

Strategi Pengembangan Usaha pada Salsa Bakery dengan Pendekatan Analisis SWOT

Business Development Strategy in Salsa Bakery with SWOT Analysis Approach

Jordy Maulana Agusani¹⁾, Hendra Sastrawinata²⁾, Dewi Fadila³⁾

1) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

2) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

3) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

*Corresponding Email : maulanajordy9@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari tulisan ini adalah untuk menghasilkan rancangan strategi pengembangan usaha dan memperluas jangkauan pasar dari usaha Salsa Bakery. Salsa Bakery harus mengevaluasi secara menyeluruh komponen internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Studi ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di Salsa Bakery. Hasil analisis menunjukkan bahwa Salsa Bakery memiliki kekuatan dalam hal kualitas produk yang tinggi, loyalitas terhadap pelanggan dan harga produk yang terjangkau. Namun, kelemahan termasuk belum memiliki toko sendiri untuk meletakkan produk, kapasitas produksi yang terbatas dan kurangnya SDM untuk mempromosikan produk. Peluang yang bisa dimanfaatkan meliputi kemampuan untuk menciptakan varian atau rasa baru yang dapat menarik lebih banyak pelanggan serta potensi ekspansi ke pasar online. Sedangkan disisi lain, ancaman yang dihadapi termasuk persaingan yang ketat di industri produk roti rumahan dan fluktuasi harga bahan baku. Berdasarkan analisis SWOT, Salsa Bakery diusulkan memanfaatkan kekuatan untuk meningkatkan produksi melalui investasi dalam teknologi dan perluasan fasilitas produksi, meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jaringan distribusi, mengeksplorasi peluang dengan mengembangkan varian atau rasa baru yang inovatif dan memperkuat kehadiran di pasar online, menghadapi ancaman dengan strategi diversifikasi produk dan membuka toko sendiri di lokasi yang strategis.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Analisis SWOT, Strategi Bisnis

Abstract

This writing aims to produce a business development strategy and expand the market reach of this Salsa Bakery business. Salsa Bakery, a company engaged in the Bakery industry must conduct a thorough evaluation of internal and external factors that affect its business performance. The study used SWOT analysis to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats at Salsa Bakery. The result of the analysis show that Salsa Bakery has strength in terms of high product quality, loyalty to customers and guaranteed cheap product prices. However, disadvantages include not having your own store to product on, limited production capacity and lack of human resources to promote products. Opportunities that can be utilized include the ability to create new variants or flavor that can attract more customer as well as the potential for expansion into the online market. While on other hand, the threats faced include fierce competition in the home Bakery product industry and fluctuations in raw material prices. Based on SWOT analysis, Salsa Bakery is proposed to leverage the power to increase production through investment in technology and expansion of production facilities, increasing operational efficiency and expanding distribution networks, exploring opportunities by developing innovative new variants or flavors and strengthening its presence in the online market, confronting threats with product diversification strategies and opening its own stores in strategic locations.

Keywords: Business Development, SWOT Analysis, Business Strategy

PENDAHULUAN

Kondisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menunjukkan peran yang sangat besar dalam perekonomian nasional. Namun, di tengah perkembangan positif ini, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap pembiayaan, teknologi dan pasar yang lebih luas. Selain itu, UMKM juga harus beradaptasi dengan perubahan regulasi serta peningkatan persaingan baik dari dalam negeri maupun internasional.

