

## **PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA UMKM PANGSIT MIE AYAM SMADASA DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SOAR**

I Gusti Ayu Sri Deviyanti<sup>1</sup>, Salsa Dewi Anjani<sup>2</sup>, Jeshua Dominick Kobstan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Teknik Industri – Institut Sains dan Teknologi Terpadu Surabaya  
Email: <sup>1\*</sup>srideviyanti@gmail.com, <sup>2</sup>salsadewia@gmail.com, <sup>3</sup>jeshua.mks@gmail.com

### **ABSTRAK**

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Mie Ayam dengan menggunakan analisis SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results). Metode analisis SOAR digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal yang mempengaruhi pengembangan SDM di UMKM Mie Ayam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Mie Ayam memiliki kekuatan dalam hal karyawan memberikan pelayanan yang baik, resep unik, lokasi strategis, dan kualitas produk. Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah pemanfaatan media sosial, menjalin kolaborasi dan peningkatan keterampilan karyawan. Aspirasi UMKM ini adalah menjadi merek terkemuka di pasar Mie Ayam. Dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang, UMKM Mie Ayam dapat mencapai hasil yang diinginkan.

**Kata Kunci :** UMKM, Analisis SOAR, Pengembangan SDM

### **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, terutama di negara berkembang seperti Indonesia [1]. UMKM tidak hanya berkontribusi dalam aspek ekonomi, tetapi juga menjadi garda terdepan dalam inovasi dan kreativitas di berbagai sektor industri, termasuk sektor makanan. Industri makanan, dengan segala variasinya, seringkali menjadi ladang subur bagi perkembangan ide bisnis yang segar dan dinamis [2]. Salah satu contoh yang menarik dalam konteks ini adalah UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA.

Sebagai representasi dari UMKM di sektor makanan, Pangsit Mie Ayam SMADASA menunjukkan semangat kewirausahaan yang tinggi dan keberanian untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dalam dunia yang serba cepat dan terus berubah, terutama dengan tren kuliner yang terus berkembang, keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di industri makanan memerlukan strategi yang terencana dengan matang serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar [3]. Oleh karena itu, penting bagi UMKM seperti SMADASA untuk memiliki strategi yang dapat memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya dan mengatasi tantangan yang ada. Metode analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) menawarkan pendekatan yang inovatif dengan fokus pada aspek positif yang sudah ada dalam usaha [4]. Dengan menggunakan analisis SOAR, UMKM dapat mengidentifikasi dan mengoptimalkan kekuatan internal mereka, menggali peluang yang ada, menyusun aspirasi yang jelas untuk pertumbuhan jangka panjang, serta

mengukur hasil yang dicapai [5]. Konsep ini tidak hanya membantu dalam perencanaan bisnis, tetapi juga memperkuat pemahaman yang positif terhadap kapasitas yang dimiliki oleh individu maupun organisasi. Dengan demikian, penggunaan metode SOAR bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam operasional, baik itu dalam aspek keamanan fisik maupun digital, serta membantu UMKM untuk tetap relevan dan berkembang di pasar yang semakin kompleks.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Peran UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. UMKM tidak hanya berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja tetapi juga pada pengentasan kemiskinan dan penguatan ekonomi lokal. Menurut Ginting (2021), UMKM dapat meningkatkan produktivitas nasional dengan memperkuat sektor-sektor tertentu, terutama dalam industri makanan dan jasa. Dalam konteks ini, UMKM menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan inovasi dan meningkatkan daya saing pasar [6].

### 2. Analisis SOAR

SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) adalah alat analisis strategis yang berfokus pada identifikasi dan pemanfaatan kekuatan yang dimiliki sebuah organisasi. Analisis ini berfokus pada aspek positif, yang dapat digunakan untuk merancang strategi pengembangan jangka panjang. Mucharomah (2023) menjelaskan bahwa metode ini sangat efektif dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal yang dapat diperkuat dan peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Berbeda dengan analisis SWOT, yang mencakup kelemahan dan ancaman, SOAR menekankan pengelolaan kekuatan yang ada untuk memaksimalkan peluang yang tersedia [7].

