

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

1) Sejarah Singkat Alexa Bakery Banjarmasin

Alexa Bakery Banjarmasin adalah salah satu usaha dagang di Banjarmasin yang bergerak di bidang pembuatan roti yang beralamat di JL Rawa Sari Komp.Tirta Sari Blok C No.9B Kel. Teluk Dalam Banjarmasin. Tahun 2008 didirikannya usaha toko roti Alexa Bakery Banjarmasin yang dimiliki oleh Bapak Kasmono, nama “Alexa” diambil dari nama anak kedua perempuan Bapak Kasmono.

Usaha ini mempunyai Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) Nomor: 503- 032/SIUP.MIK.B-III/DPMPTSP/2017, dan NPWP: 16.696.077.3-731.000. Bapak Kasmono membuka usaha dengan modal sendiri kurang lebih Rp500.000,00. Awal ide bapak Kasmono untuk membuat roti yaitu dengan belajar sendiri lalu mulai mencoba membuat roti sederhana dan menitipkan ke warung-warung terdekat tanpa disangka peminatnya banyak, setelah peralatan lengkap bapak Kasmono memperbanyak membuat kreasi roti dan mulai memasarkannya. Jam kerja produksi dan distribusi roti ke outlet-outlet penjualan adalah pada hari Senin-Minggu dari pukul 07.30 WITA s.d pukul 18.00 WITA. Jumlah tenaga kerja pada rumah produksi Alexa Bakery Banjarmasin berjumlah

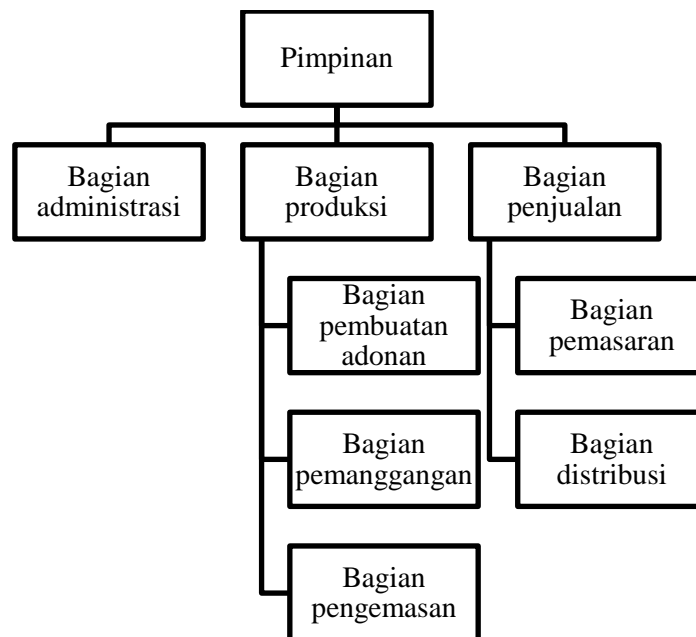
50 (lima puluh) orang yaitu 35 (tiga puluh lima) orang bagian produksi, 2 (satu) orang bagian administrasi, 4 (dua) orang bagian pemasaran dan 9 (sembilan) orang di bagian distribusi. Tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan dan memberikan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar.

2) Struktur Organisasi Alexa Bakery Banjarmasin

Suatu organisasi dapat berjalan dengan baik dan teratur yaitu dengan menyusun *job description* (uraian tugas) dan setiap pemegang jabatan dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.

Handoko mengatakan, sebagaimana dikutip oleh Husaini bahwa pengorganisasian ialah: (Usman, 2010, p.146), “1) Penentuan sumber energi serta aktivitas yang diperlukan untuk menggapai tujuan organisasi, 2) Proses perancangan serta pengembangan sesuatu organisasi yang hendak bisa membawa hal-hal tersebut ke arah tujuan, 3) Penugasan tanggung jawab tertentu, 4) Pendelegasian wewenang yang dibutuhkan kepada orang-orang untuk melakukan tugas-tugasnya.”

