

## DINAMIKA TIM MAMIKEKI: ANALISIS STRUKTUR ORGANISASI SEBAGAI LANDASAN KESUKSESAN BISNIS

Citra Lutfia Mukti<sup>1</sup>, Dea Rezky<sup>1</sup>, Faradila Tsabila Romadona<sup>1</sup>, Rina Rismawati<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas Teknokrat Indonesia

\*e-mail: [citramukti0@gmail.com](mailto:citramukti0@gmail.com)<sup>1</sup>,

### *Abstract*

*This study aims to conduct a strategic analysis of Mamikeki, a contemporary culinary Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) in Bandar Lampung. Utilizing the SWOT analysis approach, we evaluate internal and external factors influencing Mamikeki. Subsequently, the TOWS Matrix is employed to formulate strategies maximizing growth potential and addressing potential risks. The SWOT analysis results indicate that Mamikeki boasts strengths in product quality, strategic location, and affordable pricing. However, certain weaknesses, such as employee instability and limited product resilience, need addressing. Significant opportunities involve increased interest, potential business expansion, and participation in food-related events. Meanwhile, challenges include intense competition, declining consumer purchasing power, and raw material fluctuations. By formulating strategies based on the TOWS Matrix, Mamikeki can optimize internal strengths to leverage external opportunities. SO Strategies (Strengths-Opportunities) underscore the importance of maintaining product quality, capitalizing on strategic locations, and actively participating in food events. On the flip side, ST Strategies (Strengths-Threats) emphasize the need to develop loyalty programs and adapt to consumer trends. In the context of Weaknesses-Opportunities (WO Strategies), Mamikeki can enhance product innovation, expand on-site dining facilities, and review the employee rotation system. Meanwhile, Weaknesses-Threats (WT Strategies) propose improvements to products and facilities, employee stabilization, and creative marketing strategies to counter competition and raw material fluctuations.*

**Keywords:** *UMKM Mamikeki, Organizational Structure, SWOT Analysis*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis strategis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Mamikeki, sebuah bisnis kuliner kekinian di Bandar Lampung. Melalui pendekatan Analisis SWOT, kami mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi Mamikeki. Selanjutnya, TOWS Matrix digunakan untuk merumuskan strategi yang dapat memaksimalkan potensi pertumbuhan dan mengatasi potensi risiko. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Mamikeki memiliki kekuatan pada kualitas produk yang baik, lokasi strategis, dan harga terjangkau. Namun, beberapa kelemahan, seperti ketidakstabilan karyawan dan ketahanan produk yang terbatas, perlu diatasi. Adapun peluang yang signifikan melibatkan peningkatan peminat, potensi ekspansi bisnis, dan partisipasi dalam event-event makanan. Sementara itu, tantangan mencakup persaingan ketat, penurunan daya beli konsumen, dan fluktuasi bahan baku. Dengan merumuskan strategi berdasarkan TOWS Matrix, Mamikeki dapat mengoptimalkan kekuatan internalnya untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi SO (Strengths-Opportunities) menyoroti perlunya mempertahankan kualitas produk, memanfaatkan lokasi strategis, dan berpartisipasi aktif dalam event makanan. Di sisi lain, ST Strategies (Strengths-Threats) menekankan pentingnya mengembangkan program loyalitas dan beradaptasi dengan tren konsumen. Dalam konteks Weaknesses-Opportunities (WO Strategies), Mamikeki dapat meningkatkan inovasi produk, memperluas fasilitas makan di tempat, dan meninjau sistem perputaran karyawan. Sementara itu, Weaknesses-Threats (WT Strategies) mengusulkan peningkatan produk dan fasilitas, stabilisasi karyawan, dan strategi pemasaran yang kreatif untuk menghadapi persaingan dan fluktuasi bahan baku.

**Kata kunci:** *UMKM Mamikeki, Struktur Organisasi, Analisis SWOT*

## 1. PENDAHULUAN

Ditengah era globalisasi dan perkembangan teknologi, peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi semakin krusial dalam menggerakkan roda ekonomi. Sebagai pilar ekonomi yang dinamis, UMKM mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menggairahkan inovasi bisnis. Bandar Lampung, sebagai salah satu pusat kegiatan ekonomi di Indonesia, tak luput jejaknya dalam dinamika pasar lokal.

Salah satu UMKM yang menarik perhatian adalah Mamikeki, sebuah usaha yang bergerak di sektor makanan dan minuman (pisang krispi, donat, cheese roll stick, dan minuman aneka rasa) di Bandar Lampung. Usaha ini didirikan sejak tahun 2017 oleh Fany oktaviansyah dan sang istri Yusastri. Mamikeki memiliki struktur organisasi yang terdiri dari dua *owner* dan enam belas karyawan di tiga cabang.