### 3. Kekuatan (Strengths)

Sebagai bagian dari industri makanan, UMKM Mie Ayam SMADASA memanfaatkan kekuatan internal yang dimilikinya untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Saputra (2023) mengungkapkan bahwa keberadaan produk yang memiliki kualitas tinggi dan pelayanan yang baik merupakan kekuatan yang dapat menarik pelanggan untuk kembali membeli. Dalam hal ini, lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, serta varian produk yang beragam menjadi keunggulan UMKM Mie Ayam SMADASA yang mampu menarik perhatian pelanggan dari berbagai kalangan [8].

### 4. Peluang (Opportunities)

Pelaksanaan analisis SOAR juga memungkinkan identifikasi peluang eksternal yang dapat digunakan oleh UMKM untuk mengembangkan bisnis. Sugiarti & Sugiarto (2017) menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial

untuk promosi dan pemasaran merupakan salah satu peluang terbesar bagi UMKM untuk memperluas pangsa pasar. Selain itu, kolaborasi dengan institusi pendidikan atau pihak ketiga juga dapat membuka peluang baru yang akan meningkatkan visibilitas dan penjualan [9].

#### **5. Aspirasi (Aspirations)**

Aspirasi atau visi jangka panjang suatu UMKM adalah elemen penting yang menentukan arah pengembangan usaha tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mucharomah (2023), aspirasi yang jelas dan terarah dapat memotivasi seluruh anggota organisasi untuk bekerja menuju tujuan bersama. UMKM Mie Ayam SMADASA, dalam hal ini, memiliki aspirasi untuk menjadi merek terkemuka di pasar Mie Ayam. Dengan mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan keterampilan SDM, aspirasi tersebut diharapkan dapat tercapai [10].

#### **6. Hasil (Results)**

Hasil dari pengembangan UMKM dapat dilihat dari berbagai indikator kinerja, seperti peningkatan kepuasan pelanggan, peningkatan penjualan, dan peningkatan loyalitas pelanggan. Ginting (2021) menekankan bahwa indikator keberhasilan dalam pengembangan UMKM haruslah mengarah pada pencapaian yang dapat diukur, termasuk kepuasan pelanggan yang tinggi, kinerja karyawan yang semakin baik, serta peningkatan pendapatan dan pangsa pasar. Dalam hal ini, UMKM Mie Ayam SMADASA telah berhasil mencatatkan pencapaian yang signifikan dengan adanya peningkatan pelanggan yang loyal dan kepuasan yang lebih tinggi.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan Analisis SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) sebagai pendekatan utama dalam mengevaluasi dan merumuskan strategi pengembangan bisnis pada UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA. SOAR merupakan metode strategic planning yang berfokus pada identifikasi faktor-faktor positif yang ada dalam sebuah organisasi. Metode ini banyak digunakan oleh pelaku bisnis untuk merumuskan strategi yang berorientasi pada kekuatan internal dan peluang eksternal, serta mengoptimalkan hasil yang diinginkan.

#### **Langkah-langkah Analisis SOAR:**

1. **Identifikasi Kekuatan (Strengths):** Langkah pertama dalam analisis ini adalah mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki oleh UMKM Mie Ayam SMADASA. Kekuatan ini dapat berupa keunggulan produk, kualitas pelayanan, atau posisi strategis di pasar yang memberikan keuntungan kompetitif. Misalnya, lokasi strategis, kualitas produk, dan pelayanan yang baik merupakan kekuatan yang perlu diperhatikan dalam perencanaan pengembangan usaha.