Gambar 4.1. Struktur Organisasi Alexa Bakery Banjarmasin



Sumber : Alexa Bakery Banjarmasin 2022

Tugas dan tanggung jawab dari masing-masing fungsi pada jabatan yang ada dalam struktur organisasi Usaha Dagang Alexa Bakery Banjarmasin adalah sebagai berikut:

a. Pimpinan

Pimpinan bertugas dan bertanggung jawab terhadap kegiatan Alexa Bakery Banjarmasin, serta melakukan hubungan dengan pihak luar dan melakukan pengawasan dari semua bidang pekerjaan. Pimpinan Alexa Bakery Banjarmasin juga berlaku sebagai pemilik dari usaha ini.

b. Bagian Administrasi (Kasir)

Bagian administrasi ini menerima uang pembayaran dari penjualan produk dan mencatat barang biaya produksi, serta mencatat data produk yang sudah terjual.

c. Bagian Produksi

Tugas bagian produksi adalah melaksanakan seluruhnya kegiatan produksi, mulai dari proses awal sampai persediaan produk jadi yang siap untuk dipasarkan. Pada bagian produksi ini terdiri dari beberapa sub bagian yaitu bagian pengadonan, bagian oven, dan bagian pembungkusan.

- 1) Bagian Pengadonan : bertugas dalam mengolah bahan mentah menjadi adonan roti dengan mencampurkan semua bahan baku dengan bahan penolong.
 - 2) Bagian Pemanggangan : setelah mencampurkan semua bahan baku dan bahan penolong masukkan ke dalam loyang dan lakukan pengovenan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan.
 - 3) Bagian Pengemasan : slesai di oven, selanjutnya ketahap akhir yang dilakukan adalah pembungkusan. Pastikan ruang pembungkusan bersih dengan ventilasi dan sirkulasi udara.
- d. Bagian Penjualan
- Bagian Penjualan meliputi bagian pemasaran yang bertugas untuk melakukan promosi produk dan mengelola sosial media, sedangkan bagian distribusi bertugas dalam menghantarkan barang ke seluruh outlet penjualan Alexa Bakery Banjarmasin.

2. Analisis Usaha Alexa Bakery Banjarmasin

Dari hasil Wawancara dan Dokumentasi dengan ibu Wanti selaku manajer Alexa Bakery Banjarmasin didapatkan bahwa sebagai upaya memproduksi roti yang berkualitas sehingga dapat meningkatkan keuntungan penjualan, ada beberapa strategi yang diterapkan oleh Alexa Bakery Banjarmasin mulai dari strategi produk, strategi promosi, dan strategi lokasi.

a. Strategi Produk

Alexa Bakery Banjarmasin sebagai usaha di bidang roti dan bakery yang telah berjalan lebih dari 10 tahun mengutamakan kualitas produk untuk memuaskan konsumen. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan roti adalah bahan baku yang berkualitas dengan standar takaran setiap bahan yang sudah baku dan dipahami dengan betul oleh karyawan

bagian produksi. Setelah proses produksi, roti masih harus melalui proses pengecekan agar kualitas produk terjamin, apabila ada produk yang gagal maka tidak akan berlanjut ke proses pengemasan.

Selain kualitas produk, penentuan harga produk juga merupakan hal yang diperhatikan, harga yang ditentukan untuk setiap jenis roti telah bersaing dengan harga merk lain di pasaran, yaitu untuk produk roti harga berkisar antara Rp. 5.000 – Rp. 30.000, dan harga produk bakery seperti cake dan kue kering berkisar antara Rp.20.000 – Rp.120.000. Harga produk ditentukan oleh harga bahan baku, namun Alexa Bakery sebisa mungkin tidak mengurangi kualitas produk walaupun harga bahan baku meningkat.

