



Strategi dan Analisis Pemasaran Usaha Home Industri Cuanki Asep Pride Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan

Muhammad Sugiharto ^{1*}, Deayu Handayani ²

¹⁻² Universitas Teknologi Digital Bandung, Indonesia

Email : sugiharto@digitechuniversity.ac.id , de10121071digitechuniversity.ac.id

Jl. Cibogo No.Indah 3, Mekarjaya, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat

Korespondensi Penulis : sugiharto@digitechuniversity.ac.id

Abstract Cuanki is a Bandung specialty dish originally derived from the Tim Sam (dim sum) trademark with a sauce known as Bakso Tahu Kuah Choan Kie—where “Choan Kie” in Hokkien means “luck.” One business actor engaged in this sector is Cuanki Asep Pride, located in Jagabaya Village, Cimaung District, Bandung Regency. This business is a home industry that experienced fluctuating sales from 2009 to 2024, with the most significant decline occurring in 2020 due to the impact of the COVID-19 pandemic. This sales instability demonstrates the importance of an appropriate marketing strategy to create value and build long-term relationships with customers. This study aims to identify internal and external factors that influence Cuanki Asep Pride's business, as well as formulate a marketing strategy based on a SWOT analysis. The method used is a qualitative descriptive approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results of the SWOT analysis indicate that the business is in quadrant I of the SWOT matrix, which means the company has significant strengths and opportunities that can be maximized. The recommended strategy is a growth-oriented strategy, which includes: improving product quality, more targeted promotions, providing promotional tools such as social media, strengthening competitiveness through product uniqueness, digitizing business processes, utilizing digital platforms for sales, and controlling prices to increase consumer purchasing power. This strategy is expected to help expand market reach and increase sales volume sustainably.

Keywords: Business Analysis, Marketing Strategy, MSME Digitalization, Product Development, SWOT Analysis

Abstrak. Cuanki merupakan makanan khas Bandung yang awalnya berasal dari merek dagang Tim Sam (dimsum) dengan kuah yang dikenal sebagai Bakso Tahu Kuah Choan Kie—di mana “Choan Kie” dalam bahasa Hokkien berarti “keberuntungan.” Salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang ini adalah Cuanki Asep Pride yang berlokasi di Desa Jagabaya, Kecamatan Cimaung, Kabupaten Bandung. Bisnis ini merupakan industri rumahan yang mengalami fluktuasi penjualan dari tahun 2009 hingga 2024, dengan penurunan paling signifikan terjadi pada tahun 2020 akibat dampak pandemi COVID-19. Ketidakstabilan penjualan tersebut menunjukkan pentingnya strategi pemasaran yang tepat untuk menciptakan nilai dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis Cuanki Asep Pride, serta merumuskan strategi pemasaran berbasis analisis SWOT. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa bisnis berada pada kuadran I dalam matriks SWOT, yang berarti perusahaan memiliki kekuatan dan peluang besar yang bisa dimaksimalkan. Strategi yang direkomendasikan adalah strategi pertumbuhan (growth oriented strategy) yang mencakup: peningkatan kualitas produk, promosi yang lebih terarah, penyediaan sarana promosi seperti media sosial, penguatan daya saing melalui keunikan produk, digitalisasi proses bisnis, pemanfaatan platform digital untuk penjualan, serta pengendalian harga guna meningkatkan daya beli konsumen. Strategi ini diharapkan dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Analisis Bisnis, Digitalisasi UMKM, Pengembangan Produk, Strategi Pemasaran, SWOT

1. LATAR BELAKANG

Industri makanan di Indonesia terus berkembang pesat seiring perubahan gaya hidup masyarakat. Cuanki, makanan khas Bandung berbahan dasar tahu dan somay dengan kuah gurih, tetap diminati karena praktis, terjangkau, dan bercita rasa khas. Meski memiliki potensi

usaha besar, industri rumahan seperti Cuanki Asep menghadapi tantangan seperti persaingan ketat, perubahan preferensi konsumen, serta kurangnya strategi pemasaran modern.

Cuanki Asep Pride yang berlokasi di Desa Jagabaya telah berdiri sejak 2009 dan mengalami fluktuasi penjualan, terutama saat pandemi COVID-19. Kelemahan utama terletak pada terbatasnya distribusi dan belum maksimalnya pemanfaatan digital marketing. Padahal, kualitas produk dinilai unggul dengan rasa khas, porsi cukup, dan penyajian yang menarik. Untuk bisa bertahan dan berkembang, diperlukan strategi pemasaran berbasis digital, pengemasan menarik, dan perluasan pasar.

