

Analisis SWOT dan Penerapan Fungsi Manajemen dalam Pengelolaan UMKM: Studi pada Rumah Makan Mahasiswa

Nur Intan¹, Selli Pebrianti², Seny Alya Fatmawati³

¹ Universitas Tanjungpura, e-mail: b1061241001@student.untan.ac.id

² Universitas Tanjungpura, e-mail: b1061241003@student.untan.ac.id

³ Universitas Tanjungpura, e-mail: b1061241025@student.untan.ac.id

Histori Naskah

Diserahkan:
28-01-2026

Direvisi:
11-02-2026

Diterima:
01-03-2026

Keywords

: SWOT Analysis; UMKM Restaurant; POAC Management Functions; Culinary Business Strategy; Family Business

ABSTRACT

This study examines SWOT elements in the UMKM Rumah Makan Mahasiswa, a family business in Pontianak operating since 1993, while evaluating the implementation of four management functions (planning, organizing, actuating, controlling/POAC) to strengthen business development plans. A qualitative descriptive approach was employed through interviews with the owner, Ibu Uni, direct observations, and SWOT analysis along with its strategic matrix. Findings reveal strengths such as consistent homemade taste, affordable prices, and a strategic riverside location; weaknesses include limited digital marketing and reliance on family workers; promising opportunities lie in online service expansion and facility upgrades, despite threats from competitor rivalry and raw material price fluctuations. POAC functions operate practically yet simply, requiring enhancement to face the digital era, thus recommending SO strategies like leveraging the unique location via social media to boost long-term competitiveness.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis elemen-elemen SWOT di UMKM Rumah Makan Mahasiswa, bisnis keluarga di Pontianak yang sudah eksis sejak 1993, sambil mengukur penerapan empat fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian/POAC) guna memperkuat rencana pengembangan usaha. Pendekatan kualitatif deskriptif diterapkan lewat wawancara pemilik Ibu Uni, pengamatan langsung, serta analisis SWOT dan matriks strateginya. Temuan mengungkap kelebihan seperti rasa masakan rumahan yang tetap, harga murah, dan posisi strategis di pinggir sungai; kelemahan meliputi kurangnya pemasaran daring dan bergantung pada pekerja keluarga; prospek cerah ada di perluasan layanan online plus renovasi sarana, meski tantangan datang dari rivalitas kompetitor dan gejolak ongkos bahan baku. Fungsi POAC sudah jalan secara praktis tapi sederhana, wajib ditingkatkan hadapi era digital, maka direkomendasikan langkah SO semisal memanfaatkan keunikan lokasi via sosmed untuk tingkatkan ketangguhan jangka panjang.

Kata Kunci

: Analisis SWOT; UMKM Rumah Makan; Fungsi Manajemen POAC; Strategi Bisnis Kuliner; Usaha Keluarga

Corresponding Author

: Nur Intan, Universitas Tanjungpura, Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Bansir Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat, e-mail: b1061241001@student.untan.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan elemen penting dalam perekonomian sebuah negara. Meskipun skala ekonominya relatif kecil, jumlah UMKM sangat banyak dan signifikan, serta memberikan kontribusi besar baik bagi masyarakat maupun negara. Pentingnya UMKM telah mendorong banyak negara, termasuk Indonesia, untuk terus mengembangkan sektor ini (Utami et al., n.d.). Meningkatnya pertumbuhan UMKM di Indonesia ternyata cukup di dominasi oleh industri makanan dan minuman. Sejak beberapa tahun lalu, perkembangan bisnis di bidang makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Industri restoran dan rumah makan hingga saat ini masih diyakini sebagai salah satu bentuk usaha yang memiliki prospek yang cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun (Ling & Siwalankerto, n.d.).

Salah satu metode dalam menyusun strategi bisnis adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Analisis SWOT adalah proses mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan formulasi yang tepat dan implementasi strategi bisnis yang optimal. Penerapan analisis SWOT dalam pengembangan strategi bisnis membantu perusahaan untuk merancang rencana yang realistis dan terfokus. Ini juga memungkinkan pengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber daya secara efektif dan mengidentifikasi inisiatif strategis yang dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan jangka panjang. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan sering kali tidak pasti, memiliki pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis sangatlah penting (Zianah Safitri et al., 2024).

Selain itu, penerapan empat fungsi manajemen Menurut Terry (2004) terdiri dari : (1) *Planning*, yaitu proses penentuan tujuan, strategi, dan kebijakan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan, (2) *Organizing*, yaitu proses pembagian tugas, wewenang, dan sumber daya di antara anggota organisasi untuk mencapai tujuan tertentu, (3) *Actuating*, yaitu proses memotivasi, membimbing, dan mengarahkan karyawan dalam rangka mencapai tujuan, (4) *Controlling*, yaitu fungsi manajemen yang berhubungan dengan prosedur pengukuran hasil kinerja terhadap tujuan perusahaan (Ling & Siwalankerto, n.d.). Apabila fungsi-fungsi manajemen tidak berjalan sesuai dengan harapan, maka manajemen yang terdapat dalam organisasi tidak akan seimbang dan jauh dari kata baik (AL HAMIDY, 2021).

