

## Ekonomi Kreatif Usaha Kuliner “Ceker Sayap Makassar”: Kajian Modal Kewirausahaan dan Strategi Bersaing

Karin Riska Febriani<sup>1</sup>, Muhammad Dinar<sup>2</sup>, Muhammad Hasan<sup>3</sup>, Muh. Ihsan Said<sup>4</sup>,  
Thamrin Tahir<sup>5</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar  
Email: karinriskaf81@gmail.com

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui modal kewirausahaan yang dimiliki pemilik usaha dan strategi bersaing yang diterapkan pada usaha kuliner “Ceker Sayap Makassar”. Penelitian ini dikategorikan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemilik usaha kuliner “Ceker Sayap Makassar” memiliki 4 jenis modal kewirausahaan diantaranya adalah modal intelektual, modal sosial, modal mental, dan modal material. Selain itu usaha kuliner “Ceker Sayap Makassar” juga menerapkan 2 jenis strategi bersaing yaitu *Cost Leadership* (strategi biaya rendah) dan *Differentiation* (diferensiasi) dimana hasil dari analisis SWOT yang telah dilakukan, terdapat empat pilihan strategi untuk usaha kuliner “Ceker Sayap Makassar” yang terdiri dari *strengths opportunities (SO)*, *weakness opportunities (WO)*, *Strengths threats (ST)*, dan *weakness threats (WT)*.

**Kata Kunci:** Ekonomi Kreatif, Modal Kewirausahaan, Strategi Bersaing, SWOT.

<https://ojs.unm.ac.id/societies/index>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

## PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian dunia saat ini semakin cepat sejalan dengan munculnya kekuatan ekonomi baru yang mampu menyokong perekonomian masyarakat dunia. Perkembangan peradaban ekonomi dunia setidaknya terbagi dalam tiga tahap ekonomi yaitu tahap ekonomi pertama berupa perekonomian yang mayoritas kegiatan ekonominya adalah kegiatan pertanian, tahap ekonomi kedua berupa perekonomian yang mayoritas kegiatan ekonominya adalah kegiatan industri, serta tahap ekonomi ketiga berupa perekonomian yang berbasis teknologi informasi. (Tofler dalam Hasan M, 2018)

Setelah ketiga tahapan ekonomi tersebut, akan muncul tahapan ekonomi keempat atau yang disebut gelombang ekonomi kreatif, yakni perekonomian yang berbasis pada ide-ide atau gagasan yang kreatif dan inovatif. Gelombang keempat inilah yang saat ini sudah mulai nampak di Indonesia. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia didukung oleh arahan Presiden RI yang mengatakan bahwa ekonomi kreatif harus menjadi tulang punggung yang menopang ekonomi Indonesia. Hal ini juga didukung oleh kebijakan pemerintah tentang meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, antara lain melalui pengembangan ekonomi kreatif dan peningkatan kapasitas inovasi dan teknologi. (Perpres No.2 Tahun 2015–RPJMN 2015-2019)

Ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi di Indonesia yang tergambar melalui peningkatan sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Kontribusi pertumbuhan ekonomi tersebut kebanyakan berasal dari pelaku UMKM. Ruang lingkup industri kreatif meliputi 18 sub sektor (industri) dan salah satunya adalah bisnis kuliner. Bisnis ini berkaitan dengan kebutuhan pangan manusia. Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia atau *basic needs*. Karena termasuk kebutuhan dasar, maka pemenuhan terhadap pangan menjadi hal mutlak bagi manusia yang ingin tetap menjaga kelangsungan hidupnya.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kontribusi subsektor kuliner terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Ekonomi Kreatif merupakan yang tertinggi pada 2016, yaitu mencapai 41,4 persen. Di tahun yang sama, nilai ekspor kuliner mengalami peningkatan sebesar 6,92 persen menjadi USD 1,206 miliar dari sebelumnya USD 1,179 miliar. Salah satu kota yang mendapatkan pengaruh besar dengan adanya ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonominya adalah Kota Makassar yang juga menjadi ibu kota Sulawesi Selatan. Pertumbuhan ekonomi Kota Makassar selama beberapa tahun terakhir cukup baik. Contohnya pada tahun 2017 pertumbuhan ekonomi Kota Makassar menyentuh tingkat 7,9% merupakan pertumbuhan tertinggi di dunia pada saat itu. Perekonomian Kota Makassar itu sendiri digerakkan oleh beberapa sektor perekonomian. Sektor tersebut terbagi menjadi beberapa, yaitu: pemerintahan, perdagangan, industri, pertanian, pariwisata, transportasi serta usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Salah satu sektor yang dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah khususnya di kota Makassar yaitu sektor UMKM.

