

ANALISIS PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN LABA UMKM SOTO AYAM LAMONGAN PAK NOTO

Oleh :

Laila Ulfa Izak¹

Suvriati Vivka Merdana²

Dwi Syerli Inda Rahmawati³

Dr. Ir. Rusdi Hidayat N, M.Si⁴

Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB⁵

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: JL. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur (60294).

Korespondensi Penulis: 22042010069@student.upnjatim.ac.id

***Abstract.** This research explores the analysis of business conditions, planning strategies, and business development to increase profits at Pak Noto's Soto Ayam Lamongan Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). This culinary business is an important part of Indonesia's domestic economy, with a strong heritage and reputation. Through changes in location and the legacy of the original owner, the business has survived and thrived, demonstrating the resilience of the MSME sector in the face of economic challenges. However, to increase profits and maintain its competitiveness, an effective business planning and development strategy is required. Business planning is emphasized as a crucial aspect in maintaining business stability and success. In this case, planning involves identifying short- and long-term goals, strategies to achieve them, and a thorough analysis of aspects such as the industry, customers and competitors. Business development, on the other hand, includes the stages of opportunity identification, business alternative formulation, selection of the preferred alternative, implementation, and evaluation. Business development strategies, including operational cost management, appropriate pricing policies, and operational efficiency, are necessary to increase*

Received February 28, 2024; Revised March 26, 2024; March 29, 2024

*Corresponding author: admin@mediaakademik.com

ANALISIS PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN LABA UMKM SOTO AYAM LAMONGAN PAK NOTO

profits. This study used a qualitative approach with an emphasis on detailed and descriptive explanations. Data were obtained through field observations and analysis of the case of Pak Noto's Soto Ayam Lamongan MSME, with the researcher as the main instrument in analyzing business phenomena. The analysis of Pak Noto's Soto Ayam Lamongan shows a planning strategy that includes cost management, pricing policy, and a focus on operational efficiency. Business development is carried out through improving service quality, building a strong brand identity, and utilizing efficient operational strategies. These strategies help increase profits and maintain business competitiveness in the competitive culinary industry. This study concludes that careful business planning and effective business development can increase profits and maintain the competitiveness of Pak Noto's Soto Ayam Lamongan MSMEs. Strategies that focus on operational efficiency, cost management, appropriate pricing policies, and improved service quality are key in improving business performance and strengthening customer relationships. Thus, these MSMEs can achieve long-term success in the culinary industry.

Keyword : MSME, Planning, Development, Strategy.

Abstrak. Penelitian ini mengeksplorasi analisis kondisi bisnis, strategi perencanaan, dan pengembangan bisnis untuk meningkatkan laba pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Soto Ayam Lamongan Pak Noto. Bisnis kuliner ini merupakan bagian penting dari ekonomi domestik Indonesia, dengan warisan dan reputasi yang kuat. Melalui perubahan lokasi dan warisan dari pemilik aslinya, bisnis ini telah bertahan dan berkembang, menunjukkan ketahanan sektor UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi. Namun, untuk meningkatkan laba dan mempertahankan kompetitivitasnya, diperlukan strategi perencanaan dan pengembangan bisnis yang efektif. Perencanaan bisnis ditekankan sebagai aspek krusial dalam menjaga stabilitas dan kesuksesan bisnis. Dalam hal ini, perencanaan mencakup identifikasi tujuan jangka pendek dan panjang, strategi untuk mencapainya, serta analisis menyeluruh terhadap aspek-aspek seperti industri, pelanggan, dan pesaing. Pengembangan bisnis, di sisi lain, mencakup tahapan identifikasi peluang, formulasi alternatif usaha, seleksi alternatif terpilih, pelaksanaan, dan evaluasi. Strategi pengembangan bisnis, termasuk pengelolaan biaya operasional, kebijakan harga yang tepat, dan efisiensi operasional, diperlukan untuk meningkatkan laba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penekanan pada