Di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin kompetitif, UMKM dituntut tidak hanya mampu mempertahankan kualitas produk, tetapi juga memiliki strategi bisnis dan sistem pengelolaan usaha yang adaptif terhadap perubahan lingkungan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Rumah Makan Mahasiswa memiliki sejumlah keunggulan, seperti cita rasa masakan rumahan yang konsisten, harga yang terjangkau, serta lokasi yang strategis di tepi sungai. Namun, usaha ini masih menghadapi beberapa permasalahan, antara lain promosi yang masih mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut, belum memanfaatkan media sosial dan platform layanan pesan antar, serta pengelolaan sumber daya manusia yang masih bertumpu pada anggota keluarga. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa potensi internal yang dimiliki belum sepenuhnya didukung oleh penerapan fungsi manajemen yang optimal untuk memanfaatkan peluang perkembangan pasar. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian yang mampu mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal usaha melalui analisis SWOT sekaligus mengevaluasi penerapan fungsi manajemen (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*) sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Penelitian mengenai strategi pengembangan UMKM melalui analisis SWOT telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih berfokus pada perumusan strategi bisnis tanpa mengintegrasikan aspek manajemen organisasi. Berikut peta kajian-kajian yang relevan:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Temuan Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Ini
1	(Irawan & Daspar, 2025)	SWOT menghasilkan strategi pengembangan berupa digital <i>marketing</i> , peningkatan SDM, kerja sama dengan layanan pesan antar, dan perbaikan manajemen internal	Hanya menggunakan SWOT untuk strategi bisnis; belum mengkaji implementasi fungsi POAC.
2	(Marha & Yandri, 2026)	Menggunakan IFAS–EFAS dan SWOT; UMKM berada pada posisi <i>growth-oriented strategy</i> sehingga disarankan strategi agresif.	Fokus pada formulasi strategi menggunakan SWOT, tanpa analisis fungsi manajemen.
3	(Mulyana & Muttaqin, 2024)	Mengintegrasikan SWOT dengan Business Model Canvas untuk menyusun strategi pengembangan usaha kuliner.	Menggabungkan SWOT–BMC, sedangkan penelitian ini menggabungkan SWOT–POAC.
4	(Saputra et al., 2023)	SWOT digunakan sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan UKM wisata kuliner melalui analisis faktor internal dan eksternal.	Berorientasi pada strategi bisnis, bukan evaluasi fungsi manajemen organisasi.
6	(Raharjo et al., 2024)	SWOT membantu UMKM <i>food and beverage</i> mempertahankan daya saing di tengah perubahan tren konsumen.	Menitikberatkan pada daya saing pasar, bukan implementasi manajemen operasional.

Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini tidak hanya memetakan kondisi internal dan eksternal melalui analisis SWOT, tetapi juga mengevaluasi implementasi empat fungsi manajemen (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling/POAC*) pada UMKM Rumah Makan Mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif karena menghubungkan formulasi strategi bisnis dengan praktik manajemen operasional dalam pengelolaan UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal UMKM Rumah Makan Mahasiswa melalui pendekatan *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats* (SWOT), serta mengevaluasi penerapan empat fungsi manajemen (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling/POAC*) dalam pengelolaan usahanya. Berdasarkan tujuan tersebut, penelitian ini berupaya menjawab dua pertanyaan utama, yaitu: (1) bagaimana kondisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi UMKM Rumah Makan Mahasiswa sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan usaha; dan (2) bagaimana implementasi fungsi-fungsi manajemen POAC dalam mendukung efektivitas operasional dan keberlanjutan usaha. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemilik UMKM dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih adaptif, meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha, mengoptimalkan pemanfaatan peluang pasar, serta memperkuat daya saing usaha di tengah dinamika industri kuliner yang semakin kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu jenis penelitian yang menggambarkan suatu fenomena secara apa adanya dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan menggambarkan kondisi, pengalaman, aktivitas, atau proses yang terjadi di lapangan, tanpa manipulasi dan tanpa perlakuan khusus terhadap objek penelitian (Ferdinand, 2019; Nirwana et al., 2024). Pendekatan kualitatif sangat relevan karena memungkinkan peneliti menangkap informasi dari perspektif pelaku usaha secara langsung, sebagaimana dilakukan dalam penelitian sebelumnya mengenai fungsi manajemen pada UMKM.

Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha untuk menggali informasi terkait sejarah usaha, sistem kerja, strategi pemasaran, serta pengelolaan manajemen. Observasi diterapkan untuk melihat secara langsung aktivitas operasional rumah makan, mulai dari proses produksi hingga interaksi dengan pelanggan. Sementara dokumentasi digunakan untuk

memperkuat data melalui foto, catatan usaha, serta lingkungan fisik tempat usaha. Ketiga teknik ini dipilih karena mampu memberikan gambaran data yang nyata, sesuai karakteristik penelitian kualitatif.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, informasi hasil wawancara dan observasi dipilah untuk menentukan data yang relevan dengan fokus penelitian. Setelah itu, data disajikan dalam bentuk uraian naratif dan tabel SWOT agar memudahkan interpretasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, yaitu menghubungkan temuan lapangan dengan teori analisis SWOT dan fungsi manajemen untuk menghasilkan pemahaman menyeluruh terkait kondisi dan strategi UMKM (Mutiarasari & Manoppo, 2024).

