

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ROTI PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA AISYAH BAKERY DI KOTA PALU

Business Development Strategy for Aisyah Bakery Home Industry in Palu City

Irmawati¹⁾, Arifuddin Lamusa²⁾, Moh. Alfit A. Laihi²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Tadulako, Palu

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Tadulako

Email: irmawatiaklin@gmail.com, lamusa.arif@yahoo.com, muh.alfhit@gmail.com

ABSTRACT

Aisyah home industry is a business engaged in bread production, located at Jalan Simpati Number 8, South Palu District, Palu City. The main goal of this research was to identify the appropriate strategy for the development of Aisyah Bakery's home industry. It was carried out between August and September 2020. The analysis method used in this study was the SWOT analysis. Based on the SWOT matrix of IFAS and EFAS, the strategic position of Aisyah Bakery home industry falls within quadrant I, which represents the Strengths-Opportunities strategy. Consequently, several effective strategies have been identified for the bakery business development: (a) Enhancing production capacity by leveraging readily available tools and raw materials to meet market demand, with support from the government; (b) Utilizing self-generated capital to explore new market segments.

Keywords: Strategy, and Aisyah Bakery.

ABSTRAK

Industri rumah tangga aisyah bakery merupakan salah satu yang memproduksi roti, industri ini terletak di jalan Simpati Nomor8 Kecamatan Palu Selatan di Kota Palu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha roti pada industri rumah tangga aisyah bakery. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT hasil analisis menggunakan matrix SWOT IFAS dan EFAS bahwa bahwa posisi strategis industri rumah tangga aisyah bakery berada pada kuadrat I yaitu pada posisi strategi kekuatan – peluang (Strengths-Opportunities), beberapa strategi pengembangan usaha roti yang tepat untuk diaplikasikan pada industri rumah tangga Aisyah Bakery yaitu (a) memanfaatkan alat yang sudah memadai dan bahan baku yang mudah diperoleh sehingga dapat meningkatkan jumlah produksi agar dapat memenuhi pasar yang ada dengan dukungan pemerintah (b) memanfaatkan menggunakan modal sendiri untuk pangsa pasar baru. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan agustus sampai September 2020.

Kata Kunci : Strategi, Aisyah Bakery.

PENDAHULUAN

Industri merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk. Selain itu industrialisasi juga tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumberdaya manusia dan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya alam secara optimal (Siska, 2018).

Industri makanan dan minuman merupakan penopang pertumbuhan ekonomi Indonesia, sehingga peranannya masih perlu ditingkatkan dalam membantu pertumbuhan ekonomi, peran peningkatan tersebut dengan cara melihat masalah apa saja yang sedang dihadapi oleh pemilik industri makanan dan minuman yang ada di Indonesia. Seiring perkembangan bisnis yang disertai persaingan yang begitu ketat sehingga menimbulkan beberapa masalah diantaranya keterbatasan sumber daya yang digunakan menyebabkan pelaku industri kecil berusaha keras untuk bertahan dalam persaingan pasar, untuk mengatasi hal seperti ini pemilik usaha harus mampu dengan cara memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien dalam perusahaan dalam mencapai keuntungan maksimal (Firdaus, 2010).

Peranan industri makanan dan minuman ini dapat dilihat dengan banyaknya industri yang berkembang baik industri yang berskala kecil maupun berskala besar. Salah satu industri makanan yang tetap ramai dan berkembang sampai saat ini adalah industri makanan roti. Gaya hidup masyarakat yang lebih memilih makanan instan menyebabkan roti banyak digemari oleh konsumen. Roti adalah produk makanan olahan yang merupakan hasil proses pemanggangan adonan yang telah difermentasi. Bahan utama dalam pembuatan roti terdiri dari tepung, air, ragi, gula, mentega dan garam, jenis roti-roti yang di produksi diperusahaan tergantung pada rasa, antara lain rasa coklat, keju, pisang, dan coklat kacang (Adisarwanto, 2000).

Perusahaan persediaan bahan baku merupakan hal yang sangat penting untuk proses produksi, oleh karena itu perusahaan harus dapat menetapkan besarnya persediaanbahan baku yang optimal dan menekan biaya persediaan proses produksi tetap berjalan lancar. Maka maksud harus di perhatikan berbagai factor yang terkait dalam pengadaan dan penyimpanan bahan baku. Penentuan dan pengelompokan biaya-biaya yang terkait. Dengan pengaduan persediaan, perlu mendapatkan persediaan, dan perlu mendapatkan perhatian yang khusus dari pihak manajemen dalam mengambil keputusan yang tepat. (Barus, dkk,2014).

Produk roti merupakan produk yang dekat dengan kehidupan sehari-hari namun, kebanyakan industri bakery masih menjual produknya dengan sistem yang sama, yaitu dengan menjual dioutlet yang tidak memiliki tempat untuk menikmati produk bakery langsung di tempatnya. Produk yang disediakan oleh bakery dengan jenis seperti ini dimaksudkan untuk dibawa pulang dan dikonsumsi dirumah. Kemudian industri bakery semakin lama semakin berkembang dan mulai ada usaha bakery yang menyediakan tempat untuk menikmati produk bakery yang mereka produksi langsung ditempatnya. Tempat ini biasanya dibuat nyaman mungkin yang tidak hanya difungsikan sebagai tempat makan, tetapi, sebagai tempat bersantai dan mengobrol sambil menikmati produk-produk bakeri yang tersedia (Yulia, dkk, 2013).

Industri rumah tangga pada umumnya adalah unit-unit usaha yang sifatnya lebih tradisional, dalam arti menerapkan sistem organisasi dan manajemen yang baik seperti lazimnya dalam perusahaan modern, tidak ada pembagian kerja dan sistem pembukuan yang jelas (Tulus T.H Tambunan, 2002). Industri rumah tangga, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari empat orang. Ciri industri ini memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan

pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya (Ni Wayan, 20017).

Industri rumah tangga memiliki tiga alasan penting yang mendasari keberadaannya di Indonesia. Pertama, adalah karena kinerja industri rumah tangga cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, sebagian dari dinamikanya, industri rumah tangga yang sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga, karena sering diyakini bahwa industri rumah tangga memiliki keuntungan dalam hal fleksibilitas ketimbang usaha besar. Industri rumah tangga diharapkan berperan dalam memecahkan masalah-masalah pengembangan industri di Indonesia. Karena industri rumah tangga mempunyai jumlah unit usaha yang jauh lebih baik dibandingkan kelompok usaha industri sedang dan industri besar. Hal tersebut disebabkan industri rumah tangga memiliki daya tahan yang kuat dalam perekonomian, dan merupakan bagian terbesar dengan menumbuh kembangkan sekitar 99,19% dari keseluruhan usaha di sektor industri (Joesyiana, 2017).

Sulawesi Tengah merupakan daerah yang pertumbuhan industri makanan dan minumannya sedang meningkat, khususnya roti. Hal ini terlihat dari tingginya tingkat konsumsi roti oleh masyarakat serta banyaknya industri roti yang baru berdiri maupun industri roti tetap bertahan sampai saat ini.

Salah satu industri rumah tangga yang ada di Kota Palu yaitu Industri Aisyah Bakery yang terletak di Jalan Mandala No. 99 tepatnya belakang Balai Karantina Pertanian Kecamatan Palu Selatan Kota Palu. Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery merupakan industri yang kapasitas cukup banyak sebesar 23.400 kemasan setiap bulannya, Industri Aisyah Bakery setiap harinya membuat roti 1 sak atau 900 roti dalam setiap kali produksinya. Bahan baku yang di gunakan adalah tepung terigu, mentega telur dan gula

pasir adapun bahan campuran lain seperti ragi, garam, dan vrambosen.

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, maka penting dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai trategi pengembangan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery di jalan simpati no. 8 Kecamatan Palu Selatan.

Berdasarkan Latar Belakang tersebut maka rumusan masalahnya adalah Bagaimanakah strategi yang tepat dalam pengembangan Usaha Industri Rumah Aisyah Bakery di Kota Palu ?

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Industri Rumah Aisyah Bakery di Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menjelaskan tentang langkah-langkah yang akan dilakukan oleh peneliti didalam memecahkan suatu permasalahan. Prosedur yang akan digunakan meliputi jenis penelitian, metode pengumpulan dan pengolahan data. Prosedur tersebut digunakan untuk meminimalisir kesalahan yang akan dilakukan oleh peneliti sehingga tujuan yang direncanakan dapat tercapai. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif-kualitatif yaitu penelitian mengenai data yang ditentukan dan bisadikatakan dalam bentuk kata-kata dan gambar, kata-kata disusun dalam kalimat. (Lexy, 2002).

Penelitian ini dilakukan pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery di Jalan Mandala, Kelurahan Birobuli Utara, Kecamatan Palu Selatan Kota Palu. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery merupakan salah satu industri roti yang ada di Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai September 2020.

Penentuan responden dilakukan dengan sengaja (*purposive*), yang dilakukan dengan mewawancarai yaitu sebanyak 5 orang yang

akan dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden dari pihak internal yaitu 1 orang pemilik industri dan 2 orang tenaga kerja dari Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery. Responden dari pihak eksternal 2 orang konsumen.

Data yang digunakan dari penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung pada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (Questionary), dan data sekunder diperoleh dari literature atau jurnal dan buku perpustakaan serta reverensi media.

Analisis Data. Digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis SWOT digunakan untuk membuat suatu strategi dalam pengembangan usaha. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal Aisyah Bakery di Kota Palu. Pada sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan, sedangkan dari sisi eksternal akan dilihat peluang dan ancaman dari luar.

Matrix Faktor Strategi Eksterna dan Internal. Digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang dapat berpengaruh terhadap kelangsungan sebuah bisnis. Matriks IFAS digunakan untuk melakukan penilaian dan pembobotan atas faktor internal yang diperoleh berupa kekuatan dan kelemahan dalam suatu usaha. Sedangkan matriks EFAS digunakan untuk melakukan penilaian dan pembobotan atas faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman. (Ariza Qanita, 2020). Untuk mengetahui faktor strategi (EFAS/IFAS) terdapat beberapa cara penentuan faktor strategi tersebut yaitu :

1. Susunlah 5 sampai 10 peluang, ancaman, kekuatan dan ancaman dalam kolom 1.
2. Pada strategi eksternal di kolom 2 beri bobot masing-masing faktor yang disusun menggunakan skala 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Hal ini perlu dilakukan karna faktor-faktor yang telah disusun dapat memberikan dampak terhadap faktor strategi. Pada strategi internal di kolom 2 diberi bobot masing-masing menggunakan skala 4,0 (sangat penting) sampai 1 (tidak penting).
3. Dalam kolom 3, hitung rating untuk masing-masing faktor dengan menggunakan skala angka 4(outstanding) sampai 1(poor). Untuk faktor yang bersifat positif seperti kekuatan dan peluang, semakin besar kekuatan dan peluang maka diberi rating 4 tetapi semakin kecil faktor tersebut maka diberi rating 1. Sedangkan untuk faktor yang bersifat negatif seperti kelemahan dan ancaman berlaku sebaliknya. Semakin besar kelemahan dan ancaman maka diberi rating 1 tetapi jika faktor tersebut semakin kecil maka diberi rating 4. Metode obyektif iyalah pemberian bobot didasarkan atas rating, dan dirumuskan sebagai berikut :

$$Bi = \frac{Ri}{\Sigma Ri}$$

Keterangan :