b. Strategi Promosi

Strategi pemasaran dan promosi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menawarkan produk kepada konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Alexa Bakery Banjarmasin adalah melalui media sosial yaitu *Instagram* dan *TikTok*, selain itu strategi promosi lain yang dilakukan adalah melalui *event* seperti bazaar dan penawaran sebagai pemasok konsumsi acara-acara. Strategi promosi yang diterapkan pada masa awal pendirian Alexa Bakery yaitu melalui sistem *door to door* yakni menawarkan produk secara langsung bertatap muka dengan pelanggan, serta sistem *mouth to mouth* yakni promosi yang mengandalkan pelanggan tetap untuk memberitahukan kepada calon konsumen lain terkait produk Alexa Bakery Banjarmasin.

c. Strategi Lokasi

Strategi pemilihan lokasi usaha yang diterapkan oleh Alexa Bakery Banjarmasin dalam menentukan lokasi yang strategis untuk membuka outlet penjualan adalah mempertimbangkan hal-hal berikut: akses lokasi, visibilitas, keamanan lingkungan, dan keberadaan pesaing. Sejauh ini telah dibuka 7 outlet penjualan yang tersebar di Kota Banjarmasin dan Kapuas. Dalam menentukan lokasi outlet penjualan harus memiliki akses yang mudah yaitu berada di pinggir jalan utama, visibilitas yang baik yaitu lokasi outlet adalah lokasi yang ramai dan banyak lalu lalang disekitarnya. Kemudian untuk aspek keamanan lingkungan adalah mempertimbangkan keamanan gedung yang disewa untuk dijadikan outlet. Sedangkan aspek keberadaan pesaing adalah pertimbangan dalam penentuan lokasi outlet penjualan diusahakan tidak terdapat pesaing di kawasan terdekat.

3. Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis Alexa Bakery Banjarmasin

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi bermacam aspek secara sistematis untuk merumuskan strategi industri. Analisis ini didasarkan pada logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan (*Strengths*) serta kesempatan (*Opportunities*), tetapi secara bertepatan bisa meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) serta ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2013, hlm. 18–19).

Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan yang terjadi di lingkungan internal maupun lingkaran eksternal perusahaan. Menurut data hasil

wawancara dengan pihak manajemen Alexa Bakery Banjarmasin berikut adalah faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman).

a) Faktor Internal

Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu usaha dalam menjalankan bisnisnya.

1) Kekuatan (*Strength*)

1. Mengutamakan kualitas produk
2. Harga produk bersaing dengan pasar
3. Lokasi outlet penjualan strategis dan mudah dijangkau

2) Kelemahan (*Weakness*)

1. Strategi promosi melalui media sosial belum optimal
2. Belum pernah mengadakan survey kepuasan pelanggan
3. Inovasi produk masih terbatas

b) Faktor Eksternal

Faktor internal meliputi peluang dan ancaman yang dimiliki oleh suatu usaha dalam menjalankan bisnisnya.

1) Peluang (*Opportunity*)

1. Masih dapat menambah jumlah *reseller*
2. Ada kesempatan memperluas usaha dengan membuka outlet penjualan di daerah lain
3. Banyak event yang bisa digunakan sebagai media promosi

2) Ancaman (*Threats*)

1. Meningkatnya harga bahan baku
2. Meningkatnya jumlah pesaing
3. Perubahan minat konsumen

b. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Berdasarkan uraian faktor internal di atas maka dilakukan analisis strategi dengan menggunakan matriks IFAS dengan cara pembobotan, penilaian rating dan skor seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strength</i>)			
1. Mengutamakan kualitas produk	0,2	3,6	0,6
2. Harga produk bersaing dengan pasar	0,2	3,8	0,7
3. Lokasi outlet penjualan strategis dan mudah dijangkau	0,2	3,8	0,7
Jumlah			2,0
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1. Strategi promosi melalui media sosial belum optimal	0,2	3,2	0,5
2. Belum pernah mengadakan survey kepuasan pelanggan	0,2	3,2	0,5
3. Inovasi produk masih terbatas	0,2	3,2	0,5
Jumlah			1,5
Total	1,00		3,5

Dari hasil analisis pada tabel 4.1 tentang IFAS, total skor faktor kekuatan dan kelemahan adalah 3,5. Karena total skor diatas 2,5 berarti ini mengindikasikan posisi internal yang kuat.

c. Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Berdasarkan uraian faktor eksternal di atas maka dilakukan analisis strategi dengan menggunakan matrik EFAS dengan cara pembobotan, penilaian rating dan skor, seperti pada tabel berikut:

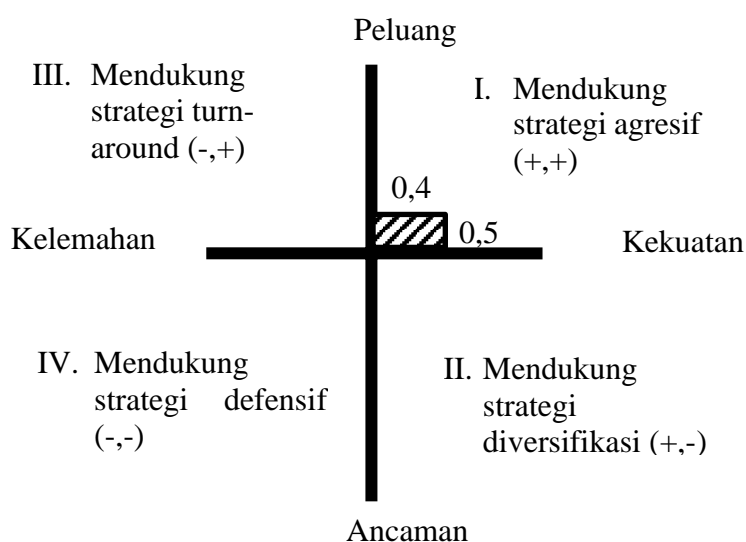
Tabel 4.2 Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS)

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunity)</i>			
1. Masih dapat menambah jumlah <i>reseller</i>	0,2	3,2	0,6
2. Ada kesempatan memperluas usaha dengan membuka outlet penjualan di daerah lain	0,2	3,2	0,6
3. Banyak event yang bisa digunakan sebagai media promosi	0,2	2,8	0,5
Jumlah			1,7
<i>Ancaman (Threats)</i>			
1. Meningkatnya harga bahan baku	0,1	2,4	0,3
2. Meningkatnya jumlah pesaing	0,2	3,2	0,6
3. Perubahan minat konsumen	0,1	2,6	0,4
Jumlah			1,3
Total	1,00		3,0

Dari hasil analisis pada tabel 4.2 tentang EFAS, total skor faktor peluang dan ancaman adalah 3,0, hal tersebut berarti skor cukup tinggi dan mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dan berusaha menghindari ancaman-ancaman yang ada.

d. Kuadran Analisis SWOT

Total skor dari masing-masing faktor internal dan faktor eksternal dirincikan yaitu sebagai berikut: total skor *Strength* 2,0, total skor *Weakness* 1,5, maka selisih antara skor faktor *Strength* dan *Weakness* adalah (+) 0,5 yang selanjutnya akan ditentukan sebagai sumbu X; total skor *Oppurtunity* 1,7, total skor *Threats* 1,3, maka selisih antara skor faktor *Oppurtunity* dan *Threats* adalah (+) 0,4 yang selanjutnya akan ditentukan sebagai sumbu Y. Jika digambarkan dalam kuadran strategi SWOT adalah sebagai berikut :



Gambar 4.2. Kuadran Strategi SWOT Alexa Bakery

Keterangan:

Kuadran I : Menggambarkan suasana yang sangat menguntungkan, perihal ini berarti bisnis mempunyai kesempatan serta kekuatan sehingga bisa menggunakan kesempatan yang terdapat. Strategi yang wajib diterapkan dalam keadaan ini yakni menunjang kebijakan perkembangan yang agresif.

Kuadran II : Walaupun mengalami bermacam ancaman, bisnis masih mempunyai kekuatan dari segi internal. Strategi yang wajib diterapkan merupakan memakai kekuatan buat menggunakan kesempatan jangka panjang dengan metode strategi diversifikasi (produk/ pasar)

Kuadran III : Bisnis mengalami kesempatan pasar yang sangat besar, namun dilain pihak, bisnis menghadapi sebagian hambatan/ kelemahan internal.

