

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA DEPOT CURLY CURRY

Adiatma Yang Adi

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121–131, Surabaya 60236

E-mail: limcekang@yahoo.co.id

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi lingkungan internal dan eksternal pada Depot Curly Curry serta menyusun rencana strategi pengembangan bisnis dengan matriks SWOT. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif. Data yang diperoleh berasal dari hasil wawancara pemilik Depot Curly Curry dan karyawan beserta konsumen dari Depot Curly Curry. Metode pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Berdasarkan analisis SWOT kekuatan yang menjadi keunggulan bagi depot Curly Curry adalah lokasi yang strategis yaitu dekat dengan kampus, harga yang bersaing, dan jasa pesan antar. Kelemahan dari depot Curly Curry adalah: ruang depot yang sempit, jumlah AC yang belum memadai, dan jumlah sumberdaya manusia yang kurang. Peluang bagi depot Curly Curry untuk berkembang adalah jumlah mahasiswa Universitas Kristen Petra yang cenderung meningkat dan jumlah suplier yang banyak. Ancaman bagi depot Curly Curry untuk berkembang adalah jumlah pendatang baru, perkembangan pesaing, dan kenaikan komponen bahan baku. Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal, strategi yang cocok dalam mengembangkan bisnis pada Depot Curly Curry yaitu: 1. Strategi pengembangan produk 2. *Quality control* 3. Sistem *membership* 4. Penambahan karyawan *part-time* 5. Sistem sewa jangka panjang 6. *Marketing intelligence*.

Kata kunci— Internal, eksternal, strategi pengembangan bisnis, analisa SWOT, matriks SWOT.

1. PENDAHULUAN

Industri Makanan dan Minuman menjadi subsektor prioritas pada 2018. Subsektor tersebut diharapkan menjadi pendorong untuk tercapainya target pertumbuhan industri non-migas tahun 2018, yakni 5,67 persen. Sektor ini juga meningkatkan realisasi investasi. Menurut Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto, Sektor industri makanan dan minuman Indonesia berkontribusi 34% terhadap industri Indonesia. Kontribusi 34 persen tersebut ialah terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non-minyak dan gas pada tahun 2017. Industri makanan dan minuman juga memiliki pertumbuhan tertinggi di tahun 2017, yakni 9,23 persen. Angka tersebut kemudian disusul oleh pertumbuhan subsektor industri logam dasar, yakni 5,87 persen (Fadiyah, par. 1).

Hal serupa juga terjadi di kota Surabaya, bisnis kuliner di Surabaya mengalami pertumbuhan signifikan. Hal itu terlihat dari meningkatnya jumlah restoran atau kafe baru yang buka. Kenaikannya mencapai 30 persen jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu. Menurut Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur Tjahjono Haryono, demand masyarakat terhadap kuliner selalu ada. Sebab, setiap orang pasti membutuhkan makan. Faktor itulah yang mendorong para pemain bisnis kuliner, baik lokal maupun luar negeri, cukup agresif untuk berinvestasi (“Bisnis” par. 3).

Perilaku kebiasaan konsumen makan di restoran merupakan salah satu tren aktivitas sosial masyarakat saat ini. Seperti menjadi tempat bersantai, berkumpul, dan bersosialisasi yang akan menjadi suatu kebutuhan tersendiri dari konsumen.

Kebutuhan konsumen ini akan menjadi tantangan dan peluang tersendiri bagi pelaku bisnis di bidang kuliner. Tantangan bagi pelaku bisnis di bidang kuliner khususnya di restoran yaitu cara produsen untuk menyediakan penawaran berupa barang dan jasa yang berbeda dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Semakin banyaknya restoran atau depot yang baru berdatangan dapat mempengaruhi perilaku konsumen lebih selektif dalam memilih restoran atau depot. Makanan bukan salah satu faktor utama melainkan ada faktor lain. Faktor lain yang dimaksudkan yaitu suasana restoran atau depot yang melengkapi pelayanan karyawan yang ramah kepada pelanggan, desain ruangan yang menarik, produk makanan yang enak dan beraneka ragam serta pengalaman positif yang melekat pada benak konsumen saat berada di restoran atau depot tersebut. Dengan pertumbuhan bisnis kuliner di Surabaya yang signifikan, tentunya akan ada persaingan antar pemilik depot yang akan berpengaruh pada laba. Untuk mencegah hal itu terjadi, para pemilik depot harus memiliki strategi yang baik untuk menghadapi para pesaingnya.

Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan, dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi lingkungan eksternal. Dalam hal ini dapat dibedakan secara jelas, fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing (Rangkuty, 2003).

