



*Muh. Reza Ridho et. al:*Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)

**STRATEGI PEMASARAN ROTI DI KOTA MAKASSAR
(Studi Kasus pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)**

**BREAD MARKETING STRATEGY IN MAKASSAR CITY
(Case Study on Home Industry Bread Business in Sulawesi, Maccini Parang District)**

Muh. Reza Ridho^{1*}, La Sumange², Suardi Bakri³,

¹²³Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Makassar, Jln Perintis Kemerdekaan, Tamalarea, Makassar 90245, Indonesia,

*Email: muhrezaridho309@gmail.com

ABSTRAK

Roti Sulawesi adalah perusahaan yang bergerak di industri bakery yang menjual berbagai macam varian roti seperti roti selai, roti tawar, roti hamburger dan sebagian, telah berevolusi lebih dari roti Sulawesi. Selain itu strategi yang diterapkan oleh kompetitor sangat baik agar kompetitor dapat menarik konsumen roti Sulawesi. Penelitian ini bertujuan untuk faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi sistem pemasaran home industri usaha roti Sulawesi di kelurahan maccini parang serta untuk memahami bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan home industri usaha roti Sulawesi di kelurahan maccini parang. Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilaksanakan pada bulan Januari-Maret, jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik analisis data deskriptif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal pada pabrik roti Sulawesi adalah manajemen dan pemasaran, sedangkan faktor eksternalnya yaitu lingkungan makro (faktor demografi, faktor ekonomi, faktor lingkungan, faktor teknologi, faktor politik dan aspek budaya), lingkungan mikro (pesaing dan masyarakat) dan lingkungan industri (tantangan dari pesaing baru, ancaman barang pengganti, kekuatan tawar menawar pemasok, dan kemampuan negosiasi pembeli). Analisis matriks SWOT menghasilkan 12 alternatif strategi yang dapat digunakan sebagai upaya pengembangan usaha, seperti: Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen, menambah volume produksi guna memenuhi permintaan yang ada di pasar

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Roti Sulawesi, SWOT

ABSTRACT

Roti Sulawesi operates within the bakery industry, offering a diverse range of bread varieties, including spreads, plain bread, hamburgers, and other products that have evolved beyond traditional Sulawesi bread. Furthermore, competitors have effectively implemented strategies to attract Sulawesi bread consumers. The primary aim of this research is: (1) to investigate the internal and external factors influencing the marketing system of home-based Sulawesi bread industry in Maccini Parang Subdistrict, Makassar City, and (2) to comprehend the marketing strategies employed by the home-based Sulawesi bread industry in Maccini Parang Subdistrict, Makassar City. This research employs a qualitative research approach conducted from January to March, utilizing descriptive data analysis techniques and SWOT analysis. The research findings indicate that the internal factors within the Sulawesi bread factory involve management and marketing, while the external factors involve elements of macro-environmental (demographic, economic, environmental, technological, political, and cultural aspects), elements of micro-environmental (competition and the local community), and elements of industrial environment (challenges from new competitors, threats of substitute products, supplier bargaining power, and buyer negotiation capabilities). The SWOT matrix analysis generates 12 alternative strategies that can be employed for business development purposes. These strategies include maintaining price levels and enhancing product quality to elevate consumer satisfaction, as well as increasing production volume to meet market demands.

*Muh. Reza Ridho et. al:*Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)

Keywords: *Marketing Strategy, Sulawesi Bread, SWOT Analysis*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan informasi telah mengubah cara hidup banyak orang, termasuk kebiasaan makan masyarakat yang masih ingin bersikap pragmatis. Oleh sebab itu, ini adalah kesempatan yang sangat menguntungkan bagi perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan makanan untuk mempromosikan produknya. Tujuannya adalah untuk memperluas bisnis dan menciptakan produk berkualitas yang dapat dibeli oleh masyarakat dengan harga yang terjangkau. Sektor baking merupakan bagian dari industri pangan yang mengolah bahan pertanian seperti tepung terigu dan pisang. Potensi industri baking di kota Makassar memiliki prospek yang cukup besar.

Kegiatan pemasaran suatu perusahaan mempunyai sejumlah tujuan yang ingin dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam waktu dekat, hal ini sering kali berhasil mengamankan perhatian konsumen, terutama untuk produk yang baru diperkenalkan, menjadi fokus utama. Namun, dalam jangka waktu yang lebih lama, esensinya adalah menjaga kelangsungan produk yang telah ada agar tetap relevan dan bertahan. (Yunus, 2016).

Industri kuliner, terutama dalam pembuatan roti, terus berkembang pesat. Ada beragam varian roti dengan rasa dan penampilan yang menarik. Dalam kehidupan sehari-hari, roti semakin populer sebagai pilihan sarapan dan camilan di tengah kesibukan masyarakat perkotaan. Hal ini disebabkan oleh citarasa lezat dan kandungan gizi yang dimilikinya. Tidak hanya di pusat perkotaan, roti juga menjadi favorit di daerah pinggiran kota.

Roti Sulawesi adalah perusahaan yang bergerak di industri bakery yang menjual berbagai macam varian roti seperti roti selai, roti tawar, roti hamburger dan sebagian, Letak roti ‘Sulawesi’ berada di jalan kemauan raya kota Makassar, dimana daerah tersebut merupakan daerah yang strategis karena berada kecamatan Makassar di jantung Kota Makassar. Kawasan ini juga dekat dengan Pasar Butung yang merupakan pasar terbesar di Makassar setelah Pasar Sentral. Roti “Sulawesi” sudah ada sejak tahun 1985 dan dimiliki oleh Nona Mice.

