

INOVASI BERKELANJUTAN PADA BISNIS RUMAH MAKAN RODA DIM-SUMDALAM MENARIK MINAT KONSUMEN DAN MENGHADAPI PERSAINGAN KETAT

Imam Prajuritno; Nur Achmad

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Tujuan dari laporan bisnis ini adalah untuk menggambarkan perjalanan bisnis dan menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh Rumah Makan Roda Dim-sum, mengidentifikasi faktor-faktor SWOT yang memengaruhi strategi bisnis mereka, serta mengevaluasi sistem pelaporan keuangan yang digunakan. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data laporan bulanan dari Rumah Makan Roda Dim-sum selama tiga tahun berturut-turut. Dalam rangka menggambarkan pandangan yang lebih riil, laporan bisnis ini bertujuan untuk mengungkapkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana strategi bisnis berkontribusi pada keberhasilan bisnis, bagaimana faktor internal dan eksternal mempengaruhi strategi bisnis, serta pentingnya penggunaan sistem pelaporan keuangan dalam mendukung pengambilan keputusan bisnis yang efektif di masa depan.

Kata kunci: Rumah makan, strategi bisnis, analisis SWOT, keberlanjutan usaha.

Abstract

The purpose of this business report is to depict the business journey and analyze the business strategies implemented by Roda Dim-sum Restaurant, identify the SWOT factors influencing their business strategy, and evaluate the financial reporting system utilized. The data used in this research comprises monthly reports from Roda Dim-sum Restaurant over three consecutive years. With the aim of providing a more realistic perspective, this business report intends to unveil a deeper understanding of how business strategies contribute to the success of the enterprise, how internal and external factors influence business strategy, and the importance of using financial reporting systems to support effective business decision-making in the future.

Keywords: Restaurant, business strategy, SWOT analysis, business sustainability.

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia usaha skala kecil telah mengalami perubahan signifikan yang mendefinisikan tren bisnis masa kini. Perubahan ini dipicu oleh berbagai faktor eksternal yang telah mengubah dinamika operasional dan strategi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penggunaan teknologi telah menjadi pusat perhatian, dengan pelaku UMKM semakin menyadari pentingnya keberadaan online untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Melalui platform digital, UMKM kini dapat menjual produk mereka ke wilayah yang sebelumnya sulit dijangkau. Hal ini juga membantu dalam mempercepat proses pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, dan memungkinkan para pelaku usaha untuk berinteraksi lebih baik dengan pelanggan mereka.

Tantangan ekonomi yang muncul seiring dengan perubahan lingkungan bisnis juga telah mendorong UMKM untuk beradaptasi dan berinovasi. Model bisnis tradisional telah ditingkatkan dan bahkan digantikan oleh pendekatan yang lebih kreatif. Banyak UMKM yang telah berpindah dari model penjualan konvensional ke model langganan, layanan berlangganan, atau pengalaman personal yang lebih mendalam bagi pelanggan. Selain itu, berkat dorongan untuk mendukung produk lokal dan keberlanjutan, banyak UMKM telah fokus pada produksi ramah lingkungan dan bahan baku lokal, yang tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga memberikan dampak positif pada komunitas lokal.

Meskipun menghadapi tantangan, UMKM telah menemukan kekuatan dalam kolaborasi dan dukungan komunitas. Inisiatif kolaboratif antara UMKM lokal dan pengusaha lainnya telah menjadi sarana yang efektif untuk saling membantu dalam mengatasi hambatan bersama. Munculnya pasar pop-up, bazar online, dan komunitas bisnis lokal telah memberikan platform bagi UMKM untuk memamerkan produk mereka secara langsung kepada konsumen potensial.

Dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan dalam bentuk pelatihan, pembiayaan, dan bimbingan bisnis juga telah membantu UMKM untuk terus bertumbuh dan berkontribusi pada perekonomian secara berkelanjutan.

Periode baru setelah perubahan global telah memberikan konteks yang unik bagi dunia kewirausahaan. Lingkungan bisnis yang berubah secara dramatis telah mendorong para calon pengusaha untuk mengadaptasi pendekatan mereka dalam memulai dan mengembangkan usaha. Kreativitas dan ketangguhan menjadi kunci dalam menghadapi tantangan baru yang muncul. Para wirausahawan saat ini perlu lebih peka terhadap pergeseran tren pasar, mengidentifikasi peluang yang muncul dari perubahan perilaku konsumen, dan memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk menghubungkan dan melayani pelanggan mereka.