Kuadran IV : Karena banyaknya ancaman dan kelemahan internal yang dihadapi bisnis, ini adalah keadaan yang sangat tidak menguntungkan.

Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT dapat diperoleh bahwa titik koordinat sumbu X dan sumbu Y berada pada posisi Kuadran I. Kuadran I ialah situasi yang menguntungkan dimana Alexa Bakery Banjarmasin memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sehingga cocok menggunakan strategi SO atau *Strength Opportunities* untuk mengembangkan usaha tersebut dan didukung oleh strategi pertumbuhan agresif atau *Growth Oriented Startegey*.

e. Matriks SWOT

Instrumen yang digunakan untuk mengukur faktor strategis bisnis adalah Matriks SWOT. Matriks ini dapat dengan jelas menjelaskan bagaimana peluang dan ancaman dari luar bertemu. Analisis di atas menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

Tabel 4.3 Analisis Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengutamakan kualitas produk 2. Harga produk bersaing dengan pasar 3. Lokasi outlet penjualan strategis dan mudah dijangkau
<i>Opportunity (O)</i>	<i>Strategi SO</i>	<i>Strategi WO</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Masih dapat menambah jumlah <i>reseller</i> 2. Ada kesempatan memperluas usaha dengan membuka outlet penjualan di daerah lain 3. Banyak event yang bisa digunakan sebagai media promosi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengutamakan kualitas produk sehingga menarik <i>reseller</i> untuk menjual produk dalam skala kecil 2. Harga produk bersaing dengan pasar, dengan begitu peluang untuk memperluas usaha dengan membuka outlet penjualan di daerah lain dapat terlaksana 3. Lokasi outlet penjualan di tempat strategis sehingga akan meningkatkan penjualan, yang secara tidak langsung memerlukan peningkatan produksi dengan menambah rumah produksi, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perlu adanya upaya untuk meningkatkan promosi melalui media sosial sehingga banyak konsumen tertarik dan secara tidak langsung akan menambah jumlah <i>reseller</i> 2. Harus diadakan survey kepuasan pelanggan dengan tujuan evaluasi produk, perbaikan produk sesuai berdasarkan hasil survey akan membantu dalam perluasan usaha. 3. Melakukan inovasi produk sesuai dengan minat konsumen akan dan melakukan promosi melalui event akan membuka peluang bisnis
<i>Threats (T)</i>	<i>Strategi ST</i>	<i>Strategi WT</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya harga bahan baku 2. Meningkatnya jumlah pesaing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu untuk mempertahankan kualitas produk meskipun harga bahan baku 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan promosi melalui media sosial untuk meningkatkan minat konsumen sehingga

3. Perubahan minat konsumen	<p>meningkat, salah satu upaya adalah dengan menyesuaikan harga penjualan</p> <p>2. Mempertahankan harga produk tetap bersaing dengan produk lain, sehingga dapat bertahan dari persaingan</p> <p>3. Mempertimbangkan lokasi outlet yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen sehingga tetap menarik minat konsumen untuk membeli produk</p>	<p>produksi mampu berjalan walaupun harga bahan baku meningkat.</p> <p>2. Mengadakan survey kepuasan pelanggan dengan tujuan evaluasi dan perbaikan sehingga kualitas produk meningkat dan unggul dalam persaingan.</p> <p>3. Melakukan inovasi produk sesuai dengan tren dan keadaan pasar sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk</p>
-----------------------------	---	--

a. Strategi SO (*Strength – Opportunity*)

Faktor internal (Kekuatan) dan faktor eksternal (Peluang) dipadukan dalam strategi ini. Strategi ini dirumuskan berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mendapatkan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO yang ditempuh oleh Alexa Bakery Banjarmasin yaitu :

- 1) Mengutamakan kualitas produk sehingga menarik reseller untuk menjual produk dalam skala kecil
- 2) Harga produk bersaing dengan pasar, dengan begitu peluang untuk memperluas usaha dengan membuka outlet penjualan di daerah lain dapat terlaksana