Permasalahan Roti “Sulawesi” saat ini adalah penurunan penjualan, dan tujuan peningkatan penjualan per tahun belum tercapai. Menurut pemilik Roti Sulawesi, penurunan tersebut karena pesaingnya saat ini sudah banyak yang sudah memiliki nama toko roti terbaik seperti Bakery Holland dan Kitchen Chocolate. Selain itu, Olympia, pesaing lama roti Sulawesi, telah berevolusi lebih dari roti Sulawesi. Selain itu strategi yang diterapkan oleh kompetitor sangat baik agar kompetitor dapat menarik konsumen roti Sulawesi.

Melihat fenomena-fenomena tersebut di atas, Sulawesi Bakery sangat perlu memikirkan strategi terbaik agar dapat bersaing dengan kompetitornya, kembali meningkatkan penjualan dan mencapai target penjualan.

Kebutuhan pasar digunakan sebagai dasar untuk menentukan jenis produk dan kondisi pasar untuk berbagai alternatif harga, promosi dan distribusi. Masalah ini menyebabkan perusahaan menetapkan upaya pemasaran pada setiap variabel pemasaran yang dimilikinya. Setelah uraian di atas, penulis ingin mengetahui lebih jauh mengenai pemasaran perusahaan roti “Sulawesi”.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah Roti Sulawesi di kelurahan Maccini Parang Kota Makassar Jumlah produsen Roti Sulawesi sebanyak 1 unit usaha. Sedangkan, secara dengan mengambil 21 orang karyawan yang terdiri bagian pemilik usaha, penanggung jawab, adonan, kemasan, pembakar, yang dalam di pabrik roti Sulawesi. Karena usaha saat ini sudah lama beroperasi dan memiliki pengalaman dalam usaha pabrik roti ini,

Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

- a. Data primer merujuk pada data yang diperoleh melalui penelitian lapangan di lokasi secara langsung melalui observasi, wawancara dengan responden menggunakan kuesioner, dan pengumpulan dokumen.

*Muh. Reza Ridho et. al:*Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)

- b. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari lembaga pengumpul data dan disediakan untuk digunakan oleh masyarakat. Data sekunder ini tersedia dalam berbagai bentuk, termasuk laporan tertulis, peta, dan dokumen resmi lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi merupakan suatu proses peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian di lapangan dengan melihat, mendengarkan, mencatat kegiatan - kegiatan yang berkaitan dengan Penelitian.
- b. Wawancara secara langsung kepada responden untuk mengumpulkan informasi yang akurat dan kompleks yang di kemukakan oleh narasumber.
- c. Kuesioner dapat dianggap sebagai wawancara tertulis maupun mendengarkan untuk kepada responden secara langsung dan tidak langsung
- d. Dokumentasi adalah metode Pengumpulan data berupa bentuk foto, gambar kegiatan selama observasi, wawancara dan kuesionernya di lapangan dan dokumen resmi yang mendukung penelitian.

Analisis Data

Data Kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial secara mendalam melalui penafsiran konteks, pengalaman dan cara pandang orang-orang yang terlibat dalam fenomena tersebut. Penelitian kualitatif berfokus pada makna, struktur sosial, dan kompleksitas fenomena yang diteliti (Creswell, dalam Jailani, M. Syahrani. 2014)

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain.

- a. Analisis Deskriptif

Metode Analisis Deskriptif kualitatif adalah suatu jenis, model atau desain penelitian yang digunakan untuk mempelajari objek penelitian yang bersifat alami atau dalam kondisi nyata, bukan seperti yang digunakan dalam eksperimen. Deskriptif sendiri artinya hasil penelitian diuraikan sejelas-jelasnya berdasarkan penelitian yang dilakukan, tanpa menarik kesimpulan apapun mengenai hasil penelitian.

- b. Analisis SWOT

Menilai secara komprehensif kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman adalah tujuan dari analisis SWOT. Menurut Freddy Rangkuti, analisis SWOT diartikan sebagai sebuah analisis berbasis logika yang bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, sementara sebaliknya meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Analisis SWOT merupakan salah satu alat analisis lingkungan internal dan eksternal yang paling terkenal digunakan oleh perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif harus berusaha meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan dengan benar, asumsi sederhana ini memiliki implikasi yang sangat besar dalam pengembangan strategi yang berhasil.

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah sebuah metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek, atau konsep bisnis berdasarkan faktor-faktor eksternal dan internal, yaitu kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman. Analisis SWOT adalah singkatan dari Strengths (Kekuatan), Opportunities (Peluang), Weaknesses (Kelemahan), dan Threats (Ancaman). Untuk menggunakannya, kita dapat membuat matriks yang menggabungkan empat elemen SWOT ini menjadi satu. Dari matriks tersebut, kita kemudian mengidentifikasi semua aspek dalam SWOT dan mengembangkan strategi yang sesuai:

- a. Strategi S-O: Memaksimalkan potensi kekuatan untuk memanfaatkan peluang, atau menggunakan kekuatan untuk menangkap peluang
- b. Strategi S-T: Memaksimalkan potensi kekuatan untuk mengurangi atau menghindari ancaman yang ada.
- c. Strategi W-O: Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang, atau mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
- d. Strategi W-T: Meminimalkan kelemahan untuk mengurangi atau menghindari ancaman yang ada.