Saat ini dalam lingkungan bisnis yang bersaing atau kompetitif, Perusahaan harus mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan keunggulan serta peluang yang ada, sambil mengatasi kelemahan dan ancaman yang dapat menghambat pertumbuhan mereka. Salah satu alat yang efektif dalam menganalisis lingkungan internal dan eksternal suatu perusahaan adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis ini memungkinkan perusahaan untuk merumuskan strategi yang tepat guna mencapai tujuan bisnis jangka pendek dan panjang

Salsa *Bakery*, sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi dan penjualan roti. Salsa *Bakery* merupakan UMKM yang berada di Suka Maju Kecamatan Sako Kota Palembang. Usaha ini sudah berdiri sejak 2010 oleh bapak

Supriyanto. Memproduksi setiap hari senin sampai jum'at yang dibantu oleh 12 orang karyawan, beroperasi dari pukul 08.00 hingga 16.00 WIB. Setiap karyawan melakukan pembagiannya masing-masing sesuai dengan posisinya. Saat ini di Salsa *Bakery* produk yang diproduksi kemudian dijual baru ada 2 jenis yaitu roti tawar dan roti isi. Namun, untuk roti isi ada 5 varian rasa yaitu, roti sisir, roti blueberry, roti coklat, roti srikaya dan roti kombinasi (campuran 2 varian rasa). Produk yang dijual oleh Salsa *Bakery* mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi dan penjualan roti. Produk yang dijual oleh Salsa *Bakery* dijual dengan harga terjangkau, sekitar Rp. 10.000 – Rp. 12.000/ bungkusnya.

Berawal dari skala rumahan, UMKM ini telah berkembang dengan memanfaatkan resep keluarga yang telah teruji serta komitmen untuk menjaga kepuasan pelanggan. Dengan visi untuk menjadi salah satu produsen roti terkemuka di daerah, seiring dengan perkembangan pasar dan meningkatnya persaingan, Salsa *Bakery* dihadapkan pada berbagai tantangan seperti perubahan selera konsumen, peningkatan harga bahan baku dan kebutuhan akan strategi pemasaran yang lebih efektif. Untuk menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa

pasar di tengah persaingan yang semakin ketat.

Dengan adanya perubahan preferensi konsumen, inovasi produk, serta dinamika pasar yang terus berkembang, Salsa Bakery perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnisnya. Diperlukanlah strategi pengembangan bisnis komprehensif dan terukur. Strategi diharapkan dapat membantu Salsa Bakery untuk meningkatkan daya saingnya. Dengan pendekatan yang tepat, roti Salsa Bakery diupayakan untuk terus tumbuh dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal. Menggunakan analisis SWOT maka akan membantu strategi pengembangan bisnis dalam menilai berbagai aspek penting dari usaha Salsa Bakery dan membantu perencanaan strategis yang lebih baik.

KAJIAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Kewirausahaan entrepreneur adalah suatu ilmu yang bersangkutan dengan pengembangan kreativitas dan pemanfaatan peluang sehingga memperoleh keuntungan yang ingin dicapai (Jati dan Priyambodo, 2015). Fokus pada pentingnya ekosistem yang mendukung, termasuk kebijakan, budaya,

pasar, modal dan dukungan manusia (Isenberg, 2011).

Produksi

Produksi adalah semua kegiatan dalam menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa, dimana untuk kegiatan tersebut diperlukan faktor-faktor produksi berupa lahan, tenaga kerja dan skill atau kemampuan (Sumarti dan Soeprihanto, 2021).

Keuangan

Pengelolaan keuangan merupakan bergabungnya dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana cara seorang pengelola keuangan dengan menggunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dan membagi dana dengan tujuan menghasilkan profit atau kemakmuran bagi pemegang saham serta keberlanjutan bisnis, manajemen keuangan adalah disiplin ilmu dan seni (Fahmi, 2016).

Sumber Daya Manusia (SDM)

Individu yang bertanggung jawab untuk menggerakkan suatu organisasi, baik itu organisasi maupun perusahaan, dikenal sebagai sumber daya manusia (SDM) dan berfungsi sebagai aset yang perlu dilatih dan dikembangkan (Ahmad, 2018).