Curly Curry adalah salah satu depot yang buka di Surabaya, tepatnya di sekitaran kampus Universitas Kristen Petra sejak tanggal 26 Juli 2017. Curly Curry adalah depot yang bertempat di Jalan Siwalankerto VIII No.1 dan menjual makanan berupa nasi ayam geprek, nasi ayam sambel matah, dan nasi kari dengan pilihan beberapa daging diantaranya ayam, ikan, dan babi. Tidak hanya makanan berat, Curly Curry juga menjual beberapa makanan ringan seperti mie instan dan leker. Jika dilihat dari persaingan bisnis bidang kuliner di sekitarnya, banyak depot yang baru buka sehingga menyebabkan makin ketatnya persaingan. Di jalan Siwalankerto VIII, depot Curly Curry bukan satu-satunya tempat yang menjual makanan, depot Curly Curry memiliki pesaing berat yang sudah lebih dulu buka seperti Sedap Soro, depot Gemini, dan Sentra Kuliner. Adanya persaingan tersebut membuat depot Curly Curry perlu untuk menyiapkan strategi serta menerapkannya agar dapat tetap bertahan dan meningkatkan penjualannya. Karena memiliki pendingin ruangan, wi-fi, dan televisi, jika dibandingkan dengan depot lain di sekitarnya, Curly Curry termasuk memiliki tempat yang nyaman untuk makan di tempat sambil mengerjakan tugas atau sekedar berkumpul dengan teman-teman setelah selesai kelas.

Menurut pemilik depot Curly Curry Hendra Leo, depot miliknya masih kurang besar untuk menampung pelanggan secara maksimal dan terkadang terjadi barang kosong atau kenaikan harga dari pemasok. Untuk kedepannya pemilik berencana menambah menu makanan, berharap dapat membuka cabang di tempat lain dan mengikuti acara seperti bazar atau festival kuliner. Pemilik juga mempunyai rencana untuk

menyewa tempat yang lebih besar, namun memiliki kesulitan dalam mencari tempat yang besar dan strategis di sekitaran Siwalankerto tempat ia berjualan sekarang dengan biaya yang terjangkau.

Selama kurang lebih 14 bulan berjalan depot Curly Curry juga masih menerima beberapa kendala lain seperti ruangan yang sempit berpengaruh ketika konsumen yang sedang makan penuh, ruangan akan terasa panas walaupun terdapat pendingin ruangan, dan juga berpengaruh pada jumlah kompor yang sedikit, sehingga ketika pesanan ramai akan terjadi keterlambatan dalam mengeluarkan pesanan, dan terkadang karyawan mengalami sedikit kebingungan. Kemudian Curly Curry juga belum memiliki *Instagram* sendiri dan belum pernah mempromosikan produk mereka secara rutin, promosi atau pengumuman menu tambahan biasanya hanya dilakukan melalui banner, *Instagram* pemilik dan rekan saja. Pemasukan Curly Curry juga masih mengalami naik turun, dan untuk menambah jumlah karyawan pemilik agak kesulitan karena mengutamakan beberapa kriteria seperti bisa memasak leker karena dalam memasak leker dibutuhkan keahlian tertentu. Selain rasa, porsi yang pas dan harga yang ditawarkan cukup terjangkau, Curly Curry juga memiliki jasa pesan antar ke kos untuk mahasiswa yang tidak sempat atau malas untuk keluar membeli makanan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut : bagaimana strategi pengembangan bisnis yang tepat digunakan pada depot Curly Curry?

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Obyek dalam penelitian kualitatif adalah obyek yang alamiah, atau *natural setting*, sehingga metode penelitian ini sering disebut sebagai metode naturalistik (Sugiyono, 2014)

Objek Penelitian

Objek penelitian yang diteliti yaitu melakukan analisis strategi pengembangan bisnis yang tepat digunakan pada depot Curly Curry, Jalan Siwalankerto VIII No. 1, Surabaya.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang diteliti yaitu depot Curly Curry Surabaya terkait dengan strategi pengembangan bisnis yang tepat untuk digunakan.

Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2014). Peneliti menggunakan *purposive sampling* karena peneliti ingin mendapatkan data yang sesuai dari informan yang dianggap bersangkutan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur. Wawancara semiterstruktur (*semistruktur interview*) sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan (Sugiyono, 2014).