penjelasan rinci dan deskriptif. Data diperoleh melalui pengamatan lapangan dan analisis terhadap kasus UMKM Soto Ayam Lamongan Pak Noto, dengan peneliti sebagai instrumen utama dalam menganalisis fenomena bisnis. Analisis terhadap UMKM Soto Ayam Lamongan Pak Noto menunjukkan strategi perencanaan yang meliputi pengelolaan biaya, kebijakan harga, dan fokus pada efisiensi operasional. Pengembangan bisnis dilakukan melalui peningkatan kualitas pelayanan, pembangunan identitas merek yang kuat, dan pemanfaatan strategi operasional yang efisien. Strategi ini membantu meningkatkan laba dan menjaga kompetitivitas bisnis dalam industri kuliner yang kompetitif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perencanaan bisnis yang matang dan pengembangan bisnis yang efektif dapat meningkatkan laba dan mempertahankan kompetitivitas UMKM Soto Ayam Lamongan Pak Noto. Strategi fokus pada efisiensi operasional, pengelolaan biaya, kebijakan harga yang tepat, dan peningkatan kualitas pelayanan menjadi kunci dalam meningkatkan kinerja bisnis dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian, UMKM ini dapat mencapai kesuksesan jangka panjang dalam industri kuliner.

Kata Kunci : UMKM, Perencanaan, Pengembangan, Strategi.

LATAR BELAKANG

Pada suatu bisnis baik bentuk mikro atau makro pasti memiliki strategi dalam merencanakan dan mengembangkan bisnis agar tetap berada di pasaran. Bisnis merupakan penyatuan berbagai komponen usaha yang dilakukan satu orang atau kelompok melalui aktivitas menawarkan barang atau jasa dengan tujuan akhir yakni mendapatkan profit, laba atau keuntungan. Bisnis juga hadir untuk melancarkan sistem perekonomian suatu negara. Bisnis secara general menggambarkan keseluruhan aktivitas dan institusi yang memproduksi barang atau jasa dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun bisnis terbilang menjadi kegiatan mudah untuk dilakukan, namun sebuah bisnis harus mampu menghadapi kerugian dan keuntungan. Tidak hanya bergantung pada modal baik berupa uang atau hal lainnya, melainkan juga banyak berbagai faktor pendukung terlaksananya sebuah bisnis.

Salah satu jenis bisnis yang ada saat ini ialah UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah. UMKM sendiri adalah suatu bisnis mikro atau bisnis kecil yang menjadi bagian penting dari ekonomi dalam negeri. UMKM memiliki berbagai jenis usaha mulai

ANALISIS PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN LABA UMKM SOTO AYAM LAMONGAN PAK NOTO

dari pedagang kecil dan usaha tingkat menengah. UMKM mempunyai berbagai peranan krusial dalam perekonomian sebab menciptakan lapangan kerja, menghasilkan produk dan jasa, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Menurut data Badan Pusat Statistik, pasca krisis ekonomi yang terjadi di Asia pada tahun 1997-1998 menunjukkan bahwa hanya sektor UMKM yang mampu bertahan dari krisis tersebut, sehingga jumlah UMKM tidak berkurang dan semakin bertambah setiap waktunya. Sedangkan usaha besar dan menengah mengalami kebrangskutan akibat dampak dari krisis ekonomi tersebut. Hal ini menjadi bukti bahwa UMKM merupakan usaha produktif dan layak untuk dikembangkan agar dapat membantu perkembangan ekonomi di Indonesia.

Salah satu bentuk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang berkembang pesat di Indonesia yaitu UMKM Soto Ayam Lamongan Pak Noto. Soto Ayam Lamongan Pak Noto merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang kuliner. Soto Ayam merupakan makanan khas beberapa daerah yang ada di Indonesia seperti Soto Madura, Soto Ayam Solo, Soto Betawi, dan Soto Ayam Lamongan. Masing – masing daerah memiliki cita rasa yang berbeda, dikarenakan pada resep yang digunakan berbeda tergantung dengan rasa yang diinginkan. Soto Ayam Lamongan identik dengan kuah soto yang berwarna kuning pekat dengan suwiran ayam dan ditaburi bubuk koyah, sedangkan pada daerah lain ada yang menggunakan suwiran daging serta tidak menggunakan bubuk koyah. Proses pembuatannya juga berbeda, ada yang menggunakan kuah dan arang sebagai alat memasak, ada pula yang menggunakan panci berukuran besar.

