

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ROTI PADA 'ANUGRAH BAKERY' KECAMATAN PALU TIMUR KOTA PALU

Development Strategy Athousehold Bread Industry of Anugrah Bakery In Palu Timur District Palu City

Yulia Prastika Dewi¹⁾, Hadayani²⁾, Dewi Sartika L. Br Manurung²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako
E-mail : yuliaprastikadewi1998@yahoo.com

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako
Email : hadayaniyani1@gmail.com, dewimanurung@untad.ac.id

ABSTRACT

This study aims to find out the most appropriate development strategy to be applied for Anugrah Bakery Bread Factory at Palu Timur, District Palu City and to find out the factors that become strengths, weaknesses, opportunities and threats. Data is collected by observation and direct interview. The data was analyzed by IFE/EFE matrix, IE analysis and SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Based on the result of internal matrix analysis with a value of 2.74 and external matrix with a value of 3.39, the Anugrah Bakery Bread Factory is in a growth and build position, and the SWOT matrix is in diagram 3 which means that the Anugrah Bakery Bread Factory in turn around position. Based on the results of the analysis of determining the strategy at the Anugrah Bakery factory are: (1) Open a special outlet for Anugrah Bakery factory, (2) Utilizing technological developments in order to maximize the form of packaging and bread flavor variants, (3) Promoting physically or through the media.

Keywords: Development Strategy, SWOT Analysis, Anugrah Bakery

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang tepat untuk usaha roti Anugrah Bakery di Kecamatan Palu Timur, Kota Palu dan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Data dikumpulkan dengan observasi dan wawancara langsung. Data dianalisis dengan matriks IFE/EFE, analisis IE dan analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman). Hasil analisis matriks internal dengan nilai 2.74 dan matriks eksternal dengan nilai 3.39, yang artinya usaha roti Anugrah Bakery berada pada posisi tumbuh dan bina. Berdasarkan hasil analisis penentuan strategi pada usaha roti Anugrah Bakery diperoleh hasil yaitu: (1) Membuka *outlet* khusus untuk usaha roti Anugrah Bakery, (2) Memanfaatkan perkembangan teknologi dalam rangka memaksimalkan bentuk kemasan dan varian rasa roti, (3) Melakukan promosi secara fisik ataupun melalui media.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Analisis *SWOT*, Anugrah Bakery.

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman merupakan penopang pertumbuhan ekonomi Indonesia, sehingga perannya 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 (Firdaus, 2007).

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 (Adisarwanto, 2000).

Industri roti (*bakery*) merupakan salah satu dari sekian banyak industri makanan jadi yang memanfaatkan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses pembuatannya. Pada awalnya roti dikonsumsi sebagai makanan selingan, seiring perkembangan zaman, budaya mengonsumsi roti tidak lagi asing bagi masyarakat Indonesia (Ningsih, 2018).

Roti digemari banyak orang di segala usia karena pengemasannya yang semakin praktis serta tersedia dalam aneka rasa seperti coklat, keju, strawberry, vanilla,

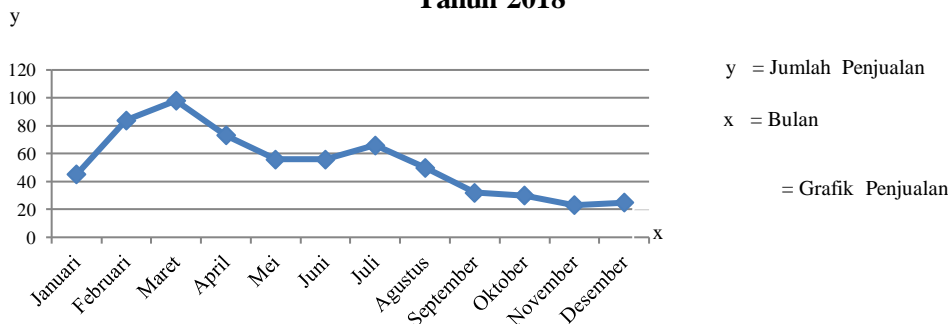
bahkan rasa daging sapi dan lain sebagainya. Meskipun demikian, roti tetap tidak dapat mengalahkan fungsi nasi sebagai makanan pokok. Kandungan gizi roti sendiri cenderung lebih baik daripada nasi atau mie basah (Tri, 2009).

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 tetap bertahan sampai saat ini (Lianti S. Lantose, et al., 2017).