Teknologi telah menjadi pilar utama dalam dunia kewirausahaan pasca perubahan global. Inovasi teknologi tidak hanya membantu dalam efisiensi operasional, tetapi juga membuka pintu bagi penciptaan model bisnis baru yang sebelumnya tidak terpikirkan. Perkembangan dalam e-commerce, kecerdasan buatan, analitika data, dan platform digital telah mengubah cara wirausahawan menjalankan usaha mereka. Model bisnis yang lebih terhubung secara digital memungkinkan wirausahawan untuk mencapai pasar yang lebih luas dan menyesuaikan penawaran produk atau jasa mereka dengan lebih cepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Semangat kolaborasi dan kesadaran akan keberlanjutan semakin mewarnai pandangan kewirausahaan di era pasca perubahan global.

Wirausahawan kini lebih cenderung untuk bekerja sama dengan pihak lain, baik dengan sesama wirausahawan, perusahaan besar, maupun lembaga pemerintah, guna mengoptimalkan sumber daya dan pengetahuan yang ada. Selain itu, kesadaran akan tanggung jawab sosial dan lingkungan telah mengilhami banyak wirausahawan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip

keberlanjutan dalam operasi bisnis mereka. Ini menciptakan dampak positif jangka panjang dan juga mendapatkan dukungan lebih luas dari konsumen yang semakin mengutamakan nilai-nilai berkelanjutan dalam keputusan pembelian mereka.

Setelah masa perubahan global yang signifikan, pola distribusi di berbagai sektor telah mengalami transformasi yang mendasar. Pergeseran dalam dinamika ekonomi global telah mendorong perusahaan untuk merevitalisasi strategi distribusi mereka. Terdapat peningkatan dalam upaya untuk mendiversifikasi sumber pasokan, mengurangi ketergantungan pada satu wilayah atau negara tertentu. Perusahaan sekarang lebih cenderung untuk mengembangkan jaringan distribusi yang lebih fleksibel dan adaptif, memanfaatkan teknologi dan analitika data untuk memantau perubahan dalam permintaan dan memastikan kelancaran rantai pasok.

Perkembangan teknologi dan pergeseran perilaku konsumen telah mendorong revolusi dalam industri e-commerce dan pengiriman. Model bisnis berbasis online telah menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai pelanggan di seluruh dunia. Pengiriman yang cepat dan efisien menjadi fokus utama, dengan perusahaan berinvestasi dalam solusi logistik yang inovatif seperti pengiriman menggunakan drone dan robot. Selain itu, kemajuan dalam analitika dan pelacakan telah memungkinkan pelanggan untuk melacak status pengiriman mereka dengan lebih akurat, meningkatkan pengalaman pembelian secara keseluruhan.

Pasca masa perubahan global, ada peningkatan perhatian terhadap keberlanjutan dan inovasi dalam distribusi. Perusahaan semakin mempertimbangkan dampak lingkungan dari operasi distribusi mereka dan berupaya untuk mengadopsi praktik yang lebih ramah lingkungan. Pengembangan teknologi berkelanjutan, seperti penggunaan bahan bakar alternatif dan desain kemasan yang lebih efisien, telah menjadi prioritas. Selain itu, inovasi dalam sistem manajemen inventaris dan prediksi permintaan juga membantu mengurangi pemborosan dan memastikan bahwa produk sampai pada konsumen pada waktu yang tepat.

UMKM memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia dan mencapai tujuan pembangunan nasional yang lebih luas. Oleh karena itu, dukungan yang berkelanjutan untuk UMKM akan terus menjadi prioritas dalam upaya mencapai stabilitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Fidela et al., 2020).

Tabel 1 Klasifikasi UMKM berdasarkan UU No. 20/2008

Ukuran Usaha	Asset	Omset
Usaha mikro	Minimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha kecil	>50 juta -500 juta	Maksimal 3 miliar
Usaha menengah	>500 juta – 10 miliar	>2,5 – 50 miliar

Dimaksud dengan kekayaan bersih adalah hasil pengurangan total nilai kekayaan usaha (asset) dengan total nilai kewajiban, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

UMKM tidak saja berbeda dengan UB, tetapi ndidalam kelompok UMKM itu sendiri terdapat

perbedaan karakteristik antara UMi, UK, dan UM dalam sejumlah aspek yang mudah dilihat sehari-hari di NSB, termasuk Indonesia. Aspek-aspek tersebut termasuk orientasi pasar, profil dan pemilik usaha, sifat dari kesempatan kerja di dalam perusahaan, sistem organisasi dan manajemen yang diterapkan di dalam usaha, derajat mekanisme di dalam proses produksi, sumber-sumber dari bahan baku dan modal, lokasi tempat usaha, hubungan-hubungan eksternal, dan derajat keterlibatan perempuan sebagai pengusaha.