Soto Ayam Lamongan Pak Noto berdiri pada tahun 1970 hingga 2004 yang awalnya berlokasi di Jl Dharmawangsa, Surabaya. Pak Noto merupakan pemilik usaha tersebut dengan pegawai sebanyak 18 orang. Dengan izin dan permintaan dari Pak Noto, beberapa pegawainya kini membuka usaha kuliner soto ayam menggunakan nama Soto Ayam Lamongan Pak Noto serta resep yang telah diberikan agar usaha kuliner tersebut terus berjalan dengan cita rasa yang sama. Sehingga dapat dikatakan bahwa nama usaha dan resep pembuatan merupakan warisan yang diberikan oleh pemilik asli. Soto Ayam Lamongan Pak Noto telah berjalan selama 5 tahun sejak pertama kali dibuka pada tahun 2018 hingga saat ini tahun 2023 dan berlokasi di Jl. Dr. Ir. H. Soekarno, Penjaringan Sari, Kecamatan Rungkut, Surabaya, Jawa Timur 60293. Namun pada tahun 2024 karena suatu alasan bisnis ini pindah dan berlokasi di Jl. Penjaringan Asri PS 1 Blok A No.41-42, Surabaya, Jawa Timur.

Pada mulanya pembuatan soto ayam ini menggunakan bahan bakar arang sebagai alat memasak, namun seiring dengan berjalannya waktu peralatan masak tersebut diganti menggunakan kompor gas. Selain itu, tempat makan yang digunakan pun beberapa kali di renovasi karena menyesuaikan dengan keinginan pemilik tempat. Ada juga beberapa komponen dalam produksi soto ayam yang diganti dengan inovasi yang lebih baik agar kualitas produk meningkat. Beberapa pembaruan memang perlu dilakukan setelah melakukan evaluasi pada kegiatan bisnis yang dijalankan agar tidak tertinggal dalam persaingan pasar yang ada. Karena dalam sebuah bisnis, inovasi diperlukan secara konsisten agar konsumen tidak bosan dengan menu yang disediakan dan beralih pada produk pesaing. Bukan hanya untuk mempertahankan konsumen, tetapi hal ini juga diperlukan untuk menarik minat konsumen yang baru.

Namun, meskipun memiliki potensi yang besar dalam berbagai hal, UMKM Soto Ayam Lamongan Pak Noto menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan laba. Tantangan ini mencakup perencanaan strategi bisnis yang efektif, pengelolaan modal, penggunaan bahan baku yang berkualitas, dan berbagai bentuk strategi promosi yang tepat dilakukan untuk tetap mempertahankan bisnis. Untuk mengatasi berbagai tantangan yang timbul setiap waktu, maka diperlukan analisis kondisi bisnis termasuk dalam hal perencanaan dan pengembangan bisnis dengan komprehensif. Analisis ini mencakup terkait kondisi bisnis, evaluasi kebutuhan modal, perencanaan strategi yang inovatif, pengelolaan sumber daya yang ada, dan strategi pemasaran inovatif. Tujuan analisis ini adalah untuk menemukan solusi yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki kualitas produk, dan meningkatkan penjualan, sehingga meningkatkan laba UMKM Soto Ayam Lamongan Pak Noto.

Perencanaan merupakan suatu bentuk teknik, cara, atau strategi yang digunakan suatu bisnis dengan tujuan akhir tetap mempertahankan bisnis tersebut pada kurun waktu tertentu. Perencanaan menjadi bentuk krusial yang paling dibutuhkan pada sebuah bisnis. Perencanaan menjadi aspek penting yang harus disiapkan sebelum memulai usaha. Perencanaan bisnis mencakup penulisan rinci tentang konsep bisnis, keuangan, pemasaran, dan berbagai hal terkait bisnis lainnya. Tujuan utama dari perencanaan sendiri adalah memastikan kesiapan yang matang sehingga meningkatkan kemungkinan kesuksesan bisnis. Selain itu, perencanaan bisnis penting untuk menjaga kestabilan dan kesuksesan usaha, serta memungkinkan pengusaha untuk mengevaluasi dan

ANALISIS PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN LABA UMKM SOTO AYAM LAMONGAN PAK NOTO

menyesuaikan strategi berdasarkan data yang telah terkumpul, mencegah masalah atau isu yang dapat terjadi di masa yang akan datang.

