

ANALISIS STRATEGI MEMPERTAHANKAN DAN MENGEMBANGKAN BISNIS DI TENGAH PANDEMI COVID- 19 PADA UMKM KIFA BAKERY

Haris Arif Saifudin, Y. Anton Nugroho

Program Studi Teknil Industri, Fakultas Sains & Teknologi Universitas
Teknologi Yogyakarta

Harisarifaifudin61@gmail.com yohanesanton@uty.ac.id

ABSTRAK

UMKM Kifa Bakery merupakan industri perumahan yang bergerak dalam bidang pengolahan pangan. Salah satu produk yang dipasarkan adalah roti. Roti merupakan produk Kifa Bakery yang berkualitas halal yang telah lolos MUI. Namun akibat dampak Covid-19 pada proses pemasaran terdapat kendala dengan adanya peraturan pemerintah sehingga mempengaruhi omset penjualan Kifa Bakery. Penelitian ini untuk memberikan gambaran tentang prosedur pameran dagang yang ditampilkan menggunakan *Model Bisnis Canvas* (BMC) untuk UMKM. *Business Model Canvas* (BMC) pada dasarnya dapat diterjemahkan sebagai metode bagaimana perusahaan membuat penghargaan dan keuntungan dari penghargaan yang dibuatnya pada premis yang berkelanjutan. BMC dapat menjadi instrumen yang dibuat untuk membantu organisasi perdagangan baru dan visioner bisnis untuk menguraikan dan menganalisis model perdagangan mereka. *Business Model Canvas* dapat berupa penggambaran 9 komponen yang dapat menilai, dan mengubah pameran dagang dalam bingkai 1 kanvas atau kertas. Munculnya pertimbangan ini menunjukkan penerapan teknik yang tidak digunakan yang harus dimasukkan ke dalam beberapa komponen, khususnya *customer relationship* dan juga memberikan potongan harga kepada pembeli. Diskon ini sebesar 5% berlaku pada saat *weekend*. Dari BMC dapatlah kita mengetahui Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) UMKM Kifa Bakery. UMKM Kifa Bakery disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan kekuatan (*strength*) internal UMKM untuk mendapatkan keuntungan dari peluang (*opportunity*) eksternal untuk perubahan bisnis yang meningkat. Faktor internal yang mempengaruhi UMKM Kifa Bakery meliputi kekuatan utama yaitu jenis roti berfariasi sedangkan kelemahan utama yaitu belum mampu menjangkau pasar luas. Faktor eksternal meliputi peluang utama yaitu mudah mendapatkan bahan baku produksi, sedangkan ancaman utama yaitu tawaran dari pesaing untuk kerja sama.

Kata Kunci : UMKM, COVID-19, Business Model Canvas, SWOT

STRATEGY ANALYSIS OF MAINTENANCE AND

DEVELOPMENT OF BUSINESS IN THE MIDDLE OF THE COVID-19 PANDEMIC IN MSME KIFA BAKERY

Haris Arif Saifudin, Y. Anton Nugroho

*Industrial Engineering Study Program, Faculty of Science & Technology,
University of Technology Yogyakarta
Harisarifaifudin61@gmail.com yohanesanton@uty.ac.id*

ABSTRACT

MSME Kifa Bakery is a residential industry that is engaged in food processing. One of the products marketed is bread. Bread is a product of Kifa Bakery which has halal quality and has passed the MUI. However, due to the impact of Covid-19 on the marketing process, there are obstacles with government regulations that affect Kifa Bakery's sales turnover. This research is to provide an overview of the trade show procedures that are displayed using the Business Model Canvas (BMC) for MSMEs. Business Model Canvas (BMC) can basically be translated as a method of how companies make rewards and profit from the rewards they make on the premise of being sustainable. BMC can be an instrument created to help new trade organizations and business visionaries to outline and analyze their trading models. Business Model Canvas can be a depiction of 9 components that can judge, and transform a trade show in the frame of 1 canvas or paper. The emergence of this consideration indicates the application of unused techniques that must be incorporated into several components, especially customer relationships and also provide discounts to buyers. Discounts this is 5% valid on weekends. From BMC we can know the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) of the Kifa Bakery SMEs. Kifa Bakery SMEs are advised to carry out a progressive strategy by utilizing the internal strengths of SMEs to benefit from opportunities external ang for increased business change. Internal factors that affect SMEs Kifa Bakery, the main strength is the variety of bread types, while the main weakness is that it has not been able to reach a wide market. External factors include the main opportunity, namely easy access to raw materials for production, while the main threat is offers from competitors for cooperation.

Keywords: SMEs, COVID-19, Business Model Canvas, SWOT