

STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM NASI GORENG (NASGOR IN): MENUJU KESUKSESAN KESUKSESAN DALAM INDUSTRI KULINER

Oleh :

M. Teddy Kurniawan¹

Yuniar Wardani²

Dwi Putri Anggraeni³

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: 22042010059@student.upnjatim.ac.id

Abstract. *The study digs for analysis of business situations, planning strategies, and business development to increase profitability in micro, small, and medium-size enterprises (umkm) nasgor. As an integral part of Indonesia's domestic economy, the culinary umkm has a strong reputation and legacy. In spite of the change in ownership and operations, the business has been successful in sustaining and growing, showing umkm's resilience to meet economic challenges. But to improve profitability and to maintain competitiveness, effective planning and business development strategies are crucial. Business planning became a major focus in maintaining business stability and success. These involve short-term and long-term goal identification, strategies to achieve them, and comprehensive analysis of industry, customers, and competitors. In addition, business development involves opportunity-identification, business-alternative formulations, best selection, execution, and evaluation. Business development strategies such as operating costs management, proper pricing policies, and increased operating efficiency are needed to increase profitability.*

Keyword : *Planning, MSME, Development, Strategy.*

Received February 27, 2024; Revised March 25, 2024; March 29, 2024

*Corresponding author: admin@mediaakademik.com

STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM NASI GORENG (NASGOR IN): MENUJU KESUKSESAN KESUKSESAN DALAM INDUSTRI KEULINER

Abstrak. Penelitian ini menggali analisis situasi bisnis, strategi perencanaan, dan pengembangan bisnis untuk meningkatkan profitabilitas pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) NASGOR IN. Sebagai bagian integral dari ekonomi domestik Indonesia, UMKM kuliner ini memiliki reputasi dan warisan yang kuat. Meskipun mengalami perubahan dalam kepemilikan dan operasional, bisnis ini telah berhasil bertahan dan berkembang, menunjukkan ketahanan sektor UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi. Tetapi, untuk meningkatkan profitabilitas dan mempertahankan daya saing, strategi perencanaan dan pengembangan bisnis yang efektif menjadi sangat penting. Perencanaan bisnis menjadi fokus utama dalam menjaga stabilitas dan kesuksesan bisnis. Ini melibatkan identifikasi tujuan jangka pendek dan panjang, strategi untuk mencapainya, serta analisis menyeluruh terhadap industri, pelanggan, dan pesaing. Di samping itu, pengembangan bisnis melibatkan identifikasi peluang, formulasi alternatif usaha, seleksi terbaik, pelaksanaan, dan evaluasi. Strategi pengembangan bisnis seperti pengelolaan biaya operasional, penetapan kebijakan harga yang tepat, dan peningkatan efisiensi operasional diperlukan untuk meningkatkan profitabilitas.

Kata Kunci : Perencanaan, UMKM, Pengembangan, Strategi.

LATAR BELAKANG

Pada sebuah bisnis, baik dalam skala mikro maupun makro, strategi dalam merencanakan dan mengembangkan bisnis menjadi elemen kunci. Bisnis merupakan gabungan dari berbagai aspek usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan utama mendapatkan keuntungan. Selain itu, bisnis juga memainkan peran penting dalam menjaga kelancaran ekonomi suatu negara. Bisnis secara umum mencakup semua kegiatan dan institusi yang terlibat dalam produksi barang atau penyediaan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun terlihat sederhana, sebuah bisnis harus dapat mengatasi tantangan dan peluang yang muncul serta memiliki fondasi yang solid untuk bertahan di pasar yang kompetitif.

Salah satu bentuk bisnis yang sangat berpengaruh dalam perekonomian adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memegang peranan penting dalam ekonomi banyak negara, termasuk Indonesia. UMKM memiliki beragam jenis usaha, mulai dari skala kecil hingga menengah, dan memberikan kontribusi besar pada

pertumbuhan ekonomi serta menciptakan lapangan kerja. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa pasca krisis ekonomi di Asia pada tahun 1997-1998, sektor UMKM mampu bertahan dan bahkan tumbuh, sementara usaha besar dan menengah mengalami kesulitan. Hal ini menegaskan pentingnya UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif di Indonesia.

Salah satu contoh UMKM yang berkembang pesat di Indonesia adalah UMKM NASGOR IN. UMKM ini bergerak di sektor kuliner, khususnya menyajikan nasi goreng dengan variasi rasa dan topping yang unik. Nasi goreng merupakan makanan yang sangat populer di Indonesia dan memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat. UMKM NASGOR IN berkomitmen untuk menyajikan nasi goreng yang lezat dan memikat selera pelanggan. Usaha ini telah beroperasi selama beberapa tahun dan terus berkembang pesat, menunjukkan potensi besar di industri kuliner.

