

PENENTUAN STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ROTI DENGAN METODE SWOT DAN QSPM (STUDI KASUS DIPO BAKERY)

Rickhi Hidayat¹ , Andung Jati Nugroho²

^{1,2}Program Studi Teknik Industri

Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Teknologi Yogyakarta

Jl.Glagahsari No. 17, Warungboto.Kec, Umbulharjo.Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta

55164Email : hidayatrickhy258@gmail.com, andung.nugroho@uty.ac.id

ABSTRAK

Dipo Bakery adalah sebuah pabrik yang memproduksi makanan berupa roti (Bakery). Melihat permasalahan utama pada Dipo Bakery ini yaitu mengalami fluktuasi dan perusahaan kesulitan dalam mengembangkan usahanya untuk meningkatkan penjualan pada strategi pemasarannya. Sehingga memerlukan perancangan atau penentuan strategi bisnis yang tepat untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut, dan dapat mengembangkan usaha kedepannya. Tujuan penelitian ini yaitu Untuk perancangan strategi bisnis yang tepat pada Dipo Bakery agar menjadi pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan penjualannya. Untuk itu dilakukan analisis dengan menerapkan metode SWOT dan QSPM. Metode SWOT digunakan untuk menentukan strategi, Sedangkan metode QSPM digunakan untuk menentukan alternative strategi bisnis yang akan digunakan perusahaan. Setelah dilakukan penelitian didapatkan hasil dari matriks IFAS dengan skor total *strength* = 1,53 dan *weakness* = 1,21 maka didapatkan selisih sebesar 0,32. Sedangkan hasil dari matriks EFAS dengan skor total *opportunities* = 1,62 dan *threats* = 0,9 maka didapatkan selisih sebesar 0,72. Dari matriks IFAS dan EFAS didapatkanlah hasil strategi SO : harga terjangkau, memaksimalkan pelayanan yang baik dan variasi produk dan pelatihan terhadap karyawan. WO : meningkatkan pemasaran via media online, menaikkan harga, menambah inovasi produk, serta menggunakan teknologi sebagai media iklan. ST : menaikkan kualitas pelayanan, menambahkan pengembangan produk, dan menjaga kesetiaan pelanggan. WT : memaksimalkan promosi, dan mengoptimalkan biaya beban kerja dan lain lain. Hasil dari metode QSPM alternative strategi yang didapatkan menunjukkan nilai tertinggi pada strategi WO dengan skor TAS : 6,39 yaitu meningkatkan pemasaran via media online, menaikkan harga produk dengan menambah inovasi, dan menggunakan teknologi dengan membuat digital marketing target pasar untuk beriklan.

Keywords: SWOT, Quantitative Strategic Planning Matrix.

DETERMINING BUSINESS STRATEGIES FOR INCREASING BREAD SALES USING SWOT AND QSPM METHODS

(DIPO BAKERY CASE STUDY)

ABSTRACT

Dipo Bakery is a factory that manufactures bread (Bakery). The critical issue at Dipo Bakery is that it is suffering volatility, and the company is having problems increasing its business to generate sales through its marketing plan. As a result, establishing or determining the correct company plan is necessary to overcome these challenges and build the business in the future. This research aims to create the best business strategy for Dipo Bakery for the company to contemplate increasing sales. As a result, the SWOT and QSPM methodologies were used to conduct an analysis. The SWOT method is used to determine the strategy, while the QSPM method is used to determine the alternative business strategies that the company will use. After the research was carried out, the results of the IFAS matrix were obtained with a total score of strength = 1.53 and weakness = 1.21, so a difference of 0.32 was obtained. While the results of the EFAS matrix with a total score of opportunities = 1.62 and threats = 0.9, a difference of 0.72 is obtained. From the IFAS and EFAS matrices, the results of the SO strategy are obtained: affordable prices, maximizing good service and product variations, and employee training. WO: Increase online marketing, raise prices, improve product innovation, and employ technology as an advertising platform. ST: Enhance service quality, develop new products, and sustain client loyalty. WT: Maximize promotion and reduce workload expenditures, among other things. The QSPM alternative strategy technique's findings demonstrate the highest value in the WO strategy with a TAS score of 6.39, meaning expanding marketing through online media, increasing product prices through innovation, and leveraging technology to create digital marketing target markets to advertise.