Dua kerangka teori utama digunakan dalam penelitian ini, yaitu analisis SWOT dan fungsi manajemen (POAC). Strategi selalu memberikan perhatian pada perumusan tujuan dan sasaran organisasi, serta faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang senantiasa dihadapi organisasi. Analisis SWOT berfungsi menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha (Rosmita et al., 2024). Sementara itu, teori POAC didefinisikan sebagai rangkaian fungsi manajemen operasional yang mencakup perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengaturan/pengarahan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*), yang bertanggung jawab untuk mengonversi *input* menjadi *output* guna menyediakan layanan atau produk secara efisien pada UMKM. Digunakan untuk melihat bagaimana aspek perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dijalankan oleh pemilik Rumah Makan Mahasiswa (Ertin & Martini, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis SWOT UMKM Rumah Makan Mahasiswa

Responden dalam penelitian ini adalah Ibu Uni, seorang wanita berusia 44 tahun dengan pendidikan S1 di bidang Teknik dan juga pemilik usaha Rumah Makan Mahasiswa. Usaha ini berada di Jl. Adi Sucipto Gg. Darsyad Laut didirikan pada tahun 1993, sehingga telah beroperasi selama sekitar 32 tahun. Sebagai pemilik, Ibu Uni mengelola rumah makan ini sebagai usaha keluarga yang selalu dipelihara dari generasi ke generasi. Usaha yang dilakukan adalah rumah makan yang menghadirkan hidangan rumahan dengan fokus utama pada mahasiswa dan warga sekitar. Visi Rumah Makan Mahasiswa adalah untuk menjadi rumah makan yang sederhana namun tetap bertahan dan dipercaya selama bertahun-tahun dengan menawarkan makanan rumahan yang terjangkau, enak, dan nyaman bagi mahasiswa serta masyarakat sekitar, sambil mempertahankan nilai-nilai kekeluargaan dan meneruskan usaha keluarga secara turun-temurun. Untuk mencapai visi itu, usaha ini melaksanakan beberapa misi, yaitu menyajikan hidangan rumahan yang sederhana namun tetap menjaga rasa khas dan kualitas bahan yang baik; memastikan harga makanan tetap terjangkau bagi mahasiswa tanpa mengurangi rasa maupun porsi; serta mempertahankan konsep usaha keluarga dengan melibatkan anggota keluarga dalam pengelolaan dan pelayanan. Di samping itu, rumah makan ini berusaha menciptakan suasana yang nyaman dan alami dengan memanfaatkan lokasi di tepi sungai sebagai daya tarik utama bagi pengunjung. Ibu Uni pun bertekad meneruskan usaha orang tua dengan melakukan pembaruan sesuai kebutuhan zaman tanpa mengabaikan ciri khas tradisional, serta mengelola usaha dengan tujuan memberikan manfaat bagi keluarga dan pelanggan yang mencari tempat makan yang terjangkau dan bersahabat.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi mendalam yang telah dilakukan, dapat dipetakan secara terstruktur kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi oleh usaha ini. Analisis ini mencakup aspek internal pengelolaan rumah makan keluarga dan faktor eksternal lingkungan usaha di sekitar area tempat tinggal mahasiswa. Adapun rincian mengenai analisis SWOT dari usaha Rumah Makan Mahasiswa dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT Rumah Makan Mahasiswa

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
1. Rumah makan ini berdiri sejak tahun 1993. Awalnya dirintis oleh orang tua Ibu Unni dan hingga kini masih diteruskan olehnya dengan konsep rumahan yang sama. 2. Keunggulannya terletak pada menu rumahan dengan cita rasa khas masakan ibu serta suasana sederhana namun nyaman di tepi sungai. Hal ini memberikan nuansa kekeluargaan yang jarang ditemui di tempat lain. 3. Lokasi di tepi sungai memberikan suasana alami. Banyak pelanggan, terutama mahasiswa merasa nyaman makan sambil menikmati pemandangan. 4. Harga makanan yang berkisar antara Rp6.000–Rp13.000 menjadi alasan utama mahasiswa memilih tempat ini. Dalam satu porsi sudah termasuk sayur, sambal, dan kuah. 5. Resep masakan tidak pernah berubah sejak awal berdiri. Semua bumbu dibuat secara tradisional dan diolah langsung oleh keluarga agar cita rasa tetap sama. 6. Selama ini belum pernah ada komplain besar dari pelanggan. Mereka justru sering memesan ulang dan kadang memberikan saran tambahan lauk atau sambal yang langsung ditanggapi. 7. Rumah makan memberdayakan keluarga dan warga sekitar untuk bekerja, serta menyediakan makanan murah bagi lingkungan. Kemudian rumah makan memberi manfaat dengan membuka lapangan kerja dan membantu masyarakat sekitar mendapatkan makanan murah. 8. Biasanya kalau ada pelanggan yang nggak bisa datang langsung, mereka pesan lewat driver Maxim atau ojek langganan. Jadi kami nggak lewat aplikasi kayak GoFood atau GrabFood biar nggak kena potongan. Pembeli cuma bayar ongkir aja ke drivernya.	1. Rumah makan ini masih mengandalkan promosi dari pelanggan yang menyebarkan informasi dari mulut ke mulut. Media sosial belum digunakan secara aktif untuk menarik pelanggan baru. 2. Tenaga kerja di sini ada 5 orang, masih berasal dari anggota keluarga. Belum ada karyawan tetap dari luar atau mahasiswa paruh waktu yang membantu operasional. 3. Rumah makan ini belum menggunakan layanan online karena khawatir harga di platform tersebut lebih tinggi akibat pajak tambahan. 4. Kesulitannya adalah mengatur tenaga kerja yang masih berasal dari keluarga dan menyesuaikan dengan kenaikan harga bahan pokok.	1. Lokasi dipilih karena merupakan lahan milik keluarga dan memiliki pemandangan yang menarik, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. 2. Mayoritas pelanggan adalah mahasiswa dan sebagian pegawai, karena harga makanan terjangkau. 3. Belum ada rencana besar, namun Ibu Unni berencana memperbaiki fasilitas agar lebih nyaman dan menarik. 4. Rumah makan belum bergabung dengan platform pesan antar seperti GoFood atau GrabFood. Jika diaktifkan, layanan tersebut dapat memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan penjualan, terutama bagi mahasiswa yang lebih sering memesan makanan secara online. 5. Tren makanan cepat saji dan minuman kekinian memang menarik minat anak muda, tetapi pelanggan tetap datang ke sini karena mencari makanan rumahan dengan harga terjangkau.	1. Di sekitar lokasi terdapat beberapa rumah makan lain dengan menu dan harga yang serupa. Namun, pelanggan tetap datang karena sudah mengenal rasa dan suasana rumah makan ini. 2. Kenaikan harga bahan pokok seperti ayam dan minyak goreng sering terjadi. Ibu Uni biasanya menyesuaikan harga jual secara bertahap agar pelanggan tetap bisa membeli tanpa merasa keberatan. 3. Saat air sungai pasang, aktivitas rumah makan tidak terganggu secara langsung, namun pelanggan berkurang karena akses jalan sempit dan rawan.

