



PROSIDING

Seminar Nasional

IKIP PGRI Bojonegoro

“Membangun Budaya Inovasi dalam Meningkatkan Sumber Daya Manusia Berkelanjutan”

STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DENGAN ANALISIS SWOT (STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITY, TREATH) PADA NOVITA BAKERY DI DESA NGUKEN KECAMATAN PADANGAN KABUPATEN BOJONEGORO

Windarti^{1*}, Ayis Crusma Fradani², Fruri Stevani³

¹IKIP PGRI Bojonegoro. Email: windarty283@gmail.com

Abstract

This study was carried out in light of the number of companies that are comparable to Novita Bakery and the intense rivalry they face. The purpose of this study is to determine the tactics used by Novita Bakery to gain a competitive edge. The research methodology is qualitative and descriptive. Primary and secondary data sources are the sources of information that were used. Three methods are used to acquire data: documentation, observation, and interviews. Techniques for data analysis include data reduction, data visualization, and conclusion drawing. The total weight score in the IFE matrix results is 2.81, while the total weight score in the EFE matrix results is 3.36. .. Novita Bakery is in cell II according to the results of the IFE (internal factors) and EFE (external factors) matrix computations, and an intensive strategy is one that can be used to grow the company.

Keywords: Strategy, Competitive Advantage, SWOT Analysis.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan berdasarkan banyaknya usaha yang serupa dengan Novita Bakery sehingga menyebabkan persaingan yang cukup ketat. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi strategi apa yang diterapkan oleh Novita Bakery agar memiliki keunggulan bersaing. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknis analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Hasil matrik IFE menunjukkan total skor bobot dengan nilai 2,81 dan hasil matrik EFE menunjukkan total skor bobot dengan nilai 3,36. Hasil perhitungan matrik IFE (Faktor internal) dan EFE (faktor eksternal) menunjukkan bahwa Novita Bakery pada sel II dan strategi yang bisa diterapkan adalah Strategi intensif dalam mengembangkan usahanya.

Kata Kunci: Strategi, Daya saing, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Terdapat persaingan yang ketat antar dunia usaha dalam periode globalisasi kontemporer; perkembangan ini tidak dapat dihindari. Karena kurangnya pengetahuan tentang permintaan konsumen dan metode bisnis pesaing, banyak pengusaha menghadapi kebangkrutan dan akhirnya gulung tikar. Effendi dkk. (2022:52) mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Sudah sewajarnya jika pengusaha wajib mempunyai rencana yang matang dan memilih rencana yang terbaik agar bisa berkembang dan bersaing dalam persaingan. Daya Saing Tahun 2020,

menurut Sulistiyani dkk, merupakan suatu upaya yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha/ekonomi agar dapat bertahan dan menjalankan operasionalnya. Menjalankan bisnis mengharuskan Anda untuk mewaspadai elemen-elemen yang mempengaruhi daya saing, seperti penggunaan teknologi, permintaan pelanggan, dan kemampuan Anda dalam menjual kepada pelanggan. Dalam meningkatkan daya saing suatu perusahaan harus mengetahui factor internal dan factor eksternal, sehingga perusahaan harus mengetahui pentingnya factor internal dan factor eksternal. Menurut Septian Eko Haryansyah (2022: 1) analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Threat) yang terjadi dalam proyek atau sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini produk sendiri maupun pesaing.

Dengan menghadapi pesaing pengusaha harus mengetahui strategi yang baik agar bisa bersaing dengan pengusaha lain yang sejenis. Maksud dari penggunaan strategi tersebut agar suatu usaha dapat meningkatkan penjualan serta mampu mengembangkan usaha secara optimal. Dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin berkembang dan banyaknya bisnis yang bermunculan khususnya di Bakery, Novita bakery merupakan salah satu perusahaan yang mempunyai berbagai ragam varian roti. Perusahaan Novita Bakery ini resmi berproduksi sejak awal tahun 2014 yang berada Di Desa Nguken Kecamatan Padangan Kabupaten Bojonegoro. Roti yang di produksi oleh Novita Bakery ada 6 jenis varian roti yaitu roti sobek, roti nanas, roti pisang, roti coklat, roti sisir dan roti piscok.

Novita Bakery sendiri juga mengalami berbagai permasalahan, baik dari kondisi internal maupun eksternal. Peneliti menemukan kendala yang dialami oleh Novita Bakery yaitu kurangnya stok bakery pada perusahaan. Selain itu juga memiliki kekuatan dengan memiliki kualitas yang baik. Adapun peluang yang didapat yaitu memiliki harga yang bersaing. Dan selain itu juga memiliki ancaman yang didapat yaitu memiliki pesaing baru yang sejenis. Maka dari itu keunggulan daya saing harus diutamakan pada suatu perusahaan agar bisa memasarkan produknya. Berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan bahwa strategi sangat penting terhadap peningkatan daya saing suatu usaha maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap fenomena tersebut dengan judul "Strategi Peningkatan Daya Saing Melalui Analisis SWOT Pada Novita Bakery Desa Nguken Kecamatan Padangan Kabupaten Bojonegoro".