Muh. Reza Ridho et. al.:Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi Pabrik Roti Sulawesi

Produksi adalah suatu proses dimana suatu produk, baik bahan mentah maupun bahan baku tertentu, diolah menjadi produk baru yang mempunyai nilai ekonomi lebih besar. Proses produksi Roti Sulawesi berlangsung setiap hari dengan total ± 1000 pieces dengan 4 varian dan 2 ukuran. Varian yang diproduksi tergantung dari pesanan yang masuk, semakin banyak pesanan yang masuk maka roti yang dihasilkan juga semakin banyak, jika pesanan sedikit maka produksinya juga sedikit.

Produksi Roti Sulawesi terkadang mengalami penurunan dan terkadang naik, bahkan bahan baku ini berdampak pada harga roti, Ketersediaan bahan baku yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh Roti Sulawesi menjadi salah satu elemen penting untuk menjaga kelancaran operasional produksi. Jenis-jenis bahan baku yang digunakan dalam produksi Roti Sulawesi adalah sebagai berikut:

1. Bahan Pokok

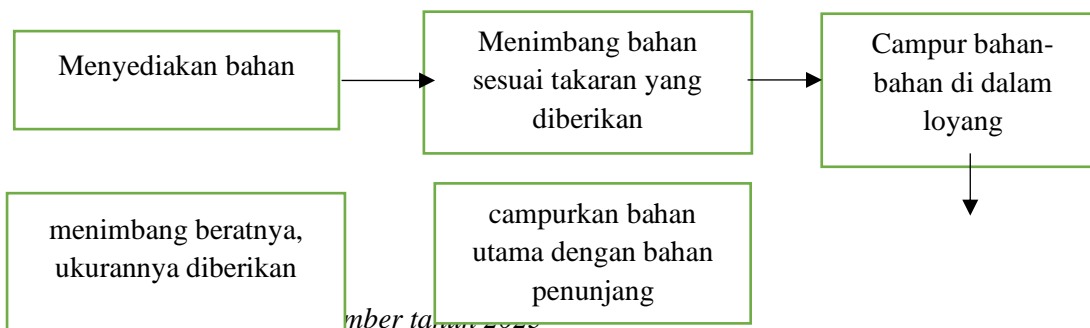
Roti Sulawesi menggunakan bahan baku utama seperti tepung terigu, telur, gula pasir, ragi, dan mentega. Dalam proses produksinya, Roti Sulawesi memprioritaskan bahan baku dengan kualitas tinggi, yang telah diberi sertifikasi Halal dari MUI. Seleksi yang cermat terhadap jenis tepung terigu memiliki dampak yang signifikan terhadap hasil akhir produksi. Oleh karena itu, Roti Sulawesi bersedia menginvestasikan lebih untuk memperoleh bahan baku terbaik. Pasokan bahan baku ini diperoleh dari para pemasok yang menjalin kerja sama dengan Roti Sulawesi

2. Bahan Penunjang

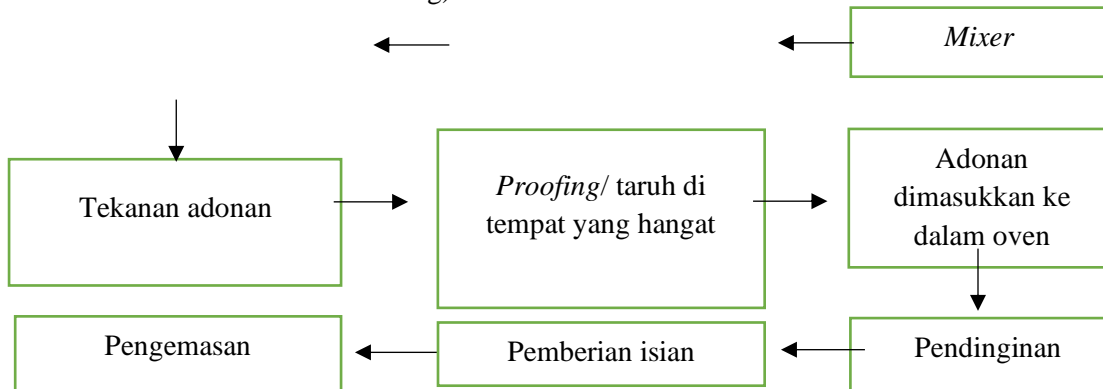
Dalam proses pembuatan roti, terdapat dua jenis bahan penunjang, yaitu bahan yang dicampurkan ke dalam adonan tepung dan bahan yang digunakan sebagai isian. Gula pasir digunakan sebagai bahan pengisi utama dalam adonan roti, dengan berbagai variasi rasa untuk menarik minat konsumen. Adapun untuk isian roti, bahan yang biasanya digunakan mencakup coklat, keju, nanas, dan pisang coklat. Semua bahan penunjang yang digunakan dalam produksi roti telah tersedia dan siap digunakan