B. Strategi Pengembangan Berdasarkan Matriks SWOT

Setelah dilakukan analisis terhadap hasil wawancara dan observasi lapangan, maka disusun Matriks SWOT untuk menggambarkan hubungan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada usaha Rumah Makan Mahasiswa. Matriks SWOT ini berfungsi untuk merumuskan strategi pengembangan usaha ke depan, dengan mengombinasikan setiap unsur menjadi empat kelompok strategi utama. Berikut table hasil penyusunan Matriks SWOT untuk Rumah Makan Mahasiswa.

Tabel 2. Matriks Strategi SWOT Rumah Makan Mahasiswa

<i>Strategi SO</i>	<i>Strategi WO</i>	<i>Strategi ST</i>	<i>Strategi WT</i>
1. Memaksimalkan lokasi tepi sungai yang nyaman dan alami sebagai daya tarik utama dengan mempercantik area makan agar lebih menarik bagi mahasiswa dan pengunjung umum (S3, O1). 2. Mempertahankan cita rasa khas rumahan sebagai nilai jual utama sambil memperluas pasar melalui kerja sama dengan aplikasi pesan antar (S2, S5, O4). 3. Menggunakan reputasi dan pelanggan loyal untuk memperluas promosi online melalui testimoni pelanggan di media sosial (S6, O2). 4. Memanfaatkan sumber daya keluarga dan masyarakat sekitar untuk memperluas kapasitas produksi dan memperbaiki fasilitas rumah makan (S7, O3).	1. Mulai aktif mempromosikan usaha di media sosial seperti Instagram dan TikTok agar menarik pelanggan baru, terutama mahasiswa (W1, O2). 2. Membuka layanan pesan antar online (GoFood/GrabFood) untuk menjangkau pelanggan yang tidak bisa datang langsung (W3, O4). 3. Menambah tenaga kerja dari luar keluarga, misalnya mahasiswa paruh waktu, untuk memperlancar operasional dan layanan pelanggan (W2, O3). 4. Mengadakan inovasi ringan seperti paket hemat atau promo mahasiswa untuk menarik pasar yang lebih luas (W4, O2, O3).	1. Menjaga harga tetap terjangkau melalui pembelian bahan baku lokal dan efisiensi biaya agar tetap bersaing meskipun harga bahan naik (S4, T2). 2. Menonjolkan ciri khas masakan rumahan dengan harga terjangkau dan suasana kekeluargaan untuk menghadapi persaingan usaha kuliner lain (S2, S3, T1). 3. Meningkatkan kenyamanan tempat makan agar pelanggan tetap memilih rumah makan ini meskipun banyak pesaing di sekitar (S3, S7, T1). 4. Menjaga loyalitas pelanggan lama dengan pelayanan ramah dan kualitas rasa yang konsisten (S5, S6, T1). 5. Memperkuat pelayanan untuk mempertahankan konsumen agar konsumen tetap merasa puas (S8, T3).	1. Meningkatkan manajemen tenaga kerja keluarga agar lebih profesional dan efisien menghadapi persaingan (W2, T1). 2. Menyesuaikan harga jual secara bertahap dan mencari alternatif bahan baku lokal agar tetap stabil menghadapi fluktuasi harga bahan pokok (W4, T2). 3. Melakukan promosi rutin di lingkungan sekitar dan media sosial agar tetap dikenal oleh pelanggan lama maupun baru meskipun banyak pesaing baru (W1, T1). 4. Menjaga kebersihan dan keamanan lokasi terutama saat kondisi sungai pasang agar pelanggan merasa aman dan tetap datang (W3, T3).