Mamikeki bukan sekedar entitas bisnis, tetapi juga representasi dari keberanian dan inovasi dalam merintis usaha di Tengah persaingan yang ketat. Untuk memahami esensi mamikeki, penting untuk menjelajahi struktur organisasinya yang menjadi tulang punggung keberhasilan usaha ini.

Struktur organisasi yang baik merupakan fondasi bagi keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM. Hal ini menjadi semakin penting karena UMKM, seperti Mamikeki terlibat dalam persaingan ketat di pasar yang terus berubah. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana struktur organisasi memainkan peran kunci dalam efisiensi operasional, pengambilan Keputusan, dan pengelolaan sumber daya menjadi kunci sukses.

Pada bagian ini, kita akan menyelami lebih dalam ke dalam struktur organisasi Mamikeki dan akan melakukan analisis mengenai *Job Description*, dan analisis SWOT beserta TOWS *Matrix* dari struktur organisasi yang ada dalam UMKM Mamikeki. Dalam memahami peran setiap elemen dalam struktur ini, kita dapat mengungkap rahasia kesuksesan Mamikeki dan bagaimana dinamika internalnya menjadi landasan yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis ini.

## 2. METODE

Pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer dan skunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan interview langsung, sedangkan data skunder diperoleh melalui

literatur-literatur yang dapat dijadikan masukan untuk penelitian. Berikut adalah Langkah-langkah metode penelitian yang diterapkan:

- a) Studi Literatur, yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data Pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian (Zed, 2008:3).
- b) Wawancara, yaitu Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang memberikan keterangan pada peneliti (Mardalis, 1989).
- c) Observasi, yaitu alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala yang diselidiki (Narbuko & Achmadi, 2009).
- d) Dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data dengan cara mencatat data atau pengambilan foto/gambar sebagai pelengkap data.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil interview dan observasi langsung terhadap UMKM Mamikeki yang dilaksanakan pada bulan November 2023, struktur organisasi mamikeki terdiri dari dua *owner*, dan 16 karyawan yang terdiri dari pengadon, penggoreng, dan penoping sekaligus kasir.

#### 3.1. Struktur Organisasi

Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan berikut ini merupakan struktur organisasi yang terdapat pada UMKM Mamikeki.



Gambar 1. Struktur organisasi UMKM Mamikeki

Berdasarkan struktur organisasi hanya ada 2 level jabatan yang ada di UMKM Mamikeki, yaitu *Owner*, dan pada Tingkat kedua ada karyawan. Setiap jabatan memiliki job

description yang berbeda, berikut job description dari masing-masing jabatan pada UMKM Mamikeki:

a. *Owner*

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Bertanggung jawab atas kepemilikan bisnis dan seluruh Keputusan strategis yang terkait.
- 2) Menetapkan visi, misi, dan tujuan jangka Panjang.
- 3) Bertanggung jawab atas biaya Perusahaan, baik gaji karyawan, bahan baku, sewa tempat, dan sebagainya.
- 4) Memastikan ketersediaan bahan baku dan proses pemesanan ke supplier
- 5) Melakukan kegiatan pemasaran dan promosi Mamikeki untuk meningkatkan visibilitas dan menarik pelanggan baru.
- 6) Memegang peran manajerial dalam mengelola operasional sehari-hari Mamikeki.
- 7) Mengelola keuangan bisnis, termasuk pemasukan, pengeluaran, dan pembukuan.
- 8) Menangani aspek manajemen SDM , termasuk rekrutmen, pelatihan, dan evaluasi karyawan.

b. *Karyawan*

Tugas karyawan Pengadon:

1. Menyiapkan bahan-bahan untuk adonan sesuai dengan resep yang telah ditentukan.
2. Mengukur dan mencampurkan bahan-bahan dengan presisi untuk menghasilkan adonan yang konsisten.
3. Memastikan kebersihan produk dan area kerja.

Tugas Karyawan Penggoreng:

1. Bertanggung jawab atas proses penggorengan sesuai dengan standar kualitas Mamikeki/SOP.
2. Memantau suhu dan waktu penggorengan untuk memastikan hasil yang berkualitas.
3. Menjaga kebersihan dapur dan peralatan kerja.

Tugas Karyawan Kasir dan Penoping:

1. Melayani pelanggan dengan ramah.
2. Menerima pesanan dan pembayaran dari pelanggan
3. Mengemas produk dengan rapi dan menyiapkan pesanan untuk pengambilan.

