

Aplikasi Rusa (Rumah Sayur) untuk Usaha Katering Kelas Menengah

Sapto Maulana¹, Tantri Yanuar R. Syah², Edi Hamdi³, Endang Ruswanti⁴

^{1,2,3,4} Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Esa Unggul, Jakarta

e-mail: Sapto.M88@gmail.com

Abstrak

Dengan kemajuan teknologi dan informasi saat ini, telah banyak merubah perilaku masyarakat di setiap sektor kehidupan. PT Rusa Persada hadir menyelaraskan kecendrungan konsumen yang memanfaatkan teknologi berbelanja secara online. Analisis faktor internal PT Rusa Persada memiliki tujuan agar dapat meningkatkan kesiapan untuk menghadapi tantangan, memanfaatkan peluang, dan mencapai keberhasilan jangka panjang. Perusahaan mengidentifikasi Analysis of Demand dan Analysis of Competition dimana variable - variable didalamnya mempengaruhi internal key success factor untuk membuat keputusan strategis, menentukan variabel mana yang penting dan mana yang kurang penting dalam mencapai Competitive advantage. Namun demikian metode penelitian faktor internal PT Rusa Persada dalam mencapai tujuan keunggulan kompetitive, dapat dilihat berdasarkan analisa VRIO, yang membentuk competitive advantage diantaranya memenuhi kebutuhan secara real-time dan akses bahan baku yang terintegrasi dengan pasar komoditi. sehingga hal ini menjadi peluang bagi PT Rusa Persada.

Kata kunci: *Analisis Faktor Internal, Internal Key Success, Analysis Of Demand, Analysis Of Competition, Competitive Advantage, VRIO*

Abstract

With current advances in technology and information, people's behavior has changed a lot in every sector of life. PT Rusa Persada is here to align with consumer tendencies to utilize online shopping technology. PT Rusa Persada's internal factor analysis aims to increase readiness to face challenges, take advantage of opportunities and achieve long-term success. The company identifies Demand Analysis and Competitive Analysis where the variables in it influence key internal success factors to make strategic decisions, determining which variables are important and which are less important in achieving Competitive Advantage. However, PT Rusa Persada's internal factor research method in achieving competitive advantage goals can be seen based on VRIO analysis, which forms competitive advantages including meeting real-time needs and access to raw materials that are integrated with commodity markets. so this is an opportunity for PT Rusa Persada.

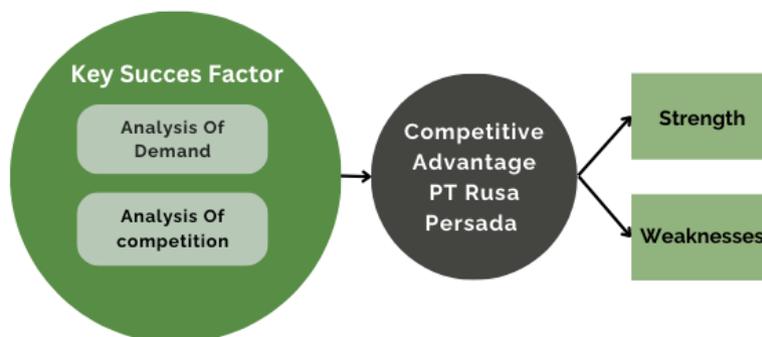
Keywords: *Internal Factor Analysis, internal keys to success, Demand Analysis, Competitive Analysis, Competitive Advantage, VRIO*