Uji Validitas Data

Untuk uji validitas data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Jenis triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dalam pengujian validitas data penelitian ini, karena teknik ini lebih mengacu pada pengujian validitas dengan mengecek data yang diperoleh dari beberapa sumber. Kemudian data yang didapat tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan dan dianalisa sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Penulis akan melakukan wawancara kepada beberapa narasumber dengan beberapa pertanyaan yang sama untuk menguji apakah data yang didapat dari satu narasumber dengan lainnya valid atau tidak (Sugiyono, 2014)

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini terdapat tiga aktivitas dalam menganalisis data yaitu:

1. Reduksi data (*data reduction*) yaitu merangkum, memilih hak-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.
2. Penyajian data (*data display*) bisa dilakukan dalam bentuk uraian sigkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.
3. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*) adalah langkah ketiga dalam analisis data kualitatif. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Informan

Proses penelitian ini menggunakan informan sebanyak tiga orang dengan profil sebagai berikut:

Tabel 1
Profil Informan

Identitas	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Nama	Hendra Leo	Nuri	Vicky Asnawi
Jenis Kelamin	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki
Usia	34 tahun	32 tahun	22 tahun
Jabatan	Pimpinan (Pemilik)	Karyawan	Pengunjung
Lama Bekerja	1 tahun 5 bulan	1 tahun 5 bulan	1 tahun

Jumlah informan penelitian ini sebanyak tiga orang. Pertimbangan dalam menentukan informan ini karena, informan 1 merupakan orang yang paling mengerti mengenai profil depot Curly Curry, sejarah Curly Curry, dan strategi yang telah dilakukan selama ini.. Penentuan informan 2 karena memiliki pengetahuan di bidang produksi dan operasiona serta Nuri adalah karyawan yang paling lama bekerja di depot Curly Curry. Informan 3 karena konsumen merupakan seseorang yang dapat menilai dan memberi masukan atau tanggapan

tentang perusahaan yang dikunjungi dan dibeli produk atau jasanya.

Uji Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data dilakukan dengan membandingkan tanggapan antara informan penelitian untuk setiap pertanyaan yang sama.

Pembahasan

Analisis Lingkungan Internal

Manajemen

Berdasarkan tanggapan kedua informan penelitian, bisa dinyatakan bahwa manajemen yang dilakukan depot Curly Curry adalah manajemen ala kadarnya, artinya depot Curly Curry belum menyusun struktur organisasi dan *job description* secara jelas tetapi karyawan diharapkan bisa saling kerja sama. Manajemen di internal perusahaan tumpang tindih dilihat dari perangkapan pekerjaan setiap karyawan karena memang karyawan saling diperbantukan. Curly Curry mengalami kekurangan karyawan saat ini sehingga ketika jam sibuk kewalahan melayani pengunjung.

Evaluasi dari aspek manajemen menunjukkan bahwa masih terdapat perangkapan fungsi dari setiap bagian. Kondisi ini menyebabkan tingkat tanggung jawab terhadap aktivitas pekerjaan dari karyawan berkurang. Saran yang diajukan dari aspek manajemen adalah *job description* yang jelas dari setiap karyawan sehingga karyawan memiliki tanggung jawab yang kuat terhadap pelaksanaan pekerjaan-pekerjaan dalam depot Curly Curry sehingga karyawan menyelesaikan semua pekerjaan dengan lebih baik.

Pemasaran

Tanggapan kedua informan penelitian menunjukkan bahwa depot Curly Curry belum memiliki program pemasaran yang terpadu. Pemasaran yang dilakukan saat ini adalah dengan memberikan informasi melalui brosur dan banner dan menurut informan 1 penggunaan status di *whatsapp* dinilai sebagai bentuk promosi pemasaran meskipun belum teruji efektivitasnya. Upaya untuk mempertahankan pelanggan yang ditekankan adalah dengan menjaga kualitas makanan dan porsi makanan.

Evaluasi dari aspek pemasaran depot Curly Curry belum mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk bisa melakukan aktivitas pemasaran secara gratis seperti membuat *Instagram* atau membuat konten interaktif melalui situs di internet. Kegiatan tersebut sebenarnya cukup efektif mengingat semua konsumen dari depot Curly Curry adalah mahasiswa yang pasti mengakses internet terutama dari ponsel. Perbaikan yang seharusnya dilakukan dengan segera adalah dengan membangun situs depot yang ditangani oleh *admin* tertentu, membuat *instagram* sehingga pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien.

Keuangan dan Akuntansi

Tanggapan dari kedua informan penelitian menjelaskan bahwa depot Curly Curry belum menyelenggarakan pembukuan secara memadai. Pencatatan hanya dilakukan dari jumlah kas masuk dan jumlah kas keluar saja. Pengawasan keuangan dilakukan dengan melakukan pemeriksaan dan pencocokkan nota penjualan dan jumlah kas masuk yang dilakukan oleh pemilik ketika malam hari. Selebihnya tidak ada biaya yang berhubungan dengan berbagai komponen biaya operasional depot Curly Curry.

Evaluasi dari aspek ini adalah pembukuan yang belum memadai, sehingga pengendalian keuangan usaha baik menyangkut kas masuk maupun kas keluar tidak bisa dilakukan dengan baik. Tidak adanya pembukuan menyebabkan analisis terhadap berbagai bentuk pengeluaran biaya berlebihan juga tidak bisa dilakukan dengan baik sehingga depot Curly Curry

tidak bisa melakukan berbagai penghematan yang diperlukan. Saran yang diajukan adalah pembuatan pembukuan secepatnya bisa dilakukan karena terdapat banyak informasi berguna dari aspek keuangan yang bisa mempengaruhi pengambilan keputusan pihak pemilik.