3. Kemasan

Merupakan proses terakhir produksi. Proses ini menentukan penampilan produk dan umur simpan produk di Roti Sulawesi menggunakan kemasan plastik wrap sederhana dalam dua varian ukuran, yaitu besar dan kecil, yang disesuaikan dengan jenis roti yang dijual. Namun, tampilan kemasan terlihat kurang menarik. Setiap produk Roti Sulawesi dilengkapi dengan kemasan plastik yang mencantumkan informasi penting seperti logo Roti Sulawesi, nama toko, alamat toko, dan nomor telepon. Berikut gambar proses pembuatan Roti Sulawesi:



Muh. Reza Ridho et. al.:Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)



Gambar 4. Proses Pembuatan Produksi Roti Sulawesi

Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal

Semua perusahaan produk atau jasa mempunyai tujuan untuk bertahan dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai dengan berupaya mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan perusahaan. Hal ini dimungkinkan, perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan cita rasa produknya serta penjualan produk yang diproduksinya. Menerapkan strategi pemasaran yang akurat dengan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan penjualan sehingga nilai penjualan yang dipasarkan dapat terbuka.

Strategi pemasaran dikenal sebagai rencana industri pemasaran yang menyeluruh dan terpadu yang menjadi pedoman kepentingan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Perumusan strategi pemasaran roti Sulawesi dapat dipastikan dari informasi dasar yang digunakan sebagai informasi pendukung yang diperoleh melalui wawancara kepada karyawan Roti Sulawesi.

Faktor Internal

Pemeriksaan internal lingkungan ini penting untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan dalam persaingan bisnis dengan menganalisis faktor-faktor yang ada di berbagai fungsi dalam sebuah perusahaan.

a. Manajemen

Manajemen perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan jika memiliki perencanaan dan manajemen yang baik yang akan membantu para penjual untuk mendapatkan hasil terbaik dari kesepakatan yang dilakukan. Semua kegiatan operasional usaha dilakukan secara sendiri. Meskipun masih sistem manual, karena kurangnya inovatif dan kreasi. Tanpa adanya sistem manajemen berupa perencanaan, kepemimpinan dan pengarahannya yang baik, hal ini tentu menjadi kelemahan perusahaan, karena hasil yang dapat dicapai dalam pengelolaan perusahaan ini tidak maksimal untuk mencapai tujuannya.

Kendala yang sering muncul dalam menjalankan usaha adalah upaya untuk selalu memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan kemampuan dalam menghadapi situasi yang beragam. Hal ini dikarenakan tujuan utama kita adalah untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan memastikan kunjungan mereka ke tempat usaha kita menjadi lebih baik.

b. Pemasaran

1. Produk (Product)

Roti Sulawesi memiliki produk yang bersaing dengan menyediakan empat varian rasa, berbeda dengan produk lainnya yang hanya memiliki beberapa rasa seperti Pisang Coklat, Coklat, Keju, dan Nanas (selai). Produk ini dibuat dari bahan-bahan yang mudah ditemukan dan tidak mengandung pengawet atau bahan kimia tambahan. Karena itu, roti hanya dapat disimpan selama 3 hari. Kemasan produk menggunakan plastik sederhana yang transparan, tetapi terlihat kurang menarik, meskipun tetap bersih dan rapi.

Muh. Reza Ridho et. al: Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)

2. Harga (Price)

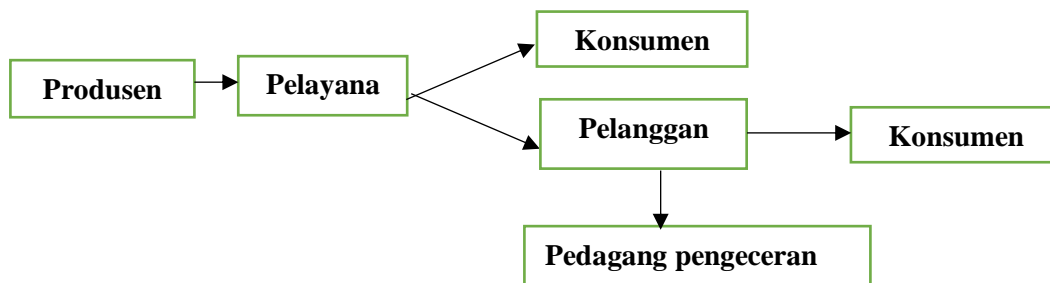
Harga produk Roti Sulawesi sangat terjangkau dan bervariasi tergantung pada varian rasa dan ukuran. Misalnya, rasa Pisang Coklat dijual dengan harga Rp.3.000,- sementara rasa Coklat dijual dengan harga Rp.3.000,-, harga bulat lebar Rp.2.000,- dan bulat Seharga Rp.1.000,-. Rasa Keju seharga Rp.3.000,- dan harga Rp.2.000,- rasa selai nanas Roti Bunker seharga Rp 10.000,-. Harga yang roti tawar sebesar 7.000,- dianggap terjangkau karena harganya bersahabat dengan budget dan cenderung lebih murah jika dibandingkan dengan toko roti lainnya, seperti pada Toko Pabrik roti Jordan dan pabrik roti sariroti dan dll.

3. Tempat (Place)

Tempat atau lokasi usaha Roti Sulawesi sejak 1982 sampai saat ini berada di Kemauan V Kelurahan Maccini Parang. Lokasi tersebut Usaha ini berlokasi di dalam kompleks perumahan yang agak jauh dari jalan utama, sehingga posisinya dianggap kurang strategis. Produk ini sudah tersedia di berbagai tempat, termasuk toko-toko kecil seperti warung di sekitar Maccini, dengan total 25 toko, dan satu toko di Kelurahan Maccini Parang. Selain itu, Toko Sulawesi juga melakukan penjualan keliling menggunakan motor dan mobil, dengan satu unit motor dan satu unit mobil yang sering beroperasi di sekitar Maccini, Maccini Parang, dan Bara Baraya.