Selain perencanaan yang matang, diperlukan juga pengembangan bisnis melalui strategi pada perencanaan. Pengembangan bisnis adalah serangkaian proses yang dilewati perusahaan dalam meningkatkan performa melalui peningkatan atau perubahan pada produk dan jasa, memasuki pasar, serta menjalin kerja sama dengan kemitraan lain. Pengembangan usaha menjadi tanggung jawab setiap pengusaha, pelaku bisnis, atau wirausahawan yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi, inovasi, dan kreativitas. Kegiatan bisnis dapat diawali dari merintis usaha, membangun kerja sama dengan pihak lain. Namun, juga perlu diperhatikan bahwa bisnis perlu ditentukan kearah mana bisnis tersebut tetap dapat berjalan dengan baik. Maka, dari itu dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas serta mempertahankan bisnis tersebut agar tetap berjalan dengan kurun waktu panjang. Melaksanakan pengembangan bisnis diperlukan kerja sama beberapa aspek mulai dari produksi dan pengelolaan, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi, dan lain sebagainya. Sehingga, pada setiap tingkatan bisnis diperlukan adanya perencanaan dan pengembangan agar tetap bertahan dalam kurun waktu panjang. Salah satunya pada UMKM Soto Ayam Lamongan Pak Noto yang dari awal dibuka sampai sekarang tetap eksis bertahan.

LANDASAN TEORI

Perencanaan

Secara umum perencanaan bisnis merupakan bagian yang melekat dari perencanaan usaha. Secara khusus perencanaan merupakan peluang usaha yang harus dimanfaatkan oleh suatu perusahaan. Menurut Stoner et al. (Solihin, 2007: 5) Perencanaan atau *planning* merupakan awalan untuk menentukan hasil akhir yang ingin dituju oleh perusahaan serta mencakup langkah-langkah untuk mencapai hasil tersebut. Sedangkan menurut Joel G et al. (Fahmi, 2013:35) Definisi perencanaan yaitu proses untuk menentukan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang serta perencanaan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Jackson et al. (Solihin, 2007:5) Dalam perencanaan meliputi visi, misi, tujuan yang ingin dicapai perusahaan, strategi yang akan diterapkan untuk mencapai

tujuan perusahaan, kebijakan-kebijakan yang ditetapkan perusahaan seperti program, prosedur, dan anggaran.

Perencanaan bisnis menurut William D. Bygrave & Andrew Zacharakis (2010: 110) diibaratkan seperti sejumlah dokumen yang telah dipersiapkan oleh pelaku usaha, dimana dokumen tersebut berkaitan dengan profesi mereka yang memberi gambaran lengkap mengenai masa lalu, masa sekarang, dan masa depan perusahaan. Perencanaan bisnis seperti rincian dari setiap rencana yang tersusun dengan cermat untuk sebuah bisnis agar memandang bagaimana masa depan bisnis tersebut, pengalokasian sumber daya, fokus pada poin utama serta bersiap untuk segala hambatan dan peluang yang ada.

Berikut hal-hal yang terdapat dalam perencanaan bisnis menurut William D. Bygrave & Andrew Zacharakis (2008: 238):

a. *Cover* (Halaman judul)

Bagian cover mencakup nama perusahaan, *tagline* perusahaan, *contact person*, alamat, telepon, *fax*, email, tanggal, *disclaimer* dan *copy number*.

b. *Executive Summary* (Ringkasan eksekutif)

Executive summary merupakan bagian terpenting dalam perencanaan bisnis, karena apabila investor kurang merasa tertarik dengan bagian ini maka besar kemungkinan investor tersebut tidak akan membaca lagi bagian lain yang telah dibuat. *Executive summary* berisi informasi mengenai deskripsi peluang, konsep bisnis, *overview* industri, *target marketing*, keuntungan kompetitif, model bisnis dan ekonomi, anggota tim dan penawaran.

c. *Table of Contents* (Daftar isi)

Table of contents bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam membaca isi perencanaan bisnis. *Table of contents* mencakup *major section*, *sub-section*, *exhibit* dan *appendix*.

d. *Industry, Customer, and Competitor Analysis* (Analisis industri, pelanggan dan pesaing)

Industri bertujuan untuk memberikan ilustrasi mengenai kesempatan sekaligus cara mendapatkan kesempatan tersebut. Hal ini harus difokuskan pada bentuk karakteristik seperti apa yang digunakan untuk menentukan kesempatan yang menarik dan berisi penjabaran pangsa pasar yang hendak dituju. Pelanggan dalam bagian ini bertujuan untuk menentukan produk apa yang diinginkan

ANALISIS PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN LABA UMKM SOTO AYAM LAMONGAN PAK NOTO

konsumen serta sebagai kampanye *marketing* yang bertujuan untuk mendefinisikan siapa saja yang cocok berdasarkan informasi demografi dan psikografi. Sedangkan pesaing bertujuan sebagai pembanding untuk konsep perusahaan yang telah direncanakan dengan kompetitor lainnya pada bidang yang sejenis.