Kota Palu juga tidak luput dari perkembangan usaha pembuatan roti. Salah satu produsen roti yang ada di Kota Palu yaitu usaha roti Anugrah Bakery yang terletak di Jl. Setia Budi No. 36 Palu (dalam Cemara Swalayan), Kelurahan Besusu Timur, Kecamatan Palu Timur, Kota Palu, Sulawesi Tengah.

Anugrah Bakery produsen roti yang awalnya hanya mampu roti manis, roti tawar, serta roti keping, namun seiring dengan perkembangannya Anugrah Bakery tumbuh menjadi produsen roti yang mampu memproduksi berbagai macam jenis roti yaitu, roti sakura, roti mutiara, roti matahari, roti balak susu, roti sisir, roti tawar jumbo, roti tawar kecil, roti coklat susu, roti isian kecil, roti manis dan roti keping.

Grafik Penjualan Anugrah Bakery Tahun 2018



Gambar 1. Grafik Penjualan Anugrah Bakery Tahun 2018

Sumber : Bagian Keuangan Anugrah Bakery, 2019.

Gambar 1 menunjukkan bahwa telah terjadi penurunan penjualan roti Anugrah Bakery yang signifikan dalam kurun waktu satu tahun. Penurunan penjualan ini disebabkan oleh beberapa hal yang dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal, mulai dari faktor yang mempengaruhi proses produksi secara langsung hingga faktor lain diluar proses produksi.

Melihat kondisi tersebut maka Anugrah Bakery memerlukan perancangan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk mengembangkan usahanya, agar mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat dan menghadapi lingkungan yang semakin berubah. Dalam rangka merumuskan strategi yang efektif maka dibutuhkan serangkaian proses analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi variabel-variabel inti yang berkaitan dengan pengembangan usaha yang akan dijalani oleh Anugrah Bakery kedepannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Anugrah Bakery yang terletak di Jl. Setia Budi No.36 Palu (dalam Cemara Swalayan), Kelurahan Besusu Timur, Kecamatan Palu Timur, Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan November sampai dengan Bulan Desember Tahun 2019.

Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*). Responden yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah delapan orang, dari pihak internal yaitu manajer Anugrah Bakery yang merangkap koordinator pengawasan produksi (satu orang), bagian produksi (satu orang) bagian keuangan (satu orang), bagian pemasaran (satu orang). Adapun responden eksternal meliputi konsumen Anugrah Bakery (empat orang).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, baik kualitatif maupun kuantitatif. Data primer diperoleh dari pengamatan

(observasi) di lapangan, wawancara, pengisian kuesioner oleh responden terpilih. Data sekunder diperoleh dari data-data artikel atau literatur yang terkait dengan topik penelitian ini, serta instansi-instansi yang berhubungan dengan penelitian.

Analisis Data. Melihat tujuan yang ingin dicapai menurut David (2006) dalam Afridhal (2017) maka alat analisis yang digunakan terdiri dari tahap input (Matriks IFE dan Matriks EFE), tahap pencocokan (Matriks IE), serta tahap pengambilan keputusan (Analisis SWOT). Berikut adalah tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Melakukan analisis kondisi internal dan eksternal. Tahapan ini yang akan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha roti Anugrah Bakery serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal perusahaan.
2. Melakukan pembobotan dan penentuan rating untuk masing-masing faktor-faktor strategi baik faktor internal maupun eksternal melalui matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan IFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Pembobotan dilakukan dengan menggunakan metode *paired comparison* dan penentuan rating ditentukan oleh responden yang mengetahui kondisi perusahaan melalui kuesioner.
3. Melakukan pengolahan matriks Internal – Eksternal (IE) untuk mendapatkan formulasi strategi dari masing-masing matriks yang akan menentukan alternatif strategi di tahapan selanjutnya.
4. Melakukan pengolahan matriks SWOT dalam rangka penyusunan strategi untuk merumuskan alternatif strategi secara objektif, berdasarkan faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Hasilnya adalah untuk mengetahui daya tarik relatif masing-masing alternatif strategi yang sesuai dan yang telah di putuskan dan dapat

digunakan untuk pengembangan usaha roti Anugrah Bakery.