Berdasarkan dari *Job description*, dapat diperhatikan bahwa pemilik Mamikeki memiliki peran ganda sebagai *owner* sekaligus manajer yang menangani berbagai aspek operasional, termasuk keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran. Selain itu, pada bagian kasir juga berperan ganda dengan bekerja sebagai penoping.

Berdasarkan hasil wawancara, Mamikeki menerapkan sistem *rolling* karyawan atau memindahkan karyawan dari satu cabang kecabang lainnya setiap satu minggu. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengalaman dan pengetahuan yang lebih luas kepada karyawan, sehingga mereka dapat mengerti dan beradaptasi dengan berbagai situasi dan lingkungan operasional di berbagai cabang Mamikeki.

### 3.2. Analisis SWOT

Mari kita memahami lebih mendalam mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang membentuk landasan strategis Mamikeki melalui Analisis TOWS *matrix* dari hasil analisis SWOT berikut:

<p><b>TOWS Matrix Of MAMIKEKI</b></p>	<p><b>External Opportunities (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya peminat jajanan dari MAMIKEKI.</li> <li>2. Kesempatan untuk memperluas bisnis</li> <li>3. Banyaknya event-event makanan</li> </ol>	<p><b>External Threats (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak pesaing yang menawarkan produk serupa.</li> <li>2. Menurunnya daya beli konsumen karena mulai merasa bosan</li> <li>3. Fluktuasi bahan baku</li> </ol>
---	---	--

<p><b>Internal Strengths (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk yang baik</li> <li>2. Memiliki lokasi yang strategis</li> <li>3. Memiliki harga yang terjangkau</li> </ol>	<p><b>SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terus menjaga kualitas produk dan menciptakan varian baru atau menyempurnakan menu berdasarkan umpan balik pelanggan dan tren pasar. (S1S2O1)</li> <li>2. Mempertahankan Akses yang strategis agar dapat dengan mudah dijangkau konsumen. (S2O1)</li> <li>3. Aktif berpartisipasi dalam event makanan local yang menyajikan peluang besar untuk menjangkau audiens yang luas. (O2O3)</li> <li>4. Dengan kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau membuat pencinta makanan kekinian tertarik untuk mencoba produk Mamikeki. (S1S3O1)</li> </ol>	<p><b>ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan program loyalitas yang berfokus pada meningkatkan kualitas produk yang sudah baik untuk menciptakan perbedaan yang signifikan dari pesaing makanan serupa. (S1T1T2)</li> <li>2. Terus memantau tren dan prefensi konsumen local untuk dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan selera dan mengembangkan inovasi produk. (S2T2)</li> <li>3. Bermitra dengan beberapa pemasok bahan baku untuk mngurangi risiko fluktuasi harga dari satu sumber saja tanpa mengornkan kualitas produk. (S3T3)</li> </ol>
<p><b>Internal Weaknesses (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk tidak tahan lama</li> <li>2. Beberapa cabang tidak menyediakan fasilitas untuk makan di tempat</li> <li>3. Ketidakstabilan karyawan akibat sistem rolling</li> </ol>	<p><b>WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan inovasi pada produk seperti frozen food untuk meningkatkan daya tahan, menanggapi keinginan pelanggan yang mencari jajanan tahan lama. (W1O1)</li> <li>2. Meningkatkan fasilitas makan di tempat pada setiap cabang untuk menarik pelanggan yang ingin makan langsung di tempat dan mengambil kesempatan untuk</li> </ol>	<p><b>WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk dan fasilitas harus lebih ditingkatkan dalam segi promosi maupun kualitas agar tidak kalah saing. (W1W2T1)</li> <li>2. Meningkatkan penyediaan fasilitas makan ditempat pada cabang-cabang yang belum menyediakannya, menciptakan pengalaman konsumen yang lengkap dan</li> </ol>

	<p>memikat pelanggan baru. (W2O1O2)</p> <p>3. Meninjau sistem perputaran dan lakukan penyesuaian untuk memastikan stabilitas karyawan, yang dapat membantu meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan. (W3O2)</p> <p>4. Meningkatkan partisipasi dalam event-event untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dan memperluas pangsa pasar. (O2O3)</p>	<p>menarik, sehingga dapat bersaing dengan pesaing yang menawarkan makan ditempat. (W2T1)</p> <p>3. Menerapkan program yang mendorong stabilitas karyawan, seperti pelatihan pengembangan, untuk mengatasi ketidakstabilan karyawan yang mungkin mempengaruhi kualitas layanan dan konsistensi. (W3T1)</p> <p>4. Menerapkan strategi pemasaran kreatif dan segmen pasar yang terfokus pada menciptakan kebutuhan baru atau memberikan Solusi atas perasaan bosan konsumen. (T2)</p> <p>5. Membangun kemitraan dengan pemasok bahan baku alternatif untuk mengatasi fluktuasi. (T3)</p>
--	--	--

