

ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN PENDEKATAN *SWOT ANALYSIS* DAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

¹Zafirah, ²Syaifullah

¹Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi,
UIN Suska Riau Jl. HR Soebrantas KM 18 Panam Pekanbaru Riau,
Email: ¹11653201374@student.uin-suska.ac.id, ²Syaifullah@uin-suska.ac.id,

ABSTRAK

Bisnis kuliner memiliki prospek yang bagus termasuk dibidang usaha cake dan roti. Takadeli Cake Boutique Pekanbaru merupakan salah satu dari sekian banyak Toko Cake yang ada di Kota Pekanbaru sehingga ia dihadapkan pada situasi persaingan dan tantangan yang dinamis. Persaingan bisnis yang dihadapi tidak hanya bersifat lokal, dengan semakin meningkatnya kemajuan teknologi informasi sehingga meningkatkan daya saing yang kuat. Permasalahan yang dihadapi Takadeli Cake saat ini adalah harga kue yang di sajikan relatif lebih mahal dari pada harga kue di pasaran, banyaknya pesaing yang menjual kue di sekitaran wilayah Takadeli, dan promosi produk yang belum efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi bisnis dan model bisnis yang tepat bagi Takadeli Cake Pekanbaru dalam menghadapi persaingan di pangsa pasar. Analisa SWOT digunakan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal serta mengetahui posisi Takadeli di pangsa pasar dan di kombinasikan dengan menggunakan business model canvas untuk memetakan model bisnis yang dapat dijadikan pedoman dalam upaya pengembangan bisnis Takadeli Cake Pekanbaru. Hasil dari penelitian ini adalah diketahui bahwa Takadeli Cake Pekanbaru terletak pada posisi Kuadran I dengan nilai pada faktor internal sebesar 0,928 dan nilai pada faktor eksternal sebesar 0,623. Ini merupakan posisi yang terbaik, karena perusahaan berada daerah yang kuat dan berpeluang. Maka ada beberapa strategi alternatif yang tepat untuk Takadeli Cake Pekanbaru, yaitu Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk untuk menarik pelanggan baru, meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru, serta memanfaatkan kemajuan teknologi dengan promosi menggunakan aplikasi atau sosial media. Maka dari beberapa strategi alternatif tersebut, dirumuskan model bisnis Takadeli Cake Pekanbaru melalui business model canvas yang memetakan 9 blok komponen dalam meningkatkan bisnis.

Kata kunci: *Analisa SWOT, Business Model Canvas, Strategi Bisnis*

A. PENDAHULUAN

Strategi adalah sebuah tindakan, aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah di tetapkan. Sebuah perusahaan sangat di tuntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam merancang strategi bisnisnya dan untuk mengantisipasi segala macam bentuk perubahan yang akan terjadi, serta dapat bersaing dan tetap bergerak searah dengan keinginan pasar (Elviatriadi, 2020). yang bisa memberikan suatu gambaran perusahaan kedepannya dengan mengidentifikasi kekuatan dan peluang pada suatu perusahaan dan bisa mengurangi kelemahan dan ancaman yang ada pada perusahaan. Suatu strategi bisnis sangat memberikan pengaruh bagi kesejahteraan jangka panjang dari sebuah organisasi atau perusahaan. Biasanya memiliki jangka waktu sekitar lima tahun, oleh karena itu strategi bisnis

berorientasi untuk masa depan (Amirullah Muh. Amin dkk, 2018)..

Industri di bidang makanan dan minuman adalah salah satu bentuk industri yang potensial. Di Indonesia sendiri, industri makanan dan minuman saat ini sedang menunjukkan pertumbuhan dan peningkatan yang signifikan. Menurut Data Badan Pusat Statistik Provinsi Riau dari tahun 2018 hingga tahun 2019 terjadi peningkatan terhadap rata-rata konsumsi di sektor makanan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa potensi industri makanan di kota Pekanbaru tergolong tinggi dilihat dari tingginya kebutuhan masyarakat kota Pekanbaru akan makanan seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang ada di tengah masyarakat. Dengan adanya data tersebut, semakin memicu munculnya usaha-usaha baru di industri makanan, baik usaha dalam skala kecil maupun skala besar. Dengan bertambahnya jumlah

unit usaha pada sektor ini menyebabkan tingkat persaingan yang ada menjadi lebih ketat. Ketatnya persaingan menuntut para pebisnis memberikan pelayanan dan kualitas yang memuaskan bagi pelanggannya. Untuk menghadapi persaingan ini, perusahaan senantiasa dituntut untuk menjalankan aktivitas bisnis dengan baik serta memperhatikan model bisnis yang dijalankannya.