4. Promosi (Promotion)

Kegiatan promosi melibatkan pendekatan langsung kepada calon pembeli atau menawarkan produk secara langsung kepada konsumen, dan pelayanan langsung ke pabrik, serta menggunakan komunikasi kepada sekitar masyarakat maupun depot (menyimpan kios). Berikut merupakan gambar saluran pemasaran Roti Sulawesi:



Gambar 5. Alur Pemasaran Roti Sulawesi

Saluran pemasaran produk Roti Sulawesi terbagi menjadi 3 (dua) saluran distribusi yaitu:

- 1) Saluran pemasaran Langsung Pelayanan ke konsumen.
- 2) Saluran pemasaran langsung ke pelayanan ke pelanggan ke konsumen
- 3) Saluran pemasaran langsung ke pelayanan ke pelanggan ke pedagang pengeceran

Faktor Eksternal

Tujuan dari analisis lingkungan eksternal adalah untuk menyusun daftar peluang yang terbatas yang dapat memberikan keuntungan bagi bisnis dan ancaman yang harus dihindari. Ini mencakup evaluasi lingkungan makro (termasuk faktor demografi, ekonomi, lingkungan alam, politik, dan budaya), analisis lingkungan mikro (melibatkan pemasok, perantara pemasaran, pelanggan, pesaing, dan masyarakat), serta analisis lingkungan industri (termasuk ancaman dari pendatang baru, produk pengganti, kekuatan tawar-menawar pemasok, kekuatan tawar-menawar pembeli, dan tingkat persaingan antara perusahaan dalam industri yang sama).

a. Lingkungan Makro

- 1) Faktor Demografi

Muh. Reza Ridho et. al: Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)

Pertumbuhan populasi di Indonesia dan peningkatan tingkat pendidikan di seluruh dunia merupakan hal yang terus diperhatikan oleh para pemasar, karena kedua faktor ini memiliki potensi untuk memengaruhi pasar dan karakteristiknya secara langsung.

Peningkatan populasi memiliki efek positif terhadap peningkatan konsumsi makanan tradisional, memberikan peluang untuk pertumbuhan industri roti. Tanggapan positif dari masyarakat di sekitar perusahaan dapat berkontribusi pada peningkatan produksi dan perluasan pangsa pasar

2) Faktor Ekonomi

Kondisi ekonomi suatu negara memiliki dampak yang signifikan terhadap performa perusahaan atau industri. Situasi perekonomian Indonesia yang belum stabil sejak munculnya wabah virus corona pada tahun 2019 telah menciptakan lingkungan yang kurang produktif bagi perkembangan bisnis di Indonesia, baik dalam skala besar maupun kecil. Hal ini termanifestasi dalam kemacetan pertumbuhan ekonomi, termasuk kenaikan harga bahan bakar minyak dan gas yang secara konsisten berimbas pada kenaikan harga barang-barang lain, termasuk bahan-bahan baku Roti Sulawesi seperti tepung terigu dan telur serta komponen lainnya.

Jenis situasi ini tentu menjadi tantangan bagi para pengusaha Indonesia. Melihat kondisi tenaga kerja di Indonesia, tampaknya mereka belum sepenuhnya siap untuk bersaing dengan pengusaha asing, terutama dalam industri mikro. Para pelaku usaha dalam kategori ini sering menghadapi Perusahaan mereka menghadapi kesulitan dalam menjual produk mereka karena persaingan yang sengit. Perkembangan perdagangan bebas ini bisa menjadi peluang bagi perusahaan yang berukuran menengah dan besar yang memiliki sumber daya yang memadai untuk bersaing dengan tenaga kerja dari luar negeri.

3) Faktor Lingkungan

Dalam bisnis penjualan roti keliling, faktor lingkungan memiliki peran yang sangat penting dan berdampak signifikan pada aspek penjualan. Ketika menjual roti di berbagai lokasi di sudut kota Makassar, kondisi alam memiliki peranan penting, terutama dalam hal cuaca yang cerah. Kondisi cuaca yang tidak menguntungkan dapat menjadi ancaman serius bagi para penjual, seperti cuaca hujan yang sering terjadi, yang dapat mengganggu waktu penjualan dan mengakibatkan penurunan pelanggan yang pada akhirnya akan mempengaruhi volume penjualan dan pendapatan yang diperoleh

4) Faktor Teknologi

Teknologi memiliki peran kunci dalam evolusi industri. Kemajuan teknologi yang terus berkembang mendorong industri untuk beradaptasi dengan berbagai inovasi teknologi yang tersedia untuk mendukung semua aspek operasional bisnis. Progress dalam teknologi komunikasi, seperti telepon dan ponsel, membuktikan kemampuannya dalam memfasilitasi transaksi jual beli yang lebih efisien dan efektif antara produsen, pedagang, dan konsumen terpencil. Selanjutnya, perkembangan internet membuka peluang bagi perusahaan untuk menjual produknya secara online maupun offline. Sementara itu, pemanfaatan teknologi transportasi seperti sepeda motor juga dapat berfungsi sebagai alat dalam upaya pemasaran dan distribusi produk manufaktur kepada konsumen.