- e. *Company and Product Description* (Deskripsi perusahaan dan Produk)
Company and product description berisi perusahaan dan produk yang akan dipasarkan. Sebelum ke tahap analisis perencanaan pemasaran dan operasional yang lebih terperinci, pelaku usaha harus menentukan terlebih dahulu pangsa pasar mereka dan strategi pertumbuhannya.
- f. *Marketing Plan* (Perencanaan marketing)
Bagian terpenting dalam *marketing plan* yaitu mendeskripsikan bagaimana strategi produk atau jasa, harga, pangsa pasar, distribusi, komunikasi dan pemasaran, hingga penjualan.
- g. *Operations Plan* (Perencanaan operasional)
Pada *operations plan* berisi penjelasan mengenai bagaimana kegiatan operasi dapat menambah nilai bagi konsumen.
- h. *Development Plan* (Perencanaan pengembangan produk)
Development plan mencakup strategi pengembangan dan *timeline* berapa lama produk akan dikembangkan.
- i. *Team* (tim)
Bagian ini mengidentifikasi siapa saja yang akan terlibat dalam proyek ini, mencakup peranan tim, penasehat dan pemilik perusahaan.
- j. *Critical Risks* (Resiko Kritis)
Pelaku usaha harus mengidentifikasi segala resiko yang akan dihadapi perusahaan secara kritis serta mencari solusi untuk menghadapinya.
- k. *Offering* (Penawaran)
Offering mencakup sumber daya dan modal apa saja yang diperlukan. Bagian ini juga berisi penjelasan alur penggunaan modal tersebut.
- l. *Financial Plan* (Perencanaan keuangan)
Mencakup seluruh perhitungan keuangan seperti pendapatan, *cash flow*, *balance sheet* dan *funding*.

m. *Appendices* (Lampiran)

Mencakup seluruh data yang ingin dilampirkan dalam perencanaan bisnis.

Pengembangan

Pengembangan bisnis merupakan bentuk tanggung jawab dari seorang pelaku usaha untuk masa depan usahanya. Jika hal ini dapat dilakukan dengan baik oleh para pelaku usaha maka hasil yang diperoleh akan menjadi skala yang besar Anoraga (2007:66). Pengembangan bisnis dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan guna peningkatan pertumbuhan dan profitabilitas bisnis jangka panjang. Mencakup spektrum aktivitas yang meliputi pengenalan, pemeliharaan, perebutan konsumen, serta identifikasi peluang bisnis yang baru. Tujuannya adalah untuk memperbaiki dan meningkatkan aspek-aspek internal bisnis sebelum melangkah ke langkah-langkah eksternal untuk mencapai pertumbuhan dan profitabilitas. Strategi pengembangan bisnis perlu direncanakan secara matang agar menjadi kunci keberhasilan bisnis. Pengembangan bisnis juga menjadi pendekatan inovatif yang digunakan guna mempertahankan dan mengembangkan bisnis secara jangka panjang. Menurut Hassanien et al., (2010) dalam Andi et al., (2023) pengembangan bisnis merujuk pada proses yang dilalui suatu perusahaan guna meningkatkan performa dengan peningkatan pada berbagai hal mulai dari fitur produk dan jasa, pengembangan produk dan jasa, memasuki pasar yang baru, dan menjalin kerja sama antar pihak. Pengembangan bisnis telah menjadi proses yang paling bermanfaat bagi para pelaku bisnis karena mampu memberikan impact besar berupa nilai dan manfaat bisnis yang menunjang setiap aktivitas bisnis.

Menurut Anoraga (2007: 90) terdapat tahapan-tahapan pengembangan usaha:

1. Tahap Identifikasi Peluang

Tahap identifikasi peluang dapat didukung dengan data dan informasi dari berbagai sumber seperti rencana perusahaan, saran, program pemerintah, hasil riset peluang usaha, dan asosiasi dari usaha sejenis.

2. Tahap Merumuskan Alternatif Usaha

Setelah mengumpulkan dan menganalisis informasi, selanjutnya adalah merumuskan usaha apa saja yang memungkinkan oleh pemilik usaha atau manajer.