UMKM NASGOR IN awalnya dimulai dengan modal terbatas, namun dengan dedikasi dan inovasi, bisnis ini berhasil tumbuh dan berkembang pesat. Lokasi usaha yang strategis dan konsistensi dalam kualitas produk menjadi kunci kesuksesan UMKM NASGOR IN. Selain itu, manajemen yang efektif dalam pengelolaan sumber daya dan strategi pemasaran yang tepat juga turut mendukung pertumbuhan bisnis ini.

Meskipun memiliki potensi besar, UMKM NASGOR IN menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan laba dan daya saingnya. Tantangan tersebut meliputi perencanaan strategi bisnis yang efektif, pengelolaan modal, pemilihan bahan baku yang berkualitas, dan strategi promosi yang tepat untuk mempertahankan bisnis. Analisis menyeluruh tentang kondisi bisnis, termasuk perencanaan dan pengembangan bisnis yang melibatkan evaluasi kebutuhan modal dan strategi pemasaran inovatif, menjadi krusial untuk menjaga kestabilan dan kesuksesan bisnis.

Selain perencanaan yang matang, pengembangan bisnis juga penting untuk memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut. Pengembangan bisnis melalui strategi perencanaan melibatkan serangkaian langkah untuk meningkatkan performa bisnis melalui peningkatan produk dan layanan, penetrasi pasar baru, serta kerja sama dengan pihak lain. Dengan terus melakukan inovasi dalam proses produksi, pelayanan, dan manajemen, UMKM NASGOR IN dapat tetap relevan di pasar yang dinamis dan mempertahankan minat pelanggan.

STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM NASI GORENG (NASGOR IN): MENUJU KESUKSESAN KESUKSESAN DALAM INDUSTRI KEULINER

Perencanaan dan pengembangan bisnis yang matang menjadi kunci utama bagi UMKM NASGOR IN untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan industri kuliner yang ketat. Dengan menerapkan strategi yang tepat, UMKM NASGOR IN dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mencapai kesuksesan jangka panjang dalam bisnisnya.

LANDASAN TEORI

Strategi

Strategi diartikan sebagai cara untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya tidak lepas dari konsep manajemen strategi yaitu merupakan suatu proses pengambilan keputusan untuk memanfaatkan sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien dalam kondisi lingkungan perusahaan yang selalu berubah-ubah (Sofyan, 2015:4)

Konsep Strategi

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah:

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki “*Distinctive Competence*” yang menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi
- b. Menurut Porter (Rangkuti, 2009:6) ada beberapa strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yang meliputi *cost leadership*, *diferensiasi*, *focus*.

Tipe-tipe Strategi

Menurut Rangkuti (2009:6) strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe sebagai berikut:

1) Strategi Manajemen

Strategi yang meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya

strategi pengembangan strategi produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan strategi lainnya.

2) Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru dan sebagainya.

3) Strategi Bisnis

Strategi ini sering strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi- fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, produksi atau operasional, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Perencanaan

Rencana bisnis merupakan bagian integral dari perencanaan usaha (business planning) secara umum. Perencanaan secara khusus yaitu peluang usaha yang akan dieksploitasi oleh perusahaan. Stoner et al. (Solihin, 2007:5) mengemukakan Perencanaan (planning) adalah penetapan diawal hasil- hasil akhir yang ingin dicapai perusahaan serta bagaimana cara untuk mencapai hasil tersebut, berikut perangkat yang dibutuhkan untuk men jamin ketercapaian tujuan perusahaan. Menurut Jackson et al. (Solihin, 2007:5) Perencanaan mencakup visi, misi tujuan usaha yang ingin dicapai, strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan, kebijakan usaha yang ditetapkan perusahaan, program, prosedur, dan anggaran. Menurut Joel G et al. (Fahmi, 2013:35) mendefinisikan perencanaan adalah pemilihan tujuan jangka pendek dan jangka panjang serta merencanakan taktik dan strategi untuk mencapai tujuan.