5. Merumuskan strategi usaha yang tepat yang dapat digunakan dalam rangka pengembangan usaha roti Anugrah Bakery.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh beberapa indikator faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal yang ada pada usaha roti Anugrah Bakery

Faktor internal menggambarkan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki serta mempengaruhi strategi pada usaha roti Anugrah Bakery. Melalui matrik IFE dapat diketahui bahwa total bobot skor rata-rata dari faktor kekuatan yaitu sebesar 1,59 dan total bobot skor rata-rata kelemahan yaitu sebesar 1,15 dimana nilai faktor kekuatan yang dihasilkan lebih besar dari nilai faktor ancaman. Hal ini dapat dikatakan bahwa Anugrah Bakery memiliki posisi internal yang kuat dimana mampu memanfaatkan peluang untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki, hal ini tertera pada tabel berikut.

Matriks IFE

Tabel 1. Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*).

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot Rata-Rata	Rating Rata-Rata	Bobot Skor Rata-Rata
I. STRENGTHS			
A. Produk tidak menggunakan bahan pengawet	0,12	3	0,36
B. Kelengkapan mesin produksi roti	0,13	3	0,39
C. Bentuk produk yang bervariasi	0,12	3	0,36
D. Biaya pengadaan bahan baku relatif kecil	0,10	3	0,30
E. Tenaga kerja yang dimiliki adalah tenaga kerja tetap	0,09	2	0,18
Sub Total I	0,56	14	1,59
II. WEAKNESSES			
A. Alat labelisasi belum baik	0,09	2	0,18
B. Ketidaksesuaian struktur organisasidengan pembagian kerja	0,09	3	0,27
C. Kurangnya varian rasa dari roti	0,08	2	0,16
D. Belum mempunyai <i>outlet</i> sendiri	0,10	3	0,30
E. Promosi produk yang dilakukan kurang	0,08	3	0,24
Sub Total II	0,44	13	1,15
Total (Subtotal I + Subtotal II)	1	27	2,74

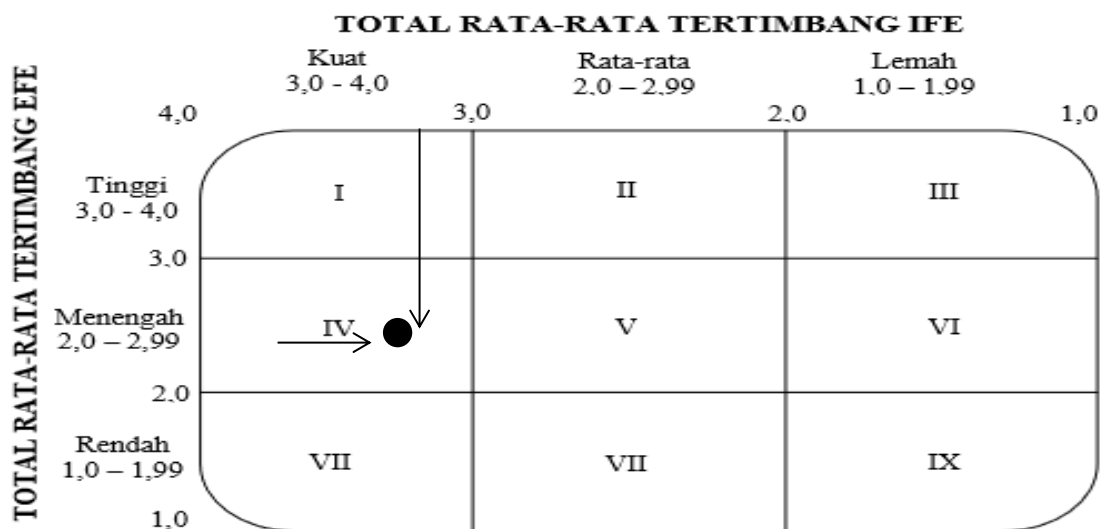
Sumber : Data primer setelah diolah, 2020.

Matriks EFE

Tabel 2. Analisis Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*).

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot Rata-Rata	Rating Rata-Rata	Bobot Skor Rata-Rata
I. OPPORTUNITIES			
A. Bahan baku mudah didapatkan	0,11	4	0,44
B. Harga produk terjangkau	0,18	4	0,72
C. Memiliki <i>reseller</i> di beberapa kabupaten	0,09	3	0,27
D. Perkembangan teknologi yang cepat	0,10	4	0,40
E. Harga bahan baku tepung cenderung stabil	0,09	3	0,27
Sub Total I	0,57	18	2,10
II. THREATS			
A. Bentuk fisik kemasan kurang menarik	0,09	3	0,27
B. Selera konsumen	0,08	3	0,24
C. Bertambahnya produsen roti pesaing	0,09	3	0,27
D. Pilihan rasa roti yang semakin variatif	0,08	3	0,24
E. Adanya produk substitusi atau pengganti	0,09	3	0,27
Sub Total II	0,43	15	1,29
Total (Subtotal I + Subtotal II)	1	33	3,39

Sumber : Data primer setelah diolah, 2020.



Gambar 8. Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal)

Sumber : Data primer setelah diolah, 2020.

Tabel 2 menunjukkan bahwa secara keseluruhan, total bobot skor rata-rata dari faktor peluang yaitu sebesar 2,10 dan total bobot skor rata-rata ancaman yaitu sebesar 1,29 dimana nilai faktor peluang yang dihasilkan lebih besar dari nilai faktor ancaman yang dapat diindikasikan bahwa Anugrah Bakery dapat menjalankan strategi yang ada dengan cara memanfaatkan peluang dalam rangka menghindari ancaman.

Matriks IE. Matriks IE digunakan untuk memperoleh strategi bisnis atau mengetahui posisi di tingkat perusahaan yang lebih detail, dengan menggunakan hasil bobot skor rata-rata dari matriks IFE (2,74) dan EFE (3,39).

Berikut adalah hasil matriks IE pada usaha roti Anugrah Bakery.

Gambar 2 menunjukkan bahwa posisi Anugrah Bakery berada di kuadran I yang artinya tumbuh (*growth*) dan bina (*build*). Strategi yang dapat digunakan oleh Anugrah Bakery pada posisi ini, yaitu :

1. Penetrasi pasar, adalah upaya untuk peningkatan pangsa pasar untuk produk roti Anugrah Bakery melalui upaya pemasaran yang lebih besar.
2. Pengembangan pasar, adalah upaya untuk memperkenalkan produk roti Anugrah Bakery ke area atau tempat-tempat yang baru.
3. Pengembangan produk, adalah upaya untuk meningkatkan penjualan roti Anugrah Bakery melalui perbaikan produk yang telah ada atau bahkan mengembangkan produk tersebut.
4. Integrasi ke depan, adalah upaya untuk lebih mengembangkan distributor atau pengecer dalam rangka memasarkan produk roti Anugrah Bakery.
5. Integrasi ke belakang, adalah upaya untuk mengikatkan diri kepada pemasok bahan baku bagi usaha roti Anugrah Bakery.
6. Integrasi horizontal, adalah upaya kerjasama dengan pesaing roti sejenis agar dapat menaikkan nama produk roti Anugrah Bakery.

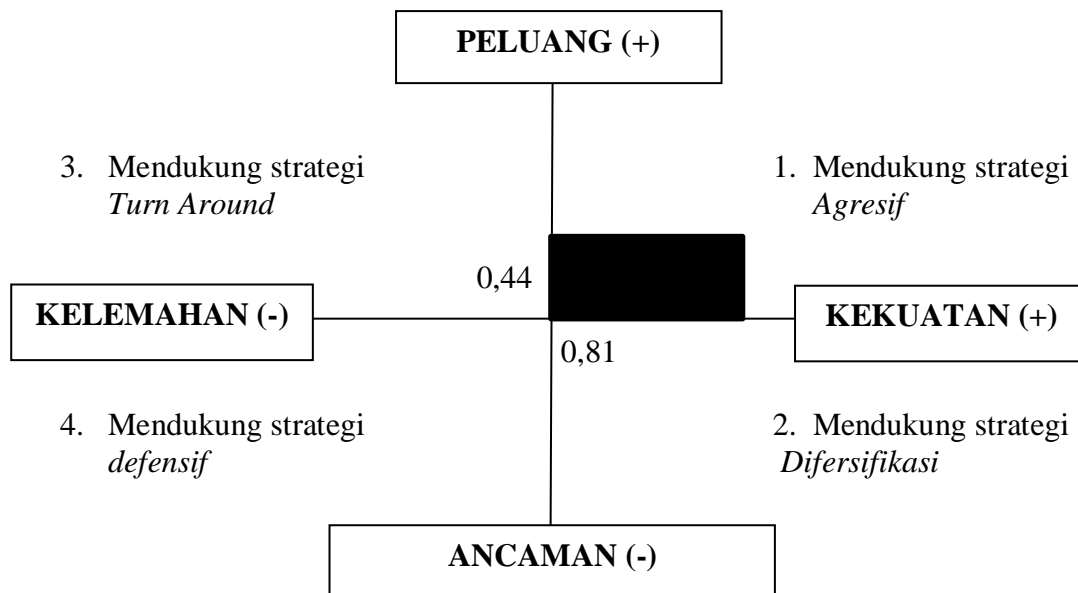
Analisis Matriks SWOT. Menurut Rangkuti (2006), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan juga meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Hal ini disebut dengan analisis SWOT.

Hasil kualitatif antara faktor internal dan faktor eksternal yang berada pada usaha roti Anugrah Bakery akan diformulasikan pada diagram SWOT agar dapat diketahui letak kuadran dari Anugrah Bakery.. Berdasarkan Hasil analisis IFE dan EFE dapat dilihat dari nilai skor pada masing-masing faktor internal maupun eksternal sebagai berikut :

- | | |
|-------------------------------------|--------|
| 1. Kekuatan (<i>Strengths</i>) | : 1,59 |
| 2. Kelemahan (<i>Weakness</i>) | : 1,15 |
| 3. Peluang (<i>Opportunities</i>) | : 2,10 |
| 4. Ancaman (<i>Threats</i>) | : 1,29 |

Berdasarkan hasil perkalian dari bobot dan rating pada faktor lingkungan internal untuk memperoleh letak kuadran dalam strategi pengembangan usaha pada usaha roti Anugrah Bakery, yaitu total bobot x rating faktor kekuatan (*Strength*) dikurangi dengan total bobot x rating faktor kelemahan (*Weaknesses*) maka diperoleh nilai X sebagai sumbu horizontal yaitu $1,59 - 1,15 = 0,44$. Maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 0,44.

Hasil perkalian dari bobot dan rating pada faktor lingkungan eksternal untuk memperoleh letak kuadran dalam strategi pengembangan usaha roti pada Anugrah Bakery, yaitu total bobot x rating faktor peluang (*Opportunity*) dikurangi dengan total bobot x rating faktor ancaman (*Threats*) maka diperoleh nilai Y sebagai sumbu vertikal yaitu $2,10 - 1,29 = 0,81$. Maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 0,81. Berdasarkan skoring faktor internal dan eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadrat pada usaha ayam petelur pada Peternakan Anas yang diformulasikan pada diagram SWOT diilustrasikan dalam gambar berikut.



Gambar 3. Diagram Analisis SWOT strategi pengembangan usaha roti pada Anugrah Bakery.
 Sumber : Data primer setelah diolah, 2020.

<p>IFE</p> <p>EFE</p>	<p>STRENGTHS (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk tidak menggunakan bahan pengawet 2. Kelengkapan mesin produksi roti 3. Bentuk produk yang bervariasi 4. Biaya pengadaan bahan baku relatif kecil 5. Tenaga kerja yang dimiliki adalah tenaga kerja tetap 	<p>WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alat labelisasi belum baik 2. Ketidaksiharian struktur organisasi dengan pembagian kerja 3. Kurangnya varian rasa dari roti 4. Belum mempunyai <i>outlet</i> sendiri 5. Promosi produk yang dilakukan kurang
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku mudah didapatkan 2. Harga produk terjangkau 3. Memiliki <i>reseller</i> tetap di beberapa kabupaten 4. Perkembangan teknologi yang cepat 5. Harga bahan baku tepung cenderung stabil 	<p>STRATEGI S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan produk tambahan dan menawarkan pada konsumen yang telah ada (S2, S4, S5 O1, O2, O3, O4) 2. Mengakuisisi produsen bahan baku (S1, S2, S4, O1, O4, O5) 3. Memperluas saluran distribusi atau memperbanyak jumlah <i>reseller</i> (S4, O3, O4) 	<p>STRATEGI W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka <i>outlet</i> khusus untuk usaha roti Anugrah Bakery (W4, W5, O2) 2. Memanfaatkan fasilitas yang diberikan pemerintah untuk mengatasi keterbatasan dalam hal varian rasa roti (W1, W3, O1, O2, O4, O5) 3. Melakukan promosi secara fisik ataupun melalui media (W4, W5, O2, O3, O4)