3. Tahap Seleksi Alternatif

ANALISIS PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN LABA UMKM SOTO AYAM LAMONGAN PAK NOTO

Dari berbagai alternatif yang ada kemudian akan dipilih salah satu atau beberapa yang terbaik. Untuk menentukan jenis usaha yang baik dapat dilihat dari beberapa kriteria seperti ketersediaan pasar, resiko kegagalan, dan harga.

4. Tahap Pelaksanaan Alternatif Terpilih

Setelah menentukan alternatif mana yang akan dipilih selanjutnya adalah pelaksanaan dari usaha tersebut.

5. Tahap Evaluasi

Evaluasi bertujuan untuk mengoreksi dan memperbaiki terhadap usaha yang sedang dijalankan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian dilakukan dengan metodologi pendekatan kualitatif, dengan penekanan khusus pada penelusuran deskriptif atau penggambaran berupa penjelasan rinci. Metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang memberikan hasil berupa data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari para orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Zuchri, 2021). Penelitian kualitatif menyatukan teknik pengumpulan data, analisis data secara induktif, dan, peneliti sebagai instrumen utama dalam menganalisis suatu objek ilmiah. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memberikan gambaran secara menyeluruh dari suatu fenomena yang terjadi dan dapat diamati dari sudut pandang subjek, tanpa pembuktian apapun, oleh karena itu penelitian kualitatif tepat digunakan dalam permasalahan yang bersifat *explorative*, *descriptive*, dan *explanative*. Penelitian kualitatif melakukan riset dengan mengumpulkan data di lapangan, peneliti sebagai instrumen kunci pada penelitian, memiliki sumber data yang beragam, analisis data dilakukan secara induktif, harus mampu menyerap atau merincikan suatu makna tentang isu atau masalah yang diteliti, proses penelitian yang meluas, dan sering kali menggunakan perspektif teoritis tertentu dalam melihat masalah yang diteliti.

Penelitian kualitatif sangat tepat digunakan pada masalah atau isu ilmu sosial dan humaniora pada saat akan menjawab dan membahas pertanyaan atau permasalahan yang terjadi dan sedang menjadi objek penelitian. Penelitian kualitatif deskriptif memiliki sifat untuk mendeskripsikan, merincikan, menggambarkan makna data atau fenomena yang ditangkap peneliti dengan menunjukkan berbagai bukti-bukti. Proses dan makna pada perspektif subjek lebih ditujukan pada penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif juga

menekankan pada kemampuan peneliti untuk mendeskripsikan, menganalisis, mensintesis, dan mengevaluasi penelitian mereka sendiri, daripada hanya mengandalkan statistik dan instrumen penelitian (Endah et al., 2022). Bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif dan kompleks tentang fenomena manusia atau sosial konveksi alami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kondisi Bisnis

Soto Ayam Lamongan Pak Noto merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner khususnya kuliner khas daerah yaitu Kabupaten Lamongan. Sejarah berdirinya bisnis ini bermula pada tahun 1970 yang didirikan secara langsung oleh Pak Noto dan keluarga. Bisnis ini semakin hari semakin ramai dan berkembang sehingga Pak Noto menambah jumlah menu yang ditawarkan yaitu es campur dan menu lain untuk menarik minat pelanggan. Bisnis ini pun berjalan dengan lancar walaupun dengan melewati berbagai kesulitan yang pernah dialami, dan pegawai yang dimiliki Pak Noto semakin banyak hingga pernah mencapai angka 18 pegawai. Karena suatu alasan, bisnis ini terakhir dibuka pada tahun 2004, tetapi sebelum menutup bisnisnya Pak Noto selaku pemilik bisnis memberikan izin kepada beberapa pegawainya untuk membuka bisnis yang sama dengan menggunakan nama yang sama pula. Sejak ditutupnya bisnis tersebut, beberapa pegawai yang tidak lagi memiliki pekerjaan mengikuti saran dari Pak Noto yaitu membuka bisnis soto ayam lamongan dengan nama Soto Ayam Lamongan Pak Noto di berbagai tempat di area Surabaya dan ada pula yang membuka di luar daerah Surabaya. Salah satunya yang masih buka hingga saat ini adalah Soto Ayam Lamongan yang bercabang di Jalan Penjaringan Asri PS 1 Blok A No. 41-42 Surabaya yang didirikan oleh salah satu mantan pegawai Pak Noto yaitu Pak Yani.