Salah satu pusat UMKM bidang kuliner di Kota Makassar terletak di Pasar Segar yang beralamat di Jalan Pengayoman, Kelurahan Pandang, Kecamatan Panakkukang, Makassar. Berlokasi strategis terletak di Kecamatan Panakkukang yang menjadi kawasan pusat bisnis dan pusat ekonomi kreatif Kota Makassar. Salah satu lapak yang ada di Pasar Segar yang ramai oleh pengunjung adalah Ceker Sayap Makassar, menyediakan aneka makanan pedas yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat, berbahan dasar ceker (kaki) ayam, sayap ayam, dan leher ayam dengan berbagai jenis penyajian seperti goreng krispi yang dilengkapi dengan sambal maupun ceker kuah *passe* (pedas). Ada pula menu lain bagi pelanggan yang tidak suka memakan ceker maupun sayap ayam yaitu menu berbahan dasar tahu dan bakso yang digoreng krispi dengan sambal sebagai pendampingnya.

Dengan banyaknya UMKM di bidang kuliner para pelaku UMKM perlu mempersiapkan dirinya dalam menghadapi persaingan yang semakin hari semakin ketat, mereka perlu mempersiapkan modal kewirausahaan guna mempertahankan usahanya, menurut Suryana (2011) adapun modal kewirausahaan yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha ada 2 yaitu modal berwujud dan modal tidak berwujud, modal berwujud berupa modal materi/finansial yang digunakan sebagai modal usaha yang berasal dari modal sendiri maupun modal pinjaman. Selain modal berwujud ada pula modal tidak berwujud yang juga tidak kalah pentingnya terbagi atas 3 yaitu: modal intelektual, modal sosial, dan modal mental.

Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif seperti sekarang ini setiap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) perlu menyusun dan menerapkan strategi bersaing yang tepat. Jika tidak, maka tidak menutup kemungkinan suatu UMKM sulit untuk dapat bertahan hidup, apalagi mampu mengungguli para pesaingnya. Rivalitas dikalangan pesaing yang ada berupa persaingan untuk memperoleh posisi yang menguntungkan dengan menerapkan strategi bersaing seperti potongan harga, promosi, iklan, dll. Persaingan timbul karena satu atau lebih pesaing merasakan adanya ancaman ataupun melihat peluang untuk memperbaiki posisi bersaingnya. Strategi bersaing akan berjalan dengan baik apabila perusahaan mampu menjalankan keunggulan bersaing yang merupakan suatu nilai lebih dibandingkan pesaing.

Dalam pengembangan usaha, perusahaan harus siap mengalami kendala-kendala ataupun rintangan dalam dunia usaha khususnya dalam persaingan pasar. Agar perusahaan mampu bertahan dalam persaingan dibutuhkan analisis strategi yang tepat dalam pengembangan usaha agar dapat bertahan lama dan dapat bersaing dengan pesaing yang ada, dengan cara memikirkan faktor-faktor yang menjadi potensi atau menjadi hambatan dalam pengembangan usahanya atau dengan melakukan analisis strategi perusahaan dengan analisis yang tepat yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi, *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT akan efektif apabila para penentu strategi perusahaan memiliki keahlian untuk mengoptimalkan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus meminimalisasi kelemahan

dan menekan dampak dari ancaman yang ada. Jika para penentu strategi perusahaan sanggup melaksanakan kedua hal tersebut, maka menentukan dan memilih strategi yang efektif akan menciptakan hasil (Siagian, 2011). Dari latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai : "Ekonomi Kreatif Usaha Kuliner "Ceker Sayap Makassar": Kajian Modal Kewirausahaan dan Strategi Bersaing"

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" yang berlokasi di Pasar Segar Panakkukang yang terletak di Jalan Pengayoman, Kompleks Pasar Segar, Kelurahan Pandang, Kecamatan Panakkukang, Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai bulan April 2020. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subyek) itu sendiri. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek dalam hal ini adalah informan pada penelitian ini yaitu pemilik usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar". Dalam penelitian ini digunakan analisis SWOT data dengan matriks SWOT sebagai alat untuk mencocokkan tiap faktor-faktor strategis dalam perusahaan sehingga dapat ditarik strategi yang tepat dalam pengembangan usaha kedepannya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Modal Kewirausahaan**