PENDAHULUAN

Setiap sektor dari bidang ekonomi sampai dengan lini usaha kecil sekalipun, telah merespons secara peka terhadap perkembangan teknologi. Kemudahan akses dan informasi membawa dampak positif bagi peningkatan pendapatan usaha (Maria & Widayati, 2020). Usaha catering dapat menciptakan identitas melalui wisata kuliner atau penyediaan layanan untuk acara seperti pernikahan dan gathering. Keterbatasan waktu dan biaya dalam memilih bahan pangan segar mendorong kebutuhan akan mitra usaha yang dapat memenuhi kebutuhan bahan baku catering (Setiawan & Hartini, 2022). Dengan persaingan didunia bisnis yang begitu pesat PT Rusa Persada membangun *Brand Image* melalui pendekatan multidisiplin yang menggabungkan berbagai instrumen media sebagai objek dalam ekosistem digital atau *online* dengan kiat pemasaran yang spesifik pada pengadaan bahan baku catering sebagai subjeknya. Namun demikian hal terpenting dari sebuah *Brand Image* adalah kemampuannya untuk memberikan nilai dan pelayanan yang tidak hanya sesuai, tetapi bahkan melebihi ekspektasi pelanggan (Syah, 2013). Dokumentasi dan informasi pesan utama pemasaran PT Rusa Persada di sesuaikan dengan target pada pelaku usaha catering yang mengacu pada opini dari konsumen terhadap merek yang dikembangkan melalui strategi horizontal dengan memperluas cakupan pasar yang serupa. PT Rusa Persada merancang model bisnis dengan melakukan proses digitalisasi yang menghubungkan sektor perdagangan bahan baku makanan ke pelaku usaha catering untuk meningkatkan keberhasilan dalam melaksanakan kegiatan organisasi dengan memastikan *resource* dan *capabilities* dapat selaras dengan nilai konsumen dan filosofi perusahaan, sehingga PT Rusa Persada memiliki kesempatan dalam melayani pemenuhan kebutuhan konsumen.

METODE

Metode penelitian faktor internal PT Rusa Persada dalam mencapai tujuan keunggulan kompetitive, dapat dilihat melalui penjabaran gambar kerangka kerja dibawah ini.



Analysis of Demand

Perusahaan harus memenuhi dua kriteria dasar yaitu, pertama harus mampu memenuhi apa yang pelanggan mau (permintaan/sumber daya) dan kedua, mereka harus mampu bertahan didalam persaingan (kompetisi) (Sulaksono & Hamdi, 2023). Di era kemajuan teknologi, perilaku masyarakat berubah dengan cepat. Pada saat pandemi covid – 19 di Indonesia kecendrungan social distancing mendorong meningkatnya permintaan dan belanja online sebagai tren baru (Utami, 2023). Kecendrungan ini terus berlanjut meski pandemi covid – 19 telah selesai. Namun demikian pelaku usaha catering masih menghadapi keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan bahan baku, karena *supplier* belum memenuhi kriteria yang di butuhkan oleh pelaku usaha catering (Setiawan & Hartini, 2022). Hal ini menciptakan tingginya permintaan terhadap komoditas tersebut.

Memenuhi barang dan jasa secara cepat (C1)

- Inovasi aplikasi memungkinkan pesanan dan pengiriman bahan baku secara efisien, menggantikan cara konvensional yang memakan waktu.

Mudah untuk memenuhi kebutuhan (C2)

- Aplikasi memudahkan pelaku usaha catering menemukan dan memesan bahan baku dengan cepat, meningkatkan ketersediaan produk.

Hemat Biaya, Menjangkauan Luas, dan Efisien (C3)

- PT Rusa Persada menawarkan layanan tanpa biaya operasional besar, meningkatkan efisiensi dan menjangkau konsumen dengan biaya rendah.

Kualitas Terbaik Ketersediaan Bahan Baku (R1)

- Standarisasi ketat dari pembelian hingga pengiriman untuk memastikan bahan baku segar dan berkualitas tinggi.

Harga (C6)

- PT Rusa Persada memperhatikan penetapan harga yang sesuai dengan nilai produk, memperhitungkan kebutuhan pelaku usaha catering.

Analysis of Competition

PT Rusa Persada menghadapi persaingan dengan pendekatan strategis yang mencakup aspek kantor, metode transaksi, pemasaran, akses bahan baku, distribusi, keuangan, SDM, reputasi merek, dan teknologi.