- 3) Lokasi outlet penjualan di tempat strategis sehingga akan meningkatkan penjualan, yang secara tidak langsung memerlukan peningkatan produksi dengan menambah rumah produksi,

a. Strategi WO (*Weakness– Opportunity*)

Teknik ini merupakan perpaduan antara faktor dari dalam (internal) kelemahan dan faktor dari luar (eksternal) peluang. Penerapan strategi ini didasarkan pada pengurangan kelemahan perusahaan agar dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi WO yang ditempuh oleh Alexa Bakery Banjarmasin yaitu:

1. Perlu adanya upaya untuk meningkatkan promosi melalui media sosial sehingga banyak konsumen tertarik dan secara tidak langsung akan menambah jumlah reseller
2. Harus diadakan survey kepuasan pelanggan dengan tujuan evaluasi produk, perbaikan produk sesuai berdasarkan hasil survey akan membantu dalam perluasan usaha.
3. Melakukan inovasi produk sesuai dengan minat konsumen akan dan melakukan promosi melalui event akan membuka peluang bisnis

c. Strategi ST (*Strength – Threats*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor dari dalam atau internal yakni kekuatan dan faktor dari luar atau eksternal yakni ancaman, strategi ini mengandalkan kekuatan yang merupakan keuntungan perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Strategi ST yang ditempuh oleh Alexa Bakery Banjarmasin yaitu:

1. Mampu untuk mempertahankan kualitas produk meskipun harga bahan baku meningkat, salah satu upaya adalah dengan menyesuaikan harga penjualan
2. Mempertahankan harga produk tetap bersaing dengan produk lain, sehingga dapat bertahan dari persaingan
3. Mempertimbangkan lokasi outlet yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen sehingga tetap menarik minat konsumen untuk membeli produk

d. Strategi WT (*Weakness– Threats*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal kelemahan (*Weakness*) dan faktor eksternal ancaman (*Threats*), strategi ini didasarkan pada aktifitas yang sifatnya defensif dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WT yang ditempuh oleh Alexa Bakery Banjarmasin yaitu:

1. Memaksimalkan promosi melalui media sosial untuk meningkatkan minat konsumen sehingga produksi mampu berjalan walaupun harga bahan baku meningkat.
2. Mengadakan survey kepuasan pelanggan dengan tujuan evaluasi dan perbaikan sehingga kualitas produk meningkat dan unggul dalam persaingan.
3. Melakukan inovasi produk sesuai dengan tren dan keadaan pasar sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk

B. Analisis Data

Setelah dilakukan penelitian melalui wawancara dengan manajer dan 5 orang karyawan Alexa Bakery Banjarmasin diperoleh hasil analisis SWOT yaitu:

1. Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi Alexa Bakery Banjarmasin

Berdasarkan hasil penilaian matriks IFAS skor kekuatan (S) adalah 2,0 dan skor kelemahan (W) adalah 1,5, maka dapat disimpulkan bahwa $S > W$. Kekuatan merupakan situasi atau kondisi yang bersifat internal bagi Alexa Bakery, maka strategi yang dapat dilakukan oleh Alexa Bakery mengembangkan usaha adalah mempertahankan kekuatan internal yaitu kualitas produk, harga produk dan lokasi outlet penjualan. Pada analisis faktor kelemahan internal Alexa Bakery yaitu strategi promosi melalui media sosial belum optimal, dapat diminimalisir dengan memberikan pelatihan kepada pegawai bagian pemasaran untuk mempelajari cara memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk. Faktor kelemahan berikutnya adalah belum pernah mengadakan survey kepuasan pelanggan dapat diminimalisir dengan mulai menetapkan kebijakan kepada seluruh outlet penjualan Alexa Bakery untuk melakukan survey kepuasan pelanggan secara berkala dengan cara yang mudah seperti pertanyaan singkat dan survey berhadiah. Faktor kelemahan terakhir adalah inovasi produk masih terbatas dapat diminimalisir dengan melakukan inovasi produk sesuai dengan trend yang sedang berjalan serta mengikuti perubahan jaman untuk tetap mempertahankan konsumen. Berdasarkan hasil penilaian matriks EFAS skor peluang (O) adalah 1,7 dan skor ancaman (T) adalah 1,3, maka dapat disimpulkan bahwa $O > T$. Peluang merupakan faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan untuk

memanfaatkannya. Peluang tidak hanya berupa kebijakan atau peluang dalam hal mendapatkan modal berupa uang, akan tetapi bisa juga berupa respon terhadap produk yang dimiliki perusahaan.