Pengembangan

Menurut Sholihin (2006:26) mengemukakan pengembangan bisnis (business development) yang seorang wirausaha pada umumnya akan melakukan kegiatan usaha melalui tahap-tahap pengembangan bisnis diantaranya sebagai berikut:

1) Memiliki ide bisnis

STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM NASI GORENG (NASGOR IN): MENUJU KESUKSESAN KESUKSESAN DALAM INDUSTRI KEULINER

Usaha apapun yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan, pada mulanya berasal dari ide bisnis. Ide tersebut dapat berasal dari berbagai sumber. Ide itu dapat muncul setelah melihat keberhasilan orang lain atau karena adanya sense of business yang kuat dari wirausahawan.

2) Penyaringan ide/konsep usaha

Ide usaha masih merupakan gambaran yang kasar mengenai bisnis yang masih perlu dikembangkan oleh wirausahawan. Pada tahap selanjutnya perlu menerjemahkan ide tersebut dalam konsep usaha yang lebih spesifik dan melakukan seleksi ide-ide usaha karena ide usaha tersebut akan semakin jelas wujud bisnisnya.

3) Pengembangan usaha

Komponen utama yang harus dikembangkan wirausahawan adalah perhitungan laba rugi dari bisnis tersebut. Kecenderungan pasar saat ini maupun yang akan datang juga harus direncanakan. Rencana usaha tersebut merupakan paduan bagi pelaksanaan usaha.

4) Implementasi rencana usaha pada pengendalian usaha

Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausahawan akan mengarahkan sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalani kegiatan usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan analisis kualitatif dan metode kepustakaan (*Library Research*). Metode kepustakaan merupakan jenis penelitian yang mengandalkan literatur seperti buku, catatan, dan hasil penelitian sebelumnya sebagai sumber data. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sekunder, yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel, dan sumber lain yang relevan dengan analisis risiko bisnis. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan materi bacaan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, serta melakukan pencarian sumber bacaan melalui internet untuk mendapatkan referensi yang berkaitan dengan analisis manajemen risiko. Menggunakan triangulasi data untuk memastikan bahwa temuan penelitian mencerminkan realitas yang ada. Ini melibatkan penggabungan data dari berbagai sumber dan metode untuk

memvalidasi temuan penelitian. Dengan menggunakan metode penelitian ini, artikel dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang pentingnya manajemen risiko dalam perencanaan dan pengembangan bisnis, serta bagaimana perusahaan dapat mengelola risiko bisnis secara efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan Utama Dalam Persaingan Industri Kuliner

Dalam mengembangkan bisnisnya di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat, UMKM nasi goreng menghadapi sejumlah tantangan utama yang perlu diatasi agar dapat bertahan dan tumbuh secara berkelanjutan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan yang semakin sengit dengan pelaku usaha sejenis. Dengan banyaknya pemain di pasar, terutama dengan munculnya warung makan dan restoran baru, UMKM nasi goreng harus mampu membedakan dirinya dari pesaing dengan menyajikan produk yang unik dan bernilai tambah bagi konsumen. Selain itu, faktor kualitas produk dan layanan menjadi kunci dalam menarik dan mempertahankan pelanggan setia.

Selain persaingan, faktor ekonomi juga menjadi tantangan serius bagi UMKM nasi goreng. Kenaikan harga bahan baku seperti beras, minyak goreng, dan bumbu-bumbu lainnya dapat memberikan tekanan terhadap profitabilitas usaha. Untuk mengatasi hal ini, UMKM perlu memiliki strategi pengelolaan biaya yang efektif, termasuk mencari alternatif bahan baku yang lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas produk. Selain itu, peningkatan harga jual yang terlalu drastis juga dapat mengurangi daya tarik konsumen, sehingga perlu dilakukan dengan hati-hati.

Tantangan lainnya adalah dalam hal pemasaran dan branding. UMKM nasi goreng sering kali memiliki keterbatasan dalam hal promosi dan pemasaran, terutama jika tidak memiliki anggaran yang cukup untuk melakukan kampanye besar-besaran. Oleh karena itu, mereka perlu mencari cara kreatif untuk mempromosikan bisnis mereka, seperti memanfaatkan media sosial dan kerjasama dengan *influencer* atau komunitas lokal. Selain itu, membangun brand awareness yang kuat juga menjadi kunci untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik minat konsumen potensial.