2. **Identifikasi Peluang (Opportunities):** Analisis peluang mencakup identifikasi kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan bisnis. Dalam konteks UMKM ini, peluang yang dapat dimanfaatkan antara lain adalah pemanfaatan media sosial untuk promosi, pengembangan sistem penjualan online, serta kolaborasi dengan pihak sekolah atau komunitas lokal untuk meningkatkan visibilitas dan pangsa pasar.
3. **Identifikasi Aspirasi (Aspirations):** Aspirasi adalah tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh UMKM tersebut. Dalam penelitian ini, aspirasi dapat mencakup rencana untuk menjadi merek terkemuka di pasar Mie Ayam, meningkatkan pangsa pasar, serta memperkenalkan produk baru atau inovasi yang dapat menarik perhatian konsumen. Aspirasi ini menggambarkan visi dan misi usaha yang jelas yang dapat memotivasi seluruh elemen yang terlibat.
4. **Identifikasi Hasil (Results):** Hasil yang diharapkan dari penerapan strategi bisnis yang menggunakan analisis SOAR adalah pencapaian tujuan yang terukur, seperti peningkatan penjualan, kepuasan pelanggan, serta peningkatan jumlah pelanggan setia. Hasil ini juga dapat berupa indikator kinerja yang menggambarkan keberhasilan penerapan strategi yang telah dirancang.
5. **Pengumpulan Data:** Untuk mengidentifikasi elemen-elemen dalam analisis SOAR, penelitian ini melibatkan metode pengumpulan data kualitatif melalui wawancara mendalam dengan beberapa pihak terkait, seperti pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan UMKM. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pandangan dan perspektif yang beragam mengenai kondisi internal dan eksternal yang dihadapi oleh UMKM.

**Metode Analisis:** Setelah pengumpulan data, hasil wawancara akan dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul dalam kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil yang ingin dicapai. Data yang terkumpul akan dipetakan ke dalam matriks SOAR, yang membantu dalam visualisasi faktor-faktor strategis yang relevan untuk pengembangan bisnis. Matriks ini akan menjadi acuan dalam merumuskan langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM Mie Ayam SMADASA.

**Keunggulan Metode SOAR:** Salah satu keunggulan penggunaan SOAR dalam penelitian ini adalah fokusnya pada analisis aspek-aspek positif dari bisnis. Dibandingkan dengan analisis SWOT yang mencakup kelemahan dan ancaman, SOAR lebih memusatkan perhatian pada potensi yang dapat digali dan dimanfaatkan untuk keberhasilan jangka panjang. Hal ini akan memotivasi semua pihak dalam UMKM untuk terus memperkuat kekuatan internal dan memanfaatkan peluang eksternal, sehingga menciptakan hasil yang optimal.

Dengan menggunakan analisis SOAR, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai potensi UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA dan merumuskan strategi yang lebih efisien untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar yang kompetitif. Hasil dari penelitian ini akan menjadi panduan praktis dalam perencanaan bisnis dan pengembangan UMKM, khususnya di sektor makanan, untuk meraih keberhasilan yang berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Strengths (Kekuatan)**

Analisis SOAR yang pertama adalah Strength (Kekuatan), yang berfokus pada keunggulan internal yang dimiliki oleh UMKM. Kekuatan ini mencakup aspek-aspek yang memberikan keuntungan kompetitif dan mendukung keberlanjutan usaha. Berdasarkan hasil analisis, berikut adalah beberapa kekuatan utama yang dimiliki oleh UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA:

#### **1. Lokasi yang Strategis**

Salah satu kekuatan terbesar dari UMKM ini adalah lokasi yang strategis, yaitu berada di depan sekolah. Keberadaan UMKM ini di lokasi yang mudah dijangkau oleh siswa-siswi dan warga sekitar memberikan kemudahan akses yang luar biasa. Hal ini membuat UMKM ini memiliki jumlah pembeli yang ramai, terutama dari kalangan pelajar yang sering mencari makanan dengan harga terjangkau dan dekat dengan lokasi mereka. Lokasi yang strategis ini juga membantu meningkatkan visibilitas usaha, memperkuat pengenalan merek di kalangan masyarakat sekitar, dan mempermudah kegiatan promosi.

#### **2. Harga Terjangkau**

UMKM ini menawarkan harga yang terjangkau, dengan harga mulai dari Rp 8.000 per porsi. Harga yang bersahabat ini memungkinkan UMKM untuk menarik berbagai kalangan, khususnya pelajar dan masyarakat umum yang mencari makanan murah dengan kualitas yang baik. Dalam konteks persaingan bisnis makanan, harga yang kompetitif ini menjadi salah satu kekuatan yang menjadikan UMKM ini pilihan utama di daerah tersebut.