Selain hal-hal tersebut, menurut laporan BPS tahun 2006 dalam Tambunan (2012: 6), terdapat perbedaan antara UMi, UK, dan UM dalam latar belakang atau 21 motivasi pengusaha melakukan usaha. Perbedaan motivasi pengusaha sebenarnya harus dilihat sebagai karakteristik paling penting untuk membedakan antara UMKM dan UB, maupun antar sub-kategori di dalam kelompok UMKM itu sendiri. Menurut laporan tersebut, sebagian pengusaha mikro di Indonesia mamunyai latar belakang ekonomi, yakni ingin memperoleh perbaikan penghasilan. Ini menunjukkan bahwa pengusaha mikro berinisiatif mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya sehari-hari. Disamping itu, latar belakang menjadi pengusaha mikro karena faktor keturunan, yaitu meneruskan usaha keluarga. Dalam hal ini, banyak faktor keluarga yang masih dominan, yakni jika orang tuanya seorang nelayan maka anaknya pun akan menjadi nelayan, dan seterusnya. Sedangkan alasan ideal pengusaha mikro adalah merasa telah dibekali keahlian tertentu. Alasan lain menjadi pengusaha mikro adalah tidak ada kesempatan untuk berkarir di bidang lain.

2. METODE

Rumah makan Roda Dim-Sum, sebagai salah satu bentuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) milik individu, telah membangun fondasi bisnisnya dengan mengusung cita rasa kuliner khas Hong Kong, yakni dim-sum. Tak hanya itu, rumah makan ini juga menawarkan ragam menu khas Nusantara yang menggugah selera. Berdiri sejak tanggal 19 September 1998, usia panjangnya telah mencapai 24 tahun, dengan pusat operasional yang terletak di Jl. Menteri Supeno no. 2, Manahan, Solo.

Melambangkan perkembangan dan popularitasnya, rumah makan ini telah mengembangkan jaringan dengan membuka 2 cabang tambahan di Jl. Slamet Riyadi dan Jl. Ir Soekarno, Solo Baru. Dengan standar internasional yang dijunjung tinggi, menu andalannya mencakup beragam varian dim-sum, hidangan Chinese food yang autentik, dan ikan laut bakar, sembari tetap menawarkan pilihan kuliner lainnya.

Rumah makan Roda Dim-Sum tidak hanya menjadi ikon kuliner dengan warisan Hong Kong yang otentik, tetapi juga menjadi pelopor dalam mengadaptasi inovasi bisnis. Sebagai ciri unik, rumah makan ini menjadi pelopor dalam menerapkan sistem Pedagang Kaki Lima (PKL) di kota Surakarta, yang memberikan nuansa khas dan pengalaman berbeda bagi pelanggannya.

Dengan langkah inovatif ini, rumah makan telah membawa tradisi dim-sum ke arus utama kota dan mengukuhkan reputasinya sebagai pionir di bidangnya. Dalam rentang waktu yang panjang ini, rumah makan Roda Dim-Sum terus berupaya mempertahankan dan meningkatkan mutu serta variasi menu, menjaga akar budaya kuliner Hong Kong, dan menciptakan ruang untuk eksplorasi kuliner lokal.

Manajemen rantai pasok (supply chain management) dalam sebuah Rumah makan Roda dim-sum sangat penting untuk memastikan pasokan bahan baku yang berkualitas dan konsisten, serta untuk menjaga efisiensi operasional. Berikut adalah langkah-langkah untuk mengatur manajemen rantai pasok dalam restoran seafood:

1) Identifikasi dan Pilih Pemasok:

Untuk mengidentifikasi rantai pasok, Rumah Makan Roda telah menjalin kerja sama dengan sejumlah pemasok sejak tahun 1998. Awalnya, sistem yang digunakan adalah penilaian menyeluruh sebelum memulai kerjasama. Setiap kali barang dari rantai pasok tiba, mereka menjalani proses pemeriksaan ulang untuk memastikan tidak ada barang cacat atau layu, terutama pada sayuran segar, dan jika ditemukan, maka akan mengembalikannya dan meminta penggantian dengan barang yang lebih segar. Ada perhatian khusus pada produk yang dikemas dalam botol dan kaleng, yang harus diperiksa secara teliti untuk memastikan kualitasnya.

