tahun 2023</li> <li>6. Beberapa menu Khas ada yang sama dengan pesaing</li> <li>7. Bangunan masih sewa</li> <li>8. Tidak mempunyai pedidikan spesialis masak.</li> <li>9. Pendidikan terakhir SMA dan sederajat.</li> </ol>
------------------------------	---	--



	<p>14. Bisa masak karena belajar dengan pengalaman.</p> <p>15. Rata-rata karyawan berumur muda</p> <p>16. Memiliki 2 karyawan yang loyal.</p> <p>17. Tingkat kesadaran kebersihan karyawan khususnya posisi karyawan didapur sangat tinggi</p> <p>18. Melakukan brifing sebelum berjualan</p>	<p>10. Tidak ada struktur organisasi semua dilakukan oleh owner dibantu oleh kedua karyawannya</p>
<p><b>PELUANG (O):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Umk subang berada pada level RP3.270.000</li> <li>2. Pada pertengahan tahun 2023 jumlah penduduk Kab.Subang yang tercatat adalah sejumlah 1.624.856 jiwa.</li> <li>3. pendapatan perkapita terus meningkat.</li> <li>4. Lokasi usaha dekat dengan pabrik</li> <li>5. Sudah mengantongi izin dari Rt dan Rw setempat, izin usaha SIUP</li> <li>6. Memiliki NPWP</li> <li>7. Banyak pedagang nasi goreng namun tempat makan nasi goreng terbatas</li> </ol>	<p>(OS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi nasi goreng Mas hen dekat dengan pabrik, juga Mas hen memiliki tempat makan yang luas, langkah strategis agar Mas hen dapat membuat tempat makan yang tidak hanya luas namun memberikan fasilitas yang dapat membuat pelanggan nasi goreng Mas hen nyaman makan ditemat, juga membuat tempat parkir yang nyaman.</li> <li>- Membuat beragam menu dan variasi rasa yang berbeda dengan pesaingnya.</li> </ul>	<p>(OW)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi yang strategis membuat nasi goreng Mas Hen dipilih oleh para karyawan, namun Mas hen belum dapat membuat pencatatan keuangan yang rapih, langkah startegis yang dapat mas hen lakukan adalah membuat pencatatan keuangan basic yang mencatat pendapatan dan pengeluaran agar segala operasional bisnisnya dapat di control.</li> <li>- Semua kegiatan operasional masih dilakukan oleh Mas hen alangkah baiknya mas hen memetakan struktur organisasi agar semua karyawan dapat bekerja sesuai jobdesknya masing masing.</li> </ul>
<p><b>ANCAMAN (T):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inflasi pada tahun 2023 di Indonesia adalah 2,56%</li> <li>2. Pekerja pabrik didominasi oleh kaum milenial</li> <li>3. Belum mempunyai supplier</li> <li>4. Harga bahan pokok yang terus meningkat</li> <li>5. Pesaing dari keluarga sendiri</li> </ol>	<p>(TS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mas hen belum memiliki supplier Meskipun bahan baku tidak sulit dicari namun alangkah baiknya Mas hen mempunyai supplier agar harga bahan baku dapat harga lebih murah dan berkualitas.</li> <li>- Strategi promosi lebih ditingkatkan lagi khususnya di flatform online agar menambah pangsa pasar.</li> </ul>	<p>(TW)</p> <p>Strategi yang harus dilakukan pada nasi greng Mas hen terkait karyawan adalah memberikan pelatihan atau training terkait cara pembuatan nasi goreng agar dapat memasak dengan rasa yang konsisten.</p>



# Garba Pembangunan Masyarakat

Volume 2 No.1 Tahun 2024 (26-39 hal)

<https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/gapura>

<b>VISI:</b>			
Menjadikan Nasi Goreng Mas Hen yang mampu bersaing dan menembus pasaran dengan menyajikan kualitas dan fasilitas yang terbaik untuk konsumen			
<b>MISI:</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan omset penjualan agar memiliki bangunan sendiri</li> <li>2. Bahan yang digunakan berkualitas</li> <li>3. Pelayanan yang diberikan sangat baik</li> <li>4. Pengembangan inovasi dari produk maupun layanan</li> <li>5. SDM yang digunakan memiliki loyalitas yang tinggi dan cekatan dalam bekerja.</li> </ol>			
NO	Strategi Perusahaan	Tujuan Strategis	Indikator keberhasilan strategi
1.	<b>MARKETING</b> Menaikkan omset penjualan	Jumlah menu baru yang telah ditawarkan	Jumlah menu yang ditawarkan disukai pelanggan
		Menu yang lebih bervariasi	Perbandingan jumlah varian menu di Nasi goreng Mas Hen dengan menu di pesaing.
2.	<b>Produksi dan Operasional Pelayanan</b> Inovasi dan Efisiensi	Jumlah masakan yang telah dikembangkan untuk menu baru.	- Jumlah menu masakan baru bisa dihasilkan 2 setiap tahun.
		Presentase efisiensi Harga Pokok Produksi	Persentase harga pokok produksi menu makanan yang bisa ditekan.
		Varian Menu baru pada Nasi Goreng Mas Hen	Adanya keunikan dan kebaruan pada Nasi Goreng Mas Hen
3.	<b>SDM</b> Pengembangan Kemampuan Karyawan	Skill dalam memasak menu Nasi Goreng, Kwetiaw, Mie Goreng, dan Capcay	Mampu memasak dan menyajikan sesuai dengan rasa dan kualitas yang sama
4.	<b>Keuangan</b> Pencatatan Keuangan.	1. Pengaturan <i>cash flow</i> keuangan	Membuat laporan keuangan yang rapih
		Kinerja keuangan yang bisa menunjukkan pertumbuhan bisnis, kemampuan memenuhi kewajibannya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beban Usaha</li> <li>- Profitabilitas</li> </ul>