C. Analisis Empat Fungsi Manajemen pada UMKM Rumah Makan Mahasiswa

1. Fungsi Perencanaan dalam Manajemen

Perencanaan merupakan fungsi dasar yang menentukan arah pelaksanaan program dan menjadi landasan bagi pengambilan keputusan. Perencanaan juga berfungsi untuk mengurangi jarak, menghindari pemborosan, dan memberikan kejelasan langkah bagi organisasi. Tanpa perencanaan yang sistematis, kualitas layanan atau operasional dapat menurun (Pasaribu & Suherman, 2024).

a. Perencanaan dan Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil SWOT, Rumah Makan Mahasiswa melakukan perencanaan dengan fokus mempertahankan kualitas makanan dan harga yang terjangkau. Hal ini diperlukan karena sebagian besar pelanggan adalah mahasiswa yang sensitif terhadap perubahan harga. Perencanaan harga dilakukan dengan menyesuaikan biaya bahan baku secara bertahap apabila terjadi kenaikan harga pokok. Selain itu, pemilik juga mengambil keputusan untuk tetap mempertahankan sistem promosi dari mulut ke mulut sambil mempertimbangkan kemungkinan menggunakan media sosial di masa mendatang untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Keputusan ini diambil karena UMKM masih mengutamakan efisiensi biaya dan belum ingin menaikkan harga akibat potongan aplikasi online.

b. Strategis Perusahaan

Strategi utama rumah makan adalah mempertahankan cita rasa masakan rumahan yang menjadi kekuatan utama (S2, S5) serta memaksimalkan lokasi tepi sungai yang memberikan pengalaman makan berbeda bagi pelanggan (S3). Melalui identifikasi peluang, pemilik berencana memperbaiki fasilitas agar tempat makan lebih nyaman dan tetap mampu bersaing dengan rumah makan lain di sekitarnya. Walaupun belum bergabung dengan layanan pesan antar online, terdapat peluang bagi rumah makan untuk mengembangkan strategi pemasaran digital guna memperluas jangkauan pelanggan di masa depan.

2. Fungsi Pengorganisasian dalam Manajemen

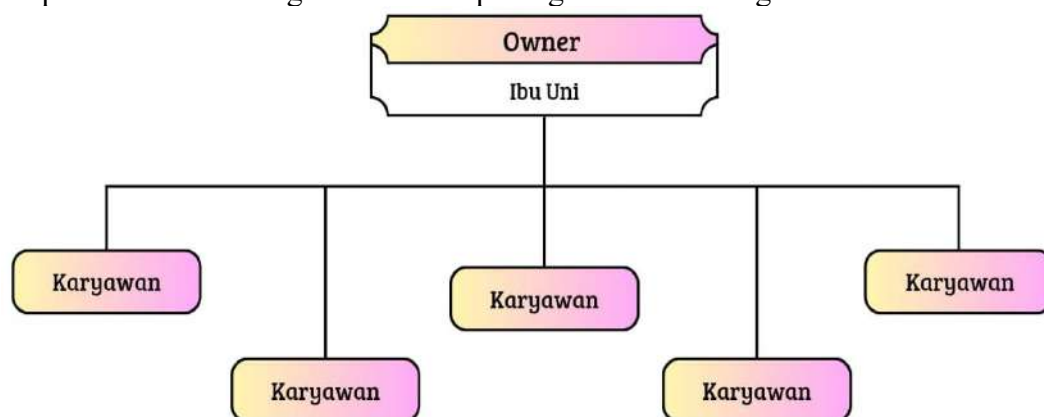
Pengorganisasian merupakan proses pemberian perintah, pengalokasian sumber daya serta pengaturan kegiatan secara terkoordinir kepada setiap individu dan kelompok untuk menerapkan rencana. Kegiatan-kegiatan yang terlibat dalam pengorganisasian mencakup tiga kegiatan yaitu (1) membagi komponen-komponen kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dan sasaran dalam kelompok-kelompok, (2) membagi tugas kepada manajer dan bawahan untuk mengadakan pengelompokan tersebut, (3) menetapkan wewenang di antara kelompok atau unit-unit organisasi.

Fungsi Pengorganisasian adalah suatu proses penentuan, pengelompokan, dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang pada setiap aktivitas ini, menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut.

Jadi, fungsi pengorganisasian adalah proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan dapat memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi (Batlajery, 2016).

a. Desain dan Struktur Organisasi

Struktur organisasi Rumah Makan Mahasiswa masih sederhana karena merupakan usaha keluarga. Struktur dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Struktur Organisasi “Rumah Makan Mahasiswa”

1. Pemilik/Owner (Ibu Uni): memegang kendali penuh terhadap pengolahan makanan, penentuan menu, pembelian bahan baku, pengawasan, dan pelayanan pelanggan.
2. Karyawan (keluarga, 5 orang): membantu memasak, melayani pelanggan, mencuci piring, dan kasir.

Meskipun tidak memiliki pembagian tugas formal, pembagian kerja terjadi secara alami sesuai keahlian dan kebiasaan masing-masing anggota.

b. **Kekuasaan dan Kewenangan**

Seluruh wewenang utama berada pada pemiliknya. Pemilik memiliki kendali penuh dalam mengatur usaha dan mengambil keputusan strategis maupun operasional. Beberapa bentuk kewenangan tersebut meliputi:

1. Pengambilan keputusan operasional, seperti menentukan jam operasional, penyediaan bahan baku, jumlah produksi harian, serta penyesuaian alur kerja berdasarkan kondisi cuaca atau jumlah pelanggan.
2. Penentuan harga dan menu, yang dilakukan dengan mempertimbangkan biaya bahan baku, preferensi pelanggan, serta menjaga agar harga tetap terjangkau tanpa mengurangi kualitas makanan.
3. Pengawasan kualitas makanan, termasuk memastikan konsistensi rasa, kebersihan dapur dan peralatan, proses memasak, serta penyajian makanan.
4. Penilaian dan pengarahan SDM, yaitu memberikan instruksi kepada anggota keluarga yang bekerja, mengatur pembagian tugas, memberikan contoh kerja, dan menyalakan kinerja berdasarkan kemampuan masing-masing.