THREATS (T)	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
1. Bentuk fisik kemasan kurang menarik 2. Selera konsumen 3. Bertambahnya produsen roti pesaing 4. Pilihan rasa roti yang semakin variatif 5. Adanya produk substitusi atau pengganti	1. Membentuk badan LitBang untuk dapat meningkatkan kualitas produk dan mengembangkannya (S1, S2, S4, S5, T1, T2, T3, T4, T5) 2. Menjaga kepercayaan konsumen dengan tidak menggunakan bahan kimia sebagai pengawet roti (S1, S2, T1, T2, T3, T5) 3. Mencoba melakukan hubungan kerjasama dengan perusahaan roti sejenis (S2, S4, T2, T4)	1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (W1, W2, W3, T2, T3, T4) 2. Melakukan penambahan tenaga kerja atau pengaturan ulang tupoksi kerja karyawan (W1, W2, W3, S2, S3, S4) 4. Meningkatkan kualitas pelayanan untuk menjaga loyalitas konsumen (W3, W4, W5, O3, O4)

Gambar 4. Matriks SWOT Usaha Roti Anugrah Bakery

Sumber :Data Primer Setelah diolah, 2020.

Diagram SWOT pada gambar 3 menunjukkan posisi strategi untuk pengembangan usaha roti pada Anugrah Bakery berada pada diagram I yaitu pada posisi strategi Kekuatan – Peluang (SO). Posisi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi Anugrah Bakery dalam memanfaatkan kekuatan untuk menarik peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan oleh usaha roti pada Anugrah Bakery dalam mengembangkan usahanya adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Setelah mengetahui posisi koordinat dan kuadran mana posisi strategi perusahaan berdasarkan pada diagram analisis SWOT, maka langkah selanjutnya adalah dengan menyusun matriks SWOT, matriks ini berisikan uraian strategi perusahaan dalam menyikapi hasil perhitungan sebelumnya.

Berdasarkan diagram analisis SWOT posisi strategi pengembangan usaha roti pada Anugrah Bakery berada pada kuadran I, maka strategi yang difokuskan bagi pengembangan usaha yaitu menggunakan strategi S-O yaitu strategi yang dibuat untuk memaksimalkan penggunaan kekuatan usaha roti Anugrah Bakery dalam rangka memanfaatkan

peluang yang ada, sehingga strategi bagi pengembangan usaha roti pada Anugrah Bakery adalah sebagai berikut :

1. Menciptakan produk tambahan dan menawarkannya kepada konsumen yang telah ada

Produk tambahan yang dimaksud adalah produk baru yang dapat dijual berdampingan dengan roti. Sebelum memutuskan untuk menciptakan produk baru dan menjualnya di pasaran, produk yang di tawarkan tersebut harus dapat menciptakan nilai untuk pembeli. Olehnya, dibutuhkan survei pasar agar dapat benar-benar mengenali perilaku konsumen dan akan seperti apa kemungkinan tanggapan dari konsumen akan produk tersebut. Jika hal ini dilakukan secara sungguh-sungguh, maka akan menjadi peluang bagi Anugrah Bakery dalam menghadapi persaingan dalam industri roti yang semakin ketat.

2. Mengakuisisi produsen bahan baku

Mengakuisisi produsen bahan baku maksudnya adalah bekerjasama dengan produsen pemasok bahan baku. Contohnya, Anugrah Bakery melakukan hubungan kerjasama dengan brand tepung Segitiga Biru, kemudian kerjasama tersebut

diberitahukan secara terang-terangan kepada konsumen dengan tepung Segitiga Biru sebagai pemasok utama bagi Anugrah Bakery. Hal ini akan menguntungkan bagi Anugrah Bakery karena Segitiga Biru merupakan salah satu brand tepung yang telah dipercayai masyarakat.

3. **Memperluas saluran distribusi atau memperbanyak jumlah reseller**

Dalam proses distribusi reseller atau distributor merupakan unsur yang penting. Anugrah Bakery sendiri dalam mendistribusikan produknya mengandalkan sales dari bagian pemasaran. Saat ini roti Anugrah Bakery telah ada di beberapa kabupaten yang ada di sekitaran Kota Palu, seperti di Kabupaten Poso, Kabupaten Parigi Moutong, Kabupaten Donggala serta Kabupaten Pasangkayu, namun kondisi ini tidak menjamin penguasaan keseluruhan daerah dari kabupaten-kabupaten tersebut. Oleh karena itu, perlu adanya penambahan reseller ke daerah yang belum terdistribusi produk roti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis strategi pengembangan usaha yang telah dilakukan pada usaha roti Anugrah Bakery, maka diperoleh kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan hasil dari analisis SWOT diperoleh dua belas buah strategi. Strategi yang dihasilkan tersebut yaitu (1) Menciptakan produk tambahan dan menawarkannya kepada konsumen yang telah ada, (2) Mengakuisisi produsen bahan baku, (3) Memperluas saluran distribusi atau memperbanyak jumlah *reseller*, (4) Membuka *outlet* khusus untuk usaha roti Anugrah Bakery, (5) Memanfaatkan perkembangan teknologi dalam memaksimalkan bentuk kemasan dan varian rasa roti, (6) Melakukan promosi secara fisik maupun melalui media, (7) Membentuk badan LitBang untuk

dapat meningkatkan kualitas produk dan mengembangkannya, (8) Menjaga kepercayaan konsumen dengan tidak menggunakan bahan kimia sebagai pengawet roti, (9) Mencoba melakukan hubungan kerjasama dengan perusahaan roti sejenis, (10) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, (11) Melakukan penambahan tenaga kerja atau pengaturan ulang tupoksi kerja karyawan, (12) Meningkatkan kualitas pelayanan untuk menjaga loyalitas konsumen.

2. Berdasarkan diagram analisis SWOT posisi strategi pengembangan usaha roti pada Anugrah Bakery berada pada kuadran I, maka strategi yang difokuskan bagi pengembangan usaha yaitu menggunakan strategi S-O yaitu strategi yang dibuat untuk memanfaatkan kekuatan Anugrah Bakery dalam rangka menarik peluang yang ada, sehingga strategi yang relevan untuk dilaksanakan bagi pengembangan usaha roti pada Anugrah Bakery adalah (1) Menciptakan produk tambahan dan menawarkan pada konsumen yang telah ada (2) Mengakuisisi produsen bahan baku, serta (3) Memperluas saluran distribusi atau memperbanyak jumlah *reseller*.

Saran.

Adapun saran dari penulis yang dapat diberikan terhadap usaha roti Anugrah Bakery, yaitu :

1. Anugrah Bakery seharusnya membuka *outlet* khusus untuk roti dan melakukan promosi agar masyarakat khususnya Kota Palu dapat mengenal produk roti, hal ini dilakukan dalam rangka meningkatkan penjualan roti yang saat ini masih cenderung menurun.
2. Memperbanyak *reseller* yang ada di setiap kabupaten agar produk roti Anugrah Bakery bisa dikenali oleh

- masyarakat yang kemudian berpengaruh terhadap penjualan roti.
3. Anugrah Bakery perlu melakukan inovasi produk baik dari segi jenis produk, pilihan rasa produk, ukuran produk, maupun bentuk produk secara terus-menerus agar terus bertahan dalam persaingan industri roti yang semakin ketat.
 4. Dalam rangka meningkatkan kualitas sumber daya manusia, usaha roti Anugrah Bakery perlu melakukan penambahan tenaga kerja sesuai kriteria yang dibutuhkan oleh Anugrah Bakery serta melakukan perbaikan terhadap pembagian kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisarwanto. *Roti adalah Proses Adonan yang di Fermentasi kemudian di Panggang*. [Book]. – Jakarta : Penebar Swadaya, 2000.
- Afridhal. *Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Biruen*. [Journal] – Aceh: Jurnal S. Pertanian, 2017. – Vols. 1, No 3, Hal. 223-233.
- Firdaus, M. *Manajemen Agribisnis*. [Book]. – Jakarta : PT Bumi Aksara, 2007.
- Lianti S, et al. *Maksimalisasi Keuntungan Usaha Roti dan Brownies pada Industri “Syrallah Bakery” di Tanamodindi Kecamatan Palu Selatan Kota Palu*. [Journal]. – Palu: Jurnal Agrotekbis, 2017. – Vols. 5, No.1, Hal. 36-45.
- Ningsih. *Strategi Pemasaran Roti Bakar Jamin Halal Nikmat (JHN) Wangi Madu Studi Kasus Desa Sepuk Tanjung Kecamatan Sebawi Kabupaten Sambas*. [Journal]. – Sambas: Jurnal Social Economic of Agriculture, 2018. – Vols. 7, No. 1, Hal. 92-99.
- Tri AN. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti pada Bagas Bakery, Kabupaten Kemdal*. [Skripsi]. – Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, 2009.