Pemasaran

Pemasaran adalah seni dan ilmu untuk memilih pasar tujuan untuk memperoleh, mempertahankan dan mengembangkan pelanggan dengan membuat, memberikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. (Kotler dan Keller, 2016). Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah alat fundamental yang digunakan oleh pemasaran untuk mendesain strategi yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis dan memenuhi kebutuhan konsumen. Ini mencakup produk, biaya, lokasi dan promosi yang secara kolektif dikenal sebagai 4P (Jobber dan Ellis, 2016).

Analisis SWOT

Menurut Galavan (2018) analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk memilih strategi yang efektif atau berguna yang sesuai dengan pasar dan keadaan publik saat itu. Peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) digunakan untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal, kemudian kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dipelajari dalam perusahaan atau internal. Pada analisis SWOT dapat di implementasikan rencana atau strategi yang telah ditentukan sesuai dengan 4 unsur yang telah disebutkan sebelumnya yaitu, kekuatan (*power*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*)

menjadi strategi SO (penggabungan dari unsur *strength* dan *opportunity*), strategi ST (penggabungan dari unsur *strategy* dan *threats*), strategi WO (penggabungan dari unsur *weakness* dan *opportunity*) dan strategi WT (penggabungan dari unsur *weakness* dan *threats*).

Tabel 1. Matriks SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan - Strength	Kelemahan - Weakness
Peluang - Opportunity	Strategi SO Menciptakan startegi dengan cara menggunakan segala kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi WO Menciptakan strategi dengan cara mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang.
Ancaman- Threats	Strategi ST Menciptakan strategi dengan kekuatan untuk menghindari segala ancaman.	Strategi WT Menciptakan strategi dengan meminimalisir kelemahan serta menghindari ancaman.

Sumber: Rangkuti (2016)

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer telah didapatkan melalui wawancara secara langsung pada pemilik usaha *Salsa Bakery*, studi literatur, observasi dan dokumentasi. Setelahnya data-data yang telah didapatkan diolah pada pengimplementasian analisis SWOT guna mengembangkan strategi pada usaha *Salsa Bakery*.

HASIL

Profil Objek Penelitian

Salsa *Bakery* adalah salah satu usaha atau UMKM yang menjual dan memasarkan produk roti. Berlokasi di Jalan Gotong Royong III, Lorong Puspita, Suka Maju, Kecamatan Sako, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan.

Usaha ini sebagai UMKM yang telah berdiri sejak 2010 dan didirikan oleh Bapak Supriyanto. Sejak berdirinya Salsa *Bakery* hingga saat ini tetap berlokasi di lokasi yang sama dan itupun hanya sekedar rumah produksinya, karena Salsa *Bakery* ini belum memiliki toko sendiri untuk melakukan pemasaran produknya sendiri di toko tersebut. Roti Salsa *Bakery* ini memiliki visi menjadi sebuah rumah produksi roti terkemuka yang dikenal dengan kualitas dan inovasi produknya, untuk misinya adalah menghasilkan roti berkualitas tinggi dengan bahan- bahan alami, memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dan berkontribusi positif terhadap komunitas sekitar melalui program- program sosial.

Aspek Produksi

Proses produksi yang terjadi di dalam Salsa *Bakery* sebagian ada yang dilakukan oleh mesin dan ada juga sebagian dilakukan oleh karyawannya. Salah satu contoh dalam proses produksi menggunakan mesin adalah pengadukan

adonan hingga merata yang dilakukan oleh mesin mixer, kemudian salah satu contoh yang dilakukan oleh karyawan Salsa *Bakery* adalah pembagian adonan secara merata ke dalam loyang yang akan dipanggang.

Salsa *Bakery* ini melakukan produksi dari hari senin hingga jum'at akan tetapi jika memiliki pesanan yang ingin ditargetkan terkadang para karyawan pada hari sabtu tetap bekerja demi memenuhi pesanan tersebut. Karyawan memproduksi mulai dari jam 08.00 hingga 16.00 WIB.