#### **3. Porsi yang Cukup**

Keunggulan lainnya adalah ukuran porsi yang cukup untuk siswa/i, yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. UMKM ini menawarkan berbagai pilihan porsi, mulai dari porsi normal hingga jumbo, yang memberi fleksibilitas bagi pelanggan untuk memilih sesuai dengan selera dan anggaran mereka. Penawaran porsi yang bervariasi ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperbesar peluang untuk menarik lebih banyak konsumen dengan preferensi yang berbeda-beda.

#### **4. Varian Menu yang Beragam**

Kekuatan lainnya adalah keberagaman varian menu yang ditawarkan. UMKM ini menyediakan Pangsit Mie Ayam dalam dua ukuran porsi, yaitu normal dan

jumbo, dengan berbagai pilihan topping yang variatif, seperti gorengan, siomai, pentol, tahu, pangsit, dan ceker. Ragam topping ini memberi pelanggan banyak pilihan sesuai dengan selera mereka, yang merupakan faktor penting untuk mempertahankan daya tarik pelanggan. Variasi menu juga memungkinkan UMKM untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang berbeda, serta memperkenalkan inovasi produk secara berkala.

#### **5. Pelayanan yang Baik**

Aspek penting lainnya adalah pelayanan yang baik yang diberikan oleh karyawan UMKM ini. Pelayanan yang ramah dan profesional menjadi nilai tambah yang membuat pelanggan merasa dihargai dan puas. Pengalaman pelanggan yang positif dalam hal pelayanan berkontribusi langsung pada tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Karyawan yang terlatih dan berfokus pada kepuasan pelanggan mampu menciptakan suasana yang nyaman, membuat pelanggan ingin kembali lagi.

### **Opportunities (Peluang)**

Analisis SOAR yang kedua adalah Opportunities (Peluang), yang mencakup kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk mencapai tujuan dan meningkatkan daya saing. Peluang ini memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang lebih lanjut dan meraih potensi pasar yang lebih besar. Berdasarkan hasil analisis, berikut adalah beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA:

#### **1. Pasar yang Terdefinisi dengan Jelas**

Salah satu peluang utama bagi UMKM ini adalah pasar yang terdefinisi dengan jelas karena keberadaannya yang strategis di depan sekolah. Dengan lokasi ini, UMKM dapat dengan mudah menarik perhatian konsumen utama, yaitu siswa-siswi dan warga sekitar yang membutuhkan makanan cepat saji dengan harga terjangkau. Keberadaan pasar yang jelas ini memudahkan UMKM untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran, serta meningkatkan peluang untuk memperoleh pelanggan tetap.

#### **2. Kolaborasi dengan Sekolah**

Kolaborasi atau kerjasama dengan sekolah juga menjadi peluang yang sangat potensial bagi UMKM ini. Kerjasama dengan pihak sekolah dapat membuka pintu untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, misalnya dengan menawarkan paket khusus untuk acara sekolah atau kerja sama dalam bentuk program kemitraan. Selain itu, menjalin hubungan baik dengan institusi pendidikan lokal dapat meningkatkan reputasi UMKM dan memperkenalkan produk mereka kepada lebih banyak kalangan, terutama orang tua siswa dan pengujung sekolah.

#### **3. Penjualan Online dan Pesanan Khusus**

Peluang berikutnya adalah penjualan online atau menerima pesanan khusus dari warga sekolah dan masyarakat sekitar. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan kebiasaan belanja online, UMKM dapat memanfaatkan platform digital untuk menjual produk mereka. Penjualan online dapat memperluas jangkauan pasar, memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan dari rumah atau sekolah. Selain itu, UMKM dapat menawarkan pesanan untuk hari dan jumlah tertentu, sesuai dengan kebutuhan pemesan, yang memberi fleksibilitas dalam pengelolaan pesanan dan peningkatan pendapatan.