Dalam hal bahan baku seperti daging, mereka sangat memperhatikan kualitasnya dengan memeriksa serat daging sapi, tekstur daging ayam, dan berat daging sesuai standar. Daging ini juga langsung masuk ke tahap pengolahan untuk mencegah penurunan kualitas akibat keterlambatan penggunaan.

Sementara untuk bahan utama seperti seafood (udang, cumi-cumi, kakap, dan kepala ikan), mereka memiliki pemasok internal dengan kapal sendiri di kota Rembang, Jawa Tengah. Meskipun beberapa jenis seafood diambil dari kapal sendiri, seafood lainnya dijual di Tempat Pelelangan Ikan (TPI). Untuk menjaga kualitas seafood, mereka membersihkan dan mengolahnya segera setelah kapal tiba, dengan menggunakan cooler box dan es untuk menjaga kesegarannya sepanjang perjalanan menuju rumah makan. Seafood ini kemudian diolah menjadi bahan makanan untuk dim-sum dan hidangan Chinese food lainnya.

2) Pengendalian Persediaan:

Dalam sistem Roda Dim-Sum, pengendalian persediaan dilakukan dengan melakukan pemeriksaan stok dua kali seminggu. Metode yang digunakan untuk pemeriksaan stok masih bersifat manual, yaitu dengan mencatat barang-barang yang hampir habis untuk mencegah kehabisan stok dalam persediaan.

3) Proses Penerimaan dan Penyimpanan:

Restoran Dim-sum Rumah Makan Roda mengambil langkah-langkah penting dalam mengelola

penyimpanan bahan-bahan mereka. Untuk bahan-bahan seperti bumbu dapur, mereka telah mengorganisir gudang penyimpanan yang khusus dirancang. Ini bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi tim pemeriksa persediaan dalam mengidentifikasi kekurangan persediaan yang mungkin ada. Dengan sistem penyimpanan yang terstruktur, restoran dapat lebih efektif mengelola persediaan bumbu dapur mereka, memastikan kelancaran operasional mereka.

Selain itu, ketika datang ke penyimpanan daging dan seafood, Rumah Makan Roda Dim-sum tidak mengambil risiko dengan kualitas bahan. Mereka memahami pentingnya menjaga kualitas yang terbaik untuk hidangan mereka. Oleh karena itu, jika bahan-bahan tersebut tidak dapat langsung digunakan dalam pengolahan makanan, restoran ini memiliki fasilitas freezer yang memadai. Ini membantu dalam mempertahankan kualitas bahan daging dan seafood, memastikan bahwa hanya produk yang segar dan berkualitas tinggi yang digunakan dalam hidangan mereka.

Manajemen rantai pasok adalah proses yang dinamis yang memerlukan perhatian konstan untuk menjaga kelancaran operasional. Rumah Makan Roda Dim-sum telah mengambil langkah-langkah ini dengan serius dan telah mengatur sistem penyimpanan yang efisien untuk bahan-bahan mereka. Dengan demikian, mereka dapat menjaga kelancaran pasokan mereka, memastikan bahwa pelanggan mereka selalu mendapatkan pengalaman makan yang luar biasa.

Tabel 2 Pembukuan Tahun 2021

Bulan	Pendapatan	Transfer	Pengeluaran	Saldo Akhir
Januari	Rp 182.697.500	Rp 15.077.000	Rp 100.395.000	Rp 67.225.500
Februari	Rp 135.250.500	Rp 9.890.500	Rp 81.368.000	Rp 43.992.000
Maret	Rp 161.582.500	Rp 11.602.600	Rp 92.811.000	Rp 57.168.900
April	Rp 128.835.500	Rp 9.920.500	Rp 87.836.000	Rp 31.079.000
Mei	Rp 210.699.000	Rp 10.905.000	Rp 88.550.000	Rp 111.244.000
Juni	Rp 192.396.500	Rp 19.300.500	Rp 84.218.000	Rp 88.878.000
Juli	Rp 129.752.000	Rp 16.165.000	Rp 54.026.500	Rp 59.560.500
Agustus	Rp 115.560.000	Rp 10.562.000	Rp 30.786.500	Rp 74.211.500
September	Rp 170.756.000	Rp 18.359.000	Rp 94.143.500	Rp 58.253.500
Oktober	Rp 194.194.500	Rp 21.807.500	Rp 85.001.000	Rp 87.386.000
November	Rp 195.879.000	Rp 22.766.000	Rp 87.890.000	Rp 85.223.000
Desember	Rp 194.795.000	Rp 21.680.000	Rp 85.500.000	Rp 87.615.000
Total	Rp 2.012.398.000	Rp 188.035.600	Rp 972.525.500	Rp 851.836.900