Kantor dan Storage (R2)

- PT Rusa Persada mendirikan kantor dan storage di Jakarta Timur dengan lokasi strategis untuk menjangkau area Jabodetabek.

Metode Transaksi (R3)

- Transaksi dilakukan melalui smartpone, memanfaatkan konektivitas internet untuk memenuhi permintaan konsumen secara terus-menerus.

Marketing (C4)

- Memanfaatkan media sosial dan ketersediaan smartpone untuk mencapai konsumen, membangun kesadaran merek dan memanfaatkan tren digital.

Akses Bahan Baku (C5)

- Kerjasama dengan pengelola pasar tradisional memastikan ketersediaan bahan baku yang beragam.

Distribusi (R4)

- Pemanfaatan armada khusus dan mitra kurir untuk distribusi efisien dan fleksibel.

Keuangan (R5)

- Pendanaan melalui modal sendiri, dan Investor.

Sumber Daya Manusia (R6)

- Pemilihan SDM berfokus pada karakter dan kualitas, dengan manajemen SDM yang efektif.

Brand Reputation (R7)

- Membangun reputasi melalui diversifikasi produk dan pendekatan pemasaran berbasis target konsumen.

Teknologi (C7)

- Pemanfaatan kecerdasan buatan untuk meningkatkan pelayanan dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Analisis ini menggambarkan pendekatan holistik PT Rusa Persada dalam memahami dan menjawab tuntutan pasar dengan efisien dan strategis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Internal Key Success Factor

Key Success Factors adalah faktor-faktor krusial yang mendukung keberhasilan tujuan perusahaan. Perusahaan perlu mengidentifikasi Key Success Factor untuk membuat keputusan strategis dalam menentukan variabel mana yang penting dan mana yang kurang penting dalam mencapai *Competitive advantage*. seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 1 Key Success Factors

Item	Strategi penting	Kekuatan Relatif	Keterangan
Resource			
R1. Kualitas terbaik dan ketersediaan Bahan Baku	8	5	Kualitas menjadi salah satu tantangan yang harus selalu tersedia untuk di berikan kepada konsumen
R2. Kantor dan Storage	9	7	Kantor dan Storage dengan area strategis memberikan kemudahan dalam mengakses area
R3. Metode transaksi	7	4	Memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi hanya saja beberapa pelanggan memerlukan edukasi untuk penggunaan aplikasi
R4. Distribusi	8	8	Tersedianya armada untuk menjamin kecepatan dan Penerapan kemitraan terhadap kurir untuk memparcepat proses pengiriman
R5. Keuangan	8	4	Untuk memulai bisnis ini membutuhkan biaya yang besar yang bersumber dari pemilik dan investor
R6. SDM	8	5	Keterampilan dan kopetensi yang sesuai membutuhkan penyesuaian juga waktu dalam

Item	Strategi penting	Kekuatan Relatif	Keterangan
Resource			
menciptakan budaya kerja yang positif dan produktif			
R7. Brand Reputation	8	5	Perlu adanya investasi waktu, uang, dan upaya yang besar dalam pemasaran.

(Sumber data: Tim penulis, 2022)

Tabel 2 Key Success Factors (lanjutan)