#### **4. Sistem Kupon untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan**

UMKM ini juga dapat memanfaatkan sistem kupon sebagai strategi untuk menarik pelanggan dan meningkatkan loyalitas. Misalnya, dengan memberikan kupon pada setiap pembelian 1 porsi pangsit mie, pelanggan dapat mengumpulkan kupon tersebut untuk mendapatkan 1 porsi mie secara gratis setelah mengumpulkan 10 kupon. Sistem ini tidak hanya mendorong pelanggan untuk kembali, tetapi juga meningkatkan volume penjualan dan menciptakan rasa nilai lebih bagi pelanggan yang kembali membeli produk secara berulang. Selain itu, sistem kupon dapat memperkenalkan konsep customer retention yang sangat penting bagi bisnis jangka panjang.

### **Aspirations (Aspirasi)**

Analisis SOAR yang ketiga adalah Aspirations (Aspirasi), yang mencakup visi masa depan dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh UMKM. Aspirasi menggambarkan pandangan positif terhadap potensi pertumbuhan dan perkembangan bisnis yang lebih besar. Dalam konteks UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA, aspirasi yang ada mencerminkan tekad untuk mencapai tujuan jangka panjang dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada. Berikut adalah beberapa aspirasi utama yang dimiliki oleh UMKM ini:

#### **1. Mengembangkan Merek untuk Meningkatkan Jangkauan**

Salah satu aspirasi utama adalah mengembangkan merek untuk memperluas jangkauan pasar. UMKM ini berambisi untuk memperkenalkan merek mereka kepada lebih banyak konsumen, baik di tingkat lokal maupun lebih luas. Strategi yang dapat digunakan untuk mencapai aspirasi ini termasuk pemasaran yang lebih kuat, seperti memanfaatkan media sosial, influencer, dan promosi yang lebih intens. Selain itu, pembukaan cabang di lokasi lain juga dapat menjadi langkah strategis untuk memperbesar jangkauan merek dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Dengan memperkuat merek, UMKM dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih besar, serta meningkatkan pengenalan merek di pasar yang lebih luas.

#### **2. Meningkatkan Penjualan**

Aspirasi berikutnya adalah meningkatkan penjualan secara signifikan. UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA berencana untuk mengembangkan

strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan volume penjualan. Beberapa cara untuk meningkatkan penjualan antara lain dengan memperkenalkan promosi, diskon, atau paket bundling yang menarik, serta mengoptimalkan saluran distribusi baik secara offline maupun online. Selain itu, peningkatan kualitas produk dan pelayanan juga menjadi faktor penting untuk memastikan kepuasan pelanggan dan meningkatkan pembelian ulang.

3. Mengembangkan Tenaga Kerja dengan Pelatihan dan Pengembangan Skill  
Sebagai bagian dari pengembangan jangka panjang, UMKM ini beraspirasi untuk mengembangkan tenaga kerja mereka melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pelayanan dan kualitas produk. Pelatihan bagi karyawan tidak hanya akan meningkatkan kinerja mereka, tetapi juga memastikan bahwa pelanggan mendapatkan pengalaman yang lebih baik setiap kali berkunjung. Karyawan yang terlatih dengan baik akan lebih mampu memberikan pelayanan yang ramah dan profesional, serta membantu menciptakan produk dengan kualitas yang lebih baik. Dengan demikian, pengembangan tenaga kerja yang berkelanjutan akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan daya saing UMKM.

Aspirasi-aspirasi ini menggambarkan arah jangka panjang yang ingin dicapai oleh UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA. Dengan fokus pada pengembangan merek, peningkatan penjualan, dan pengembangan tenaga kerja, UMKM ini dapat terus tumbuh dan berkembang di pasar yang kompetitif. Mewujudkan aspirasi-aspirasi ini memerlukan strategi yang matang, pemanfaatan peluang eksternal, serta investasi dalam pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan.