Penelitian ini penting untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat agar penjualan lebih stabil dan bisnis lebih kompetitif. Dengan memanfaatkan teknologi, e-commerce, serta memperkuat branding, diharapkan Cuanki Asep mampu menjangkau pasar lebih luas dan menjadi contoh bagi pelaku usaha kecil lainnya dalam mengelola bisnis secara efektif dan efisien.

2. KAJIAN TEORITIS

Strategi pemasaran merupakan bagian penting dalam manajemen bisnis, khususnya bagi usaha kecil seperti home industri. Strategi berasal dari kata *strategos* dalam bahasa Yunani yang berarti seni memimpin. Dalam konteks bisnis, strategi adalah seni dalam merancang arah dan kebijakan jangka panjang guna mencapai tujuan organisasi secara efektif. Menurut Husein Umar (dalam Wibowo Cahyoseputro & Hilman Al Hafizh, 2024), perencanaan strategis adalah proses yang dilakukan oleh pimpinan puncak untuk menetapkan tujuan jangka panjang dan menentukan cara mencapainya, dengan mempertimbangkan faktor internal maupun eksternal organisasi.

Dalam usaha makanan seperti Cuanki Asep Pride, strategi pemasaran tidak hanya mencakup promosi produk, tetapi juga bagaimana menciptakan nilai bagi konsumen. Hal ini meliputi pemahaman perilaku konsumen, keunggulan produk, dan pemanfaatan teknologi digital. Analisis lingkungan internal dan eksternal, seperti yang terdapat dalam analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), menjadi landasan penting dalam menyusun strategi yang tepat. Melalui pendekatan ini, pelaku usaha dapat memetakan kondisi usaha dan menentukan langkah strategis untuk meningkatkan volume penjualan.

Lebih lanjut, teori pemasaran yang berorientasi pada konsumen menekankan pentingnya kepuasan pelanggan sebagai kunci keberlanjutan bisnis. Penerapan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P—produk, harga, tempat, dan promosi—perlu disesuaikan dengan kebutuhan pasar lokal dan perkembangan digital. Dengan memanfaatkan platform

media sosial dan e-commerce, usaha kecil seperti Cuanki Asep Pride dapat memperluas jangkauan pasar, memperkuat merek, dan menghadapi persaingan dengan lebih kompetitif. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang terarah dan berbasis data menjadi kunci utama dalam mendorong pertumbuhan penjualan usaha home industri di era saat ini.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** dengan metode **studi kasus pribadi** (*self-case study*), di mana peneliti sekaligus merupakan pemilik dan pelaku langsung dari objek penelitian, yaitu Home Industry Cuanki. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman langsung dalam mengelola, mengembangkan, dan mengevaluasi strategi peningkatan bisnis *kuliner* Cuanki Asep Pride di dalam bisnisnya sendiri.

Desain Penelitian

Desain penelitian ini bersifat **autoetnografis**, yaitu pendekatan kualitatif yang menggunakan pengalaman pribadi peneliti sebagai sumber utama data. Peneliti menggabungkan pengalaman subyektif sebagai pemilik bisnis dengan dokumentasi objektif, seperti catatan operasional, data penjualan, interaksi pelanggan di media sosial, serta testimoni dari konsumen.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

- **Observasi Partisipatif:** Peneliti mengamati langsung proses strategi bisnis dan pengambilan keputusan dalam bisnis secara real-time.
- **Dokumentasi Internal:** Termasuk catatan penjualan, catatan pengembangan produk, percakapan dengan pelanggan, data dari Media Sosial seperti WhatsApp, Instagram, TikTok Shop, dan Offline.
- **Refleksi Pribadi:** Catatan harian dan narasi pengalaman selama menjalankan bisnis Cuanki Asep Pride digunakan sebagai data reflektif yang mencerminkan proses berpikir dan strategi yang diterapkan.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan metode **analisis tematik**, dengan mengidentifikasi tema-tema kunci seperti bentuk strategi bisnis, analisis bisnis, dampak terhadap pelanggan, respons pasar, serta tantangan dan solusi yang muncul selama proses bisnis berlangsung. Validasi

dilakukan melalui triangulasi data antar sumber internal dan eksternal (respon pelanggan, tren pasar, kompetitor).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai pemilik dari Cuanki Asep Pride, peneliti terlibat langsung dalam setiap aspek operasional bisnis, termasuk pengembangan produk, pemilihan bahan baku, strategi pemasaran, serta interaksi dengan pelanggan. Keterlibatan langsung ini memungkinkan pengamatan yang mendalam terhadap efektivitas strategi dalam peningkatan dari bisnis makanan tersebut untuk produk-produk yang diterapkan.