METODE

Jenis penelitian ini merupakan kualitatif deskriptif. Objek dalam penelitian ini adalah Novita Bakery yang berlokasi di Desa Nguken Kecamatan Padangan Kabupaten Bojonegoro. Jenis data yang digunakan merupakan data primer berupa hasil wawancara, selain itu juga menggunakan data sekunder yang didapatkan dari studi pustaka melalui jurnal dan buku. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data (*Data Reduction*), penyajian data (*Data Display*) dan penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada pada suatu perusahaan. Berdasarkan dari hasil wawancara, maka diperoleh factor-faktor internal yang merupakan kekuatan bagi Novita Bakery yaitu memiliki kualitas produk baik, harga bersaing, hubungan baik antara pemilik dan tenaga kerja, waktu produksi tepat waktu, pelayanan terhadap konsumen ramah. Adapun kelemahan bagi Novita Bakery yaitu tidak memiliki stok banyak, jenis varian produk sedikit, lokasi sulit terlihat oleh umum, dan belum menggunakan platform online pada media pemasaran. Faktor eksternal pada perusahaan ini bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman bagi perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dapat diidentifikasi factor-faktor eksternal menjadi peluang bagi Novita Bakery yaitu memiliki hubungan baik dengan konsumen, tingginya minat beli pelanggan terhadap produk, memiliki pelanggan tetap. Adapun ancaman bagi Novita Bakery yaitu memiliki pesaing baru sejenis, harga bahan baku naik turun, selera konsumen berubah ubah.

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk baik 2. Harga bersaing 3. Hubungan baik antara pemilik dengan tenaga kerja 4. Waktu produksi tepat waktu 5. Pelayanan terhadap konsumen ramah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memiliki stok banyak 2. Jenis varian sedikit 3. Lokasi sulit terlihat oleh umum 4. Belum menggunakan platform online untuk media pemasaran
Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki hubungan baik dengan konsumen 2. Tingginya minat beli konsumen pelanggan 3. Memiliki pelanggan tetap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki pesaing baru yang sejenis 2. Hargai bahan baku naik turun 3. Selera konsumen berubah ubah

Matriks IFE dan EFE
Tabel 1 Internal Faktor Evaluation

Faktor Strategis		Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
No	Kekuatan			
1	Kualitas produk baik	0,13	4	0,51
2	Harga bersaing	0,09	3	0,26
3	Hubungan baik antara pemilik dengan tenaga kerja	0,11	4	0,46
4	Waktu produksi tepat waktu	0,13	4	0,51
5	Pelayanan terhadap konsumen ramah	0,13	4	0,51
	Kelemahan			
1	Tidak memiliki stok banyak	0,09	2	0,17
2	Jenis varian sedikit	0,13	1	0,13
3	Lokasi sulit terlihat oleh umum	0,13	1	0,13
4	Belum menggunakan platform online untuk media pemasaran	0,09	2	0,17
	Total	1,00		2,81

Tabel 1.1 Eksternal Faktor Evaluation

Faktor Strategis		Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
No	Peluang			
1	Memiliki hubungan baik dengan konsumen	0,18	3	0,55
2	Tingginya minat beli pelanggan terhadap produk	0,15	3	0,45
3	Memiliki pelanggan tetap	0,18	4	0,74
	Ancaman			
1	Memiliki pesaing baru yang sejenis	0,18	4	0,73
2	Harga bahan baku naik turun	0,12	3	0,36
3	Selera konsumen berubah ubah	0,18	3	0,36
	Total	1,00		3,36

Analisis factor internal dengan matriks Internal Faktor Evaluation (IFE) mendapatkan total skor 2,81. Sedangkan analisis eksternal dengan matriks Eksternal Faktor Evaluation (EFE) mendapatkan total skor 3,36. Selanjutnya, total skor kedua matriks ini digunakan untuk mengetahui posisi dan strategi perusahaan pada matrik IE.