Tabel 3 Pembukuan Tahun 2022

Bulan	Pendapatan	Transfer	Pengeluaran	Saldo Akhir
Januari	Rp 195.203.000	Rp 29.931.500	Rp 88.615.000	Rp 76.656.500
Februari	Rp 187.450.000	Rp 23.500.000	Rp 74.505.500	Rp 89.444.500
Maret	Rp 198.500.000	Rp 25.055.000	Rp 67.857.000	Rp 105.588.000
April	Rp 134.741.500	Rp 21.643.000	Rp 82.471.500	Rp 30.627.000
Mei	Rp 362.899.500	Rp 85.020.500	Rp 107.990.500	Rp 169.888.500
Juni	Rp 165.400.500	Rp 22.500.500	Rp 70.500.000	Rp 72.400.000
Juli	Rp 213.831.500	Rp 50.947.000	Rp 89.148.000	Rp 73.736.500
Agustus	Rp 215.900.500	Rp 45.339.000	Rp 80.900.500	Rp 89.661.000
September	Rp 172.856.000	Rp 46.588.000	Rp 95.042.500	Rp 31.225.500
Oktober	Rp 174.336.500	Rp 43.503.500	Rp 85.239.500	Rp 45.593.500
November	Rp 178.734.500	Rp 52.623.500	Rp 87.015.000	Rp 39.096.000
Desember	Rp 180.345.500	Rp 53.950.000	Rp 75.905.000	Rp 50.490.500
Total	Rp 2.380.199.000	Rp 500.601.500	Rp 1.005.190.000	Rp 874.407.500

Selama pandemi yang melanda Indonesia pada tahun 2020, Rumah Makan Roda Dim-Sum mengalami dampak yang sangat signifikan pada operasional mereka. Pembukuan mengungkapkan penurunan drastis dalam pendapatan akibat berkurangnya pelanggan yang datang ke restoran saat

pandemi. Namun, Roda Dim-Sum mampu merespons dengan cepat dengan mengambil langkah-langkah strategis yang cerdas. Kami memutuskan untuk mendaftarkan bisnis ke platform terpercaya seperti Gojek dan Grab, yang memungkinkan pelanggan untuk menikmati hidangan melalui layanan pesan antar. Dengan inovasi ini, mereka berhasil mengatasi sebagian besar kerugian yang timbul akibat penurunan dine-in selama masa PPKM masal.

Selain itu, Roda Dim-Sum juga mengejar peluang untuk memperluas pemasaran secara online. Dengan adanya peraturan yang membatasi dine-in, mereka mengambil langkah untuk memperkuat kehadiran mereka di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan platform lainnya. Dengan kreativitas dalam konten promosi mereka, restoran ini berhasil memperlebar jangkauan pemasaran mereka secara online dan menjadikan platform ini sebagai alat yang sangat efektif dalam mempertahankan dan menarik pelanggan baru. Dengan strategi ini, Roda Dim-Sum berhasil bertahan dan bahkan berkembang selama masa sulit selama pandemi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Kekuatan (Strengths) meliputi (1) Buka sebagai pedagang kaki lima pertama: Rumah makan Roda Dim-Sum merupakan pedagang kaki lima (PKL) yang berbasis makanan Chinese yaitu Dim-sum pertama yang buka di Solo raya, (2) Produk Berkualitas Tinggi: Produk-produk perusahaan terkenal karena kualitasnya yang tinggi, yang telah membangun loyalitas pelanggan, dan memberikan rasa kualitas internasional. (3) Bahan baku : Rumah makan Roda dim-sum memiliki kapal nelayan yang dapat menangkap ikan dan bahan baku seafood jadi tidak menjadi masalah ketika harga bahan baku seafood naik.