## **Result (Hasil)**

Analisis SOAR yang terakhir adalah Result (Hasil), yang merujuk pada pencapaian yang telah terjadi dan dapat diukur melalui indikator kinerja. Hasil ini mencerminkan dampak dari penerapan strategi yang telah dirancang dan memberikan gambaran tentang sejauh mana tujuan yang ditetapkan telah tercapai. Berdasarkan analisis yang dilakukan, berikut adalah beberapa hasil utama yang telah dicapai oleh UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA:

### **1. Peningkatan Kepuasan Pelanggan**

Salah satu hasil utama dari strategi yang diterapkan adalah peningkatan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik, produk dengan kualitas tinggi, serta variasi menu yang disediakan telah berhasil meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas lebih cenderung untuk kembali dan memberikan rekomendasi kepada orang lain, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas merek. Dengan fokus pada kualitas pelayanan dan produk, UMKM ini mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan yang berkunjung.

## **2. Peningkatan Kinerja Karyawan**

Seiring dengan pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan dan peningkatan keterampilan, kinerja karyawan mengalami peningkatan yang signifikan. Karyawan yang terlatih dengan baik dapat memberikan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dalam bekerja, dan lebih profesional dalam menghadapi pelanggan. Peningkatan kinerja karyawan juga berdampak pada proses operasional yang lebih lancar, yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan kelancaran bisnis secara keseluruhan.

## **3. Peningkatan Pendapatan dan Penjualan**

Strategi yang diterapkan untuk meningkatkan visibilitas merek dan menarik lebih banyak pelanggan juga menghasilkan peningkatan pendapatan dan penjualan. Dengan berbagai promosi dan varian produk yang menarik, serta penerapan sistem penjualan online, UMKM ini berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan dari langkah-langkah yang diambil dalam strategi pemasaran dan distribusi produk.

## **4. Peningkatan Jumlah Konsumen**

Hasil lainnya yang sangat penting adalah peningkatan jumlah konsumen yang mengunjungi UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA. Dengan lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, serta peningkatan kualitas pelayanan dan produk, UMKM ini berhasil menarik lebih banyak pelanggan dari berbagai kalangan, terutama pelajar dan warga sekitar. Peningkatan jumlah konsumen ini menjadi indikator positif bagi keberlanjutan dan pertumbuhan usaha.

## **5. Peningkatan Jumlah Pelanggan yang Loyal**

Salah satu hasil yang paling signifikan adalah peningkatan jumlah pelanggan yang loyal. Sistem kupon, pelayanan yang baik, serta kualitas produk yang konsisten telah membantu UMKM ini membangun basis pelanggan yang setia. Pelanggan yang loyal tidak hanya akan terus membeli produk, tetapi juga dapat menjadi duta merek yang membantu mempromosikan usaha ini melalui rekomendasi pribadi mereka.

## **Matriks SOAR**

Matriks SOAR adalah alat yang digunakan untuk merangkum dan menyusun faktor-faktor strategis yang teridentifikasi dari analisis SOAR. Matriks ini menggambarkan dengan jelas hubungan antara Kekuatan (Strengths), Peluang (Opportunities), Aspirasi (Aspirations), dan Hasil (Results) yang dapat dicapai, untuk memandu langkah-langkah pengembangan usaha ke depan. Berikut adalah Matriks SOAR untuk UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA:

**Tabel 1. Matriks SOAR**

	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Peluang (O)</b>
<b>INTERNAL</b>	1. Lokasi strategis (di depan sekolah)	1. Pasar yang terdefinisi dengan jelas
	2. Harga terjangkau	2. Memungkinkan untuk menjalin kolaborasi atau kerjasama
	3. Porsi cukup (sesuai harga)	3. Penjualan online
	4. Varian beragam	4. Menerapkan sistem kupon
	5. Karyawan memberikan pelayanan yang baik	
<b>Aspirasi (A)</b>	<b>S+A</b>	<b>O+A</b>
1. Mengembangkan merek	1. Mengembangkan bisnis di ranah online (Gr*ab F**d, Sh*pee F**d, G*food, dll.)	1. Memaksimalkan penggunaan media sosial
2. Meningkatkan penjualan	2. Meningkatkan promosi dan memberi diskon, misalnya dengan cara setiap pembelian 10 porsi mendapatkan gratis 1 porsi.	2. Menjalinkan hubungan yang baik dengan pihak sekolah
3. Mengembangkan tenaga kerja	3. Memberikan pelatihan untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas karyawan	
<b>Hasil (R)</b>	<b>S+R</b>	<b>O+R</b>
1. Peningkatan kepuasan pelanggan	1. Meningkatkan kualitas pelayanan	1. Melakukan endorsement ke influencer
2. Peningkatan kinerja karyawan 3. Peningkatan pendapatan dan penjualan	2. Menambah varian topping atau produk (Seperti mie lebar, mie tipis, dll)	2. Memaksimalkan penggunaan e-commerce dalam promosi
4. Peningkatan jumlah konsumen 5. Peningkatan jumlah pelanggan yang loyal	3. Menambah fasilitas seperti meja dan kursi plastik	3. Menjaga kesehatan dan kebersihan lokasi penjualan