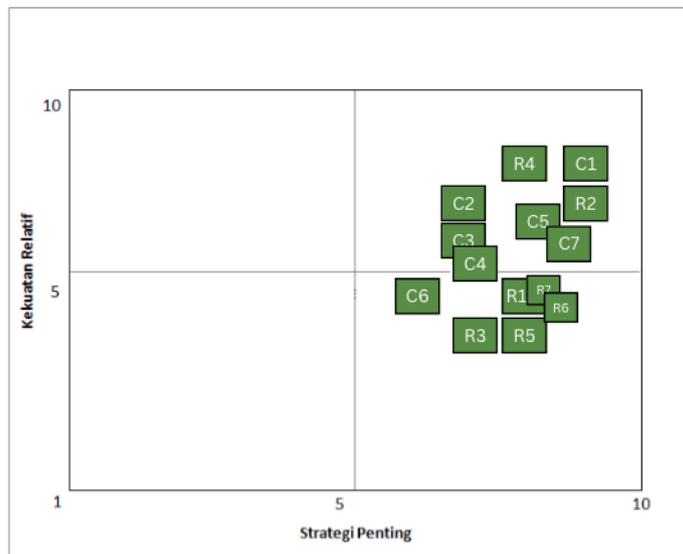
Item	Strategi penting	Kekuatan Relatif	Keterangan
Capabilities			
C1. Memenuhi barang dan jasa secara cepat	9	8	Memenuhi kebutuhan dengan estimasi waktu sesuai dengan menyediakan jasa antar langsung dengan kurir
C2. Mudah untuk memenuhi kebutuhan	7	7	Memberikan kemudahan pelanggan dalam penyediaan kebutuhan
C3. Hemat biaya, menjangkau luas, dan efisien	7	6	Pelanggan tidak perlu lagi mengeluarkan uang tambahan untuk transportasi kepasar
C4. Marketing	7	6	Dengan adanya sosial media menjadi peluang yang mudah dalam mencari pasar
C5. Akses Bahan Baku	8	8	Jaringan yang terhubung dengan pasar induk menjadikan semua kebutuhan bisa terpenuhi
C6. Harga	6	5	Kualitas dan pelayanan tepat waktu menjadi dasar harga yang sesuai pada produk- produknya
C7. Teknologi	8	7	Artificial Intelegent merespon cepat terhadap pemilik usaha catering dalam memenuhi kebutuhan, pembelajaran, informasi dan perencanaan.

Keterangan:

Skala 1 sampai dengan 10 (1=lemah 10=kuat)

Resource dan *Capability* PT. Rusa Persada disbanding perusahaan lainnya

Berdasarkan matriks pada tabel diatas, selanjutnya dapat dirumuskan kunci kekuatan dan kelemahan dari PT Rusa Persada dalam bentuk *hypothetical* seperti dalam gambar berikut:



Gambar 1 Resource dan capability
 (Sumber: Tim Penulis, 2022)

Competitive Advantage

Competitive advantage adalah sumber daya dan kemampuan internal yang menjadi dasar keunggulan kompetitif sebagai kekuatan untuk bisa terus bersaing terhadap perusahaan lainnya.

Tabel 3. Analisis VRIO PT Rusa Persada

Resource dan Capabilities	Bernilai	Langka	Tidak Dapat Ditiru	Tidak Tergantikan	Dampak Yang Terjadi
<i>Resource</i>					
Kualitas terbaik dan ketersediaan Bahan Baku	Ya	Ya	Tidak	Ya	Dapat Bersaing Sementara
Kantor dan Storage	Ya	Ya	Tidak	Ya	Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan
Distribusi	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan
SDM	Ya	Ya	Ya	Tidak	Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan
<i>Capabilities</i>					

Memenuhi barang dan jasa secara cepat	Ya	Ya	Ya	Ya	Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan
Akses Bahan Baku	Ya	Ya	Ya	Ya	Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan
Teknologi	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Kerugian pesaing

(Sumber data: Tim penulis, 2022)

Berdasarkan analisa VRIO tabel di atas terbentuk *competitive advantage* memenuhi kebutuhan secara *real-time* dan akses bahan baku yang terintegrasi dengan pasar komoditi. Yang dapat menjadi peluang bagi PT. Rusa Persada.