Kelemahan (Weaknesses) meliputi (1) Kecanggihan teknologi dalam semua bidang: Kecanggihan teknologi dalam semua bidang maka menjadi kekurangan karena penanganan yang mungkin tidak secanggih yang menggunakan teknologi. (2) Keterbatasan Keuangan: Keterbatasan dalam sumber daya keuangan menghambat kemampuan perusahaan untuk melakukan investasi besar-besar dalam inovasi dan ekspansi. (3) Kelangkaan seafood dan ikan : Dalam rumah makan Roda dim-sum hampir semua menggunakan bahan yang bergantung dengan alam, maka saat laut dan alam tidak bersahabat ikan akan langka di cari. (4) Kelangkaan solar : Rumah makan Roda dim-sum memiliki kapal sendiri untuk mensuplay ikan dengan meminimalisir pengeluaran yang ada dengan ini kapal akan membutuhkan solar untuk bahan bakar kapal, jika solar langka maka tidak bisa melaut atau melau akan mundur jangka waktunya

Opportunities (Peluang) meliputi (1) Pertumbuhan pasar yang signifikan dalam industri teknologi. (2) Peluang untuk mengekspansi ke pasar nasional. (3) Permintaan yang meningkat untuk produk berkelanjutan dan ramah lingkungan. (4) Peluang untuk mengembangkan produk-produk terkait yang dapat menambah menu baru dengan inovasi baru yang menargetkan menu diet.

Threats (Ancaman) meliputi (1) Persaingan (kompetitor) ketat di bidang yang sama. (2)

Fluktuasi harga bahan baku global. (3) Perubahan regulasi lingkungan yang lebih ketat. (4) Resesi ekonomi yang dapat mengurangi daya beli konsumen.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah diuraikan, Rumah Makan Roda Dim-Sum memiliki beberapa kekuatan yang dapat diandalkan. Pertama, mereka berhasil membuka sebagai pedagang kaki lima pertama yang menghadirkan makanan Chinese, khususnya Dim-sum, di Solo Raya. Keberhasilan ini memberikan Rumah Makan Roda Dim-Sum posisi unik di pasar dan memungkinkan Roda Dim-Sum untuk membangun pangsa pasar yang solid. Kedua, produk-produk Roda Dim-Sum dikenal karena kualitas yang tinggi dan konsistensi, yang telah membangun loyalitas pelanggan yang kuat. Produk berkualitas tinggi ini telah memberikan citra internasional bagi rumah makan tersebut. Ketiga, keberadaan kapal nelayan untuk pasokan bahan baku seafood memberikan keuntungan dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku, sehingga mereka lebih mandiri dalam pengadaan bahan. Namun, di samping kekuatan-kekuatan tersebut, ada pula beberapa kelemahan yang perlu diatasi. Pertama, perkembangan teknologi yang semakin canggih dalam berbagai aspek bisnis dapat menjadi hambatan, terutama dalam efisiensi operasional dan manajemen. Kedua, keterbatasan sumber daya keuangan menghambat kemampuan perusahaan untuk melakukan investasi besar-besaran dalam inovasi dan ekspansi, yang mungkin diperlukan untuk bersaing di pasar yang berubah cepat. Ketiga, ketergantungan pada bahan baku yang sangat tergantung pada alam, seperti seafood, dan kelangkaan solar untuk pengoperasian kapal nelayan menjadi kelemahan yang signifikan karena dapat mempengaruhi ketersediaan produk dan operasional perusahaan.

Meskipun ada beberapa kelemahan, terdapat peluang yang cukup menjanjikan yang dapat dimanfaatkan. Pertama, ada pertumbuhan pasar yang signifikan dalam industri teknologi, yang memberikan peluang untuk meningkatkan efisiensi dan visibilitas bisnis Rumah Makan melalui pemanfaatan teknologi. Kedua, ada peluang untuk mengembangkan bisnis ke pasar nasional dan bahkan internasional, menjadikan Rumah Makan Roda Dim-Sum sebagai merek yang dikenal lebih luas. Ketiga, permintaan akan produk berkelanjutan dan ramah lingkungan semakin meningkat, dan ini bisa menjadi dasar bagi inovasi produk dan praktek bisnis yang lebih bertanggung jawab. Keempat, dengan tren menu diet dan kesehatan yang semakin populer, terdapat peluang untuk mengembangkan produk-produk terkait yang dapat menambah menu baru dengan inovasi yang lebih menargetkan permintaan pelanggan.