2. Langkah-Langkah pengembangan bisnis yang harus diambil Alexa Bakery Banjarmasin berdasarkan analisis SWOT

Langkah Strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh Alexa Bakery Banjarmasin berdasarkan hasil pada diagram cartesius dilihat bahwa usaha berada pada kuadran I, dimana kuadran I menunjukkan kondisi yang profit terhadap perusahaan. Sehingga jika dilihat pada diagram SWOT maka Alexa Bakery Banjarmasin harus mengambil langkah agresif untuk pertumbuhan perusahaan. Ada empat alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh Alexa Bakery Banjarmasin berdasarkan Matriks SWOT, yakni sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Strength – Opportunity*)

Faktor internal (Kekuatan) dan faktor eksternal (Peluang) dipadukan dalam strategi ini.. Strategi SO yang ditempuh oleh Alexa Bakery Banjarmasin yaitu:

- 1) Mengutamakan kualitas produk sehingga menarik reseller untuk menjual produk dalam skala kecil
- 2) Harga produk bersaing dengan pasar, dengan begitu peluang untuk memperluas usaha dengan membuka outlet penjualan di daerah lain dapat terlaksana
- 3) Lokasi outlet penjualan di tempat strategis sehingga akan meningkatkan penjualan, yang secara tidak langsung memerlukan peningkatan produksi dengan menambah rumah produksi,

b. Strategi WO (*Weakness– Opportunity*)

Teknik ini merupakan perpaduan antara faktor dari dalam (internal) kelemahan dan faktor dari luar (eksternal) peluang. Strategi WO yang ditempuh oleh Alexa Bakery Banjarmasin yaitu:

- 1) Perlu adanya upaya untuk meningkatkan promosi melalui media sosial sehingga banyak konsumen tertarik dan secara tidak langsung akan menambah jumlah reseller
- 2) Harus diadakan survey kepuasan pelanggan dengan tujuan evaluasi produk, perbaikan produk sesuai berdasarkan hasil survey akan membantu dalam perluasan usaha.
- 3) Melakukan inovasi produk sesuai dengan minat konsumen akan dan melakukan promosi melalui event akan membuka peluang bisnis

c. Strategi ST (*Strength – Threats*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor dari dalam atau internal yakni kekuatan dan faktor dari luar atau eksternal yakni ancaman. Strategi ST yang ditempuh oleh Alexa Bakery Banjarmasin yaitu:

- 1) Mampu untuk mempertahankan kualitas produk meskipun harga bahan baku meningkat, salah satu upaya adalah dengan menyesuaikan harga penjualan
- 2) Mempertahankan harga produk tetap bersaing dengan produk lain, sehingga dapat bertahan dari persaingan
- 3) Mempertimbangkan lokasi outlet yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen sehingga tetap menarik minat konsumen untuk membeli produk

d. Strategi WT (*Weakness– Threats*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal kelemahan (*Weakness*) dan faktor eksternal ancaman (*Threats*). Strategi WT yang ditempuh oleh Alexa Bakery Banjarmasin yaitu:

- 1) Memaksimalkan promosi melalui media sosial untuk meningkatkan minat konsumen sehingga produksi mampu berjalan walaupun harga bahan baku meningkat.
- 2) Mengadakan survey kepuasan pelanggan dengan tujuan evaluasi dan perbaikan sehingga kualitas produk meningkat dan unggul dalam persaingan.
- 3) Melakukan inovasi produk sesuai dengan tren dan keadaan pasar sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk