



Analysis Of The Kue Pelangi Business Process Using Value Chain And SWOT Analysis

Analisa Proses Bisnis Usaha Kue Pelangi Bakery Menggunakan Value Chain Dan Swot Analisis

Siska Almaniar^{1*}, Arabiatul Adawiyah², Arif Rahman³, Yunita Cucikodana⁴

¹Teknik Kimia, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

² Teknik Komputer, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

³ Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

⁴Teknik Kimia, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

E-Mail: ¹siskaalmaniar@polsri.ac.id, ²ArabiatalAdawiyah@polsri.ac.id, ³arifrahman@polsri.ac.id,
⁴yunitacucikodana@polsri.ac.id

Makalah: Diterima 20 Juli 2023; Diperbaiki 25 Agustus 2023; Disetujui 05 September 2023
Corresponding Author: Siska Almaniar

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis rantai nilai Pelangi Bakery dan menemukan cara untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dengan menggunakan konsep rantai nilai. Penelitian ini akan melihat bagaimana bisnis menghasilkan produk, dari pengadaan bahan baku hingga distribusi produk akhir, dengan fokus pada komponen penting untuk rantai nilai. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang proses bisnis dan elemen yang memengaruhi keunggulan kompetitif, penelitian deskriptif digunakan. Ini melibatkan observasi langsung, tinjauan literatur, dan analisis hasil wawancara dengan pihak terkait. Penelitian ini menunjukkan kekuatan dan kelemahan rantai nilai Pelangi Bakery. Selain itu, penelitian ini membuat saran untuk strategi yang dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan nilai tambah di semua langkah dalam rantai nilai. Diharapkan analisis ini akan membantu bisnis mengoptimalkan sumber daya dan meningkatkan daya saing mereka di pasar. Penelitian ini akan memberikan analisis menyeluruh tentang kemungkinan implementasi rantai nilai sebagai langkah strategis untuk meningkatkan keunggulan kompetitif Rotte Bakery di industri roti dan produk pangan.

Kata Kunci: Pelangi Bakery, Value Chain, SWOT Analisis

Abstract

The aim of this research is to analyze the Pelangi Bakery value chain and find ways to increase competitive advantage by using the value chain concept. This research will look at how businesses produce products, from procurement of raw materials to distribution of the final product, with a focus on components critical to the value chain. To gain a better understanding of business processes and elements that influence competitive advantage, descriptive research is used. This involves direct observation, literature review, and analysis of the results of interviews with related parties. This research shows the strengths and weaknesses of the Pelangi Bakery value chain. In addition, this research makes suggestions for strategies that can increase efficiency, effectiveness and added value at all steps in the value chain. It is hoped that this analysis will help businesses optimize resources and increase their competitiveness in the market. This research will provide a comprehensive analysis of the possibility of implementing a value chain as a strategic step to increase Rotte Bakery's competitive advantage in the bakery and food products industry.

1. PENDAHULUAN

Usaha Pelangi Bakery merupakan salah satu UMKM yang memproduksi berbagai macam roti. Perusahaan roti (bakery) adalah salah satu sektor industri makanan dan minuman yang telah berkembang cukup pesat. Selain pertumbuhannya, perusahaan bakery juga merupakan sektor yang menyerap penggunaan tepung terigu, bahan pokok tertinggi ketiga di industri makanan dan minuman Indonesia. Perusahaan bakery menyumbang 22% dari pengguna tepung terigu. [1].

Usaha Pelangi *Bakery* terus mengalami perkembangan dari awal berdirinya pada tahun 2009. Pelangi *Bakery* mulai mencari resep pada tahun 2009 dan mulai memproduksi pada tahun 2010. Usaha ini mulai menghasilkan keuntungan pada tahun-tahun berikutnya yaitu pada tahun 2011-2012. Meskipun demikian, pada tahun kelima (2013) usahanya mulai berantakan atau muncul berbagai masalah karena owner mengalihkan usahanya kepada orang lain yang dianggap memiliki keahlian yang cukup untuk mengelolanya tanpa pengawasan langsung dari owner yang menyebabkan menurunnya omzet pada usaha Pelangi Bakeri. Selain permasalahan internal, menurunnya omzet di Pelangi Bakeri juga di sebabkan oleh semakin banyaknya persaingan bisnis di bidang yang sama. Karena ada banyak persaingan pada produk roti, Pelangi Bakeri harus meningkatkan keunggulan kompetitif mereka untuk tetap kompetitif di pasar saat ini.

Perusahaan sangat bergantung pada analisis rantai nilai karena memungkinkan mereka untuk memilih berbagai tahapan rantai nilai, termasuk menambah nilai atau mengurangi porto bagi pelanggan mereka, yang membuat mereka lebih kompetitif. Selain itu, analisis rantai nilai memiliki keuntungan, karena analisis rantai nilai memiliki banyak manfaat.[2].

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah salah satu jenis analisis yang digunakan oleh industri untuk mengidentifikasi berbagai elemen yang membentuk strategi bisnis. Ini didasarkan pada logika dan digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, dan ancaman perusahaan sehingga mereka dapat memaksimalkan kekuatan, peluang, dan ancaman mereka. [2]. Faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada pertumbuhan suatu usaha, analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) harus dipertimbangkan saat memilih dan merencanakan strategi untuk usaha *Bakery*.

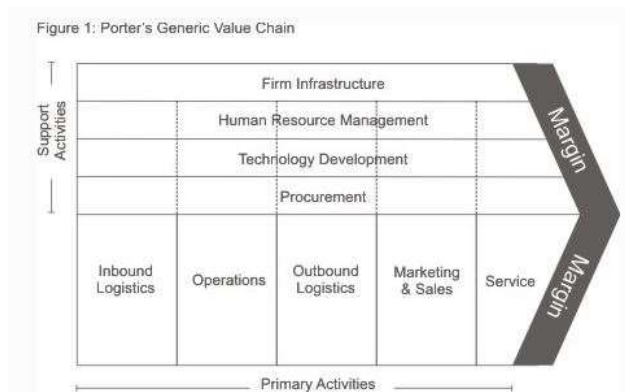
Fokus penelitian ini adalah menciptakan strategi bisnis yang tepat untuk membuat usaha Pelangi *Bakery* memiliki keunggulan kompetitif dengan menggunakan Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) dan Analisa SWOT pada usaha ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu pengusaha roti meningkatkan daya saing mereka dengan membuat strategi bisnis yang tepat untuk membuat produk unggul dan mampu beradaptasi dengan persaingan yang semakin meningkat.

2. METODE DAN BAHAN

2.1 Value Chain Analysis

Value Chain Analysis adalah pendekatan yang digunakan untuk menganalisis kegiatan internal perusahaan. Ini adalah proses di mana sebuah perusahaan menemukan aktivitas penting yang meningkatkan nilai produk dan kemudian menganalisisnya untuk menurunkan biaya atau meningkatkan diferensiasi. Dengan kata lain, analisis menemukan di mana suatu perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dengan melihat kegiatannya. Perusahaan yang mengejar keunggulan diferensiasi atau keunggulan biaya akan berusaha melakukan bisnis dengan lebih baik dari pesaing. Sebuah perusahaan memperoleh keuntungan ketika ia dapat memproduksi barang dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar atau menyediakan produk unggulan.

Analysis of Value Chain, yang banyak digunakan oleh Michael Porter pada tahun 1985. Berikut adalah gambaran model dari Porter's Value Chain :



Gambar 1. Value Chain Analysis

Porter's Value Chain berfokus pada sistem, dan bagaimana input diubah menjadi output yang dibeli oleh konsumen. Menggunakan sudut pandang ini, Porter menggambarkan rantai kegiatan umum untuk semua bisnis, dan ia membagi mereka ke dalam kegiatan primer dan dukungan.

Porter mengelompokkan aktivitas perusahaan menjadi dua kelompok, yaitu *primary activities* dan *supporting activities* [4] [5]

Porter membagi aktivitas bisnis menjadi dua kategori: aktivitas utama dan aktivitas pendukung (Dagmar Recklies, 2001; O'Brien & Maracas, 2011).

1. **Primary Activities:** Kegiatan utama berkaitan langsung dengan pembuatan produk atau jasa secara fisik, penjualan, pemeliharaan, dan dukungan. Termasuk:
 - a. **Inbound Logistic** mencakup semua tindakan yang berkaitan dengan menerima, menyimpan, dan mendistribusikan input internal.
 - b. **Operations** adalah tindakan transformasi yang mengubah input menjadi output yang akan dijual kepada pelanggan.
 - c. **Outbound Logistic** adalah tindakan yang memberikan produk atau layanan kepada pelanggan.
 - d. **Marketing & Sales** adalah tindakan yang digunakan untuk mendorong pelanggan untuk membeli produk yang dijual.
 - e. **Service** adalah tindakan yang berkaitan dengan mempertahankan nilai daur ulang produk.

Fungsi utama yang disebutkan di atas didukung oleh kegiatan ini. Dalam diagram kita, garis putus-putus menunjukkan bahwa setiap kegiatan sekunder, atau dukungan, memiliki kemampuan untuk berpengaruh pada setiap kegiatan utama. Misalnya, pengadaan membantu operasi dengan cara tertentu, tetapi juga membantu pemasaran dan penjualan dengan cara yang berbeda. **Procurement (Purchasing)** – kegiatan organisasi untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan untuk beroperasi.

- a. **Human Resource Management** – seberapa baik sebuah perusahaan merekrut, melatih, memotivasi, memberi penghargaan, dan mempertahankan para pekerjanya.
- b. **Technological Development** – kegiatan ini berhubungan dengan pengelolaan dan pengolahan informasi, serta melindungi basis pengetahuan perusahaan.
- c. **Infrastructure** – sistem dukungan perusahaan, dan fungsi-fungsi yang memungkinkan untuk mempertahankan operasi sehari-hari seperti akuntansi, hukum, administrasi, dan manajemen.

2.2 SWOT Analysis

Salah satu cara untuk membuat strategi untuk bisnis adalah dengan menggunakan analisis SWOT, yang berarti kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan. Analisa SWOT terdiri dari kata *Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) [6]. Ini menunjukkan kekuatan perusahaan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Untuk memulai analisis strategis untuk sebuah bisnis, analisis SWOT digunakan. SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan- tantangan yang dihadapi [7]. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa analisis ini memberikan informasi mendalam tentang kondisi internal dan lingkungan eksternal perusahaan, sehingga perusahaan dapat memahami pilihan strategis apa yang akan diambil. [8].

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merancang strategi bisnis. Ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan, peluang, dan ancaman perusahaan dengan meminimalkan kelemahan dan ancaman. [9].

Faktor-Faktor dalam Analisis SWOT diantaranya adalah:

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya dan kemampuan yang dikendalikan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang memberinya keunggulan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Sumber daya dan kemampuan perusahaan adalah kekuatan mereka. Sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor lain adalah beberapa contoh kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi. Kekuatan yang dimiliki oleh organisasi juga termasuk kompetensi unik yang membuat perusahaan memiliki keunggulan komparatif di pasar. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki kekuatan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang sudah direncanakan yang akan dipenuhi oleh satuan usaha yang bersangkutan karena memiliki sumber daya, produk unik, dan sebagainya. [10].

2. Kelemahan (*Weakness*)

Keterbatasan atau kekurangan satu atau lebih sumber daya atau kemampuan suatu organisasi dibandingkan dengan pesaingnya dikenal sebagai kelemahan, yang menghalangi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Keterbatasan dan kelemahan dalam praktik dapat berupa prasarana dan sarana yang tidak lengkap, kemampuan manajemen yang kurang, kemampuan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak diminati oleh pelanggan atau calon pengguna, dan tingkat perolehan keuntungan yang rendah. Strengths and Weaknesses internal adalah aktivitas yang dikontrol oleh suatu organisasi yang dapat dilakukan dengan sangat baik atau buruk. Hal ini muncul di bidang seperti manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi, R&D, dan sebagainya. [11]

3. Peluang (*Opportunities*)

Dalam konteks bisnis, peluang merupakan keadaan penting yang menguntungkan. Salah satu sumber peluang adalah kecenderungan utama. Perusahaan dapat menemukan peluang dengan menemukan segmen pasar yang sebelumnya tidak terlihat, mengikuti perkembangan regulasi dan persaingan, mengadaptasi teknologi baru, dan memperkuat hubungan dengan pembeli dan pemasok. [12].

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan bagi suatu perusahaan. Ancaman adalah penghalang utama bagi perusahaan untuk mencapai posisi yang diinginkannya. Keberhasilan bisnis dapat terhambat oleh pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, kekuatan tawar-menawar yang meningkat dari pembeli dan pemasok utama, perubahan teknologi, dan perubahan peraturan. [13].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Value Chain Analisis

Analisis rantai nilai adalah analisis dari kumpulan tindakan yang dilakukan untuk merancang, membuat, memasarkan, mengantarkan, dan mendukung produk atau jasa. Pendekatan rantai nilai dibedakan menjadi dua kategori aktivitas bisnis: aktivitas utama (*primary activities*) dan aktivitas pendukung (*support activities*). [14].

3.1.1. PRIMARY ACTIVITY

3.1.1.1 Inbound logistics

Usaha kue PELANGI *BAKERY* mendapatkan bahan baku dengan cara menginput permintaan barang atau bahan baku kepada kantor pusat (*head office*) melalui aplikasi yang telah disediakan dengan terlebih dahulu melihat stok gudang, setelah mengirim permintaan barang atau bahan baku, maka kantor pusat akan meneruskan permintaan bahan baku tersebut kepada *supplier*, dan selanjutnya *supplier* yang akan mengirimkan bahan baku kepada PELANGI *BAKERY* sesuai permintaan yang telah diajukan. Formulir-formulir yang digunakan dalam permintaan bahan baku antara lain kartu barang, bukti penerimaan barang, surat pesanan, surat jalan, dan rencana produksi.[15].

3.1.1.1.1 Operations

A. Alat yang diperlukan dalam produksi roti:

- a) Oven
- b) Sendok the dan sendok makan
- c) Spatula
- d) Kertas roti
- e) Loyang
- f) Piring/alas
- g) Mangkok/baskom

B. Bahan yang diperlukan untuk membuat roti manis:

- a) Mentega/Butter

- b) Susu Cair (SKM)
- c) Telur ayam
- d) Gula Pasir
- e) Garam
- f) bahan isian roti terserah (coklat/keju/selai)
- g) tepung Terigu Protein Tinggi
- h) Ragi Instant

a. Bahan yang diperlukan untuk membuat manis ubi ungu:

- a) garam
- b) margarin
- c) ragi
- d) gula pasir
- e) tepung protein tinggi
- f) susu hangat
- g) ubi ungu, rebus, haluskan

b. Bahan yang digunakan untuk membuat kue jala pelangi :

- a) susu uht
- b) mentega cair
- c) Pewarna makanan
- d) sesuai selera Topping: skm,meses & keju parut
- e) garam
- f) tepung terigu
- g) telur ayam
- h) gula pasir

B. cara pembuatan/ proses produksi roti/kue PELANGI *BAKERY*

a) Cara membuat roti manis:

1. Siapkan terlebih dahulu loyang yang akan digunakan, dan pastikan loyang tersebut telah di olesi dengan bahan mentega
2. Setelah itu loyang kita sisihkan
3. Ambil semua bahan yang telah di siapkan, kecuali garam dan mentega
4. Aduk semuanya bahan tersebut sampai setengah kalis, lalu masukkan garam dan mentega secukupnya, pastikan semuanya tercampur dengan baik
5. Aduk hingga kalis dan adonannya terasa elastis
6. Lalu adonan tersebut kita bentuk sesuai selera kita, bisa bulat-bulat maupun kotak-kotak
7. Setelah terbentuk dengan baik, taruh semuanya di atas loyang, dan diamkan selama kurang lebih 1 jam atau pastikan semuanya bahan sudah mengembang dengan baik
8. Lalu ambil susu cair dan olesi di atasnya
9. Setelah dirasa merata panggang semuanya selama kurang lebih 40 menit didalam ovenan
10. Lalu angkat loyangnya saat masih panas, dan olesi semuanya dengan mentega sampai rata agar mengkilat
11. Setelah itu roti siap di kemas

b) Cara membuat roti manis ubi ungu:

1. Ambil ubi dan susu, campur dan aduk rata
2. Lalu tambahkan juga gula, garam, ragi dan aduk hingga rata ya

3. Setelah itu masukkan tepung terigu
4. Uleni sampai rata
5. Lalu masukkan juga margarin
6. Aduk-aduk semuanya sampai rata hingga kalis sampai 10 menit
7. Bikin adonan menjadi bulat
8. Lalu diamkan beberapa menit sekitar 45 menit di tempat yang hangat, agar ragi bekerja dengan baik
9. Kemudian kempiskan adonan dan bikin bulat-bulat seperti bola kecil
10. Taruh dalam loyang
11. Diamkan lagi selama 45 menit
12. Taburi gula
13. Panggang dikisaran 180 menit selama 25 menit
14. Sajikan.

c) Cara membuat roti jala pelang:

1. Ambil semua bahan yang telah dipersiapkan diawal
2. Kemudian taruh dalam wadah yang bersih
3. Lalu campurkan dan aduk agar bisa menjadi satu
4. Lalu saring adonan tersebut supaya adonan roti kita menjadi lembut
5. Setelah itu bagi menjadi 6 bagian
6. Lalu kasih warna makanan
7. Untuk warna bisa menyesuaikan
8. Kalau pada resep roti ini ada warna
9. Jingga, merah, kuning, biru, hijau dan ungu
10. Lalu masukkan dalam botol
11. Dan tutupnya dilubangi
12. Panaskan teflon dengan api kecil
13. Lalu tuang adonan sesuai bentuk jala
14. Dan kemudian setelah matang
15. Gulung adonanya
16. Dan roti jala siap disantap.

C. Proses pengemasan produksi

Proses pengemasan yang dilakukan oleh Usaha kue PELANGI *BAKERY* masih menggunakan teknologi yang belum terlalu canggih, karna produk yang dihasilkan dan sumber daya manusia yang masih terbatas.

1. Outbound logistics

Usaha kue PELANGI *BAKERY* melakukan proses pendistribusiannya melibatkan adanya tenaga distribusi (distributor) yang menempatkan produk rotinya di toko-toko PELANGI *BAKERY* yang tersedia, dan hanya mendistribusikan produknya di cabang PELANGI *BAKERY* saja yang bertempat di area Pekanbaru dan Dumai yang berjumlah sekitar 10 cabang. Untuk proses pendistribusian, Usaha kue PELANGI *BAKERY* memiliki tim yang dinamakan tim picking yang bertugas mengatur pendistribusian seperti jumlah roti yang dibutuhkan oleh setiap cabang, yang kemudian setelah itu roti tersebut dikirim ke toko-toko yang berada di area Pekanbaru dan Dumai.

2. Pemasaran produk

Proses pemasaran yang dilakukan oleh Usaha kue PELANGI *BAKERY* hanya memasarkan rotinya pada outlet PELANGI *BAKERY* saja, karena Usaha kue ini berdiri dengan namanya sendiri dan ingin menjadikan dirinya sebagai brand. Akan tetapi terkadang Usaha kue PELANGI *BAKERY* juga membuka bazar pada saat-saat tertentu, seperti pada saat bulan puasa bazar diadakan di setiap kecamatan, tetapi hal tersebut hanya sistemal saja dan tidak bisa selalu diadakan.

3. Pelayanan

Perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yaitu seperti perbaikan produk yang cacat menunjukkan bahwa apa yang telah diberikan perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen sudah dirasa baik, bahkan Usaha kue PELANGI *BAKERY* hingga saat ini sangat jarang sekali menerima komplain dari konsumen, karena PELANGI *BAKERY* selalu mengedepankan kualitas dari produk yang dihasilkan, sehingga tidak akan mengecewakan konsumen. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus dilakukan dengan semaksimal mungkin kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

3.1.1.2. Support Activity (Aktivitas Pendukung)

1. Firm infrastructure (infrastruktur perusahaan)

- a. Letak perusahaan sangat strategis, toko ini terletak dimana banyak pengunjung yang sering berlalu-lalang
- b. Desain interior dan desain luarnya took sangat menarik, dimana desain nya dengan konsep bertemakan Pelangi yang nampak cantik dipandang



Gambar 2. Ruang Café Lantai 1



Gambar 3. Tangga Menuju Lantai 2



Gambar 4. Tempat duduk Lantai 2

2. Human Resource Management (manajemen Sumber daya manusia)

Mencari karyawan yang dapat berbakat dalam hal membuat kue dan roti yang dapat menambah pekerjaan di dapur toko dan juga ramah dengan pembeli.

3. Technology Development (Pengembangan Teknologi)

- a) Untuk masuk kedalam toko, menggunakan pintu dengan sensor otomatis terbuka apabila ada pengunjung yang datang
- b) Dalam penempatan kue dan roti yang sudah jadi dan siap untuk dibeli, menggunakan tempat pajangan yang dimana tetap menjaga suhu makanan dan kehangataannya.

3.2 Hasil Analisis Swot Pelangi Bakery

Kekuatan (*Strength*)

1. Produk bersertifikat Halal dari MUI Jawa Timur.
2. Harga yang terjangkau terutama untuk kalangan menengah kebawah yakni harga roti mulai dari Rp 2.000 – Rp. 8.000 sedangkan harga cake mulai Rp 150.000.
3. Pelayanan terbaik dari karyawan untuk setiap pelanggan.
4. Mudah ditemukan karena mempunyai outlet yang tersebar dekat dengan pasar.

Kelemahan (*Weakness*)

1. Kemasan produk belum adanya label halal yang membuat konsumen muslim menjadi ragu.
2. Outlet belum menjangkau seluruh wilayah di RIAU, saat ini outlet masih tersebar di wilayah Suka Jadi, Panam, Diponegoro, Dumai, dll.
3. Belum bisa memberikan layanan delivery untuk cake.

Peluang (*Opportunities*)

1. Perubahan pola makan masyarakat menjadikan roti, cake dan pastry menjadi kebutuhan pangan.
2. Memberikan outlet seperti café sehingga pengunjung bisa menikmati produk secara langsung.

Ancaman (*Threats*)

1. Adanya persaingan.
2. Munculnya keberadaan perusahaan sejenis yang menawarkan produk yang sama dengan
3. Harga lebih murah.
4. Kenderungan konsumen membeli produk yang lebih murah

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang terjangkau 2. Promo pada event tertentu 3. Memiliki pelanggan sendiri 4. Berpengalaman dalam membuat roti Bebas bahan kimia berbahaya 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jaringan Pemasaran belum luas 2. Menggunakan teknologi sederhana 3. Produk roti tidak tahan lama. Kurangnya MSDM ahli
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan pola makan masyarakat menjadikan roti terkadang menjadi kebutuhan pangan. 2. Kepercayaan konsumen. 3. Permintaan roti stabil . 4. Trend roti meningkat. 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadikan produk Pelangi Bakery sebagai bakery yang unggul dengan harga dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan masyarakat. 2. Memperluas jangkauan distribusi roti seperti mulai menjalin kerjasama dengan distributor dengan memanfaatkan harga roti yang murah dan tahan lama. 3. Mengikatkan produksi dan menjaga kualitas roti yang dihasilkan dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas. 4. Memperluas jangkauan pemasaran, mulai memasuki pasar yang berada di perkotaan. 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas jaringan pemasaran dengan menambah outlet dan layanan delivery untuk menjangkau kebutuhan konsumen. 2. Menjalni kerjasama yang baik dengan pemasok bahan baku, agen dan pedagang, 3. Menambah dan mempertahankan tenaga pengecer dan tenaga kerja dengan meningkatkan kedejahteraan dan motivasi penjualan. 4. Memanfaatkan citra produk untuk perluasan pasar dan peningkatan pesanan/penjualan. 5. Melakukan pelatihan guna mengikatkan SDM.
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya keberadaan Perusahaan sejenis menawarkan produk yang sama dengan harga yang lebih murah 2. terlambatnya pembayaran dari pedagang 3. Banyaknya industri pesaing di kecamatan natar 4. Kelangkaan tepung terigu dan kelangkaan harga tepung terigu diwaktu tertentu 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan perhitungan yang tepat agar dapat memposisikan sebagai produk dengan harga yang terjangkau dengan cita rasa produk yang khas, 2. Mempertahankan kualitas produk dan harga jual yang terjangkau dengan efektifitas dan efisiensi prduk serta keahlian kayawan. 3. Melakukan investasi dengan sumber daya keuangan yang baik dalam penyediaan bahan baku berkualitas. 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengurangi produksi produk yang kurang diminati konsumen dan mengurangi outlet yang tidak mampu memenuhi target penjualan 2. Melakukan difersifikasi produk (ukuran) dengan kualitas yang terjaga dan harga jual yang terjangkau (stabil). 3. Pengoptimalkan sumber daya yang dimiliki

4. KESIMPULAN

Dari hasil matriks Posisi kuadran tersebut menunjukkan bagaimana usaha industry roti memperoleh strategi yang lebih mendetail dengan mengetahui strategi pemasaran, maka strategi pemasarannya pada industry roti ini berada pada daerah 1 (strategi agresif,) di mana pada daerah 1 ini merupakan setiap situasi yang sangat menguntungkan. Dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada perusahaan harus menerapkan kebijakan pertumbuhan yang agresif (rapid growth strategy) . Di mana strategi ini lebih focus kepada strategi SO (strenght – opportunities) , yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu strategi yang dapat digunakan untuk menentukan strategi bisnis PELANGI BAKAERY adalah rapid growth strategy , artinya

untuk mengembangkan usaha bisnis nya PELANGI BAKAERY dapat menggunakan strategi pertumbuhan dengan cepat namun dilakukan secara bertahap sesuai skala prioritas nya.

REFERENSI

- [1] Laksmono, I., & Daniel, D. R. (2020). Pengendalian Biaya Bahan Baku Produksi Melalui Sistem Pengendalian Aktifitas Dalam Analisa Rantai Nilai Produksi Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 30(2), 114. <https://doi.org/10.20473/jeba.v30i22020.114-122>
- [2] Puspitasari, A., S, I., Susbiyani, A., & Fitriya, E. (2020). Analisis Rantai Nilai (Value Chain Analysis) sebagai Upaya untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Perusahaan (Studi Empiris Pada PT Indoroti Prima Cemerlang Cabang Jember). *Jurnal Ekonomi*, 2, 1–16
- [3] Damayanti, N. A., Probowulan, D dan Nastiti, A.S. 2021. Analisis Rantai Nilai Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Pada Ud. Ijen Batikbondowoso) Asersi: *Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis*. Vol. 1, No. 1, 2021, { 12-24 }
- [4] Dagmar Recklies. (2001). *Recklies Management Project GmbH*. Germany: Dagmar Recklies.
- [5] O'Brien, J. A., & Maracas, G. M. (2011). *Management Information Systems*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- [6] Mashuri dan Nurjannah, D. (2020) Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah* .Vol.1, No.1: 97-112
- [7] Jogiyanto. 2005. *Sistem Informasi Strategik Untuk Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- [8] Sulistiani, D. (2014). Analisis swot sebagai strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis. *el-Qudwah*
- [9] Rangkuti, Freddy, 2008, *Analisa SWOT Teknik Membedah kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- [10] Putra, I. G. N. A. B. 2017. Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Vol. 9 (2).397-407
- [11] Supriyantoko, I. (2018). *Perancangan Startegis Sistem Informasi Di SMK Diponegoro 1 Jakarta*. ELINVO (Electronics, Informatics , and Vocational Education).
- [12] Mashuri, Nurjannah, D. 2020. Analisis swot sebagai strategi meningkatkan daya saing (studi pada pt. Bank riau kepri unit usaha syariah pekanbaru) . *Jurnal perbankan syariah* .vol.1, no.1: 97-112
- [13] Porter, E. M. (1985). *Competitive Advantage-Creating and Sustaining SuperiorPerformance*, New York : Free Press
- [14] Ward, J., Peppard, J.. 2002. *Strategic Planning for Information System*. Third Edition. John Willey & Sons.
- [15] Mulia. A.D.,Taufik, E., Atabany, A. 2022. Analisis Kinerja Inbound Logistik Susu Segar di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang Performance. *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*. Vol. 10 No. 1 Hlm: 1-7