Bi = Bobot faktor ke-i

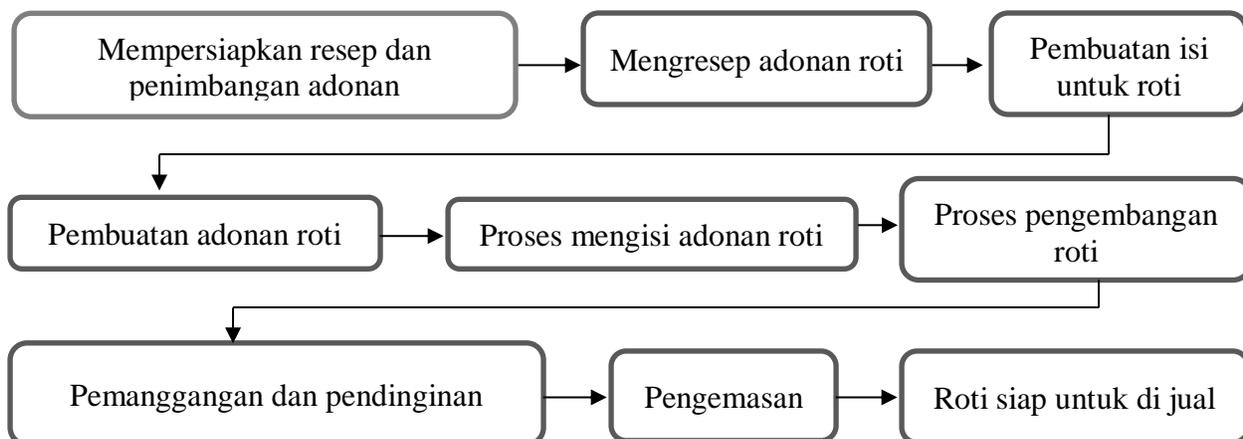
Ri = Rating ke-i

ΣRi = Total Rating ke-i

4. kalikan bobot dan rating untuk memperoleh total dari masing-masing faktor yang nilainya berfariasi mulai dari 4,0(outstanding) sampai 1(poor). Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4,0 untuk memperoleh total skor pembobotan.

Tabel 1. Diagram Matriks SWOT dan Kemungkinan Strategi yang Sesuai.

	IFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
EFAS			
Opportunities (O)		<u>Strategi SO</u> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<u>Strategi WO</u> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treaths (T)		<u>Strategi ST</u> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<u>Strategi WT</u> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman



HASIL DAN PEMBAHASAN

Matrix SWOT. Alat yang dipakai untuk faktor-faktor strategis perusahaan. Matrik ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi diselesaikan dengan kekuatan dan kelemahan. Strategi SO atau strategi kekuatan-peluang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi WO atau strategi kelemahan peluang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ST atau strategi kekuatan-ancaman menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi

WT atau strategi kelemahan ancaman merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal (David, 2004).

Proses Produksi. Proses produksi yaitu suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada (Damar, 2013).

Analisis SWOT. Matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) adalah sebuah alat pencocokan yang penting dalam membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi yaitu Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi

WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman) dan Strategi WT (kelemahan-ancaman). Analisis SWOT merupakan identifikasi yang bersifat sistematis dari faktor-faktor kekuatan, kelemahan dalam perusahaan serta peluang, ancaman lingkungan luar dan strategi yang menyajikan persilangan yang baik diantara keempatnya. Analisis ini didasarkan atas asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2016).

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.

Menurut (Hunger dan Wheelen, 2001), dalam merumuskan suatu strategi pengembangan, maka perusahaan harus memperhatikan lingkungan yang mempengaruhinya agar sukses dalam jangka waktu lama. Lingkungan ini dibedakan menjadi lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

Berdasarkan hasil menganalisis faktor internal berupa kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), serta analisis faktor eksternal berupa peluang (opportunities) dan ancaman (threats), maka selanjutnya akan diidentifikasi untuk menentukan faktor-faktor variabel tersebut.

Tabel 2. menunjukkan Berdasarkan hasil analisis SWOT faktor internal dapat diketahui bahwa faktor koefisien IFAS faktor kekuatan (Strengths) adalah sebesar 2,36 adapun koefisien IFAS faktor kelemahan (Weaknesses) 0,71. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh industri rumah tangga Aisyah Bakery lebih besar dari pada faktor kelemahan, oleh karena itu industri rumah tangga Aisyah Bakery dapat lebih memanfaatkan faktor kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi

kelemahan yang ada untuk mengembangkan usaha kedepannya.