Seorang wirausaha membutuhkan modal untuk mendirikan usaha dan juga untuk membantu menjalankan usahanya baik itu modal berwujud atau modal finansial seperti uang dan barang maupun modal tak berwujud seperti modal intelektual, modal sosial, dan modal mental. Adapun poin dan penjelasan dari hasil penelitian untuk modal kewirausahaan, yaitu:

#### **1. Modal Intelektual**

Modal intelektual telah diidentifikasi sebagai seperangkat tak berwujud (pengetahuan, sumber daya, kemampuan, keterampilan, dan kompetensi) untuk menciptakan nilai tambah pada perusahaan. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa modal intelektual yang dimiliki oleh pemilik usaha antara lain pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh melalui pendidikan formal dan informal dengan mengamati usaha usaha yang ada di sekitarnya, kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pemilik usaha pada bidang masak sejalan dengan bidang usaha yang dijalani. Pemilik usaha juga mampu melakukan inovasi terhadap menu-menu yang terdapat pada usahanya.

Selain itu pemilik usaha juga mengembangkan kualitas sumber daya manusia pada usahanya dalam hal ini adalah karyawan usaha tersebut dengan memberikan pelatihan dan masa percobaan untuk meningkatkan keterampilan yang dimilikinya, karyawan juga diberikan kesempatan untuk memberikan aspirasi, kritikan, saran, dan ide pada saat usaha tersebut melakukan evaluasi kerja per 1 bulan sekali, evaluasi berguna dalam pengembangan dan memberikan nilai tambah bagi usaha tersebut. Mayo (2000)

berpendapat bahwa modal manusia merupakan nilai tambah bagi perusahaan dalam perusahaan setiap hari, melalui motivasi, komitmen, ide, kompetensi, serta efektivitas kerja tim, nilai tambah yang dapat dikontribusikan oleh pekerja berupa pengembangan kompetensi yang dimiliki oleh perusahaan, pemindahan pengetahuan, dari pekerja ke perusahaan.

## 2. Modal Sosial

Salah satu faktor penting yang dapat mendorong keunggulan usaha adalah modal sosial yaitu kemampuan masyarakat untuk melakukan asosiasi (berhubungan) satu sama lain dan selanjutnya menjadi kekuatan yang sangat penting yang terdiri dari kepercayaan, aturan, dan jaringan. Berdasarkan hasil penelitian mengindikasikan bahwa pemilik usaha mengumutakan kepercayaan dalam usahanya baik dengan pihak internal maupun pihak eksternal pada usaha tersebut, karena menurutnya kepercayaan adalah hal penting dalam membangun sebuah usaha, selain untuk mendapatkan citra yang baik dimata pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha tersebut juga sebagai kekuatan internal usaha "Ceker Sayap Makassar". Aturan yang diterapkan pada usaha tersebut berfungsi sebagai pedoman yang mengatur perilaku dan kedisiplinan bagi pihak internal usaha. Aturan yang ada juga dilengkapi sanksi, maka dengan norma yang kuat memungkinkan setiap anggota saling mengawasi sehingga tidak ada celah bagi individu untuk berbuat menyimpang yang dapat merugikan usaha tersebut. Selain itu pemilik usaha juga membangun hubungan atau relasi bisnis yang baik dengan pihak internal dan eksternal seperti pelanggan dan pemasok. Bentuk-bentuk relasi bisnis tersebut jika dikembangkan secara lebih jauh, bisa bermanfaat bagi perkembangan usaha. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Palmatier (2008) berkaitan dengan relasi bisnis menunjukkan bahwa membangun hubungan yang kuat dalam bisnis lebih efektif dalam meningkatkan kinerja perusahaan dibandingkan dengan hubungan bisnis dengan pasar konsumen langsung.