UMKM nasi goreng juga dihadapkan pada tantangan terkait dengan regulasi dan kepatuhan hukum. Meskipun bisnis mereka relatif kecil, tetapi mereka tetap harus

STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM NASI GORENG (NASGOR IN): MENUJU KESUKSESAN KESUKSESAN DALAM INDUSTRI KEULINER

mematuhi berbagai aturan dan peraturan terkait dengan izin usaha, perpajakan, dan peraturan kesehatan makanan. Mengabaikan hal ini dapat berpotensi merusak reputasi bisnis dan bahkan mengancam kelangsungan operasionalnya. Oleh karena itu, penting bagi UMKM nasi goreng untuk selalu memperhatikan aspek kepatuhan hukum dalam setiap langkah bisnisnya.

Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini secara efektif, UMKM nasi goreng memiliki peluang untuk berkembang dan sukses di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat. Dengan fokus pada diferensiasi produk, pengelolaan biaya yang efisien, pemasaran yang kreatif, dan kepatuhan hukum yang baik, UMKM nasi goreng dapat membangun bisnis yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal.

Daya Saing Dan Keberlanjutan Bisnis Melalui Strategi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor makanan, khususnya bisnis nasi goreng (NASGOR IN), memiliki potensi besar untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Namun, untuk mencapai hal ini, perencanaan strategis yang efektif sangatlah penting. Proposal ini bertujuan untuk memberikan panduan dan rekomendasi bagi UMKM nasgor untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka melalui strategi perencanaan yang efektif.

Sebelum merumuskan strategi perencanaan, penting untuk melakukan analisis lingkungan, termasuk:

1. Analisis Pasar

Memahami tren konsumen, preferensi rasa, dan permintaan pasar untuk nasi goreng.

2. Analisis Persaingan

Mengidentifikasi pesaing langsung dan tidak langsung, serta strategi yang mereka gunakan.

3. Analisis Regulasi

Mengetahui peraturan dan regulasi terkait keamanan makanan, perijinan usaha, dan pajak.

4. Penetapan Tujuan dan Sasaran

Setelah memahami lingkungan bisnis, UMKM nasgor perlu menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan waktu tertentu (SMART). Contohnya: Meningkatkan pangsa pasar nasgor sebesar 20% dalam 1 tahun. Meningkatkan keuntungan sebesar 15% dalam 6 bulan.

5. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM nasgor. Ini meliputi:

- *Branding* yang Kuat: Membangun identitas merek yang menarik dan konsisten.
- Pemasaran Digital: Memanfaatkan media sosial, situs web, dan aplikasi untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai pasar yang lebih luas.
- Promosi dan Penawaran Khusus: Mengadakan promosi, diskon, atau paket menarik untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan setia.

6. Inovasi Produk dan Layanan

Untuk tetap relevan dan menarik bagi konsumen, UMKM nasgor perlu terus melakukan inovasi pada produk dan layanan mereka. Ini dapat mencakup:

- Variasi Menu: Menambahkan variasi rasa dan jenis nasi goreng untuk memenuhi berbagai selera konsumen.
- Layanan Pengiriman: Menawarkan layanan pengiriman untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.
- Kemasan yang Menarik: Mengembangkan kemasan produk yang menarik dan ramah lingkungan.

7. Manajemen Operasional yang Efisien

Untuk mencapai keberlanjutan bisnis, UMKM nasgor harus memastikan manajemen operasional yang efisien, termasuk:

- Manajemen Persediaan: Mengelola persediaan bahan baku dan bahan tambahan dengan efisien untuk menghindari pemborosan dan penurunan kualitas produk.

STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM NASI GORENG (NASGOR IN): MENUJU KESUKSESAN KESUKSESAN DALAM INDUSTRI KEULINER

- Pengendalian Biaya: Memantau dan mengontrol biaya operasional secara ketat untuk meningkatkan profitabilitas.
- Pelatihan Karyawan: Melakukan pelatihan secara teratur untuk meningkatkan keterampilan karyawan dalam memasak, melayani pelanggan, dan menjaga kebersihan.

8. Evaluasi dan Penyesuaian

Tidak kalah pentingnya adalah melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja bisnis dan mengadaptasi strategi perencanaan sesuai kebutuhan dan perubahan pasar. Hal ini memastikan bahwa UMKM nasgor tetap kompetitif dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Faktor Keberhasilan Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis

Implementasi strategi pengembangan bisnis bagi UMKM nasi goreng dalam mencapai kesuksesan dalam industri kuliner dipengaruhi oleh beberapa faktor yang kompleks dan saling terkait. Berikut adalah faktor-faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan implementasi tersebut:

1. Pengetahuan Industri

Memiliki pemahaman yang baik tentang tren, persaingan, dan preferensi konsumen dalam industri kuliner akan membantu UMKM nasi goreng untuk mengidentifikasi peluang dan mengambil keputusan strategis yang tepat. Ini termasuk pemahaman tentang citra merek, harga yang bersaing, dan cara memposisikan produknya di pasar.