Pak Yani merupakan salah satu pegawai yang paling dekat dengan Pak Noto, dan memiliki banyak relasi dengan para pelanggannya sewaktu masih bekerja dibawah Pak Noto. Sehingga banyak pelanggan lama yang mengunjungi bisnis milik Pak Yani. Dalam dunia bisnis yang kompetitif saat ini, merek telah menjadi salah satu aset terpenting. Identitas merek bukan lagi hanya sebatas logo atau nama, tetapi mencakup keseluruhan pengalaman yang diberikan kepada konsumen. Fenomena ini muncul seiring dengan pergeseran perilaku konsumen yang semakin cerdas dan informasi yang semakin mudah

ANALISIS PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN LABA UMKM SOTO AYAM LAMONGAN PAK NOTO

diakses. Pada studi kasus Soto Ayam Lamongan Pak Noto, identitas merek yang kuat telah terbukti memiliki dampak yang signifikan pada kinerja bisnis dan loyalitas pelanggan. Merek yang berhasil membangun identitas yang konsisten dan menarik mampu menginspirasi kepercayaan, kesetiaan, dan koneksi emosional dengan konsumen. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang pentingnya identitas merek dalam strategi bisnis menjadi krusial bagi kesuksesan sebuah bisnis di era saat ini. Sehingga bisnis yang dikelola oleh Pak Yani saat ini terbilang baik karena berhasil dalam menarik minat target pasar yang ditentukan.

Perencanaan Bisnis

Sebagai pemilik bisnis, Pak Yani menggunakan berbagai bentuk strategi bisnis yang dilakukan untuk mengembangkan bisnisnya dan meningkatkan laba yang didapatkan. Strategi pertama yang dilakukan adalah pengelolaan biaya yang baik. Mengidentifikasi area di mana biaya operasional dapat dikurangi atau dioptimalkan tanpa mengorbankan kualitas merupakan salah satu cara mengelola biaya operasional secara efisien. Kemudian dengan menjaga kontrol ketat terhadap biaya-biaya variabel dan tetap mengelola biaya tetap agar tidak melonjak juga dilakukan sebagai strategi untuk menjaga kestabilan arus kas dan meningkatkan laba. Selanjutnya dilakukan juga penyusunan kebijakan harga yang tepat untuk produk yang sesuai dengan nilai yang ditawarkan. Margin laba juga dapat ditingkatkan dengan cara mengevaluasi produk yang memberikan keuntungan tertinggi dan fokus pada mereka, yang artinya melakukan evaluasi pada produk unggulan agar kualitas yang ditawarkan semakin baik sehingga penjualan produk tersebut dapat meningkat. Strategi - strategi tersebut telah digunakan untuk menjaga konsistensi pengeluaran dan meningkatkan pendapatan.

Pengembangan Bisnis

Melalui analisis yang telah dilakukan, maka strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan bisnis untuk meningkatkan laba adalah fokus pada efisiensi biaya operasional yang mencakup analisis menyeluruh terhadap biaya operasional yang ada, optimasi rantai pasokan, otomatisasi proses bisnis, peningkatan produktivitas tenaga kerja, pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, pengelolaan inventaris yang cerdas, serta identifikasi dan eliminasi pemborosan. Dengan menerapkan strategi ini, sebuah bisnis dapat mengurangi biaya operasional, kemudian meningkatkan efisiensi, dan

akhirnya berdampak pada peningkatan laba. Strategi efisiensi operasional penting dalam pengembangan bisnis karena beberapa alasan yang mendasar. Pertama, dengan meningkatkan efisiensi operasional, perusahaan dapat mengurangi biaya produksi, pengelolaan, dan distribusi, yang pada akhirnya akan meningkatkan profitabilitas. Kedua, efisiensi operasional dapat meningkatkan daya saing perusahaan dengan memungkinkan mereka menawarkan harga yang lebih kompetitif kepada pelanggan. Ketiga, dengan mengurangi pemborosan dan meningkatkan produktivitas, perusahaan dapat fokus pada inovasi produk dan layanan, yang pada gilirannya dapat membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan pengembangan pasar. Dengan demikian, strategi efisiensi operasional bukan hanya tentang mengurangi biaya, tetapi juga tentang meningkatkan daya saing, pertumbuhan, dan keunggulan jangka panjang sebuah bisnis.