Karena usaha ini dikelola dalam lingkup keluarga, tidak terdapat sistem pendelegasian yang formal. Namun, koordinasi tetap efektif karena adanya komunikasi langsung, rasa saling percaya, serta hubungan kekeluargaan yang erat. Hal ini membuat proses pengambilan keputusan menjadi lebih cepat dan fleksibel, tanpa perlu melalui prosedur birokrasi yang rumit.

c. **MSDM (Manajemen Sumber Daya Manusia)**

Manajemen SDM pada UMKM ini dilakukan secara sederhana:

1. Rekrutmen: Proses rekrutmen masih terbatas pada lingkup keluarga. Hal ini dipilih karena adanya rasa saling percaya, efisiensi biaya, serta kemudahan koordinasi. Pemilik beranggapan bahwa melibatkan keluarga memudahkan pengawasan dan menjaga konsistensi kerja. Namun ke depannya, terdapat peluang untuk membuka rekrutmen bagi tenaga non-keluarga jika usaha semakin berkembang.
2. Pelatihan: Meskipun belum ada pelatihan formal, keterampilan kerja diperoleh melalui pembiasaan dan pengalaman turun temurun. Setiap anggota keluarga belajar langsung dari pemilik mengenai teknik memasak, pelayanan, kebersihan, dan pengelolaan dapur. Pelatihan informal seperti pemberian contoh kerja, pengarahan harian, dan pendampingan selama bekerja menjadi metode utama dalam transfer keterampilan.
3. Kebutuhan SDM: Berdasarkan hasil observasi, kebutuhan akan tambahan tenaga kerja berpotensi muncul saat jumlah pelanggan meningkat, terutama pada jam makan siang atau musim perkuliahan aktif. Pemilik dapat mempertimbangkan merekrut pekerja paruh waktu dari kalangan pelajar untuk membantu pelayanan atau pekerjaan ringan seperti mencuci piring. Hal ini dapat meningkatkan efisiensi tanpa menambah beban biaya secara signifikan.

3. Fungsi Pengarahan dan Implementasi dalam Manajemen

Pengarahan adalah proses untuk menumbuhkan semangat (*motivation*) pada karyawan agar dapat bekerja keras dan giat serta membimbing mereka dalam melaksanakan rencana untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Melalui pengarahan, seorang manajer menciptakan komitmen, mendorong usaha-usaha yang mendukung tercapainya tujuan (Batlajery, 2016). Van Meter dan Van Horn dalam Muhammad Ali (2017:61) mengatakan bahwa implementasi adalah tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu/pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang

diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan (Budiarti, n.d.).

Jadi, fungsi pengarahan dan implementasi adalah proses memotivasi semua anggota kelompok agar dapat menjalankan tanggungjawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi, mau bekerjasama dan bekerja secara ikhlas serta bergairah untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian (Batlajery, 2016). Oleh karena itu, perlu karakteristik seorang pemimpin dalam memimpin anggota serta komunikasi yang baik antara pimpinan dan anggota dapat menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah organisasi. Keadaan ini menunjukan pengaruh antara keterampilan dengan dunia kerja (Budiarti, n.d.).

a. Faktor Individu

Pemilik memberikan pengarahan secara langsung kepada karyawan, yang seluruhnya merupakan anggota keluarga. Faktor individu seperti kedekatan emosional, rasa saling percaya, serta kebiasaan bekerja bersama sejak lama menjadi aspek penting dalam kelancaran operasional. Kedekatan ini menciptakan lingkungan kerja yang lebih fleksibel, di mana setiap anggota dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan usaha harian. Selain itu, rasa tanggung jawab terhadap usaha keluarga membuat setiap pekerja lebih peduli dalam menjaga kualitas makanan, kebersihan, dan pelayanan. Meskipun tidak ada aturan formal, pembagian tugas dan pola kerja berkembang secara alami berdasarkan kemampuan masing-masing, sehingga kegiatan operasional tetap berjalan efisien.

b. Motivasi dan Kepemimpinan

Gaya kepemimpinan pemilik bersifat partisipatif dan kekeluargaan. Pemilik tidak hanya memberikan instruksi, tetapi juga ikut terlibat langsung dalam proses kerja sehingga menjadi contoh bagi karyawan. Motivasi diberikan melalui:

1. Komunikasi langsung setiap hari untuk memastikan pekerjaan berjalan sesuai dengan standar.
2. Memberi teladan dalam hal disiplin, kualitas masakan dan kebersihan.
3. Menciptakan suasana kerja yang nyaman, saling menghargai dan saling membantu.

Walaupun tidak menerapkan sistem bonus atau target tertentu seperti usaha formal lainnya, motivasi intrinsik dari hubungan keluarga dan rasa memiliki terhadap usaha menjadi pendorong utama semangat kerja. Selain itu, umpan balik positif dari pelanggan mengenai rasa makanan, pelayanan ramah, dan suasana tempat makan juga memperkuat motivasi pemilik serta karyawan untuk terus mempertahankan kualitas. Faktor-faktor ini menjadikan fungsi pengarahan berjalan efektif meskipun tanpa prosedur formal.