## 3. Modal Mental

Modal mental merupakan modal penting yang harus disiapkan sebelum mendirikan sebuah usaha. Mental wirausaha adalah kesiapan menghadapi tantangan, berani mengambil resiko, berani bertanggung jawab atas segala tindakan yang dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian mengindikasikan bahwa pemilik usaha "Ceker Sayap Makassar" memiliki modal mental seorang wirausaha yang kuat untuk memulai usahanya, pemilik memikirkan segala resiko yang akan terjadi pada usahanya dan juga memikirkan solusi untuk menanggulangi resiko tersebut, pemilik juga berpegang teguh atas apa yang ia yakini, optimis dengan pilihan yang telah ia pilih. Menurut Astamoen (2005) dalam Septiana, DKK (2017) menyebutkan bahwa hal yang akan selalu dihadapi oleh *entrepreneur* adalah resiko berupa kegagalan-kegagalan, hendaknya rasa takut tersebut dapat dikelola dengan sebaik-baiknya dan penuh keberanian agar bisa menghasilkan keuntungan dan hal-hal positif. Dengan modal mental kewirausahaan yang dimiliki dapat menjadikan usaha berjalan dengan lancar serta mudah dalam meningkatkan usaha yang dimiliki tersebut.

#### **4. Modal Materi**

Modal material atau finansial adalah modal yang berbentuk materi seperti uang dan barang, modal ini juga sering disebut dengan modal usaha. Modal ini digunakan untuk membeli peralatan produksi yang bertujuan untuk memproduksi barang dan jasa. Dalam hal modal materi berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha yang digunakan pada saat memulai usaha sebesar Rp10.000.000 untuk membeli alat dan bahan untuk membuka usaha. Hingga saat ini modal operasional yang harus dikeluarkan oleh usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" adalah sebesar Rp80.000.000 setiap bulannya. Apabila modal dan tenaga kerja meningkat maka produktivitas dan pendapatan juga akan meningkat. Sejalan dengan pendapat Khoirun (2012) menyatakan bahwa dengan modal yang tinggi pengusaha mampu memproduksi hasil usahanya lebih banyak, sehingga akan meningkatkan pendapatan.

#### **Strategi Bersaing**

Strategi bersaing adalah upaya yang dilakukan suatu perusahaan untuk bisa memposisikan bisnisnya agar lebih kompetitif dari para pesaingnya. Setelah menerapkan strategi bersaing yang tepat maka akan menghasilkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*), keunggulan bersaing adalah keadaan dimana ketika suatu perusahaan dapat melakukan sesuatu dengan jauh lebih baik dari dapat dilakukan oleh para pesaingnya. Selanjutnya Porter (2012:3) mengatakan bahwa keunggulan bersaing dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu menciptakan keunggulan biaya rendah (*cost leadership*), dan melakukan diferensiasi produk (*differentiation*).

##### **1. Keunggulan Biaya (*Cost Leadership*)**

Strategi keunggulan biaya adalah strategi yang dilakukan perusahaan dengan cara menawarkan serangkaian produk atau jasa pada harga yang rendah dibandingkan dengan pesaing yang menawarkan produk serupa. Pada strategi ini usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" menawarkan produk dengan harga terjangkau kepada para konsumennya. Hal ini dikarenakan usaha tersebut mendapatkan bahan baku dengan harga murah yang ia dapatkan dari para pemasok bahan baku, dengan modal sosial yang dimiliki oleh pemilik usaha ia dapat bekerja sama dengan 3 pemasok bahan baku utama salah satunya adalah PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk cabang Makassar, setelah melakukan kerja sama sang pemilik juga menjalin hubungan bisnis yang baik dengan para pemasok dan rekan bisnis lainnya yang menghasilkan keuntungan bagi semua pihak. Selain itu dengan modal intelektual dalam hal ini pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik usaha ia memikirkan strategi-strategi apa yang tepat dilakukan baik dalam pengembangan usahanya maupun strategi dalam menghadapi persaingan pasar seperti strategi pemasaran dan strategi promosi. Beberapa promosi penjualan dilakukan seperti potongan harga, pemberian voucher makan, promo beli 1 gratis 1 dan juga promo-promo lainnya. Promosi ini bertujuan untuk menciptakan keunggulan biaya dan nantinya akan menghasilkan keunggulan bersaing pada usaha tersebut.