Tabel 3. menunjukkan bahwa faktor koefisien EFAS faktor peluang (Opportunities) adalah sebesar 1,88 adapun koefisien EFAS faktor ancaman (Threats) 0,68. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki oleh industri rumah tangga Aisyah Bakery lebih besar dari pada faktor ancaman, oleh karena itu industri rumah tangga Aisyah Bakery dapat lebih memanfaatkan faktor kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan yang ada untuk mengembangkan usaha kedepannya.

Hasil analisis kuantitatif antara faktor internal dan eksternal pada industry Rumah tangga Aisyah Bakery, akan diformulasikan pada diagram SWOT agar dapat diketahui letak kuadran industri rumah tangga Aisyah Bakery. Titik tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai acuan dalam menentukan alternatif strategi yang sesuai dengan kuadran dimana titik tersebut berada. Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot dari faktor internal dan eksternal industri rumah tangga Aisyah Bakery, diperoleh hasil dari pengurangan antara sub total kekuatan dan kelemahan, dan sub total peluang dengan ancaman. Hasil pengurangan faktor Internal (IFAS) yaitu $2.36 - 0.71 = 1,65$ yang dijadikan sebagai sumbu Horizontal atau sumbu X. Sedangkan hasil pengurangan faktor Eksternal yaitu $1.88 - 0.68 = 1,2$ yang dijadikan sebagai sumbu Vertikal atau sumbu Y. Maka sumbu X dalam Diagram SWOT adalah 1,65 dan sumbu Y dalam Diagram SWOT adalah 1,2. Posisi kuadran usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery yang diformulasikan dalam diagram SWOT terlihat pada Gambar 5.

Tabel 2. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) Usaha Roti Pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery, 2020.

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<i>Kekuatan (Strengths)</i>				
1	Modal awal sendiri	0.14	4	0.57
2	Harga produk yang terjangkau	0.11	3	0.32
3	Alat yang digunakan dalam produksi sudah memadai	0.14	4	0.57
4	Pilihan rasa memadai	0.14	4	0.57
5	Pengalaman sudah cukup lama	0.11	3	0.32
Sub Total I			18	2.36
<i>Kelemahan (Weakness)</i>				
1	Loksai usaha kurang strategis	0.07	2	0.14
2	Paromosi belum efektif	0.07	2	0.14
3	Kemasan produk kurang menarik	0.07	2	0.14
4	Daya simpan produk lemah	0.07	2	0.14
5	Manajemen produksi dan Pemasaran lemah	0.07	2	0.14
Sub Total II			10	0.71
Total (Sub Total I + Sub Total II)		1.0	28	3.07

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Tabel 3. EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) Usaha Roti Pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery, 2020.