Produksi dan Operasi

Tanggapan kedua informan penelitian menjelaskan bahwa faktor produksi dan operasional yang menjadi hambatan depot Curly Curry adalah ruang yang sempit sehingga ketika jam sibuk menyebabkan pelanggan harus mengantri menunggu pesanan. Proses produksi seperti layaknya depot yang lain yang mempersilakan pengunjung duduk, menyajikan menu, pemilihan menu pesanan dan penyajian menu ke pelanggan. Untuk operasional adalah kekurangan karyawan sehingga kewalahan ketika jam sibuk.

Evaluasi dari aspek produksi dan operasional menunjukkan bahwa aktivitas produksi dan operasional depot Curly Curry belum optimal karena sumberdaya internal yang dimiliki belum mampu memenuhi tuntutan banyaknya pengunjung khususnya ketika jam ramai. Untuk kasus ini tampaknya belum ada langkah optimal yang dilakukan karena kejadian ini terus berulang dan akibatnya tingkat kepuasan pengunjung juga bisa terpengaruh dan tidak menutup kemungkinan akhirnya nanti pengunjung menjadi berkurang. Saran atas kasus ini sebenarnya bertumpu pada mengoptimalkan *delivery service* sebagai alternatif pilihan untuk mengatasi ruang yang sempit ketika jam sibuk.

Penelitian dan Pengembangan

Aspek penelitian dan pengembangan dilakukan dengan mencoba variasi menu baru yang diujicobakan untuk mengetahui respon pengunjung. Jika respon bagus maka menu tersebut akan diproduksi dalam jumlah yang memadai. Berkaitan dengan penelitian dan pengembangan informan penelitian juga menyinggung masalah layanan yaitu dengan terus meningkat kualitas layanan khususnya *delivery service* untuk pelanggan.

Evaluasi atas aspek ini sebenarnya sudah cukup baik karena depot Curly Curry selalu melakukan inovasi dengan uji coba berbagai menu baru yang akan ditawarkan kepada konsumen. Reaksi pasar dari setiap menu baru bisa langsung didapatkan sehingga pihak depot Curly Curry bisa memutuskan untuk melanjutkan atau tidak melanjutkan inovasi variasi produk baru tersebut. Saran perbaikan yang masih bisa dilakukan adalah dengan menggali masukan dari pengunjung mengenai menu yang difavoritkan dan dari situ baru dimunculkan menu baru sebagaimana yang diinginkan pengunjung. Cara tersebut dinilai lebih efektif dalam memunculkan menu baru dengan kemungkinan diminati pengunjung lebih besar.

Sistem Informasi Manajemen

Tanggapan kedua informan penelitian mengenai sistem informasi manajemen berhubungan dengan penggunaan mesin *edc*, *go-jek* yang berbasis aplikasi dan layanan antaran lain yang berbasis aplikasi. Berbagai komponen tersebut dinilai sebagai bentuk dari sistem informasi manajemen bagi depot Curly Curry.

Evaluasi untuk aspek ini sebenarnya sudah cukup baik mengingat dengan sistem informasi tersebut sudah cukup membantu depot Curly Curry. Penggunaan sistem informasi tersebut mendorong semakin banyaknya pengunjung tertarik mengunjungi depot Curly Curry. Saran dari aspek ini adalah depot Curly Curry lebih terbuka terhadap sistem informasi terbaru yang sedang berkembang sehingga tidak menutup kemungkinan mengaplikasikannya dalam operasional depot Curly Curry dan pelanggan yang berminat bisa lebih banyak.

Analisis Lingkungan Eksternal

Persaingan Antar Perusahaan Bersaing

Tanggapan kedua informan mengenai lingkungan persaingan bisa dijelaskan bahwa kedua informasi menyatakan bahwa persaingan akan terjadi semakin ketat karena semakin banyak yang tertarik masuk dalam bisnis kuliner. Meskipun demikian, kedua informasi sepakat bahwa depot Curly Curry akan mampu bersaing dan bertahan karena memiliki menu yang memiliki cita rasa berbeda dari tempat lainnya.

Evaluasi dari aspek persaingan antar perusahaan adalah pihak depot Curly Curry sudah cukup yakin mampu bersaing dengan kualitas menu yang disajikan tetapi terkesan depot Curly Curry tidak berusaha dengan lebih optimal melakukan analisis terhadap pesaing yang membahayakan posisi depot Curly Curry dalam persaingan karena tidak memahami karakteristik pesaing dalam persaingan. Saran perbaikan dari masalah ini bahwa sebaiknya depot Curly Curry juga terus mengikuti perkembangan pesaing lama maupun pesaing baru untuk bisa memetakan posisi depot Curly Curry dalam persaingan.

