

Pengembangan Usaha Angkringan dengan Menggunakan Analisis SWOT

Agung Wijoyo^{1*}, Agus Baskoro Hidayat², Ruslan Abu Honi³, Sinta Nuriyah⁴,
Surya Adji Pangestu⁵

¹⁻⁵Fakultas Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspipetek No. 46,
Kel. Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia

Email: ¹dosen01671@unpam.ac.id, ²baskorohidayatagus@gmail.com,

³llanruslanabhugoni@gmail.com, ⁴nuriyahshinta126@gmail.com,

⁵suryamanhattan@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak—Sebuah usaha Angkringan muncul dan dijadikan bisnis oleh karena adanya interaksi hubungan social antar masyarakat khususnya menengah kebawah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsi sebuah usaha Angkringan dengan detail kepada ruang public bahwa Akringan adalah sebuah sarana tempat berkumpul untuk membangun kedekatan sosial antar masyarakat menengah keatas dan ke bawah. Menggunakan Metode kualitatif deskriptif dan studi kasus, melakukan pengumpulan data berupa observasi lapangan dan kajian literatur. Kelebihan usaha ini cukup menarik menawarkan minuman serta makanan yang murah meriah harga terjangkau, memberikan tempat sarana tongkrongan yang nyaman dan pelanggan dapat berlama-lama menikmati suasana dan hidangan yang ada di Angkringan. Dan dengan adanya Angkringan pada ruang publik menjadikan sebuah hubungan interaksi social yang baik dalam bersosialisasi dan berkumpul.

Kata Kunci: Interaksi Sosial, Angkringan, Ruang Publik

Abstract—An Angkringan business emerges and becomes a business because of the interaction of social relations between people, especially the middle and lower classes. This research aims to describe an Angkringan business with details to the public space that Akringan is a means of gathering place to build social closeness between the upper and lower middle class. Using descriptive qualitative methods and case studies, collecting data in the form of field observations and literature reviews. The advantages of this business are quite interesting, offering cheap drinks and food at affordable prices, providing a comfortable hangout facility and customers can linger to enjoy the atmosphere and dishes in Angkringan. And with the existence of Angkringan in public space makes a good social interaction relationship in socializing and gathering.

Keywords: Social Interaction, Public Space, Angkringan

1. PENDAHULUAN

Usaha Angkringan sudah banyak ditemui diberbagai tempat, usaha ini di minati banyak orang karena memiliki tingkat pasar yang luas. Usaha angkringan ini masuk dalam kategori Usaha Mikro Kecil Menengah dan biasanya yang menjalankan usaha ini adalah anak muda yang memiliki semangat berwirausaha tinggi. Usaha UMKM ini merupakan salah satu upaya untuk menghindari kita dari penganggurankarena sistem tersebut adalah sebuah program yang dibuat oleh pemerintah, dengan UMKM tersebut memperkecil angka pengangguran di Indonesia, akan tetapi dari segi pemasaran masih memiliki kendala karena kurangnya edukasi dan pengetahuan terkait pemasaran yang ditimbulkan oelh terbatasnya informasi untuk dijangkau oleh pelaku UMKM tersebut.

Usaha ini biasa berdiri di bahu jalan seperti trotoar, halaman took, halaman kantor, tetapi tidak jarang ditemui angkringan yang berdiri di sebuah foodstreet atau menyewa tempat. Untuk angkringan yang memiliki tempat sendiri seperti ini biasanya memiliki tempat makan yang cukup bagus, bersih, dan ada live music nya. Angkringan dekat sekali atau identik dengan perkumpulan sekelompok orang yang mengkonsumsi minuman dan makanan pada tempat usaha ini, ditempat ini memiliki harga special dan murah untuk kalangan menengah kebawah membuat pelanggan akan betah dan dapat berlama – lama di tempat ini tanpa ada yg mengganggu atau mengusir mereka. Karena Hal tersebut telah dibuat dan dirancang tempat yang membuat pelanggan nyaman dan merasa aman . (Fadillah et al,2021)

Sebuah strategi yang diterapkan dalam pemasaran dilakukan untuk mencapai hasil tepat sasaran dalam pemasaran, serta sebagai penentu produk usaha dalam pengeluaran sebuah usaha tersebut.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Strategi yang dilakukan dengan sebuah obyek penelitian dengan metode analisis SWOT untuk menganalisa kekurangan dan kelebihan. Krena nanalisa ini bersifat induktif dan penelitian kualitatif.