5) Faktor Politik

Keadaan politik suatu negara memiliki dampak yang signifikan terhadap kelangsungan operasional perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Perlu dilakukan pengawasan terus-menerus dan usaha yang besar untuk menghadapi situasi politik, peraturan, dan kebijakan pemerintah, baik tingkat pusat maupun daerah. Kondisi politik yang tidak stabil dapat berpotensi merusak nilai tukar mata uang, serta berdampak pada penurunan investasi, upaya penanaman modal, dan daya beli masyarakat di dalam negeri. Ketidakstabilan politik dapat menjadi kendala yang merugikan dalam berbagai sektor industri, termasuk manufaktur, jasa, dan bidang lainnya.

6) Faktor Aspek kebudayaan

Perkembangan zaman dan peningkatan jumlah penduduk telah mengubah tata nilai sosial, budaya, dan gaya hidup masyarakat saat ini. Bagi penjual roti di Sulawesi, pertumbuhan penduduk membawa peluang karena

*Muh. Reza Ridho et. al:*Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)

mempengaruhi tingkat konsumsi dan permintaan masyarakat terhadap produk merek produk mereka. Namun, melihat tren gaya hidup modern masyarakat saat ini, situasi ini juga berpotensi menjadi ancaman karena produk yang dijual berupa makanan tradisional. Masyarakat yang telah beralih ke gaya hidup modern mungkin kurang tertarik pada makanan tradisional, lebih memilih konsumsi makanan modern dari luar negeri sebagai simbol status sosial. Pola hidup modern ini dapat menjadi tantangan bagi para penjual makanan tradisional.

b. Lingkungan Mikro

1) Pesaing

Tantangan utama bagi penjual bukanlah dari produsen yang menghasilkan produk serupa, karena di Sulawesi sendiri banyak unit usaha lain yang menjual produk serupa. Ketika melihat gaya hidup modern masyarakat saat ini yang cenderung lebih menyukai makanan modern dari luar negeri, ini dapat meningkatkan popularitas makanan-makanan tersebut daripada makanan tradisional. Lebih dari itu, makanan tradisional memiliki rasa dan tampilan yang khas, memberikan sentuhan klasik yang unik. Oleh karena itu, persaingan berasal dari luar industri dengan inovasi yang mereka tawarkan yang lebih sesuai dengan tren masa kini dan memiliki daya saing yang lebih kuat di pabrik tersebut

Adapun beberapa pesaing dari Roti Sulawesi yang ada di daerah Maccini yaitu roti sakinah, roti browines daeng, bubur ketan momo, bakso goreng rica, martabak dan terang bulan, nasii kuning, gorengan, bakso mas fery, indomaret,

2) Masyarakat

Menyadari gaya hidup masyarakat modern saat ini menjadi tantangan sekaligus kesulitan bagi seorang pembuat roti Sulawesi untuk membangun bisnis modern. Masyarakat modern melupakan makanan tradisional karena menganggapnya ketinggalan jaman. Tentu saja reaksi mereka berbeda dengan makanan modern dari luar negeri yang mereka anggap sebagai gaya hidup modern dan bergengsi bagi mereka.

c. Lingkungan sektor Industri

1) Tantangan dari Pesaing Baru

Keterarikan suatu industri bagi pesaing baru bergantung pada seberapa sulitnya hambatan masuk dan keluar dari industri tersebut, serta bagaimana pesaing yang sudah ada merespons potensi dari pesaing baru. Ancaman sebenarnya bukan datang dari pesaing baru dalam industri roti Sulawesi, melainkan datang dari sektor industri makanan modern seperti berbagai jenis makanan ringan, makanan cepat saji, berbagai variasi donat, dan jenis roti lainnya. Mengingat pola hidup modern masyarakat saat ini, mereka cenderung lebih tertarik pada Makanan modern ini juga memiliki peluang pertumbuhan yang signifikan di pasar industri makanan. Oleh karena itu, bagi produsen roti Sulawesi, sangat penting untuk mempertimbangkan situasi ini dan mencari peluang untuk lebih mengembangkan bisnis mereka. berfokus dan melakukan persiapan sebelum menghadapi persaingan dari bisnis ritel makanan modern yang baru.

2) Ancaman Barang Pengganti

Bisnis roti di Sulawesi sebagai produsen makanan pada dasarnya rentan dan memiliki banyak produk pengganti karena semakin banyaknya pilihan makanan saat ini, baik tradisional maupun modern. Hal ini tentu saja memberikan ancaman yang sangat besar bagi para penjual roti Sulawesi.

3) Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Pemasok dapat menggunakan daya tawarnya dengan Konsumen memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga atau mutu dan kuantitas produk atau layanan yang ditawarkan oleh produsen. Kekuatan pemasok biasanya lebih dominan ketika jumlah mereka terbatas, walaupun kemampuan pengiriman produk yang terbatas menjadi faktor penting bagi negosiasi. Salah satu pendekatan yang dianjurkan adalah menjalin kerja sama yang erat dengan pemasok atau memanfaatkan berbagai opsi sumber pemasok. Ketersediaan berbagai pemasok untuk tepung terigu dan bahan bantu produksi roti Sulawesi di pasar dan toko-toko mengakibatkan pemasok tidak memiliki kontrol yang signifikan dalam menetapkan harga yang tidak wajar

4) Kemampuan Negosiasi Pembeli

Muh. Reza Ridho et. al:Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)

Produk roti khas Sulawesi yang dipanggang ini menjadi dikenal luas dan diminati oleh masyarakat melalui upaya pemasaran dari para pembeli produk tersebut.