Potensi Masuknya Pesaing Baru

Potensi masuknya pendatang baru tetap terbuka. Kedua informan penelitian memiliki kesamaan pendapat bahwa pendatang baru terus dimungkinkan bermunculan. Meskipun demikian, upaya mempertahankan kualitas menu dan kualitas layanan dinilai masih mampu menghadapi kemungkinan masuknya para pendatang baru dalam bisnis ini.

Evaluasi dari aspek ini adalah pihak depot Curly Curry menyadari bahwa terdapat potensi masuknya pesaing baru. Namun pihak depot Curly Curry tidak berusaha mendapatkan informasi lebih nyata mengenai pesaing baru yang masuk tersebut. Saran untuk depot Curly Curry bahwa setiap ada pesaing baru yang masuk maka depot Curly Curry harus memahami dengan baik keunggulan dan kelemahan pesaing baru tersebut untuk memastikan posisi depot Curly Curry masih aman dalam lingkungan yang berpotensi melahirkan banyak pesaing baru tersebut.

Potensi Pengembangan Produk Substitusi

Informan penelitian menilai bahwa produk pengganti telah dimiliki oleh depot Curly Curry dengan menyediakan berbagai menu alternatif seperti indomie, dadar jagung, dan menu lainnya. Bahkan informan 2 menyatakan bahwa ragam menu di depot Curly Curry bisa bersifat saling substitusi karena ketika pelanggan memesan menu dan kebetulan stok habis maka pelanggan beralih memesan menu yang lainnya.

Evaluasi dari aspek ini sebenarnya sudah cukup baik karena dengan adanya banyak variasi menu bisa menjadi alternatif pilihan bagi konsumen. Saran yang diajukan bahwa banyaknya variasi menu jangan sampai mengganggu konsentrasi kualitas dari menu utama.

Kekuatan Posisi Tawar Pemasok

Berdasarkan tanggapan kedua informan penelitian, bisa dijelaskan bahwa kekuatan posisi tawar pemasok adalah lemah. Meskipun kedua informan penelitian tidak menyatakan secara langsung, tetapi dari penurutan keduanya bisa disimpulkan bahwa depot Curly Curry telah memiliki tujuh pemasok tetapi masih ada pemasok lain yang mencoba untuk masuk. Selain itu, pemasok memberikan bonus jika depot Curly Curry melakukan pengambilan dalam jumlah banyak, artinya bahwa kekuatan pemasok adalah lemah ketika berhadapan dengan depot Curly Curry dan depot Curly Curry dengan mudah bisa beralih ke pemasok lainnya karena memang berbagai bahan kebutuhan depot Curly Curry bisa dengan mudah dipenuhi.

Evaluasi dari aspek ini sudah cukup baik yaitu pihak depot Curly Curry sudah terbuka terhadap kehadiran pemasok. Kekuatan pemasok yang lemah harus bisa dimanfaatkan oleh depot Curly Curry untuk mencari dan mendapatkan pemasok yang benar-benar mampu menyediakan produk dengan kualitas terbaik dan harga terbaik. Saran yang diajukan bahwa meskipun

saat ini depot Curly Curry sudah terikat dengan tujuh supplier namun hubungan baik dengan supplier yang lain juga harus dijaga. Hal ini perlu dilakukan untuk memudahkan depot Curly Curry beralih ke supplier lain ketika supplier yang sekarang tidak lagi mampu memenuhi produk dengan kualitas dan harga yang diinginkan.

Kekuatan Posisi Tawar Konsumen

Kekuatan tawar dari konsumen bisa dibilang kuat, bahkan seiring dengan masuknya pendatang baru maka konsumen memiliki penawaran yang lebih kuat karena bisa dengan mudah beralih ke depot lainnya. Posisi penawaran yang kuat juga ditunjukkan dari kebiasaan pemilik membagi-bagi kue dalam rangka mempertahankan pelanggan, artinya depot Curly Curry merasa berkepentingan dengan upaya mempertahankan pelanggan.

Evaluasi dari aspek ini sudah cukup baik karena depot Curly Curry berusaha menjaga loyalitas konsumen. Saran yang diajukan sebaiknya dengan tetap membangun relasi yaitu dengan menjaga interaksi berkelanjutan dengan pelanggan melalui penggunaan media sosial maupun *whatsapp* agar kemauan dan selera konsumen tetap bisa diketahui dan diikuti oleh depot Curly Curry.