2. Strategi Pemasaran yang Efektif

UMKM perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target pasar mereka. Ini mungkin melibatkan penggunaan media sosial, promosi lokal, kolaborasi dengan influencer atau mitra strategis, serta penggunaan teknik pemasaran digital lainnya.

3. Kualitas Produk

Kualitas nasi goreng yang ditawarkan oleh UMKM sangat penting dalam memenangkan hati konsumen. Kualitas bahan baku, teknik memasak, dan penyajian yang menarik merupakan faktor-faktor penting yang perlu dipertimbangkan.

4. Inovasi Menu

UMKM perlu memperbarui dan mengembangkan menu mereka secara berkala untuk tetap relevan dengan selera konsumen yang terus berubah. Ini dapat melibatkan pengenalan variasi rasa baru, menu tambahan, atau menu spesial untuk acara tertentu.

5. Manajemen Keuangan yang Bijaksana

Manajemen keuangan yang efisien dan transparan penting untuk memastikan kelangsungan bisnis jangka panjang. UMKM perlu memantau pengeluaran dan pemasukan mereka dengan cermat, mengelola persediaan dengan efisien, dan meminimalkan pemborosan.

6. Kemitraan yang Strategis

Bermitra dengan pemasok yang handal untuk memastikan pasokan bahan baku yang berkualitas dan berkelanjutan adalah langkah penting. Selain itu, bermitra dengan platform pengiriman makanan atau restoran lain untuk memperluas jangkauan pasar juga bisa menjadi strategi yang efektif.

7. Pelayanan Pelanggan yang Baik

Pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan loyalitas dan mendukung pertumbuhan bisnis. UMKM perlu memperhatikan pelayanan pelanggan, termasuk waktu tunggu yang wajar, ketersediaan produk, dan respons terhadap umpan balik pelanggan.

8. Adaptasi Terhadap Perubahan Lingkungan Bisnis

Industri kuliner dapat berubah dengan cepat, termasuk regulasi kesehatan, perubahan tren konsumen, dan situasi ekonomi. UMKM perlu mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tersebut untuk tetap bersaing dan berkembang.

9. Keterlibatan Pemilik dan Karyawan

Keterlibatan dan komitmen pemilik serta karyawan terhadap visi dan misi bisnis sangat penting. Semangat kerja yang tinggi, keterampilan komunikasi yang baik, dan kepemimpinan yang efektif dapat membantu memotivasi tim untuk mencapai tujuan bersama.

STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM NASI GORENG (NASGOR IN): MENUJU KESUKSESAN KESUKSESAN DALAM INDUSTRI KEULINER

10. Evaluasi dan Penyesuaian

UMKM perlu secara teratur mengevaluasi kinerja bisnis mereka, memantau pencapaian target, dan melakukan penyesuaian strategis jika diperlukan. Evaluasi ini dapat membantu mereka mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau peluang baru yang dapat dimanfaatkan.

Inovasi Produk Dan Layanan Pengembangan Bisnis

Dalam konteks pengembangan bisnis UMKM nasi goreng, inovasi produk dan layanan memiliki peran yang krusial. inovasi produk dapat memberikan nilai tambah yang signifikan kepada bisnis. Ini bisa berupa variasi rasa, peningkatan kualitas bahan baku, atau bahkan pengembangan produk turunan seperti nasi goreng dalam bentuk kemasan praktis untuk dibawa pulang.

Inovasi layanan dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang unik dan membedakan bisnis Anda dari pesaing. Contohnya adalah penggunaan teknologi untuk memesan secara online, program loyalitas pelanggan, atau bahkan layanan antar yang efisien. Integrasi inovasi produk dan layanan ke dalam strategi perencanaan bisnis memerlukan pemahaman yang mendalam tentang pasar dan kebutuhan pelanggan. Ini melibatkan analisis pasar untuk mengidentifikasi tren dan preferensi pelanggan, serta penelitian tentang teknologi dan metode terbaru yang dapat diterapkan dalam bisnis. Strategi perencanaan bisnis juga harus mempertimbangkan aspek keuangan, operasional, dan pemasaran dari implementasi inovasi tersebut. Misalnya, bagaimana biaya produksi dan investasi dalam teknologi baru akan diimbangi dengan peningkatan pendapatan atau efisiensi operasional yang dihasilkan.