4. Fungsi Pengawasan dan Pengendalian dalam Organisasi

Pengendalian merupakan proses memonitor kinerja, dan melakukan perubahan yang diperlukan, dengan pengendalian, pimpinan memastikan bahwa sumber daya organisasi digunakan sesuai dengan yang direncanakan (Budiarti, n.d.). Pengendalian bertujuan untuk meningkatkan akuntabilitas dan keterbukaan, juga menekankan tahapan-tahapan perbaikan atau koreksi yang objektif jika terjadi adanya perbedaan atau penyimpangan antara pelaksanaan kegiatan dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa Pengawasan adalah kegiatan untuk memperoleh kepastian apakah pelaksanaan pekerjaan/kegiatan telah dilakukan sesuai dengan perencanaan semula.

Dalam fungsi pengawasan intinya adalah menetapkan mengenai apa yang harus dicapai pada periode tertentu serta tahapan untuk mencapainya. Sedangkan dalam pengendalian berusaha untuk menilai apakah tujuan dapat dicapai, dan apabila tujuan tidak dapat dicapai maka diperlukan adanya tindakan perbaikan (*corrective action*). Dalam pengendalian mengukur kemajuan kearah tujuan organisasi, dan memungkinkan bagi

pimpinan melihat adanya penyimpangan dari perencanaan tersebut tepat pada waktunya untuk melakukan tindakan koreksi sebelum penyimpangan menjadi tidak terkendali (Maharani, 2018).

Jadi fungsi pengawasan dan pengendalian adalah proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan dan diimplementasikan dapat berjalan sesuai dengan target yang diharapkan sekalipun berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan dunia bisnis yang dihadapi (Batlajery, 2016).

a. Pengawasan dan Pengendalian Organisasi

Pengawasan dalam UMKM ini dilakukan langsung oleh pemilik setiap hari. Karena struktur usaha masih sederhana, metode pengawasan lebih bersifat informal namun tetap konsisten. Pemilik memastikan bahwa seluruh aspek operasional berjalan sesuai standar yang ditetapkan. Ruang lingkup pengawasan meliputi:

1. Kualitas rasa masakan agar tetap konsisten dan sesuai selera pelanggan.
2. Kebersihan dapur dan area makan, karena kebersihan menjadi salah satu faktor yang menentukan kenyamanan pelanggan.
3. Pelayanan pelanggan, termasuk kasih sayang, kecepatan pelayanan, dan respon terhadap permintaan pelanggan.
4. Penggunaan bahan baku, untuk menghindari pemborosan serta memastikan efisiensi dalam biaya pengelolaan.
5. Pengaturan stok harian, termasuk menentukan jumlah bahan yang perlu dibeli dan memastikan tidak ada bahan yang terbuang akibat tidak terpakai.

Selain itu, pemilik juga memainkan umpan balik pelanggan. Meskipun demikian tidak terdapat keluhan besar, pemilik tetap responsif terhadap komentar ataupun saran yang diberikan pelanggan. Hal ini membantu menjaga kualitas layanan sekaligus membangun hubungan baik dengan konsumen.

b. Manajemen Operasi

Dalam pelaksanaan operasional harian, pemilik menerapkan beberapa langkah pengendalian untuk memastikan usaha berjalan efisien dan sesuai rencana. Beberapa aspek yang diperhatikan meliputi:

1. Persiapan bahan baku yang dilakukan pada pagi hari, memastikan proses pembuatan dapat dimulai lebih awal dan mengurangi keterlambatan pelayanan.
2. Proses pengolahan masakan dilakukan secara tradisional menggunakan resep keluarga, guna menjaga keaslian cita rasa yang menjadi daya tarik usaha.
3. Stabilitas harga, yaitu menjaga harga tetap terjangkau meskipun terjadi fluktuasi harga bahan pokok. Pemilik biasanya menyesuaikan porsi atau pengeluaran lain agar harga jual tidak naik drastis.
4. Kontrol porsi makanan, pastikan bahwa setiap pelanggan mendapatkan porsi yang sesuai dengan harga sehingga menciptakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

Pengendalian operasi dilakukan melalui evaluasi harian terhadap penjualan, kebutuhan belanja bahan, serta kondisi lingkungan usaha. Jika terjadi penurunan jumlah pelanggan akibat faktor eksternal seperti pemasangan udara atau cuaca buruk, pemilik akan menyesuaikan jumlah produksi agar tidak terjadi pemborosan.

PENUTUP

Dari hasil wawancara, observasi lapangan, analisis SWOT, dan penerapan empat fungsi manajemen, dapat diambil kesimpulan bahwa Rumah Makan Mahasiswa adalah UMKM yang memiliki basis yang kokoh sebagai usaha keluarga yang telah beroperasi lebih dari tiga puluh tahun. Kekuatan utama bisnis ini ada pada rasa makanan rumahan yang stabil, harga yang bersahabat untuk mahasiswa, serta lokasi di tepi sungai yang menciptakan suasana

menyenangkan bagi pengunjung. Elemen-elemen ini membuat bisnis mampu bertahan dan memiliki pelanggan setia walaupun menghadapi banyak kompetitor di sekitarnya.

Meskipun demikian, upaya ini tetap memiliki beberapa kekurangan, terutama dalam promosi yang belum menggunakan media sosial, ketergantungan terhadap tenaga kerja keluarga, dan belum terdaftar di layanan pengantaran online. Kelemahan ini dapat menghalangi kemajuan bisnis dalam menghadapi tren digital dan perubahan sikap konsumen. Dari aspek peluang, Rumah Makan Mahasiswa memiliki potensi untuk tumbuh melalui peningkatan promosi digital, kerjasama dengan layanan pengantaran, serta perbaikan fasilitas tempat makan. Kesempatan ini bisa memperluas akses pelanggan dan memperkuat posisi bisnis di tengah kompetisi industri makanan.