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang serta Mengurangi Kelemahan dan Ancaman. Analisis SWOT dilaksanakan setelah mengenali elemen internal dan eksternal, menganalisis elemen strategis internal (kekuatan dan kelemahan) serta elemen eksternal (peluang dan ancaman). Berikut adalah rincian langkah-langkah dalam mengidentifikasi elemen internal dan eksternal:

Tabel 1. Pengenalan Elemen Internal dan Elemen Eksternal

Faktor Internal	
Kekuatan	Kelemahan
1. Harga terjangkau 2. Bahan baku terjangkau 3. Sistem pemasaran yang tidak memerlukan biaya yang banyak, karena distributor yang langsung ambil di pabrik	1. Lokasi usaha kurang strategis 2. Skill SDM kurang memadai 3. Kemasan kurang menarik 4. Sistem pengemasan dengan manual 5. Pengelolaan keuangan sistem manual
Faktor Eksternal	
Peluang	Ancaman
1. Bahan baku mudah didapatkan 2. Kemajuan teknologi dan informasi 3. Pelayanan terhadap distributor 4. Peningkatan permintaan masyarakat terhadap roti	1. Semakin banyak pesaing 2. Harga bahan baku yang tidak stabil 3. Masuknya musim hujan 4. Bahan mentah yang terus naik 5. Pesaing bisnis yang berjenis

Sumber: Informasi yang telah diolah, 2023

Tabel 3 mengindikasikan bahwa kekuatan dan kelemahan di dalam organisasi memiliki tingkat yang seimbang, sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan kekuatan tersebut pada pabrik roti Sulawesi. Meskipun faktor eksternal yang mewakili peluang dan ancaman berada pada level yang sama. Roti Sulawesi menjadi garda terdepan dalam peluang bisnis roti. Ada peluang yang bisa dimanfaatkan dalam memasarkan produk. Hasil identifikasi ini berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap pegawai bagian produksi dan pemasaran Pabrik roti Sulawesi. Setelah mengidentifikasi apabila menggabungkan faktor internal dan eksternal, maka dapat disusun matriks SWOT. Matriks SWOT menggabungkan kondisi yang ada di dalam dan luar perusahaan untuk merancang berbagai alternatif strategi yang bisa diterapkan. Roti Sulawesi Opsi strategi yang terbentuk mencakup pendekatan Dalam analisis ini, kita mempertimbangkan kombinasi antara kekuatan dan peluang (Strength-Opportunity-SO), kekuatan dan ancaman (Strength-Threat-ST), kelemahan dan peluang (Weakness-Opportunity-WO), serta kelemahan dan ancaman (Weakness-Threat-WT).Di bawah ini adalah tabel matriks SWOT yang berisi strategi pemasaran untuk roti Sulawesi.

Berdasarkan data yang terdapat dalam tabel 4, terdapat beberapa opsi strategi yang dapat diimplementasikan oleh Pabrik Roti Sulawesi, di antaranya:

1. Strategi SO (Strength-Opportunity)

Strategi Strength-Opportunity (SO) adalah pendekatan yang memanfaatkan keunggulan internal perusahaan untuk mengambil peluang eksternal. Hasil dari strategi SO adalah:

- a. Dengan mempertahankan harga yang terjangkau sambil meningkatkan kualitas produk, tujuannya adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memastikan bahwa harga tetap terjangkau namun kualitas tetap tinggi, konsumen akan cenderung melakukan pembelian berulang.

Muh. Reza Ridho et. al.:Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)

- b. Memanfaatkan perkembangan teknologi yang memungkinkan website dan media sosial lainnya untuk memudahkan konsumen mengakses Roti Sulawesi Dengan menggunakan internet, konsumen dapat dengan sederhana mengidentifikasi Roti Sulawesi melalui situs web.
- c. Menambah kapasitas produksi agar dapat memenuhi permintaan pasar dan menghindari kekosongan roti di pabrik.

2. Strategi WO (Weakness-Opportunities)

Strategi Weakness-Opportunity (WO) merupakan pendekatan yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal. Salah satu strategi WO yang bisa diimplementasikan adalah:

- a. Membuka Cabang dilokasi-lokasi yang dianggap ramai
- b. Merancang kemasan produk yang lebih atraktif agar calon konsumen lebih tertarik untuk membeli, selain itu juga meningkatkan efisiensi dalam proses pembuatan kemasan.
- c. Terutama dalam merekrut tenaga kerja yang bertanggung jawab atas pengelolaan situs web dan akun media sosial (seperti Facebook, Twitter, dan Instagram). Langkah ini krusial mengingat peran yang sangat penting dari pemasaran melalui media sosial. Karyawan yang ditempatkan harus memiliki tanggung jawab untuk secara konsisten meng-update informasi mengenai produk Roti Sulawesi setiap hari, agar konten menarik senantiasa ada di dalam situs web dan platform media sosial setiap harinya.
- d. Mengadakan dan mengikut pelatihan bagi karyawan

3. Strategi ST (Strength-Threats)

Strategi Strength-Threat (ST) adalah pendekatan yang mengandalkan keunggulan internal untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman dari lingkungan eksternal. Salah satu strategi ST yang bisa diadopsi adalah:

- a. Memelihara harga jual tetap terjangkau.
- b. Meningkatkan Pengelolaan keuangan, sehingga kita dapat membantu individu atau bisnis mengetahui apa yang sebenarnya perlu diprioritaskan dalam pengalokasian dana.