Menjalankan bisnis selama 16 tahun ini, peneliti mencatat bahwa peminat terhadap cuanki adalah semua kalangan, tentunya di lihat dari tren-tren yang ada medis sosial, yaitu seperti TikTok dan Instagram memberikan respons pasar yang sangat positif. Rasa-rasa autentik dengan desain kemasan simple dan kuah yang gurih menjadi salah satu hal terpenting untuk branding bisnis makanan ini.



Gambar 1. Variasi Cuanki

Sebagai pelaku usaha yang mengelola langsung Home Industri Cuanki Asep Pride, baik melalui media sosial maupun penjualan offline, penulis menyadari bahwa keberadaan media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan volume penjualan produk. Dalam dunia bisnis yang semakin terdigitalisasi, penjadwalan konten promosi secara konsisten terbukti mampu meningkatkan engagement dan konversi penjualan secara signifikan.

Meskipun penjualan offline seperti melalui pedagang keliling dan event lokal masih memiliki kontribusi besar terhadap pemasukan, namun perkembangan teknologi digital menjadi peluang besar yang tidak bisa diabaikan. Pemanfaatan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan e-commerce membuka potensi pasar yang lebih luas dan berkelanjutan. Strategi ini dinilai mampu meningkatkan pendapatan secara lebih optimal, tidak hanya mengandalkan transaksi langsung secara tatap muka.

Dari sudut pandang penulis sebagai pelaku usaha, tantangan terbesar dalam menjalankan bisnis ini adalah menjaga konsistensi produksi dengan keterbatasan modal serta mempertahankan tenaga kerja yang andal. Meski begitu, pengalaman tersebut menjadi pembelajaran berharga dalam menerapkan strategi produksi bertahap dan sistem pre-order sebagai solusi efisiensi dalam pengelolaan biaya dan ketersediaan produk.

Hal ini membuktikan bahwa pengalaman langsung dalam mengelola usaha home industri dapat menjadi dasar pembelajaran nyata yang relevan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, sekaligus meningkatkan daya saing usaha Cuanki Asep Pride di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Berdasarkan hasil penelitian, Home Industri Cuanki Asep Pride telah menerapkan strategi pemasaran yang cukup efektif, seperti pemanfaatan media sosial (WhatsApp, Instagram, TikTok), promosi diskon, sistem pre-order, dan menjaga kualitas produk. Analisis SWOT menunjukkan kekuatan pada rasa khas dan harga kompetitif, namun memiliki kelemahan dalam kapasitas produksi dan branding. Peluang terbuka luas melalui pemasaran digital, namun dihadapkan pada ancaman persaingan dan fluktuasi bahan baku. Strategi yang diterapkan terbukti meningkatkan volume penjualan, terutama saat akhir pekan dan hari libur. Untuk mencapai BEP, minimal penjualan 300 porsi per bulan dengan harga Rp15.000. Saran pengembangan meliputi penguatan branding, peningkatan produksi, diversifikasi produk, optimalisasi digital marketing, peningkatan layanan pelanggan, serta evaluasi rutin strategi pemasaran agar Cuanki Asep Pride dapat berkembang dan bersaing secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Amin, A. R., & Adil, M. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan publik pada kantor distrik Hingk Kabupaten Pegunungan Arfak Provinsi Papua Barat. *Competitiveness*, 7(1), 68.
- Bahri, S. (2018). *Pengaruh kepemimpinan, lingkungan kerja, budaya organisasi dan motivasi terhadap kepuasan kerja yang berimplikasi terhadap kinerja dosen*. Surabaya: CV Jakad Publishing Surabaya.
- Budiono, & Robbah, A. (2021). Analisis kualitas pelayanan rawat inap pada Puskesmas Winongan Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Administrasi Negara*, 9(2), 201–212. <https://doi.org/10.30656/sawala.v9i2.3381>
- Dessler, G. (2015). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi ke-14, Bahasa Indonesia). Jakarta: Indeks.
- Engkus. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Governansi*, 5(2), 101. <https://doi.org/10.30997/jgs.v5i2.1956>
- Gunawan, I. (2019). Pengaruh daya tanggap dan kinerja pegawai terhadap kepuasan masyarakat Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Simplex*.
- Guntara, I. R., Yazid, T. P., & Rummyeni. (2023). Strategi komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar menuju Kota Layak Anak Tingkat Utama. *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 1–19. <https://doi.org/10.56444/psgj.v4i1.713>
- Handayani, T., & Feoh, G. (2016). Perancangan sistem informasi rekam medis berbasis web (Studi kasus di Klinik Bersalin Sriati Kota Sungai Penuh - Jambi). *JUTIK (Jurnal Teknik Informatika)*, 2(2), 227. <https://doi.org/10.36002/jutik.v2i2.148>
- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan metode kualitatif deskriptif untuk aplikasi pengolahan data pelanggan. *Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi (SEMNAS RISTEK)*. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5697>
- Hulu, D., Lahagu, A., & Telaumbanua, E. (2022). Analisis lingkungan kerja dalam meningkatkan produktivitas kerja pegawai Kantor Kecamatan Botomuzoi Kabupaten Nias. *Jurnal EMBA*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irmawati, S., M. H. S., & Nurhannis. (2017). Kualitas pelayanan kesehatan di Puskesmas Sangurara Kecamatan Tatanga Kota Palu. *E-Jurnal Katalogis*, 5(1), 188–197.
- Jacob, D. E., & Sandjaya. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas hidup masyarakat Karubaga District Sub District Tolikara Propinsi Papua. Retrieved June 24, 2022, from https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/119/kesehatan-dan-makna-sehat
- Jumiani, Erawan, E., & Zulfiani, D. (2018). Kualitas pelayanan kesehatan Puskesmas Muara Wis Kecamatan Muara Wis Kabupaten Kutai Kartanegara. *Ejournal Administrasi Negara*, 6(3), 8008–8020.
- Liberty, I. A., Pariyana, Roflin, E., & Waris, L. (2017). Determinan kepatuhan berobat pasien hipertensi pada fasilitas kesehatan tingkat I. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pelayanan Kesehatan*, 1(1), 59. <https://doi.org/10.22435/jpppk.v1i1.428>