NO	Tujuan Strategis Aspek/sub Fungsi Manajemen	Indikator keberhasilan strategi	KETERCAPAIAN TAHUN 2023				
			Nasi Goreng Mas Hen				
			Program	Bentuk kegiatan	Target yang diharapkan	Penanggung jawab program	alokasi waktu
1	<b>SDM</b> 1. Skill dalam memasak menu nasi goreng, kwetiaw, mie goreng, dan capay	Mampu memasak dan menyajikan sesuai dengan rasa dan kualitas yang sama	Mengadakan training proses pembuatan nasi goreng, kwetiaw, mie goreng, dan capay	- Training mengenai bahan baku - Training pembuatan nasi goreng, kwetiaw, mie goreng dan capay - Training mengenai penyajian	Karyawan memiliki kemampuan membuat produk dengan cita rasa yang sama	Owner	1 bulan
2	<b>PRODUKSI DAN OPERASIONAL PELAYANAN</b>  Jumlah masakan yang telah dikembangkan untuk menu baru	Jumlah menu masakan baru bisa dihasilkan sebanyak 2 menu baru di setiap tahunnya.	Membuat nasi goreng dengan aneka topping baru seperti nasi goreng rasa bakso, nasi goreng seafood dan nasi goreng keju	Membuat prototype	Menghasilkan 2 menu baru setiap tahunnya	Owner	Untuk 1 tahun
	Presentase efisiensi harga pokok produksi	Persentase harga pokok produksi menu makanan yang bisa ditekan.	Mempunyai supplier	Mencari supplier yang harganya murah dan memiliki kualitas yang baik	Mendapat harga bahan baku yang murah	Owner	Untuk 1 tahun
	Varian menu baru pada nasi goreng mas hen	Adanya keunikan dan kebaruan pada Nasi Goreng Mas Hen	research mengenai trend yang terbaru	Membuat prototype	Membuat menu baru dengan nama yang unik dan rasa yang unik	owner	2 bulan
3	<b>MARKETING</b> Jumlah menu baru yang telah ditawarkan	-Jumlah menu baru dipesan pelanggan - jumlah menu baru paling banyak dipesan	Promosi Melalui sosial media	- Membuat design tampilan buku menu lebih menarik - Menampilkan menu baru siap jual - Memasang iklan di sosial media dengan target yang lebih	- Menarik pasar dari wilayah Cinangsi hingga Subangkota - Masyarakat mengetahui akan produk yang dijual melalui sosial media dan diharapkan akan mencoba produk tersebut.	Owner	1 tahun

NO	Tujuan Strategis Aspek/sub Fungsi Manajemen	Indikator keberhasilan strategi	KETERCAPAIAN TAHUN 2023 Nasi Goreng Mas Hen				
			Program	Bentuk kegiatan	Target yang diharapkan	Penanggung jawab program	alokasi waktu
				meluas lagi, misal di luar kecamatan cibogo.			
	Menu yang lebih bervariasi	Perbandingan jumlah varian menu di Nasi goreng Mas Hen dengan menu di pesaing.	Memiliki varian menu yang bervariasi dan berbeda dari pesaing	Menciptakan menu baru seperti nasi goreng jablay	Mendapat target market baru	Owner	1 tahun
4	<b>Keuangan</b> Pengaturan <i>cash flow</i> keuangan	Membuat laporan keuangan yang rapih	Semua pemasukan dan pengeluaran n tercatat	Pengurangan beban di sector biaya listrik, efisiensi bahan baku makanan,	Menyeimbangkan pengeluaran dan pemasukan.	Owner	
	kinerja keuangan yang bisa menunjukkan pertumbuhan bisnis, kemampuan memenuhi kewajibannya.	Beban Usaha Profitabilitas	manajemen produksi dan jumlah penjualan Pengelolaan laba untuk penggajian karyawan dan intrasuktrur. Pengelolaan aset	Beban usaha = beban operasional+ beban Non operasional Pengalokasian produksi dan jumlah bahan baku BEP = Total Biaya Tetap/ (harga jual per unit-biaya variable per unit) Mengukur efisiensi dalam menggunakan total asetnya untuk menghasilkan laba bersih ROA =(Laba bersih/Total Aset)x100	Pertumbuhan kinerja keuangan meningkat 15% setiap tahunnya.	Owner	1 tahun