##### **2. Diferensiasi (*Differentiation*)**

Diferensiasi adalah suatu strategi perusahaan yang berusaha memproduksi barang yang unik guna untuk menghadapi pesaing dalam industrinya. Dalam strategi ini, perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan produk dengan karakteristik tertentu yang khas yang pada akhirnya mengakibatkan produk tersebut dianggap unik oleh konsumen. Usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" melakukan inovasi pada produk yang ditawarkan dengan memilih ceker ayam sebagai bahan utama produknya yang pada saat itu belum ada di Makassar olahan dengan ceker ayam sebagai bahan utamanya, mereka memilih usaha yang memiliki ciri khas dan keunikan sendiri yang bisa dinilai oleh konsumen dan berbeda dari para pesaing. Dalam penelitian Song dan Parry (2007) menemukan bahwa masuknya produk baru ke dalam pasar akan menggeser pilihan pelanggan dari produk lama ke produk baru. Selain itu diferensiasi yang diterapkan juga dapat menciptakan keunggulan kompetitif.

Setelah mengidentifikasi modal kewirausahaan dan penerapan strategi bersaing, kemudian dilakukan analisis SWOT untuk mengetahui strategi apa yang paling tepat digunakan oleh perusahaan dengan melihat dari berbagai aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaan itu sendiri. Sejalan dengan pendapat Diosdad (2003) menyatakan bahwa keunggulan bersaing dapat dilihat dari posisi perusahaan dalam persaingan yang dianalisis dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan tersebut bila dibandingkan dengan para pesaingnya. Dalam melakukan analisis SWOT diperlukan terlebih dahulu untuk mengidentifikasi keempat elemen SWOT tersebut berdasarkan hasil pengumpulan data yang didapatkan di lokasi penelitian melalui dokumen-dokumen, hasil observasi, dan wawancara dengan pemilik perusahaan dan juga konsumen. Maka peneliti dapat mengidentifikasi faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang dimiliki usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar". Kondisi lingkungan internal "**Kekuatan**" usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" diantaranya usaha kuliner ceker pertama di Kota Makassar, lokasi usaha yang strategis, bahan baku yang melimpah, varian menu yang beragam dengan harga yang terjangkau, cita rasa yang berkualitas, pelayanan yang ramah, brandnya sudah terkenal, banyak promo-promo menarik. Serta kondisi lingkungan internal "**Kelemahan**" usaha yaitu kedai usaha tidak terlalu luas dan sistem penyajian dengan meneriakkan nama pelanggan hal ini kurang disukai oleh beberapa pelanggan. Adapun kondisi eksternal "**Peluang**" yaitu kebutuhan masyarakat akan konsumsi makanan, kemajuan teknologi dan usaha untuk selalu mengikuti setiap festival kuliner yang ada. Serta kondisi eksternal "**Ancaman**" yaitu kurangnya masyarakat yang mengkonsumsi ceker, banyaknya pesaing di bidang kuliner, terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia yang mengharuskan masyarakat untuk menjaga jarak dan mengurangi aktivitas di luar rumah sehingga mengakibatkan kurangnya masyarakat yang membeli produk pada usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar"

Tabel di bawah ini menjelaskan tentang keterkaitan antara modal kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik usaha dan strategi bersaing yang diterapkan pada usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" yang menghasilkan kekuatan dan kelemahan pada usaha tersebut dengan menggunakan analisis SWOT

Tabel 1. Analisis SWOT Modal Kewirausahaan dan Strategi Bersaing pada usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar"

Modal Kewirausahaan	Strategi Bersaing	Analisis SWOT	
<p>Modal Intelektual</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan teknologi dalam kegiatan usaha</li> <li>2. Menciptakan dan melakukan inovasi produk</li> <li>3. Meningkatkan Kompetensi sumber daya manusia</li> <li>4. Mengutamakan cita rasa yang berkualitas</li> </ol>	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Varian menu yang beragam</li> <li>2. Usaha kuliner ceker pertama di kota Makassar</li> <li>3. Cita rasa yang berkualitas</li> <li>4. Pelayan yang ramah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem penyajian yang perlu diperbaiki</li> </ol>
		<b>Peluang (O)</b>	<b>Ancaman (T)</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengikuti perkembangan teknologi dan sosial media</li> <li>2. Kebutuhan masyarakat akan konsumsi makanan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya masyarakat yang mengkonsumsi ceker</li> <li>2. Banyaknya pesaing di bidang kuliner</li> </ol>
<p>Modal Sosial</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bekerja sama dengan pemasok</li> <li>2. Menjalin hubungan bisnis yang baik dengan pemasok dan rekan bisnis</li> <li>3. Membangun kepercayaan dengan pelanggan</li> </ol>	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan baku yang berlimpah</li> <li>2. Brand usaha yang semakin terkenal</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketergantungan dengan pemasok meningkat</li> </ol>
		<b>Peluang (O)</b>	<b>Ancaman (T)</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendapatkan harga bahan baku yang murah</li> <li>2. Semakin banyak masyarakat yang mengenal usaha ini</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bila suatu waktu pemasok berhenti memberikan supply bahan baku</li> </ol>