Keywords: SWOT, Quantitative Strategic Planning Matrix

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- David , & Rangkuti, F. (2011). Strategic management. In S. Manajement. California: Penerbit Pretice Hall.
- David. (2011). Manajemen Strategi. *Strategi Manajemen*.
- David, & Rangkuti. (2014). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- G. B. (2021). *Manajemen Pemasaran :Pengertian, Fungsi, Tujuan, Tugas dan Konsep*. Retrieved from Gramedia.com: <https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-pemasaran/>
- Kotler, & Amstrong. (2012). Artikel Jurnal Tentang Strategi Pemasaran. *Pemasaran (Marketing)*, 17.
- Kottler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kottler, & Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Mazhar, L. A. (2022). *Usulan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan Dengan Menggunakan Metode SWOT DAN Quantitative Strategic Planing Matrix Pada UMKM Sami Murah*.
- Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Putri, N. E., Astuti, R., & Putri, S. A. (2014). Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM. *Strategi Pengembangan Restoran*, 93-106.
- qiscus. (2022, maret 21). *6 Aspek Pemasaran Yang Penting Untuk Kesuksesan Bisnis*. Retrieved from qiscus: <https://www.qiscus.com/id/blog/aspek-pemasaran/>
- Rangkuti. (2016). Strategi Matriks SWOT. *Strategi Matriks SWOT*, 83.
- Rangkuti. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada UD Yoga Putra Bangkit Sambeng Lamongan. *View Metadata*, 967.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT*. Gramedia Digital.
- Saifudin, M., Dahda, S. S., & E. I. (2021). Usulan Strategi Pemasaran Pada Produk Tas Ransel Di UKM UD.Risslin Dengan Metode SWOT DENGAN QSPM. *JUSTI (Jurnal sistem dan teknik industri)*, 472.
- Amiruddin, M. H. (2019). *Usulan Strategi Pemasaran Produk Petis Udang Dengan Pendekatan Metode SWOT Dan QSPM* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Dahda, S. S., & Ismiah, E. (2022). Usulan Strategi Pemasaran Pada Produk Tas Ransel DI UKM UD. Risslin Dengan Metode SWOT DAN QSPM. *JUSTI (Jurnal Sistem dan Teknik Industri)*, 2(4), 472-481.

- Maruf, M. I., Ismiyah, E., & Jufriyanto, M. (2022). Usulan Strategi Pemasaran DI UMKM Miamo Skin Beauty Dengan Metode SWOT DAN QSPM. *JUSTI (Jurnal Sistem dan Teknik Industri)*, 2(4), 531-541.
- Kurniawan, A. A., Ismiyah, E., & Widyaningrum, D. (2021). Usulan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Kerupuk Pada UKM “Dwi Putra” Gresik Dengan Mengguakan Matriks SWOT DAN QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks). *JUSTI (Jurnal Sistem dan Teknik Industri)*, 1(2), 205-215.
- NURAIDAH M, A. I. D. A. (2020). *Usulan Strategi Pemasaran Perumahan Menggunakan Analisis SWOT DAN Matriks QSPM (Studi Kasus: Perumahan Green Hill, Pasir Putih)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Paripurna, A. A. (2020). *Penentuan Strategi Pemasaran Produk Susu Pasteurisasi Menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM Pada CV. Dairy Pro Indonesia Batu* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Mujiastuti, R., Latifah, R., & Hendra, H. (2019). Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada UMKM Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi. *Jurnal Ilmiah FIFO*, 11(1), 52-64.
- Dzakwan, A. O., Budiman, R., & Prima, F. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung UMKM Center Kota Pontianak dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura*, 4(2).
- Etruly, N., & Mahardika, F. (2022). Pemilihan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT DAN QSPM Pada PT. XYZ. *Competence: Journal of Management Studies*, 16(2), 112-129.
- Kuma, C. F. D., Lasalewo, T., & Rasyid, A. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Heo Lubricant Di PT. Bina Pertiwi Dengan Analisis SWOT Dan QSPM. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 269-278.