Integrasi inovasi produk dan layanan ke dalam strategi perencanaan bisnis juga membutuhkan komitmen untuk terus menerus beradaptasi dan berkembang. Ini bisa melalui pelatihan karyawan, pemantauan terhadap perubahan pasar, dan keterlibatan aktif dalam jaringan bisnis atau komunitas industri untuk pertukaran ide dan pengalaman.

Strategi keuangan

Strategi keuangan yang dapat diterapkan oleh UMKM nasi goreng (NASGOR IN) untuk meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan bisnis mereka dalam jangka panjang dapat meliputi:

1) Pengelolaan Kas yang Efisien

Memastikan pengelolaan kas yang efisien dengan mengelola arus kas masuk dan keluar secara cermat. Hal ini melibatkan pemantauan secara berkala terhadap pembelian bahan baku, pengeluaran operasional, dan penerimaan pembayaran dari pelanggan.

2) Analisis Biaya

Melakukan analisis biaya secara rutin untuk mengidentifikasi area-area di mana biaya dapat ditekan tanpa mengorbankan kualitas produk atau layanan. Hal ini dapat mencakup negosiasi harga dengan pemasok, pengoptimalan penggunaan bahan baku, dan pengurangan pemborosan.

3) Diversifikasi Produk

Mempertimbangkan diversifikasi produk dengan menambahkan variasi menu nasi goreng atau menawarkan makanan pendamping lainnya yang dapat menarik minat pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan per transaksi.

4) Penggunaan Teknologi

Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, seperti penggunaan perangkat lunak manajemen inventaris, pembayaran digital, dan pemasaran online. Ini tidak hanya dapat menghemat waktu dan tenaga, tetapi juga membantu menjangkau pasar yang lebih luas.

5) Pembiayaan yang Bijaksana

Memilih opsi pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan bisnis dan kemampuan untuk membayar. Ini bisa meliputi pinjaman dari lembaga keuangan, pembiayaan modal ventura, atau bahkan program pembiayaan khusus untuk UMKM.

6) Pengembangan Rantai Pasokan

Memperkuat hubungan dengan pemasok bahan baku untuk memastikan pasokan yang stabil dan harga yang kompetitif. Selain itu, mengeksplorasi opsi untuk bekerja sama dengan petani lokal atau produsen bahan baku untuk mengurangi ketergantungan pada pemasok luar.

STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM NASI GORENG (NASGOR IN): MENUJU KESUKSESAN KESUKSESAN DALAM INDUSTRI KEULINER

7) Pendekatan Berkelanjutan

Mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan, baik dari segi lingkungan maupun sosial, dapat menarik minat pelanggan yang semakin peduli terhadap aspek keberlanjutan. Ini bisa termasuk penggunaan bahan baku lokal dan organik, pengurangan limbah, dan partisipasi dalam inisiatif sosial di komunitas lokal.

Dengan menerapkan strategi keuangan yang tepat, UMKM nasi goreng NASGOR IN dapat meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan bisnis mereka dalam jangka panjang sambil tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN DAN SARAN

UMKM dalam industri kuliner, khususnya nasi goreng, memiliki potensi besar untuk berkembang dan mencapai kesuksesan yang signifikan. Melalui perencanaan strategis yang matang dan pengembangan bisnis yang terarah, UMKM dapat meningkatkan kualitas produk, layanan, dan pemasaran untuk menarik pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Saran yang dapat diberikan adalah pentingnya melakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami tren konsumen, kebutuhan pasar, dan persaingan industri. Selain itu, kolaborasi dengan pemasok lokal untuk mendapatkan bahan baku berkualitas dan menjaga ketersediaan produk, serta memanfaatkan teknologi dalam memperluas jangkauan dan efisiensi operasional, juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk mengoptimalkan potensi bisnis UMKM nasi goreng menuju kesuksesan.

DAFTAR REFERENSI

- 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. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 39-61.
- Maskhulin, P. I. A., Setyawan, W. P., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). MEMAHAMI DAN MENGELOLA RISIKO BISNIS DALAM PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 194-203.

- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112-121.
- Sanjaya, P. A., & Nuratama, P. (2021). *Tata Kelola Manajemen dan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Denpasar: CV. Cahaya Bitang Cemerlang.
- Sumasto, Fredy, et al. "Penerapan Manajemen Kualitas Terpadu Pada Industri Makanan Skala Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Umkm Nasi Goreng)." *Jurnal Penelitian dan Aplikasi Sistem & Teknik Industri (PASTI)* (2022).