Namun, ada juga ancaman yang harus diatasi. Pertama, persaingan dalam industri kuliner yang ketat, terutama dari kompetitor lokal, adalah ancaman yang signifikan. Kedua, fluktuasi harga bahan baku global, terutama seafood, dapat mempengaruhi biaya produksi dan keuntungan perusahaan. Ketiga, perubahan regulasi lingkungan yang semakin ketat dapat mempengaruhi operasional dan biaya tambahan yang harus diatasi. Terakhir, resesi ekonomi potensial dapat

mengurangi daya beli konsumen, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi penjualan dan kesejahteraan perusahaan. Oleh karena itu, manajemen Rumah Makan Roda Dim-Sum perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman tersebut.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah diuraikan, Rumah Makan Roda Dim-Sum memiliki sejumlah langkah strategis yang dapat mereka pertimbangkan untuk mengoptimalkan kekuatan dan mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi ancaman yang mereka hadapi.

Pertama, dengan kekuatan sebagai pedagang kaki lima pertama yang menyajikan makanan Chinese, mereka dapat mempertahankan keunggulan pasar ini dengan terus meningkatkan kualitas produk dan layanan. Memperkuat citra internasional mereka sebagai penyedia Dim-sum berkualitas tinggi dapat mendukung pertumbuhan bisnis.

Kedua, untuk mengatasi kelemahan terkait dengan teknologi dan keterbatasan sumber daya keuangan, Rumah Makan Roda Dim-Sum harus mempertimbangkan investasi dalam teknologi yang relevan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, mereka perlu mencari sumber pendanaan tambahan untuk mendukung inovasi dan ekspansi bisnis mereka, mungkin dengan melibatkan investor atau mencari pembiayaan eksternal.

Ketiga, dalam menghadapi tantangan ketergantungan pada bahan baku alam, seperti seafood, mereka dapat mempertimbangkan diversifikasi pasokan bahan baku atau memperkuat hubungan dengan pemasok. Selain itu, pemantauan pasokan solar untuk kapal nelayan juga harus menjadi prioritas untuk meminimalkan dampak kelangkaan bahan bakar pada operasional perusahaan.

Untuk memanfaatkan peluang, Rumah Makan Roda Dim-Sum dapat mempertimbangkan untuk memanfaatkan pertumbuhan pasar teknologi dengan mengintegrasikan layanan pemesanan online dan pengiriman makanan. Peluang ekspansi ke pasar nasional dan internasional juga harus dieksplorasi secara cermat, dengan memperhatikan preferensi konsumen di berbagai wilayah.

Selain itu, mengembangkan produk-produk berkelanjutan dan ramah lingkungan dapat memungkinkan perusahaan untuk mengikuti tren kesadaran lingkungan dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan yang semakin memperhatikan aspek ini. Kemungkinan pengembangan menu baru yang menargetkan menu diet dan kesehatan juga dapat menjadi langkah inovatif untuk menarik pelanggan baru.

Dalam menghadapi ancaman persaingan ketat, Rumah Makan Roda Dim-Sum harus terus meningkatkan kualitas dan keragaman menu mereka untuk mempertahankan pangsa pasar. Untuk mengatasi fluktuasi harga bahan baku global, mereka dapat menjalin kontrak dengan pemasok jangka panjang atau mempertimbangkan alternatif bahan baku yang lebih stabil harganya.

Perubahan regulasi lingkungan yang ketat harus dihadapi dengan kepatuhan yang ketat pada standar lingkungan dan berinvestasi dalam praktik bisnis yang berkelanjutan. Dalam menghadapi

potensi resesi ekonomi, perusahaan harus memiliki rencana kontingensi yang kuat untuk mengelola biaya dan menjaga daya tarik bagi konsumen.

Dalam keseluruhan, langkah-langkah strategis ini harus diterapkan dengan hati-hati dan sesuai dengan tujuan jangka panjang perusahaan. Dengan demikian, Rumah Makan Roda Dim-Sum dapat memaksimalkan potensi bisnis mereka dan menghadapi tantangan di masa depan dengan keyakinan.