2.1 Matriks Analisa SWOT

Tabel 1. Matriks Analisa SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Internal		
Faktor Eksternal		
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi TW

Keterangan dari matriks SWOT :

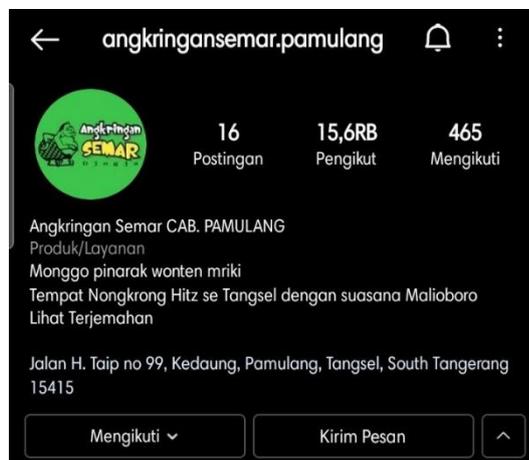
1. Kekuatan dan Peluang (SO Analisis). Analisis ini didasarkan pada mentalitas bisnis Angkring, yaitu menggunakan segala kekuatan untuk menangkap peluang dan memanfaatkannya sebaik mungkin.
2. Kekuatan dan Ancaman (ST Analisis). Analisis konsumsi energi ramuan Dewuyung Angkringan.
3. Analisis kelemahan dan peluang (WO Analisis). Analisis ini diterapkan untuk memanfaatkan kesempatan sekaligus meminimalisir kekurangannya.
4. Penarikan dan ancaman (WT Analisis). Analisis berdasarkan tindakan bertahan (*defensive*) bertujuan meminimalisir kekurangan dan ancaman.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Angkringan yang telah memiliki manajemen dan pengelolaan secara modern telah mendapatkan market di kalangan masyarakat khususnya pelajar atau mahasiswa. Angkringan Semar menyediakan akses internet gratis kepada pelanggan yaitu berupa wifi gratis untuk pelanggan (*free wifi*).

3.1 Media Sosial Angkringan Semar

Angkringan Semar memiliki platform *instagram* sebagai alat digital untuk menambah market pasar. Hal ini tentu akan mengenalkan Angkringan Semar kepada market kalangan pengguna internet dimana marketing seperti ini menjadi nilai tambah bagi bisnis di jaman teknologi seperti sekarang serta memperlebar *market* pasar.



Gambar 1. Media Sosial Angkringan Semar

3.2 Fasilitas Angkringan Semar

Angkringan Semar memiliki fasilitas modern dengan tetap menampilkan nuansa tradisionalnya seperti terdapat pada grobag dan alat-alat makanannya. Pada bagian ini fasilitas yang ditampilkan adalah live musik dimana ini akan menambah daya tarik bagi kalangan milenial untuk datang dan nongkrong di Angkringan Semar. Tak hanya live musik Angkringan Semar memberikan fasilitas wifi secara gratis untuk menarik pelanggan serta menambah nilai tambah bagi Angkringan Semar.

3.3 Kelemahan Persaingan pada Angkringan (*Streinght*)

Angkringan Semar memiliki kelemahan dibanding angkringan tradisional yaitu harga makanan yang lebih mahal dibanding angkringan tradisional. Hal ini merupakan salah satu factor yang bisa mengurangi pelanggan apabila pesaing disekitar memiliki harga yang lebih murah, contohnya angkringan tradisional.

3.4 Peluang Angkringan Semar (*Opportunities*)

Angkringan yang memiliki lokasi strategis disekitar kampus akan menambah nilai tambah bagi Angkringan Semar yang memiliki tema *semi café* dan memiliki fasilitas modern. Hal ini tentu peluang besar untuk menarik pelanggan untuk datang dan angkringan kelompok 3 akan dijadikan tempat diskusi dan nongkrong yang nyaman bagi mahasiswa serta pelanggan lainnya.

3.5 Ancaman yang dimiliki Angkringan Kelompok 3 (*Threats*)

Angkringan Semar mempunyai bisnis serupa yaitu angkringan tradisional. Sebagian konsumen cenderung pilih angkringan tradisional karena harganya yang murah. Namun angkringan tradisional memiliki pemasaran yang kurang efektif, sedangkan Angkringan Semar sebagai usaha yang memiliki model semi kafe tak hanya menyajikan menu saja, tetapi juga digunakan tempat nongkrong dan berdiskusi menjadikan tolak ukur bagi sebuah usaha diminati para pelanggan terutama milenial.

3.7 Strategi berdasarkan SWOT

Hasil pembahasan ini menampilkan mengenai Angkringan Semar di analisa menggunakan teori SWOT.

3.8 Indikator *Strengths* (Kekuatan)

Indikator kekuatan Angkringan Semar adalah menampilkan gaya modern dan fasilitas modern serta menggunakan pemasaran yang tidak sederhana menggunakan media sosial akan menarik banyak customer terutama milenial. Pemasaran melalui media social mengenalkan Angkringan Semar menjadi sangat luas.

3.9 Indikator *Weakness* (Kelemahan)

Dengan fasilitas yang ada maka Angkringan Semar memiliki harga yang lebih mahal dibanding angkringan tradisional, bagi sebagian pelanggan ini akan menjadi penghambat untuk datang ke Angkringan Semar.

3.10 Indikator *Opportunities* (Peluang)

Lokasi Angkringan Semar yang strategis berada disekitar kampus akan menjadi nilai tambah. Maka dengan fasilitas yang ada akan membuat pelanggan tertarik untuk datang.