## SIMPULAN

Berdasarkan Hasil Penelitian yang dilakukan pada Nasi Goreng Mas Hen dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Setelah dilakukan proses analisis SWOT pada Nasi Goreng, telah diketahui bagaimana

kondisi eksternal dan internal. Nasi Goreng Mas Hen ini menghadapi peluang yang lebih besar dari pada ancaman dari kondisi eksternal, dan dari kondisi internal Nasi Goreng Mas Hen memiliki lebih banyak kekuatan dari pada kelemahan.

Dari hasil analisis Matrik SWOT lahirlah Visi, Misi dan strategi Nasi Goreng Mas Hen

yang berdasarkan analisis Matrik SWOT yaitu, Visi Menjadikan Nasi Goreng Mas Hen yang mampu bersaing dan menembus pasaran dengan menyajikan kualitas dan fasilitas yang terbaik untuk konsumen. Untuk mencapai visi ini Nasi Goreng Mas Hen memiliki Misi yaitu Menjadikan Nasi Goreng Mas Hen yang mampu bersaing dan menembus pasaran dengan menyajikan kualitas dan fasilitas yang terbaik untuk konsumen Meningkatkan omset penjualan agar memiliki bangunan sendiri dengan misi memiliki Bahan yang digunakan berkualitas, Pelayanan yang diberikan sangat baik, Pengembangan inovasi dari produk maupun layanan dan SDM yang digunakan memiliki loyalitas yang tinggi dan cekatan dalam bekerja.

Berdasarkan hasil analisis matrik, Nasi Goreng Mas Hen Dalam membuat program mengacu kepada strategi pertumbuhan, pertumbuhan kualitas SDM, pertumbuhan nilai pada Aset, pertumbuhan penjualan, dan jumlah produk yang telah diinovasi, menu makanan baru yang lebih varian. program Nasi Goreng Mas Hen menekankan pada program untuk Sumber daya Manusia dan marketing, Seluruh program tersebut persentase Nasi Goreng Mas Hen untuk satu tahun adalah, lebih besar untuk peningkatan program keuangan, dan sisanya untuk program operasional produksi, marketing, dan peningkatan kualitas SDM.

Berdasarkan metode matriks EFAS&IFAS pada Nasi Goreng Mas Hen dihasilkan jumlah skor internal sebesar 3,26 dimana dinyatakan pada kondisi stabil sementara skor eksternal sebesar yang dinyatakan di area pertumbuhan.

#### 4.2. SARAN

Pada bagian Akhir penelitian ini, penulis bermaksud memberikan beberapa rekomendasi yang berkaitan dengan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya.

1. Pembangunan infrastruktur parkir diperluas, sehingga pengunjung dapat parkir dengan nyaman.
2. Menyediakan menu nasi goreng dengan berbagai macam varian agar menarik perhatian konsumen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alchamadi, M. fikri, Dwi p, A., Dwi K, T., Peri, & Nurjaman, A. (2022). MANAJEMEN STRATEGI UMKM RAJUT DI DESA PARUNGSEAH MELALUI KEGIATAN KKM DENGAN PENDEKATAN ANALISIS (KKM Kelompok 1). *HASPI Jurnal Penelitian & Pengabdian*, 1(2), 1–23.
- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X(X), 120–142.
- Elisabet, L., Lestari, C., Rianita, D., & Sari, P. (2021). Analisis Strategi Bersaing Umkm Menggunakan Formulasi Matriks Manajemen Strategis. *Hasil Penelitian Business Management Journal*, 17(2), 101–115. <https://doi.org/10.30813/bmj.v>
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 15. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>
- Jamal, S., & Sari, R. P. (2022). Analisis Keuntungan dan Penugasan dengan Metode Simpleks dan Metode Hungarian (Studi Kasus UMKM Nasi Goreng Kencur). *Jurnal Serambi Engineering*, 7(4), 3914–3923. <https://doi.org/10.32672/jse.v7i4.4848>
- Niode, I. Y. (2019). Sektor umkm di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1–10. <https://repository.ung.ac.id/kategori/show/uncategorized/9446/jurnal-sektor-umkm-di-indonesia-profil-masalah-dan-strategi-pemberdayaan.html>
- Nugroho, H., & Hirawan, Z. (n.d.). *Strategi*

*Pengembangan UMKM di Kabupaten  
Subang.*

- Tambunan, T. T. . (2021). *UMKM Di INDONESIA: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan.*
- Widayanto, M. T. (2020). Analisis Penerapan Manajemen Strategik dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(3), 173.  
<https://doi.org/10.32503/jmk.v5i3.1090>
- Wijandari, A., & Sumilah, N. (2021). *Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi Pendahuluan Metode. 1*(1), 61–64.