Tabel 2. Matriks SWOT Strategi Pemasaran Roti Sulawesi

Muh. Reza Ridho et. al: Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)

Strategi Weakness-Threat (WT) adalah pendekatan pertahanan yang bertujuan untuk mengurangi kerentanan internal dan menghindari dampak ancaman dari lingkungan eksternal. Salah satu strategi WT yang dapat dijalankan adalah:

- a. Laksanakan inisiatif pemasaran yang inovatif. Hal ini bertujuan untuk memudahkan peningkatan ingatan dan menarik minat konsumen dalam pembelian produk.
- b. Menambah jumlah kendaraan penjualan roti untuk meningkatkan efisiensi pemasaran produk, contohnya dengan menggunakan mobil roti keliling yang memiliki kemampuan berjualan dari atas kendaraan, sehingga tidak perlu khawatir saat hujan turun.
- c. Memperbaiki kemasan produk dengan cara mencantumkan tanggal kadaluarsa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh Pabrik Roti Sulawesi adalah memanfaatkan kemajuan teknologi dengan lebih mengaktifkan *website*, melakukan promosi melalui komunikasi dan sosial media, menambahkan kerjasama baru dengan pihak lain, meningkatkan jumlah produksi, merekrut karyawan khusus mengelola sosial media, menjaga harga jual tetap terjangkau masyarakat, meningkatkan jumlah sarana transportasi penjualan roti, dan karyawan melakukan promosi yang kreatif.
2. Analisis matriks SWOT menghasilkan 13 alternatif strategi yang dapat di gunakan sebagai upaya pengembangan usaha, yaitu: Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen, mengoptimalkan kemajuan teknologi dengan meningkatkan kehadiran di *website* dan aktif di platform media sosial seperti *instagram*, *whatsapp*, dan *facebook*, menambah volume produksi guna memenuhi permintaan yang ada di pasar, membuka cabang dilokasi, membuat kemasan produk yang lebih menarik, merekrut karyawan yang khusus mengelola sosial media, mengadakan dan mengikuti pelatihan bagi karyawan, menjaga jual tetap terjangkau,

DAFTAR PUSTAKA

- Yunus, & Eddy. (2016). Manajemen Strategi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nusawanti, T. A. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Pada Bagas Bakery, Kabupaten Kendal.
- Mohammad, Kelvin Sandhyra (2023) *Perencanaan Strategi Pada Perusahaan Roti Dengan Menggunakan Metode Swot Dan Anp (Studi Kasus Pada Ud. Indah Cathering)*
- Maulana, Aditya Ahmad, Budi Praptono, and Boby Hera Sagita. "Perumusan Dan Analisis Strategi Pemasaran Viseworks Visual Studio Menggunakan Qspm (quantitative Strategic Planning Matrix)." eProceedings of Engineering 7.1 (2020).
- Firdaus, Muhammad. 2021. Manajemen Agribisnis. Jakarta: Bumi Aksara
- Firdaus Alyas, A., & Rakib, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros).
- Fahmi, R. (2018). Pemberdayaan Home Industry Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, 3, 87-109.
- Marginingsih, R. (2019). Analisis Swot Technology Financial (Fintech) Terhadap Industri Perbankan.
- Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis Swot Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Kaliputu Kudus). Bisnis: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 5(2), 363- 382.
- Dharman..(2023) Analisis Strategi Pemasaran Jambu Mete Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Umkm Harita Samaturu). Skripsi Thesis, Iain Kendari.
- Rangkuti, Freddy. Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama, 1998.
- Rido Insan Raharjo. (2019). Strategi Pemasaran Melalui Analisis Strengt Weakness Opportunity Threat (Swot) Pada Usaha Penyewaan Lapangan Futsal Di Scudetto Futsal Banyuwangi.



- Muh. Reza Ridho et. al.*:Strategi Pemasaran Roti di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Home Industri Usaha Roti Sulawesi Kelurahan Maccini Parang)
- Rangkuti, Freddy. 2016. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 17(02), 1-15.
- Aryani, N. K. D. K., Sutarya, I. G., & Laksana, P. K. (2019). Strategi Pemasaran Produk Café Batu Jimbar Sanur dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 4(2), 1-8
- Jailani, M. Syahrani. "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif." *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1.2 (2023): 1-9.
- Fandy Tjiptono, Anastasia Diana. "Pemasaran." (2020).
- Maisarah, L. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam. *Jurnal At-Tasyri'iy*, 2(1).
- Seran, Renyrosari Bano, Elia Sundari, and Muinah Fadhila. "Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen." *Jurnal Mirai Management* 8.1 (2023): 206-211.
- Omar, Pg Mohd Faezul Fikri Ag, et al. "Analisis Elemen Promosi Dalam 7p Campuran Pemasaran Menurut Perspektif Islam." *Labuan E-Journal Of Muamalat And Society (Ljms)* 16 (2022): 35-48.