Aspek Keuangan

Dalam menjalankan usaha produksi roti Salsa *Bakery*, Salah satu aspek penting yang harus diperhatikan adalah manajemen keuangan. Manajemen yang baik akan membantu pemilik usaha untuk mengontrol arus kas, memantau keuntungan dan kerugian, serta membuat keputusan bisnis yang lebih baik.

Roti Salsa *Bakery* ini tidak melakukan pencatatan keuangan mereka secara baik dan bagus. Karena bapak Supriyanto melakukan pencatatannya sendiri dengan cara ditulis di buku akuntansi tetapi penulisannya belum sesuai dengan standar atau seadanya. Pencatatan data keuangan yang seadanya beginilah yang membuat Salsa *Bakery* sulit untuk menyesuaikan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan keuangan.

Aspek SDM

Manajemen SDM harus mencakup pendekatan holistic yang tidak hanya fokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada pengembangan soft skills dan karakter (Hadi, 2018).

Hasil wawancara dan observasi dapat diketahui bahwa Salsa Bakery memiliki 11 karyawan yang memiliki posisinya masing-masing, yaitu produksi ada 5 orang, pengemasan ada 2 orang, kurir 2 orang dan sales 2 orang. Masing-masing karyawan disesuaikan dengan kemampuan yang mereka tekuni agar mendapatkan hasil yang memuaskan.

Aspek Pemasaran

1. Produk (*Product*)

Produk yang dihasilkan oleh Salsa Bakery ini adalah roti rumahan yang bervariasi agar bisa dikonsumsi dari usia muda hingga tua ataupun oleh komunitas-komunitas yang ada. Memproduksi sendiri dengan kemampuan karyawan yang cukup memadai kemudian dikemas sendiri oleh karyawan hingga diantarkan ke lokasi penjualan pada daerah yang telah dijangkau.

2. Harga (*Price*)

Harga adalah komponen yang dapat menghasilkan pendapatan yang diinginkan oleh suatu usaha, harga dapat berubah pada

setiap usaha yang ada dipasaran. Harga yang ditetapkan oleh Bapak Supriyanto adalah sekitar Rp.10.000 sampai Rp.12.000, tetapi karena pelanggan dapat memesan dalam jumlah besar, mungkin ada penurunan harga khusus bagi melakukan pembelian secara besar. Harga modal sebenarnya untuk perbungkus roti Salsa Bakery ini adalah Rp. 7.000, walaupun dengan harga tergolong murah Salsa Bakery dapat membuktikan bahwa untuk kualitas yang baik dan bagus tidak harus mahal.

3. Distribusi (*Place*)

Melakukan proses jual beli terhadap konsumen tentunya akan dilakukan distribusi terlebih dahulu sebelumnya. Karena Salsa Bakery ini yang berdiri sejak awalnya hanya memiliki rumah produksi tanpa toko sendiri untuk memasarkan brandnya. Tetapi untuk Salsa Bakery ini melakukan distribusinya dibantu oleh toko-toko yang telah berkomunikasi dengan sales dari Salsa Bakery agar menjadi distributor untuk Salsa Bakery ini. Toko-toko yang menjadi distributor Salsa Bakery ini tidak hanya satu melainkan banyak dan telah tersebar di banyak daerah, diantaranya Palembang, Banyuasin, Prabumulih dan Muara Enim.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh Salsa Bakery ini masih tergolong kedalam promosi yang sangat sederhana yaitu dengan cara pemasaran mulut ke mulut (*word of mouth*). Pemasaran mulut ke mulut yang dimaksud disini adalah melalui 2 sales yang mendatangi langsung sebuah toko agar dapat dimasukkan produk milik Salsa Bakery ini kemudian dapat dipasarkan dengan cara roti Salsa Bakery diletakkan pada rak-rak yang ada pada toko tersebut. Hingga saat ini baru pemasaran yang begitu saja dilakukan oleh Salsa Bakery tanpa adanya cara baru.