Keterangan:

External:

OPPORTUNITIES	
1. Banyaknya peminat jajanan dari jajanan Mamikeki	Banyak yang menyukai jajanan mamikeki ini baik dari kalangan muda hingga karena memiliki rasa yang enak dan harga terjangkau sehingga hal itu menjadikan sebuah peluang untuk memperluas bisnis.
2. Kesempatan untuk memperluas bisnis.	Memperluas bisnis ke wilayah atau pasar baru dapat dijadikan kesempatan untuk mencapai pelanggan yang lebih luas.
3. Banyak event-event festival makanan	Mamikeki selalu mengikuti acara event-event yang berada di Lampung dan luar Lampung yang membuat Mamikeki memiliki peluang untuk memperkenalkan produk mereka untuk dikenal banyak orang.
THREATS	

1. Banyak pesaing yang menawarkan produk serupa	Banyak sekali pesaing yang menawarkan produk yang serupa sehingga hal itu menjadi ancaman untuk Mamikeki.
2. Menurunnya daya beli konsumen karena mulai merasa bosan	Konsumen merasa bosan karena terlalu lama mengkonsumsi produk yang sama. Jika Mamikeki tidak mengikuti tren terbaru atau menawarkan fitur baru, konsumen mungkin akan kehilangan minat dan hal itu akan menjadi sebuah ancaman bagi bisnis ini.
3. Fluktuasi bahan baku	Jika harga bahan baku mengalami fluktuasi secara tiba-tiba atau secara signifikan, biaya produksi juga akan meningkat. Hal ini dapat mengurangi margin keuntungan usaha.

## Internal:

STRENGTHS	
1. Kesempatan untuk memperluas bisnis.	Kualitas produk yang baik dan konsisten akan membangun reputasi positif di mata pelanggan, sehingga pelanggan yang puas akan merekomendasikan produk ini kepada teman, keluarga dan rekan kerjanya.
2. Memiliki lokasi yang strategis	Mamikeki memiliki lokasi yang strategis sehingga memudahkan akses pelanggan untuk mencapai tempat bisnis.
3. Memiliki harga yang terjangkau	Mamikeki memiliki harga yang terjangkau sehingga dapat membantu mendapatkan dan mempertahankan pelanggan baru. Pelanggan mungkin lebih bersedia mencoba produk jika memiliki harga yang terjangkau.
WEAKNESSES	
1. Produk tidak tahan lama	Mamikeki merupakan produk makanan siap saji sehingga produk tidak bisa bertahan lama.
2. tidak menyediakan fasilitas untuk makan di tempat	Mamikeki hanya memiliki fasilitas makan ditempat di pusatnya saja sedangkan untuk cabangnya belum tersedia untuk makan ditempat.
3. Ketidakstabilan karyawan akibat sistem roling	Mamikeki memiliki sistem perputaran karyawan setiap minggunya untuk penempatan tugas pada setiap cabang yang bisa menimbulkan ketidak stabilan karyawan.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam kesimpulan, Mamikeki memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang di pasar kuliner Bandar Lampung. Peningkatan inovasi produk dan fasilitas makan di tempat dapat meningkatkan daya saing dan memenuhi harapan konsumen. Stabilisasi karyawan melalui perubahan dalam sistem perputaran dan program pelatihan dapat mendukung konsistensi layanan.

Saran kami adalah untuk Mamikeki terus mengamati tren pasar dan preferensi konsumen agar dapat merespons perubahan dengan cepat. Selain itu, membangun kemitraan yang kuat dengan pemasok bahan baku dapat membantu mengelola fluktuasi harga. Strategi pemasaran kreatif dan promosi inovatif juga dapat menjadi kunci untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru.

Dengan implementasi strategi yang cermat, Mamikeki dapat memperkuat posisinya sebagai pelaku utama dalam industri kuliner Bandar Lampung dan meraih kesuksesan jangka panjang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ir. Renny Rochani, S. M. (2022). *Analisis Struktur Organisasi pada UMKM Conpanna Kaffe*, 7.
- Larasati Ahluwalia, S. A. (2023). *INOVASI PROMOSI UMKM: MENGGALI ALTERNATIF PENGGUNAAN*.
- Roni Zakaria R, S. M. (2022). *Analisis Struktur Organisasi dan Jabatan pada UMKM XYZ*, 5.