Strategi yang perlu dilakukan dan harus diperhatikan dalam menjalankan sebuah bisnis adalah menjaga kualitas pelayanan dan mengembangkannya agar menjadi lebih baik. Kualitas pelayanan memiliki peran yang krusial dalam meningkatkan laba melalui manajemen produksi yang efektif. Dalam industri kuliner seperti UMKM Soto Ayam Lamongan Pak Noto, pengalaman pelanggan menjadi pondasi utama bagi keberhasilan usaha. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mencakup rasa dari produk yang ditawarkan, tetapi juga melibatkan interaksi antara pelanggan dengan layanan yang diberikan. Dalam konteks ini, manajemen produksi yang mempertimbangkan aspek pelayanan akan menghasilkan sejumlah dampak positif.

Pertama, kualitas pelayanan yang unggul akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam bisnis kuliner, kepuasan pelanggan seringkali menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keputusan untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Manajemen produksi yang memperhatikan aspek pelayanan dapat menghasilkan produk dengan konsistensi cita rasa yang tinggi, menyediakan layanan yang ramah, dan mengutamakan kebersihan serta kenyamanan tempat makan. Hal ini menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang berpotensi meningkatkan frekuensi kunjungan dan pembelian. Kedua, kualitas pelayanan yang baik juga menciptakan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Dalam industri makanan dan minuman, kepercayaan menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk memilih suatu tempat makan. Dengan manajemen produksi yang menekankan pada kualitas pelayanan, seperti pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan dan

ANALISIS PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN LABA UMKM SOTO AYAM LAMONGAN PAK NOTO

kemampuan untuk memberikan pengalaman yang berkesan, UMKM tersebut dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Hal ini dapat menghasilkan pelanggan yang loyal, yang cenderung melakukan pembelian berulang dan bahkan dapat menjadi duta merek yang memperluas jangkauan usaha melalui rekomendasi kepada orang lain. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang terintegrasi dalam manajemen produksi tidak hanya mempengaruhi pengalaman langsung pelanggan, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang yang signifikan terhadap laba usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perencanaan bisnis yang matang sangat penting untuk menjaga stabilitas dan kesuksesan bisnis. Selain itu, pengembangan bisnis yang efektif juga diperlukan untuk meningkatkan performa perusahaan dan laba. Strategi pengembangan bisnis yang fokus pada pengelolaan biaya, kebijakan harga yang tepat, dan efisiensi operasional dapat membantu meningkatkan laba dan membuka peluang pertumbuhan. Identitas merek yang kuat juga ternyata memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memperhatikan strategi pengembangan bisnis yang tidak hanya fokus pada aspek internal perusahaan, tetapi juga pada membangun identitas merek yang kuat. Kualitas pelayanan yang baik juga menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun kepercayaan, dan menciptakan dampak jangka panjang terhadap laba usaha.

Manajemen produksi yang memperhatikan aspek pelayanan dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan memperluas jangkauan usaha melalui rekomendasi. Oleh karena itu, strategi bisnis yang diperhatikan dalam bisnis UMKM Soto Ayam Lamongan Pak Noto sebaiknya difokuskan pada menjaga dan mengembangkan kualitas pelayanan. Dengan demikian, perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan pada akhirnya, meningkatkan laba usaha secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

Agustina, B. F., Kantun, S., & Herlindawati, D. (2022). ANALISIS EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA UD MUTIARA RASA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5.

- Amang, A., Mulyadi, & Utama, A. P. (2023). *STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS*. Yogyakarta: Suluw Pusataka.
- Hasan, M., Harahap, T. K., Hasibuan, S., & Rodliah, L. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Makassar: CV Tahta Media Group.
- Malik, I. (2020). STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENGHADAPI PERDAGANGAN BEBAS MASYARAKAT EKONOMI ASEAN. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 43-47.
- Ratnaningtyas, E. M., Ramli, Syarifuddin, Saputra, E., & Suliswati, D. (2021). *MEOTODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Sandy, I. N., Pane, I. T., Silfhia, M., Amilawati, S., & Puspa, T. (2023). ANALISIS STRATEGI USAHA SOTO LAMONGAN NING ALVI. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2077-2080.
- Sanjaya, P. A., & Nuratama, P. (2021). *Tata Kelola Manajemen dan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Denpasar: CV. Cahaya Bitang Cemerlang.
- Wijoyo, H., Sunarsih, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Selayo: ICM Publisier.