Tabel 1.3 Matrik IE

	4	Kuat	3	Rata-rata	2	lemah	1
Tinggi	3	I	●	II		III	
Sedang	2	IV		V		VI	
Rendah	1	VII		VIII		IX	

Matriks IE (Internal Eksternal) menggunakan sumbu horizontal dan sumbu vertical. Sumbu horizontal digunakan untuk menunjukkan skor matriks IFE sedangkan sumbu vertical digunakan untuk menunjukkan skor matriks EFE. Total skor IFE sebesar 2,81 dan total skor EFE sebesar 3,36 menunjukkan posisi perusahaan berada pada sel II yang berarti tumbuh dan membangun. Strategi yang sering digunakan pada kondisi ini adalah strategi intensif melalui penetrasi pasar. Strategi ini kemudian menjadikan acuan untuk perumusan alternative strategi pada matrik SWOT.

Tabel 1.4 Matrik SWOT

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk baik 2. Harga bersaing 3. Hubungan baik antara pemilik dengan tenaga kerja 4. Waktu produksi tepat waktu 5. Pelayanan terhadap konsumen ramah 	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memiliki stok banyak 2. Jenis varian sedikit 3. Lokasi sulit terlihat oleh umum 4. Belum menggunakan platform online untuk media pemasaran
<p>Peluang (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki hubungan baik dengan konsumen 2. Tingginya minat beli pelanggan 3. Memiliki pelanggan tetap 	<p>Strategi (S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang baik dapat menggugah minat pelanggan untuk melakukan pembelian. 2. Dengan memiliki harga yang kompetitif dan waktu produksi yang tepat waktu dapat meningkatkan minat beli konsumen dan pelanggan 	<p>Strategi (W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan varietas baru untuk merangsang minat konsumen dalam membeli 2. penggunaan teknologi untuk melakukan penjualan produk berbasis internet agar bisa meningkatkan minat beli konsumen

Ancaman (Threat)	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki pesaing baru yang sejenis 2. Harga bahan baku naik turun 3. Selera konsumen berubah ubah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan baik pada konsumen agar bisa meningkatkan daya saing sehingga mampu untuk bersaing dengan took lain yang sejenis 2. Untuk bisa bersaing dengan kompetitor sejenis, sebaiknya penjual selalu mematok harga yang kompetitif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan jenis produk agar mampu bersaing dengan took sejenis 2. Meningkatkan dalam penggunaan teknologi untuk menghadapi banyaknya pesaing sejenis

SIMPULAN

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan hasil analisis faktor internal dan factor eksternal melalui perhitungan matriks IFE dan matriks EFE, kondisi internal Novita Bakery berada pada rata-rata atau cukup kuat. Sedangkan untuk kondisi eksternal Novita Bakery memiliki respon yang baik terhadap peluang serta ancaman bagi Novita Bakery. kemudian dilakukanya pemetaan melalui matriks IE yang menunjukkan bahwa posisi Novita Bakery berada pada sel II yaitu tumbuh dan membangun. Sehingga strategi yang tepat untuk diterapkan oleh Novita Bakery yaitu strategi intensif melalui penetrasi pasar. Berdasarkan Matriks SWOT, dapat menghasilkan beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh Novita Bakery adalah menggunakan kualitas produk yang baik sebagai keunggulan bersaing untuk meningkatkan penjualan, Menciptakan kemampuan dalam menggunakan teknologi pada media pemasaran untuk melakukan penjualan produk berbasis internet, menciptakan jenis varian pada produk unggulan serta menciptakan kepercayaan konsumen pada Novita Bakery, tetap memberikan pelayanan yang baik serta memberikan waktu produksi yang tetap agar meningkatkan daya saing serta citra baik pada Novita Bakery, dan selalu menjaga harga yang kompetitif agar mampu bertahan menghadapi pesaing.

DAFTAR RUJUKAN

- Dani Fajrul Arisyi (2022) *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Budaya Pada Sanggar Seni Tuah Sakota Kota Padang*, 8. (1). 53-64.
- Ika Munawaroh (2021) *Analisis Strategi Bisnis Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif Di UMKM Nukida Jati Bojonegoro*, 7.(2). 117-126.
- Moh Alif Fahmi (2024) *Strategi Pengembangan Daya Saing Industri Menggunakan Analisis SWOT Pada Industri Rotan Di Kabupaten Cirebon*, 2. (8). 183-191.
- Pangaribuan A. F. (2022) *Penerapan Analisis SWOT Dalam Mengembangkan Usaha Industri Keripik*, 1.(1). 11-22.
- Septian Eko Haryansyah. (2024) *Strategi Bersaing pada Café Arion Dengan Menggunakan Analisis SWOT*, 1. (1)
- Siska Almaniar et. al (2023) *Analisa Proses Bisnis Usaha Kue Pelangi Bakery Menggunakan Value Chain Dan SWOT Analisis*, 3.(2). 165-174.
- Wahyuningsih P.L.N. (2020) *Strategi Pengembangan Industri Kecil Menengah Produk Herbal Kabupaten Bandung*, 4.(1). 279-289.