4. PENUTUP

Rumah Makan Roda Dim-Sum memiliki sejumlah kekuatan yang dapat membantu tetap bersaing di pasar kuliner yang kompetitif. Keberhasilan sebagai PKL pertama yang memperkenalkan Dim-sum di Solo Raya menciptakan panggilan loyalitas dari pelanggan yang menghargai kualitas dan rasa autentik. Produk berkualitas tinggi mereka dan bahan baku yang dimiliki, termasuk kapal nelayan untuk pasokan seafood, memungkinkan untuk tetap bersaing di pasar yang berubah-ubah.

Namun, Roda Dim-Sum juga memiliki kelemahan yang perlu diperhatikan. Keterbatasan dalam sumber daya keuangan yang membatasi kemampuan untuk melakukan investasi besar dalam inovasi dan ekspansi. Selain itu, kami bergantung pada bahan baku yang bergantung pada alam seperti seafood, yang dapat menghadirkan tantangan ketika pasokan menjadi langka. Kelangkaan sumber daya seperti solar untuk kapal mereka juga dapat mengganggu operasi mereka.

Dalam menghadapi masa depan, Roda Dim-Sum harus fokus pada memaksimalkan kekuatan yang dimiliki Rumah Makan Roda Dim-Sum, terutama dalam hal kualitas makanan dan layanan pelanggan yang baik. Dengan mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada, seperti keterbatasan keuangan dan ketergantungan pada bahan baku alam, mereka dapat tetap kompetitif. Kesempatan-kesempatan seperti pertumbuhan pasar teknologi dan peluang untuk ekspansi juga harus dieksplorasi secara cermat. Namun, kami harus waspada terhadap ancaman seperti persaingan ketat dan fluktuasi harga bahan baku global. Dengan strategi yang tepat dan inovasi berkelanjutan, Roda Dim-Sum dapat mempertahankan eksistensinya dan bahkan tumbuh lebih kuat di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, H., & Mac Con Iomaire, M. (2016). "Against all odds": Head chefs profiled. *Journal of Culinary Science and Technology*, 14(2), 107–135. <https://doi.org/10.1080/15428052.2015.1080645>.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2020). Strategi Bersaing Ukm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(2), 245–253. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3663>.
- Fidela, A., Pratama, A., & Nursyamsiah, T. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu , Kabupaten

- Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(3), 493–498.
- Hammond, K. (1986). CHEF: A Model of Case-Based Planning. *National Conference on Artificial Intelligence*, 267–271.
- Manajemen Informatika, J., Wicaksono, M. F., Hamsir, I. K., & Unikom, T. K. (2019). *J a M I K a Sistem Informasi Reservasi Restoran*. 9(April), 9–16.
- Murray-Gibbons, R., & Gibbons, C. (2007). Occupational stress in the chef profession. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(1), 32–42. <https://doi.org/10.1108/09596110710724143>.
- Nisak, Z. (2004). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 1–8.
- Putong, I. (2003). Teknik Pemanfaatan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri (A-SWOT-TSI). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(8), 65–71. http://repository.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/491/1/PUTONG_65-71.pdf
- Rahmawita, M. T., & Wiratama, A. (2021). Aplikasi Pemesanan Menu Makanan Restoran Dan Cafe Berbasis Android. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 7(1), 76. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v7i1.11906>
- Safri, H., & Kasran, M. (2016). Pengaruh Penerapan Fungsi – Fungsi Manajemen Terhadap Kinerja Guru Pada Sdn 143 Arusu Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 1(1). <https://doi.org/10.35906/jm001.v1i1.130>
- Sari, F. P. (2019). Aplikasi Sistem Informasi Pemesanan Koki dan Masakan Rumahan Berbasis Android. *Jurnal SITECH: Sistem Informasi Dan Teknologi*, 1(2), 123–126. <https://doi.org/10.24176/sitech.v1i2.2396>
- Sentinuwo, S. R., Sinsuw, A. A. E., & Tompoh, J. F. (2016). Rancang Bangun Aplikasi Pemesanan Menu. *E-Journal Teknik Informatika*, 9(1), 1–9.
- Sunarjo, A. W. (2014). Pengaruh Kompensasi, Pelatihan Dan Peran Supervisor Terhadap Kinerja Pada Karyawan Paguyuban Batik Si Jambe, Kecamatan Wonokerto, Kabupaten Pekalongan. *Ekonomi Dan Bisnis*, 14(01), 25–29.
- Utari, T., & Dewi, M. P. (2016). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Umkm Di Kkawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. *E-JURNAL EP Unud*, 3(12), 576–585.
- Wulannata, A. I. (2017). Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia,. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 133–144.