Analisis Perilaku pelanggan

Berdasarkan tanggapan informan 3 secara keseluruhan, bisa dijelaskan bahwa informan 3 adalah tipikal informan yang beralih-alih. Informan tersebut tipikal konsumen dengan tingkat keterlibatan tinggi sehingga sebelum masuk ke depot maka terdapat sejumlah kriteria yang harus dipenuhi. Kriteria tersebut secara berurutan adalah: kualitas rasa, harga, dan kenyamanan tempat. Informan 3 ini juga menyatakan akan dengan mudah beralih ke depot lain kalau depot baru menyajikan menu dan harga yang lebih bersaing dibandingkan dengan depot Curly Curry. Informan 3 memberikan saran untuk depot Curly Curry berhubungan dengan memperluas ruang depot Curly Curry dan menambah AC dalam ruangan serta berharap depot Curly Curry mampu mempertahankan kualitas rasa dan harga menu agar tetap diminati oleh konsumen.

Analisis SWOT

Analisis Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman

1. Kekuatan

Berdasarkan evaluasi terhadap lingkungan internal perusahaan, maka kekuatan dari depot Curly Curry adalah sebagai berikut:

- a. Lokasi yang strategis yaitu dekat kampus, kos-kosan, dan perkantoran.
- b. Kualitas menu yang terjaga, terdapat komitmen dari pemilik untuk memperhatikan terhadap kualitas rasa dan porsi makanan sehingga terstandarisasi.
- c. Harga yang bersaing, harga dari berbagai menu adalah bersaing jika dibandingkan dengan pesaing lainnya.
- d. Pemesanan melalui *whatsapp* menambah kenyamanan pelanggan.
- e. Kerja sama dengan berbagai perusahaan jasa pengiriman, kerja sama ini memberikan keuntungan bagi depot Curly Curry karena dengan mudah mengirimkan pesanan pelanggan.

2. Kelemahan

Berdasarkan evaluasi terhadap lingkungan internal perusahaan, maka kelemahan dari depot Curly Curry adalah sebagai berikut:

- a. Ruang depot yang sempit mengurangi kenyamanan bagi karyawan bekerja maupun mengurangi kenyamanan pengunjung.
- b. Jumlah AC yang belum memadai menyebabkan kenyamanan berkurang.

- c. Sistem pembukuan manual menyebabkan depot Curly Curry terbatas untuk bisa mengendalikan keuangan perusahaan.
- d. Jumlah sumberdaya manusia yang kurang menyebabkan layanan antri bahkan layanan *delivery* terlambat.
- e. Lokasi depot dengan status sewa menyebabkan pemilik lokasi dapat meminta kenaikan harga sewa setiap tahunnya.

3. Peluang

Analisis lingkungan eksternal yang memberikan peluang bagi depot Curly Curry untuk berkembang antara lain sebagai berikut:

- a. Jumlah mahasiswa Universitas Kristen Petra yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun
- b. Jumlah suplier yang semakin banyak akan membantu Curly Curry mendapatkan bahan baku dengan kualitas dan harga terbaik.

4. Ancaman

Analisis lingkungan eksternal yang memberikan ancaman bagi depot Curly Curry untuk berkembang antara lain sebagai berikut:

- a. Jumlah pendatang baru yang bermunculan akan mengancam keberadaan depot Curly Curry karena konsumen akan mudah beralih ke depot lain.
- b. Perkembangan pesaing bagian variasi menu dan rasa yang dilakukan akan mengancam keberadaan depot Curly Curry
- c. Kenaikan komponen bahan baku menyebabkan depot Curly Curry sulit bersaing dari perspektif harga.

Analisis Strategi Berbasis SWOT

Tabel 2

Matrik SWOT

	Kekuatan	Kelemahan
Matrik SWOT	Lokasi yang strategis yaitu dekat dengan pasar	Ruang depot yang sempit
	Kualitas menu yang terjaga	Jumlah AC yang belum memadai
	Harga yang bersaing	Sistem pembukuan manual
	Pemesanan melalui <i>whatsapp</i>	Jumlah sumberdaya manusia yang kurang
	Kerja sama dengan berbagai perusahaan jasa pengiriman	Lokasi depot dengan status sewa
Peluang	Jumlah Mahasiswa Meningkat	- Penambahan karyawan <i>part time</i>
	Jumlah Suplier semakin banyak	- Sistem sewa jangka panjang
Ancaman	Jumlah pendatang baru	- Sistem <i>membership</i>
	Perkembangan pesaing	- <i>Marketing intelligence</i>
	Kenaikan bahan baku	

Berdasarkan pada matrik SWOT di atas, maka terdapat sejumlah alternatif strategi yang urgen sesuai dengan kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Penjelasan dari masing-masing pilihan strategi adalah sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan produk

Depot Curly Curry selama ini sudah mencoba mengembangkan produk baru tetapi upaya tersebut harus terus dilakukan. Upaya pengembangan produk baru tersebut bisa dilakukan

dengan survei pesaing dan survei di tempat lain untuk memberikan gambaran mengenai produk-produk yang layak dijual dan diminati oleh konsumen.