## **Penjelasan Matriks SOAR UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA**

### **Strengths (Kekuatan)**

Kekuatan utama dari UMKM ini adalah lokasi yang sangat strategis, harga yang terjangkau, dan variasi produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan ini merupakan faktor penting yang menarik pelanggan dan memberikan posisi kompetitif di pasar.

### **Opportunities (Peluang)**

Peluang yang ada mencakup pemanfaatan pasar yang terdefinisi dengan jelas, yang terdiri dari pelanggan yang sebagian besar merupakan siswa-siswi sekolah dan warga sekitar. Dengan memperluas pemasaran melalui platform online, serta menjalin kemitraan dengan pihak sekolah, UMKM ini dapat memperbesar pangsa pasar dan memperkenalkan produk mereka ke lebih banyak orang.

### **Aspirations (Aspirasi)**

UMKM ini memiliki aspirasi untuk menjadi merek terkemuka dan mengembangkan penjualannya melalui promosi dan pengenalan produk yang lebih luas. Selain itu, mereka ingin mengembangkan tenaga kerja dengan memberikan pelatihan keterampilan, yang akan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk, serta mendukung pertumbuhan usaha.

### **Results (Hasil)**

Hasil yang ingin dicapai melalui penerapan strategi ini termasuk peningkatan kepuasan pelanggan, peningkatan kinerja karyawan, serta pencapaian target penjualan yang lebih tinggi. Selain itu, UMKM ini juga berfokus pada peningkatan jumlah konsumen dan loyalitas pelanggan, yang menjadi indikator kesuksesan dalam jangka panjang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **• Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode SOAR pada UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA, dapat disimpulkan bahwa UMKM ini memiliki berbagai kekuatan internal yang signifikan, termasuk lokasi yang strategis, harga terjangkau, varian menu yang beragam, serta pelayanan yang baik dari karyawan. Kekuatan-kekuatan ini memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan lebih lanjut. Selain itu, adanya peluang eksternal seperti pasar yang jelas, kemampuan untuk menjalin

kolaborasi dengan pihak sekolah, dan pemanfaatan penjualan online memberikan banyak potensi untuk ekspansi bisnis.

UMKM ini juga memiliki aspirasi yang jelas untuk mengembangkan merek, meningkatkan penjualan, dan memperkuat kapasitas tenaga kerja melalui pelatihan yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan produk. Dengan fokus pada pengembangan merek dan ekspansi pasar, UMKM ini dapat mengoptimalkan kekuatan yang ada untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Hasil yang telah dicapai, seperti peningkatan kepuasan pelanggan, kinerja karyawan, pendapatan, dan loyalitas pelanggan, menunjukkan bahwa UMKM ini telah berhasil menerapkan strategi yang efektif. Peningkatan jumlah konsumen dan pelanggan yang loyal menjadi indikator positif bahwa strategi yang diterapkan berjalan dengan baik.

## • **Saran**

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, berikut beberapa saran untuk pengembangan lebih lanjut bagi UMKM Pangsit Mie Ayam SMADASA:

### **1. Pengembangan Merek dan Pemasaran yang Lebih Intensif**

Untuk mencapai aspirasi menjadi merek terkemuka, disarankan untuk memperkuat strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial secara lebih maksimal, serta menjalin kemitraan dengan influencer atau platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Kampanye pemasaran yang kreatif dan berbasis digital dapat meningkatkan visibilitas merek dan menarik pelanggan baru.