Di samping itu, pelaksanaan empat fungsi manajemen menunjukkan bahwa UMKM ini telah menerapkan proses manajemen yang sederhana tetapi efektif. Perencanaan dilakukan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan situasi pasar, pengorganisasian berlangsung dengan fleksibel di dalam keluarga, pengarahan dilaksanakan melalui komunikasi langsung serta contoh dari pemilik, dan pengawasan dilakukan setiap hari untuk memastikan kualitas layanan dan makanan. Secara umum, dapat disimpulkan bahwa Rumah Makan Mahasiswa memiliki peluang besar untuk menjaga serta mengembangkan usahanya dengan menerapkan strategi yang sesuai, terutama dalam hal digitalisasi pemasaran, pengembangan sumber daya manusia, dan peningkatan fasilitas. Melalui pengelolaan yang lebih teratur dan responsif, usaha ini akan mampu bertahan dan bersaing untuk waktu yang lama.

DAFTAR PUSTAKA

- AL HAMIDY, F. (2021). *PENERAPAN FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN PADA RESTORAN KELONG SHANGRILA TANJUNGPINANG*.
- Batlajery, S. (2016). PENERAPAN FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN PADA APARATUR PEMERINTAHAN KAMPUNG TAMBAT KABUPATEN MERAUKE. *JURNAL ILMU EKONOMI & SOSIAL*, 7(2), 135–155. <https://doi.org/10.35724/jies.v7i2.507>
- Budiarti, I. N. (n.d.). *IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJERIAL PADA PENGELOLAAN BUMDES DI DESA TENGGAPAK (BUMDES JAYA MAKAMUR)*.
- Ertin, M. R., & Martini, N. (2025). Evaluasi strategi manajemen persediaan sederhana pada UMKM parfum: Studi kasus 24 Rose Parfum. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5), 2635–2648. <https://doi.org/10.60036/jbm.839>
- Ferdinand, A. (2019). *Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, M. R., & Daspar, D. (2025). Analisis Swot Umkm Rumah Makan Chinese Food Dua Putra Di Bekasi. *JURNAL AKADEMIK EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 2(3), 804–811. <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i3.5916>
- Ling, A., & Siwalankerto, J. (n.d.). *PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (STUDI DESKRIPTIF PADA RUMAH MAKAN PALEM ASRI SURABAYA)*.
- Maharani, D. (2018). Pengaruh Pengawasan Dan Pengendalian Terhadap Peningkatan Motivasi Kerja Pegawai Di Kantor Kecamatan Serang Kota Serang. *eCo-Buss*, 1(2), 51–58. <https://doi.org/10.32877/eb.v1i2.44>
- Marha, M., & Yandri, P. (2026). Analisis Manajemen Strategi SWOT UMKM “Bolu Kukus Siliwangi.” *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.30651/imp.v6i1.30371>
- Mulyana, A., & Muttaqin, R. (2024). Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha UMKM Masakan Khas Sunda Warung Nasi Teh Imas Dengan Analisis SWOT Dan Business Model Canvas. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(6), 3219–3227. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i6.3325>

- Mutiarasari, A., & Manoppo, E. (2024). Analisis optimalisasi penjualan dengan pendekatan SWOT pada UMKM Rumah Kue Arafah Kotamobagu. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(4), 995–1004. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i4.29305>
- Nirwana, I., Nasrah, R., & Rahmadani, I. (2024). STRATEGI INOVASI UMKM: BIDANG KULINER BERBASIS EKONOMI KREATIF. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 10(2). <https://doi.org/10.31869/me.v10i2.5923>
- Pasaribu, B., & Suherman, U. (2024). Fungsi Perencanaan dalam Manajemen terhadap Optimalisasi Layanan Bimbingan dan Konseling. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 9(3), 1433–1439. <https://doi.org/10.51169/ideguru.v9i3.1083>
- Raharjo, R. P., Nurwulandari, A. T., Fathin, R. A., Mukti, I. Y., Khanza, R., & Apriliya, M. (2024). ANALISIS SWOT PADA UMKM FOOD AND BEVERAGE DALAM MEMPERTAHANKAN TREND DI KALANGAN ANAK MUDA. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(6), 268–276.
- Rosmita, R., Surianti, L., Herman, H., & Adera, A. T. (2024). Strategi Pengembangan Usaha UMKM Kuliner Di Kota Pekanbaru. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 4254–4264. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.8339>
- Saputra, F. A., Kusniawati, A., & Kader, M. A. (2023). Analisis SWOT untuk strategi pengembangan UKM di wisata kuliner kota Tasikmalaya (studi pada mambo kuliner nite). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 101–113.
- Utami, R. T., Aqilah, N., Janah, R. N., Sausan, D. W., Ardianto, B. A., Tarigan, L. S. P., & Saputra, D. R. (n.d.). MENYAJIKAN KELEZATAN DAN KEUNTUNGAN DENGAN METODE ANALISIS SWOT PADA UMKM RUMAH MAKAN PADANG (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN PADANG PILIANG JAYA).
- Zianah Safitri, Wendi El, Viona Paskreyanti Sitorus, & Indah Noviyanti. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunujuk. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 140–153. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967>