3.11 Indikator *Threats* (Ancaman)

Ancaman dalam bisnis usaha angkringan berupa angkringan tradisional yang menawarkan harga yang lebih murah dengan menu yang sama.

Sebagian mahasiswa akan memilih angkringan tradisional dengan harga lebih terjangkau sehingga dengan adanya angkringan tradisional akan mengurangi trend pengunjung yang datang menjadikan tempat nongkrong dan berdiskusi.

3.12 Matriks SWOT

Tabel 2. Matriks SWOT Angkringan Semar

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Internal	Angkringan menampilkan kuliner modern	Angkringan Semar berada di lokasi yang macet
Faktor Eksternal	Sistem modern dan marketing melalui media sosial	Harga menu lebih mahal
Peluang (O) 1. Lokasi yang strategis berada tak jauh dengan kampus. 2. Gaya angkringan sebagai tempat nongkrong.	Strategi SO 1. Meningkatkan pelayanan dan menu makanan yang inovasi 2. Membuat tempat yang nyaman dengan fasilitas modern, seperti free wifi dan live musik	Strategi WO 1. Memanfaatkan tempat strategis dekat dengan kampus 2. Menjadi tempat sosial public yang menarik
Ancaman (T) 1. Persaingan usaha dengan angkringan tradisional untuk perbandingan harga	Strategi ST 1. Memberikan makanan dan minuman yang higienis 2. Menawarkan diskon pada tanggal tertentu	Strategi TW 1. Memiliki cabang di lokasi lain 2. Memperbanyak video dan foto produk di media sosial angkringan kelompok

Berdasarkan pembahasan tabel diatas maka disimpulkan menjadi poin berikut :

- a. **Matriks Strength (Kekuatan)**
 1. Angkringan menampilkan tempat kuliner modern
 2. Sistem pemasaran melalui internet
- b. **Matriks Weakness (Kelemahan)**
 1. Angkringan Semar di lokasi macet
 2. Harga menu yang lebih mahal
- c. **Faktor Eksternal**
Faktor yang mempengaruhi dampaknya usaha dari luar objek, meliputi peluang dan ancaman (Opportunity and Threats)
- d. **Matriks Opportunities (Peluang)**
 1. Lokasi yang strategis tidak jauh dari kampus Universitas Pamulang
 2. Trend angkringan menjadi tempat ruang public
- e. **Strategi SO**
 1. Mutu peningkatan pelayanan serta menu yang dapat berinovasi
 2. Sarana dan tempat yang nyaman dengan fasilitas modern *free wifi* dan *live music*.
- f. **Strategi WO**
 1. Memanfaatkan tempat strategis dekat dengan kampus
 2. Inovasi menjadi ruang public yang menarik
- g. **Ancaman (T)**
Persaingan harga dengan angkringan tradisional
- h. **Strategi TW**
 1. Memiliki cabang di beberapa kota lain
 2. Memperbanyak dokumentasi produk di media sosial angkringan

4. KESIMPULAN

Banyaknya usaha angkringan yang terdapat di sejumlah kota Indonesia membuat angkringan menjadi tempat makan sekaligus berkumpulnya sosial publik wilayah tersebut. Kelebihannya menu minuman ataupun makanan dengan harga terjangkau dan murah membuat semua kalangan datang kesini. Dengan adanya internet Wifi membuat konsumen betah berlama lama duduk di angkringan. Untuk persaingan usaha tergantung dari masing-masing cara owner untuk memasarkan produk usahanya, bisa melalui promosi, iklan, dan media sosial.

Penelitian dari rekomendasi khususnya para pihak-pihak terkait yang dilibatkan, baiknya pada pendiri usaha untuk terus meningkatkan layanan serta kualitas produk, serta kebersihan tempat makan. Sehingga para konsumen akan terus betah datang ke tempat angkringan tersebut.

REFERENCES

- Fauzi, R. U. (2017). Pengaruh harga dan free wi-fi terhadap keputusan pembelian produk pada angkringan di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 62-74.
- Hafizi, M. R. (2017). Peluang Bisnis Angkringan di Kota Palangka Raya. *Jurnal Al-Qardh*, 2(2), 101-108.
- Irawati., R. (2018). Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil. *Jurnal JIBEKA*, 74-82.
- Puspitaningtyas, Z. (2017). Pembudayaan Pengelolaan Keuangan Berbasis Akutasi Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Akutansi*, 361-372.
- Safitri, L. S. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner: Studi Kasus Warung Lemang di Janeponto, Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 183-194.
- Setiawan, E. &. (2022). Analisis Strategi Bisnis pada Angkringan Bocah Jajan (Bojan) di Koja, Jakarta Utara. *JURNAL ABIWARA*, 102-115.
- Setiawan, T. F. (2018). Strategi pemasaran online UMKM makanan (Studi kasus di kecamatan Cibinong). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(2), 116-126.
- Suryani, D. &. (2019). Higiene dan Sanitasi pada Pedagang Angkringan di Kawasan Malioboro Yogyakarta. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan*, 15(1), 70-81.
- Ulfah, F. N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2795-2805.
- Utama, I. D. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 1-10.