Analisis SWOT

Demi meningkatkan strategi pengembangan usaha Salsa Bakery, dilakukanlah analisis SWOT yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. jika dimasukkan ke dalam tabel identifikasi analisis SWOT adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Identifikasi Analisis SWOT

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
a. Proses produksi yang cepat.	a. Belum memiliki toko sendiri.
b. Produksi yang selalu sesuai dengan pesanan.	b. Keterbatasan SDM dalam promosi.
c. Memberikan kualitas pelayanan tinggi.	c. Ketergantungan pasokan bahan baku.
d. Harga produk yang ditawarkan terjangkau	Keterbatasan kapasitas produksi.

<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
a. Varian rasa atau jenis yang baru.	a. Kompetitor yang lebih peka dengan Pemasaran digital.
b. Ekspansi pasar online.	b. Persaingan usaha yang ketat.
c. Kemitraan dengan restoran atau supermarket	c. Kenaikan harga bahan baku
d. Respon positif toko (distributor) terhadap pelanggan	

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Setelah didapatkan analisa SWOT barulah bisa disesuaikan dengan rencana strategi pengembangan usaha pada Salsa Bakery yang akan ditunjukkan pada tabel matriks SWOT.

Tabel 3. Matriks SWOT

	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<i>Opportunities</i>	Strategi SO - Fokus pada strategi diferensiasi dengan mempercepat produksi dan memastikan kualitas pelayanan tinggi, serta harus meningkatkan efisiensi produksi	Strategi WO - Manfaatkan ekspansi pasar online dengan fokus pada pemasaran dan penjualan melalui platform <i>e-commerce</i> untuk mencapai konsumen luas

Threats	Strategi ST - Inovasi produk, terus mengembangkan produk dengan teknologi terbaru dan melakukan evaluasi harga roti dengan bahan baku yang dipasar	Strategi WT - Pelatihan serta pengembangan SDM dalam bidang pemasaran dan melakukan negosiasi dengan pemasok bahan baku agar mendapatkan harga yang lebih kompetitif dan lebih stabil
----------------	---	--

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Tabel 3 Menunjukkan bahwa Salsa Bakery dapat berkonsentrasi pada empat strategi yang dapat berguna dalam strategi pengembangan kewirausahaan Salsa Bakery. Pada keempat strategi tersebut saling berhubungan agar pemilik Salsa Bakery dapat menerapkannya dengan mudah. Hal utama yang perlu diperhatikan oleh pemilik Salsa Bakery meningkatkan sumber daya manusia (SDM) dalam karakteristik ataupun soft skill agar dapat lebih mengoptimalkan rencana yang telah direncanakan.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan peneliti. Kita dapat mengetahui bahwa Salsa Bakery menggunakan analisis SWOT ini dapat memberikan rencana pengembangan strategi yang sangat berguna dan bermanfaat. Menggunakan strategi SO, ST,

WO dan WT dalam meningkatkan kewirausahaan Salsa Bakery adalah keputusan yang tepat karena menyesuaikan dengan fakta yang telah terjadi. Salsa Bakery harus terus mempertahankan rolitasnya terhadap pelanggan dan menjaga keefisienan dalam memproduksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, G. N. 2018. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fahmi, I. 2016. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Galavan, R. J. (2018). *Strategy: Process, Content, Context*. Routledge.
- Hadi, S. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pendekatan Integratif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Isenberg, D.J. (2011). *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship*. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, 1(781), 322-3175.
- Jati, B. M., & Priyambodo, T. K. (2015). *Kewirausahaan Technopreneurship Untuk Mahasiswa Ilmu-ilmu Eksakta*. Yogyakarta: C. V. Andi Offset.
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Principles and Practice of marketing (8th ed)*. Mc Graw: Hill Education.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. Pearson.
- Rangkuti, F. 2016. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara, Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarti, M & Soeprihanto, J. 2018. *Pengantar Bisnis Dasar-dasar EkonomiP erusahaan*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.