Modal Mental	1. Memikirkan segala resiko yang akan dihadapi 2. Memikirkan cara untuk melewati setiap masalah	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
		1. Siap menghadapi resiko yang akan datang 2. Mampu melewati setiap masalah	1. Memikirkan segala resiko yang belum tentu terjadi sehingga menekan diri sendiri
		<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
	1. Belajar dari setiap masalah yang ada	1. Masalah yang tidak dapat diprediksi	

Berdasarkan analisis SWOT yang telah diolah dan dipaparkan sebelumnya, hasil olah data menunjukkan bahwa Usaha kuliner "Ceker Saya Makassar" berada pada kuadran I dengan mendukung strategi agresif S+O pada matriks SWOT, karena Menurut Rangkuti (2006) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

**Strategi S+O (Strenght+Opportunity)** adalah strategi dalam memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya. Strategi S+O yang dapat ditempuh oleh usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" Adapun strategi alternatif dari *Strength Opportunity* sebagai berikut: 1) Mempertahankan kualitas produk agar dapat menguasai target dan pangsa pasar, 2) Meningkatkan kualitas pelayanan agar selalu menciptakan kesan yang baik dimata konsumen, 3) Meningkatkan strategi pemasaran melalui sosial media dengan mengikuti kemajuan teknologi, 4) Selalu mengikuti berbagai event kuliner yang ada agar tidak kalah dengan pesaing yang mengeluarkan produk yang sejenis

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" mengenai Modal Kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik usaha dan juga dalam menentukan strategi pengembangan usaha dengan penerapan Strategi Bersaing dan analisis SWOT maka didapatkan kesimpulan bahwa modal kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik usaha meliputi 4 modal kewirausahaan yaitu *Intellectual Capital* (modal intelektual) yaitu pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki. *Social Capital* (modal sosial) yaitu kepercayaan, aturan, dan jaringan. *Mental Capital* (modal mental) yaitu kesiapan menghadapi tantangan dan resiko, berorientasi pada masa depan, ulet dan gigih. *Financial Capital* (modal finansial/materi) yaitu modal awal usaha dan juga modal untuk melakukan kegiatan operasional usaha sehari-hari.

Usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" menerapkan 2 jenis strategi bersaing yaitu Strategi Keunggulan Biaya (*Cost Leadership*) dimana usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" menawarkan produk dengan harga terjangkau, mendapatkan bahan baku

dengan harga murah, dan juga sering melakukan promosi potongan harga. Dan juga Strategi Diferensiasi (*Differentiation*) yaitu usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" melakukan inovasi pada produk yang ditawarkan dengan memilih ceker ayam sebagai bahan utama produknya agar memiliki keunikan dan berbeda dengan pesaing. Setelah penerapan strategi bersaing serta menggunakan analisis SWOT yang dilakukan, strategi yang tepat untuk dikembangkan pada usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar" adalah strategi *Strength Opportunity* (SO) karena strategi ini dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada pada usaha kuliner "Ceker Sayap Makassar"

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS) diakses dari <http://www.bps.go.id//> diakses pada 27 Desember 2019
- Diosdad, Arlnold. 2003. *Pengaruh Budaya Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol. II No. 3
- Hasan, Muhammad. 2018. *Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi*. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan. 1(1): 81-86.
- Mayo, A. (2000). *The Role of Employee Development In The Growth Of Intellectual Capital*.
- Porter, Michael, (2012). *"Keunggulan Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing"*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Song, X. Michael dan Mark E Parry. 2007. *A Cross National Comperative Study of New Product Development Process: Japan and The United States*. Journal of Marketing Vol.61
- Septiana Ayu, Kantun Sri, Sedyati Retna Ngesti. 2017. *Perilaku Kewirausahaan Pengusaha Mebel di Desa Suco Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember*. Universitas Jember
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Edisi 3. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.