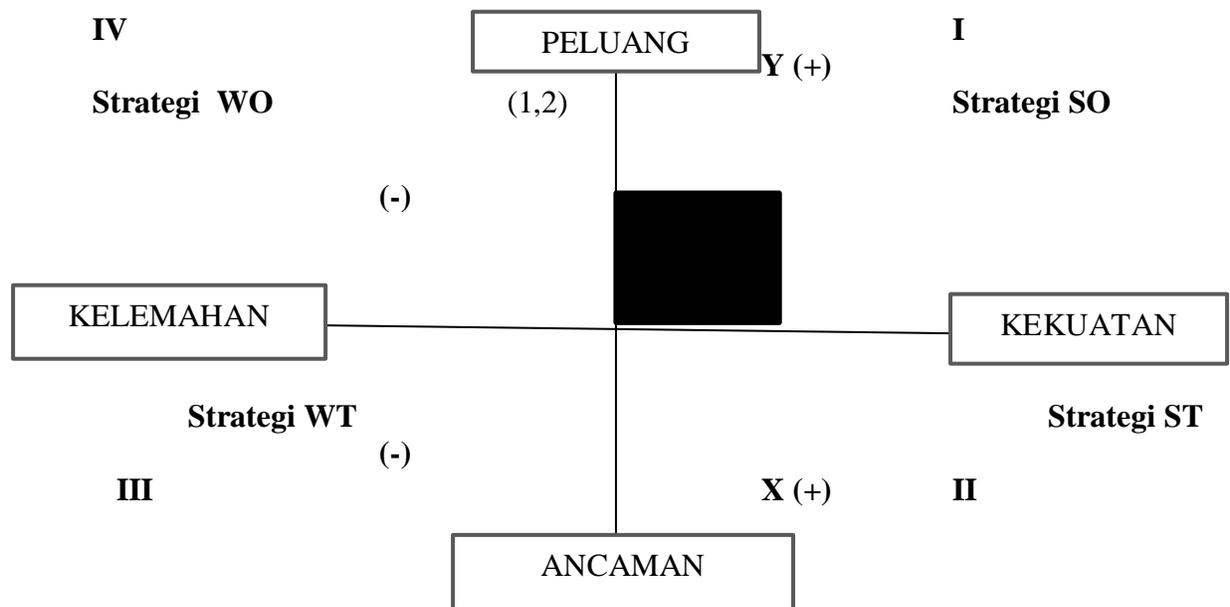
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1	Bahan baku mudah diperoleh	0.13	3	0.38
2	Berkembangnya media promosi	0.13	3	0.38
3	Pasar tersedia	0.13	3	0.38
4	Disukai semua kalangan	0.13	3	0.38
5	Adanya dukungan pemerintah	0.13	3	0.38
Sub Total I			15	1.88
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1	Munculnya roti dengan inovasi baru	0.08	2	0.17
2	Tingkat persaingan yang tinggi	0.08	2	0.17
3	Adanya industri sejenis	0.04	1	0.04
4	Perubahan selera konsumen	0.08	2	0.17
5	pendapatan masyarakat menurun	0.08	2	0.17
Sub Total II			9	0.68
Total (Sub Total I + Sub Total II)		1.0	24	2.56

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 4. Diagram Matrix SWOT Strategi Pengembangan Usaha Roti Pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Kekuatan (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Modal awal sendiri b. Harga produk yang terjangkau c. Alat yang digunakan dalam produksi sudah memadai d. Pilihan rasa bervariasi e. Pengalaman usaha cukup lama 	<p>Kelemahan(Weaknesse)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi usaha kurang strategis b. Promosi belum efektif c. Kemasan produk kurang menarik d. daya simpan produk lemah e. Manajemen produksi dan pemasaran lemah
<p>Peluang(Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Bahan baku mudah diperoleh b. Berkembangnya media promosi c. Pasar tersedia d. Disukai semua kalangan e. Adanya dukungan pemerintah 	<p>Strategi (S-O)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mamanfaatkan alat yang sudah memadai dan bahan baku yang mudah diperoleh sehingga dapat meningkatkan jumlah produksi sehingga dapat memenuhi pasar yang adadengan dukungan pemerintah b. Memanfaatkan penggunaan modal sendiri untuk pangsa pasar baru 	<p>Strategi (W-O)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memperbaiki manajemen produksi dan pemasaran dengan memanfaatkan media promosi agar masyarakat tau, karena lokasi industri kurang strategis dan membantu konsumen mencari industri tersebut
<p>Ancaman (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Munculnya roti dengan inovasi baru b. Tingkat persaingan tinggi c. Adanya industri sejenis d. Perubahan selera konsumen e. Pendapatan masyarakat menurun 	<p>Strategi (S-T)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan harga yang terjangkau agar dapat menyesuaikan dengan pendapatan masyarakat b. Meningkatkan jumlah varian rasa untuk mengikuti selera konsumen yang berubah ubah c. Mempertahankan penggunaan bahan berkualitas terbaik agar tetap menjaga kualitas produk sehingga dapat bersaing dengan produk industri lain 	<p>Strategi (W-T)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan dan memperbaiki mutu kemasan lihat menarik

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020.



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Roti Pada industri Rumah Tangga Aisyah Bakery di Kota Palu

Penentuan Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery. Berdasarkan hasil perhitungan dari faktor internal dan faktor eksternal pada industri roti Aisyah Bakery, maka dapat digunakan pendekatan matriks SWOT untuk mengetahui strategi yang tepat untuk digunakan agar usaha tersebut dapat berkembang. Dari hasil kuadran diagram SWOT pada Gambar 2, maka penetapan strategi yang dapat digunakan pada industri roti Aisyah Bakery yaitu strategi SO.

Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan industri roti Aisyah Bakery karena strategi ini menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki. Strategi pengembangan usaha roti pada industri Aisyah Bakery dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa, kondisi yang tepat untuk digunakan dalam rangka pengembangan

usaha roti pada industri Aisyah Bakery terletak pada strategi S-O, dinilai dari Kekuatan (Strengths) dan Peluang (Opportunities) lebih besar dibanding Kelemahan (Weaknesses) dan nilai Ancaman (Threats). Berikut adalah beberapa alternatif strategi yang dapat dijadikan sebagai suatu program pengembangan usaha roti industri rumah tangga Aisyah Bakery diantaranya :

1. Memanfaatkan alat yang sudah memadai dan bahan baku yang mudah diperoleh sehingga dapat meningkatkan jumlah produksi sehingga dapat memenuhi pasar yang ada dengan dukungan pemerintah
2. Memanfaatkan penggunaan modal sendiri untuk pangsa pasar baru

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis SWOT maka dapat disimpulkan bahwa, strategi pengembangan usaha

roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dengan Strategi S-O (Strengths-Opportunities). Alternatif strategi yang digunakan untuk strategi pengembangan pengembangan usaha roti pada industri rumah tangga Aisyah Bakery yaitu, (1) Mamanfaatkan alat yang sudah memadai dan bahan baku yang mudah diperoleh sehingga dapat meningkatkan jumlah produksi sehingga dapat memenuhi pasar yang ada dengan dukungan pemerintah, (2) Memanfaatkan penggunaan modal sendiri untuk pangsa pasar baru.

Saran

1. Memperbaiki manajemen produksi pada industri rumah tangga Aisyah Bakery.
2. Memperbaiki mutu kemasan produk agar lebih menarik minat konsumen sehingga produk penjualan dapat meningkat.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menjadikan ini sebagai sala satu referensi dan mengembangkannya dengan melakukan studi kasus dan dapat menerapkan SWOT ketika ingin membuka usaha di bidang yang sama atau lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisarwanto, 2000. *Roti adalah Proses Adonan yang Fermentasi kemudian di Panggang*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Ariza Qanita, 2020. *Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep*. : Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol. 1 (2) : 1-10.
- Barus, W.A, Hadriman K, Anshar, M 2014. *Persediaan Bahan Baku Merupakan Hal yang Sangat Penting untuk Proses Produksi Tsp*. J.Agrium. Vol. 19 (1) : 1-11.
- Damar Suryo Bowo, 2018. *Analisis Perbaikan proses produksi Pada PT. Sumber Sentosa*. Departemen Of Manajemen FEB UMM. Vol. 8 (1) : 19-28.
- David, F R. 2004. *Manajemen Strategis Konsep-Konsep*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Firdaus, M. 2010. *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hunger, D, J dan T. L Wheelen. 2001. *Manajemen Strategis*. ANDI : Yogyakarta.
- Joesyiana, 2017. *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (studi kasus usaha tas rajut industri pengolahan kreatifitas tali kur)*. Jurnal Valuta, Vol 4 (1) : 159-172.
- Lexy, J. M. 2002. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Ni Wayan Ayu Suparmi dan Ni Wayan Selfi Lestari, 20017. *Media Komunikasi FPIPS* . Vol.16 (2). 46 – 50.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Menghitung Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siska Lis Sulistiani, 2018. *Analisis Maqashid Syariah Dalam Pengembangan Hukum Industri Halal Di Indonesia*. Universitas Islam Bandung. Jurnal Law dan Justice Vol. 3 (02) : 1-91.

Tulus T.H Tambunan, 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia (Beberapa Isu Penting)*, Jakarta: Salemba empat, 2002). Hlm. 166.

Yulia, Fatimah, Ediwirman, 2013. *Produk bakery merupakan roti makanan cemilan buat bersantai*. Universitas Tamansiswa. Padang. *Jurnal Agronomi* Vol.13 (1) : 13-20.