2. *Quality control*

Strategi ini dilakukan mengingat semakin banyaknya jumlah suplier sehingga harus dilakukan pengendalian kualitas yang baik mulai dari bahan baku yang masuk depot Curly Curry. *Quality control* juga berlaku untuk setiap menu makanan yang disajikan. Hal ini dilakukan untuk mencegah komplain pengunjung.

3. Sistem *membership*

Sistem *membership* memungkinkan depot Curly Curry menyimpan database pelanggan sehingga bisa melakukan berbagai bentuk pendekatan kepada pelanggan. misalnya untuk pelanggan yang sedang ulang tahun, maka bisa mendapatkan menu gratis ketika mengunjungi depot Curly Curry pada hari ulang tahun. Selain itu, dengan adanya sistem *membership* juga mempermudah melakukan riset survei kepuasan pelanggan.

4. Penambahan karyawan *part time*

Karyawan *part time* tersebut diarahkan untuk mahasiswa semester akhir, di mana mahasiswa tersebut memiliki lebih banyak waktu luang karena jadwal perkuliahan yang lebih longgar. Terdapat sejumlah keuntungan bagi depot Curly Curry dengan merekrut karyawan *part time* dari mahasiswa karena mahasiswa relasinya sesama mahasiswa banyak sehingga bisa mempengaruhi mahasiswa lain mengunjungi depot Curly Curry, juga bisa diposisikan sebagai tenaga pembukuan karena mahasiswa memiliki pengetahuan terhadap pelajaran pembukuan khususnya jurusan akuntansi atau manajemen. Hal ini akan menguntungkan depot Curly Curry karena bisa mengetahui dengan lebih baik kondisi keuangan serta bisa melakukan analisis *cost* dan akhirnya bisa melakukan berbagai bentuk penghematan. Karyawan *part time* juga cenderung digaji lebih rendah

5. Sistem sewa jangka panjang

Jika depot Curly Curry bisa membeli sendiri lokasi tersebut lebih menguntungkan tetapi pada umumnya lokasi di sekitaran Universitas Kristen Petra tidak dijual karena sangat potensial untuk bisnis dan jika dijual maka harganya sangat tinggi. Kondisi keuangan yang terbatas karena milik perorangan menyebabkan depot Curly Curry memilih strategi paling dekat dengan sistem sewa jangka panjang.

6. *Marketing intelligence*

Marketing intelligence ini bisa dilakukan sendiri oleh pemilik dengan sesekali waktu mengunjungi depot pesaing untuk mencoba menu makanan yang disajikan. Hal ini mutlak diperlukan untuk mengetahui perkembangan pesaing sehingga depot Curly Curry bisa mengambil keputusan tepat sehubungan dengan strategi pemasaran yang dipilih.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan mengenai penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan:

1. Analisis terhadap keunggulan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal adalah sebagai berikut:
 - a. Kekuatan yang menjadi keunggulan bagi depot Curly Curry adalah: lokasi yang strategis yaitu dekat dengan kampus, kualitas menu yang terjaga, harga yang bersaing, pemesanan melalui *whatsapp*, dan kerja sama dengan berbagai perusahaan jasa pengiriman
 - b. Berdasarkan evaluasi terhadap lingkungan internal perusahaan, maka kelemahan dari depot Curly Curry adalah: ruang depot yang sempit, jumlah AC yang belum memadai, sistem pembukuan manual, jumlah sumberdaya manusia yang kurang, dan lokasi depot dengan status sewa.

- c. Analisis lingkungan eksternal yang memberikan peluang bagi depot Curry untuk berkembang adalah: jumlah mahasiswa Universitas Kristen Petra yang cenderung meningkat dan jumlah supplier yang semakin banyak.
 - d. Analisis lingkungan eksternal yang memberikan ancaman bagi depot Curry untuk berkembang adalah: jumlah pendatang baru, perkembangan pesaing, dan kenaikan komponen bahan baku.
2. Berdasarkan pada analisis matrik SWOT, maka alternatif pilihan strategi bagi depot Curry adalah: strategi pengembangan produk, *quality control*, sistem membership, penambahan karyawan *part time*, sistem sewa jangka panjang, dan *marketing intelligence*.
 3. Berdasarkan pada alternatif pilihan strategi, maka strategi yang paling rasional dan harus dilakukan dalam jangka pendek adalah dengan merekrut karyawan *part time*. Berbagai keunggulan dengan merekrut mahasiswa semester akhir akan mampu mengatasi masalah yang dihadapi oleh depot Curry yang mendesak khususnya pelayanan jam sibuk, membentuk situs *online* dengan *admin* mahasiswa, menangani *Instagram* atau *whatsapp*, dan lainnya sehingga promosi bisa tersampaikan dengan baik. Sistem pesan antar merupakan salah satu solusi, namun ketika tidak bisa dilayani dengan optimal maka juga merugikan sehingga dengan merekrut karyawan *part time* dari mahasiswa akan mampu mengatasinya.
 4. Berdasarkan pada prinsip strategi generik Porter maka strategi yang paling cocok untuk digunakan depot Curry adalah Strategi Diferensiasi dimana Curry menciptakan suatu produk yang unik, yang berbeda dengan pesaing. Keunikan inilah yang menjadi nilai lebih bagi konsumennya. Nilai lebih tersebut haruslah dilihat dari sisi konsumen dan bukan dilihat dari sisi produsen. Dengan memiliki nilai lebih tersebut perusahaan dapat menerapkan harga yang berbeda dengan pesaingnya, namun tetap meningkatkan penjualan.