Strength – Weaknesses

Berdasarkan hasil penilaian *resources* dan *capabilities* pada tabel 3.2 di atas, maka ditetapkan *strength* dan *weaknesses* yang dimiliki seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

Tabel 4 Kekuatan dan kelemahan

Internal key Success Factor

Strength

1	Memenuhi barang dan jasa dengan estimasi waktu yang sesuai dan cepat
2	Kantor dan <i>storage</i> dengan area strategis kemudahan mengakses pasar dijabodetabek
3	Jaminan layanan distribusi ke pelanggan
4	Jaringan yang terhubung dengan pasar induk menjadikan semua kebutuhan bisa terpenuhi
5	Teknologi Artificial Intelegent merespon cepat terhadap pemilik usaha catering dalam memenuhi kebutuhan, pembelajaran, informasi dan perencanaan.
6	Memberikan kemudahan pelanggan dalam penyediaan kebutuhan
7	Efisiensi pada Pelanggan sehingga tidak perlu lagi mengeluarkan uang tambahan untuk transportasi kepasar
8	Sosial media menjadi peluang dalam mencari konsumen baru

Weaknesses

9	Keterampilan dan kopetensi SDM yang sesuai membutuhkan penyesuaian juga waktu dalam menciptakan budaya kerja yang positif dan produktif
10	Kualitas dan ketersediaan untuk di berikan kepada konsumen tergantung pada pasar
11	Modal harus mencari investor
12	Harga menyesuaikan dengan pelayanan dan kualitas yang diberikan
13	Mode transaksi tidak semua pengusaha catering memahami dengan menggunakan aplikasi
14	Perlu adanya investasi waktu, uang, dan upaya yang besar dalam pemasaran.

(Sumber data: Tim penulis, 2022)

SIMPULAN

PT Rusa Persada telah merancang model bisnis yang memanfaatkan digitalisasi untuk menghubungkan sektor perdagangan bahan baku makanan dengan pelaku usaha catering. Tujuan utama adalah meningkatkan keberhasilan organisasi dengan memastikan keselarasan sumber daya dan kemampuan perusahaan. PT Rusa Persada memahami perubahan perilaku masyarakat, terutama saat pandemi Covid-19 yang cenderung menjaga jarak dan social distancing sehingga mendorong peningkatan berbelanja online yang berdampak hingga saat ini. PT Rusa Persada menentukan strategi untuk bersaing dalam lingkungan bisnis yang ketat. Keunggulan kompetitif (competitive advantage) perusahaan ini terletak pada pemanfaatan sumber daya dan kemampuan internal, seperti memenuhi kebutuhan secara real-time dan integrasi akses bahan baku dengan pasar komoditi. Analisis VRIO menunjukkan bahwa PT Rusa Persada memiliki keunggulan kompetitif (competitive advantage) melalui layanan yang cepat, efisien, dan terintegrasi, yang merupakan peluang besar untuk perusahaan ini. Dengan demikian, PT Rusa Persada muncul sebagai pelaku bisnis yang tanggap terhadap tren pasar, memiliki strategi yang kuat dalam memanfaatkan teknologi, dan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan pelaku usaha catering secara efektif dan efisien

DAFTAR PUSTAKA

- Maria, S. N. B., & Widayati, T. (2020). Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 2407–263. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v6i2.3801>
- Setiawan, M. A., & Hartini, S. (2022). Pemilihan Supplier Bahan Baku Daging Untuk Proses Produksi Catering Dengan Metode AHP Dan PROMETHEE. *Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)*, 4(2), 59. <https://doi.org/10.30998/joti.v4i2.13633>
- Sulaksono, A. S., & Hamdi, E. (2023). EXTERNAL AND INTERNAL FACTORS ANALYSIS FOR “MINING CONTRACTORS SERVICES COMPANY” IN INDONESIA Andrea. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Syah, T. Y. R. (2013). Perbedaan Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Bisnis. *Jurnal Ekonomi*, 4 (2)(November), 209–226.
- Utami, S. (2023). Belanja online menjadi trend remaja selama pandemi covid-19. *AN-NISA: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 13(1), 730–738.