- Muchtar, Wahyudi, Y. T., & Kusdinar. (2020). Analisis kualitas pelayanan kesehatan di unit pelaksana teknis pusat kesehatan masyarakat. *Jurnal Pembangunan dan Kebijakan Publik*, 11(1), 17–24. <https://doi.org/10.36624/jpkp.v11i1.70>
- Napitupulu, Nirwana, T., & Riduan, T. (2021). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode penelitian kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Nurkholiq, A., Saryono, O., & Setiawan, I. (2019). Analisis pengendalian kualitas (quality control) dalam meningkatkan kualitas produk. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 6(2), 393–399.
- Parengkuan, E. A. (2019). Produktivitas kerja yang dilihat dari faktor usia dan pengalaman kerja. *Jurnal Manajemen*, 2(2).
- Rengkuan, N. H., Liando, D. M., & Monintja, M. K. (2023). Efektivitas kinerja pemerintah dalam program reaksi respon realief daerah (R3D) di Kabupaten Minahasa. *Jurnal Governance*, 3(1), 1–11.
- Robyardi, E. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah Kantor Cabang Rivai Bank Rakyat Indonesia Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 102–113.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 314.
- S, E. Z., Wirawan, S. M., Sekar Tanjung, S. M., Yolanda, S. R., Zaini, S. M., Andrian, S. D., ... & Sidantha, S. M. (2021). *Ketenagakerjaan dalam data 2021*. Pusat Data dan Teknologi Informasi Ketenagakerjaan.
- Sari, D. H., Suharto, & Dacholfany, M. I. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro Lampung terhadap loyalitas mahasiswa kuliah di program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 413–432. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i2.747>
- Septiani, R. A., Widjojoko, & Wardana, D. (2022). Implementasi program literasi membaca 15 menit sebelum belajar sebagai upaya dalam meningkatkan minat membaca. *Jurnal PERSEDA*, 5(2), 130–137. <https://doi.org/10.37150/perseda.v5i2.1708>
- Siyoto, S. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2019). *Manajemen sumber daya manusia* (Cetakan ke-10). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ukkas, I. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas tenaga kerja industri kecil Kota Palopo. *Journal of Islamic Education Management*. <https://doi.org/10.24256/keelola.v2i2.440>
- Bersin, J. (2018). A new paradigm for corporate training: Learning in the flow of work. Retrieved from <https://joshbersin.com/2018/06/a-newparadigm-forcorporate-training-learning-in-theflow-of-work/>
- OECD Library. (n.d.). Retrieved from <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/15f92878-en/index.html?itemId=/content/component/15f92878-en#section-d1e5705>

Statistik, B. P. (2023). Retrieved from <https://mahulukab.bps.go.id/subject/6/tenaga-kerja.html#:~:text=Penduduk%20usia%20kerja%20adalah%20penduduk,Sementara%20tidak%20bekerja%20dan%20pengangguran.>

Wadhwa, V., & Johnson, A. (2016). Robots could eventually replace soldiers in warfare. Is that a good thing? Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/news/innovations/wp/2016/10/05/robots-could-eventually-replace-soldiers-in-warfare-is-that-a-good-thing/>