Saran

Berdasarkan pada permasalahan mendesak yang ada di depot Curry dan tindakan nyata pemilik dalam waktu dekat bahwa saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Pemilik selangkah untuk mendahulukan penyelesaian masalah jangka pendek terlebih dahulu dari pada terus mencari lokasi untuk membuka cabang baru dan melalaikan penyelesaian jangka pendek yang mendesak di depot Curry. Pembukaan cabang bisa dilakukan ketika depot Curry sudah bisa menyelesaikan masalah sendiri karena ketika membuka cabang tetapi masalah di depot Curry belum selesai justru menyebabkan masalah menumpuk tidak terselesaikan.
2. Mengingat sulitnya mencari tempat di sekitaran lokasi depot Curry saat ini untuk mengatasi lokasi yang sempit, maka optimalkan layanan pesan antar bisa malah ditingkatkan dengan menambah karyawan tetap atau *part time* tersebut. Optimalkan layanan tersebut mutlak dilakukan karena *delivery service* sebenarnya sebagai solusi yang paling tepat karena terbatasnya ruangan yang dimiliki depot Curry.

DAFTAR REFERENSI

Akoijam, S. L. (2012). Scope and Potential of Indian Aluminium Industry: An Indepth Analysis. *European Journal of Business and Management*, 4(3), 32-41.

Goranczewski, B., & Puciato, D. (2010). SWOT Analysis In The Formulation of Tourism Development Strategies for Destinations. *Tourism*, 20(2), 45-53.

Aswati, R., & Thomas, C. (2013). Identification of Operational Issues at a Switchgear Manufacturing Company. *IOSR Journal of Mechanical and Civil Engineering*, 7(4), 8-14.

Chan, X. (2011). A SWOT Study of the Development Strategy of Haier Group as One of the Most Successful Chinese Enterprises. *International Journal of Business and Social Science*, 2(11), 147-153.

David, F. R. (2013). *Strategic Management: Concept and Cases* (14 ed.). United States: Pearson Education, Inc.

David, F. R. (2015). *Manajemen Strategik Konsep: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (15 ed.). Jakarta: Salemba Empat.

George, J. P., & Pramod, V. (2013). SWOT Analysis of Steel Re Rolling Mills (A comparative study of international brand with a local brand). *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3(12), 1-15.

Herdiana, D. (2015). Sardines Product Quality Control In Terms of HACCP To Improve Food Security In Blambangan Foodpacker Indonesia company limited, Banyuwangi. *International Food Research Journal*, 22(4), 1507-1512.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing. Fifteenth Edition*. United States: Pearson Education.

Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Rosda.

Pambudi, A. L., Daryanto, A., & Hartoyo, S. (2013). Development Strategy of Natural Tourism. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 16(1), 27-34.

Porter, M. (1997). *Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.

Rajasekar, J., & Raee, M. A. (2013). An analysis of the telecommunication industry in the Sultanate of Oman using Michael Porter's competitive strategy model. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 23(3), 234-259.

Rangkuty, F. (2003). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sancoko, A. H. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan Dan Minuman Pada Depot Time to Eat Surabaya. *Agora*, 185-194.

Sanjaya, S. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Pada Depot Blessing di Kupang, Nusa Tenggara Timur. *Agora*, 167-174.

Sugiyono, P. D. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Talib, M. S., & Hamid, A. B. (2014). Halal logistics in Malaysia: A SWOT analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 322-343.

Thompson Jr, A., Strickland, A., & Gamble, J. (2005). *Crafting and Executing Strategy The Quest for Competitive Advantage Concept & Case* (14 ed.). New York: McGraw-Hill.

Tsitsipati, V., & Athanasios, C. (2014). SWOT Analysis of the truffles market in Greece. *British Food Journal*, 116(12), 1976-1997.

Winarta, M. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Makanan Pada Usaha Depot Dapur Jawa. *Agora*, 463-469.