### **2. Ekspansi Penjualan Online**

Mengingat perkembangan teknologi dan kecenderungan masyarakat untuk berbelanja secara online, UMKM ini sebaiknya lebih memanfaatkan platform penjualan online untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Melakukan penjualan melalui platform seperti GrabFood, ShopeeFood, Gojek, atau aplikasi serupa dapat meningkatkan penjualan dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang ingin memesan dari rumah.

### **3. Peningkatan Kualitas dan Pelatihan Karyawan**

Agar dapat mencapai aspirasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan produk, perlu adanya pelatihan karyawan yang berkelanjutan. Pelatihan mengenai keterampilan teknis, pelayanan pelanggan, serta pengetahuan produk dapat meningkatkan kinerja karyawan dan memastikan bahwa standar kualitas produk dan pelayanan tetap terjaga.

### **4. Diversifikasi Produk dan Inovasi Menu**

Disarankan untuk terus melakukan inovasi produk, dengan menambahkan variasi menu baru atau topping yang lebih kreatif dan mengikuti tren makanan yang berkembang. Inovasi ini akan membantu mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru yang ingin mencoba sesuatu yang baru.

### **5. Sistem Loyalitas Pelanggan yang Lebih Efektif**

Penerapan sistem kupon atau program loyalitas dapat lebih diperkuat. Misalnya, dengan memberikan insentif lebih menarik bagi pelanggan yang

sering berkunjung, seperti diskon eksklusif atau hadiah spesial yang meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kunjungan berulang.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mucharomah, N. L. (2023, February 1). Apa itu Analisis SOAR Sebagai Strategi Bisnis yang Tepat. Retrieved from DailySocial: <https://dailysocial.id/post/apa-itu-analisis-soar>
- [2] Saputra, D. H. (2023, August 31). Analisis SOAR: Pengertian, Keuntungan, Cara Melakukan, dan Contohnya. Retrieved from Press Release: <https://pressrelease.co.id/jasa/2023/08/31/analisis-soar/>
- [3] Sugiarti, S. &. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Metode Analisis Soar (Strength, Opportunity, Aspirations, Result). Universitas Sumatera Utara.
- [4] Ardyansyah, F., & Nasrulloh, N. (2022). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Metode Analisis SOAR pada Pariwisata Syariah di Pulau Madura. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3783–3792.
- [5] Sofiani, S., Yulius, K. G., & Hardjasa, G. E. (2024). Analisis Potensi Sumber Daya Manusia Dalam Bisnis Akomodasi Pondok Wisata Di Desa Wisata Besani. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(1), 635–645. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i1.2473>
- [6] Nupi Hasyim, M. A. (2023). Penerapan analisis SOAR dalam strategi pengembangan Hotel di Kota Bandung. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v5i1.154>
- [7] Desderius, K., Rinya Sari Patamuan, M., Renya Rosaria Klau, M., & Apriantama, Y. (2023). Kajian Pemanfaatan Potensi Sumber Daya Air Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Baturetno, Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang. *COMPACT: Spatial Development Journal*, 2(2), 74–85.
- [8] Syafriyani, I. ., & Kurli, A. . (2023). ANALISIS PENERAPAN MERIT SYSTEM DALAM SELEKSI TERBUKA JABATAN PIMPINAN TINGGI PRATAMA DI KABUPATEN SUMENEP . Seminar Nasional Dan Call For Paper 2023 Dengan Tema &quot;Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Menuju Indonesia Emas 2045&quot; PSGESI LPPM UWP, 10(1), 323–335.
- [9] Asep Parantika, & Khani Faturrahman. (2018). Analisis Strategi ‘SOAR’ Dalam Mengantisipasi Tingkat Hunian Kamar Hotel Sebagai Dampak Pembangunan MRT Di Jakarta Selatan. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 3(1), 11–19.
- [10] Ahmad Syaripudin, & Akhmad Hanafi Dain Yunta. (2023). Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia di Kelurahan Moncongloe melalui Program Kreatif Keislaman KKN VI STIBA Makassar. *WAHATUL MUJTAMA’*: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(1), 1-21.