Takadeli Cake adalah sebuah usaha di Kota Pekanbaru yang bergerak di bidang industri makanan berupa penjualan kue. Takadeli Cake ini menjual berbagai macam Cake yang modelnya bisa disesuaikan dengan keinginan kita sendiri. Adapun jenis kue dan roti yang ada di Takadeli ini adalah cupcake, roti, dan kue tart. Untuk jenis Kue Tart dan cupcake mempunyai berbagai macam dekorasi mulai dari bentuk hewan, benda, karakter kartun, dan lainlain. Bentuknya pun bisa disesuaikan dengan yang pelanggan inginkan contohnya ingin yang 2D atau 3D. Takadeli Cake memiliki rasa yang enak dan juga kualitas yang terjamin. Harga yang di tawarkan juga bervariasi tergantung dari bentuk dan pilihan kuenya. Proses produksi Cake Takadeli meliputi 6 tahapan yaitu : penyediaan bahan baku, pembuatan adonan, pengujian rasa, pematangan, penyajian, dan pengemasan. Jumlah karyawan yang bekerja di Takadeli ada 15 orang terbagi menjadi beapa bagian yaitu : bagian produksi 10 orang, bagian pelayanan 3 orang, bagian keuangan 1 orang, dan manager 1 orang. Karyawan bekerja 14 jamsehari mulai dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB.

Saat ini sistem penjualan yang dilakukan Takadeli Pekanbaru masih terbilang sangat sederhana, dimana Takadeli hanya melayani pelanggan yang datang ke Toko dan pelanggan yang memesan kue via whatsapp. Untuk proses penjualan yang langsung di toko pertama pelanggan memasuki toko dan karyawan akan menyediakan nampan dan penjepit untuk pelanggan memilih produk yang diinginkan. Takadeli menyediakan rak dan etalase yang menampilkan produk sehingga pelanggan dapat melihat dan memilih langsung apa yang mereka inginkan. Setelah selesai memilih cake yang diinginkan kemudian pelayan akan membawakan langsung ke bagian kasir. Bagian kasir mengecek barang yang dibeli pelanggan kemudian pelanggan membayar dengan tunai atau menggunakan kartu debit. Setelah itu bagian ksir menyerahkan barang belanjaan pelanggan. Untuk pemesanan via whatsapp pelanggan tinggal menyebutkan jenis produk apa yang ingin dipesan, lalu karyawan akan mencatat pesanan untuk mengambilkannya atau memberikan keterangan masih tidak adanya produk yang dipesan. Jika produk yang dipesan sudah habis, Takadeli akan

memberikan info kapan produk akan tersedia kembali dan pelanggan dapat menentukan jangka waktu dalam pengambilan pesannya.

Kebiasaan masyarakat yang memesan produk pada saat moment tertentu seperti Hari Raya Idul Fitri, Imlek, Natal dan Tahun baru juga di acara spesial seperti Ulang Tahun, Pesta Pernikahan, Aqiqah. Dalam memproduksi kue dan roti, Takadeli Cake memanfaatkan bahan baku yang berkualitas dan menggunakan fresh cream yang membuat cake menjadi lembut. Perbedaan kue dari Takadeli dengan yang lainnya adalah semakin lama kue disimpan di dalam kulkas maka kue akan semakin lembut. Dengan bahan baku yang berkualitas yang digunakan dalam memproduksi kue, maka Takadeli Cake mematok harga yang relatif tinggi. Dengan mematok harga yang relatif tinggi, takadeli akan kesulitan untuk mengimbangi perusahaan-perusahaan yang menjual produk yang sama.

Di Kota Pekanbaru , jenis perusahaan yang bergerak pada bidang makanan, khususnya cake dan roti mengalami pertumbuhan terutama di jalan Riau. Takadeli cake terletak di Jalan Riau, dimana lokasi ini termasuk lokasi yang strategis Karena berada dekat dengan pusat aktivitas perdagangan dan perkantoran. Namun, Dikarenakan terletak pada lokasi yang strategis, mengakibatkan banyaknya perusahaan yang ingin berdiri di lokasi yang strategis pula. Berdasarkan dari hasil observasi penelilti yang telah dilakukan di Jalan Riau Pekanbaru pada tiga toko kue diantaranya adalah Vanhollano, D*oven, Dapur Coklat dan Takadeli. Dari keempat toko kue tersebut, Takadeli Cake Pekanbaru merupakan outlet kue yang paling sepi pelanggan diantara toko kue lainnya. Ketiga pesaing ini pun menawarkan harga yang relatif murah dan mengikuti perkembangan inovasi kemasan yang mengikuti zaman. Hal ini akan menyebabkan permintaan konsumen terhadap produk yang disediakan oleh takadeli cake menurun.

Model bisnis takadeli cake pada saat ini masih murni dari transaksi jual beli produk yang kurang sesuai dengan kondisi perkembangan teknologi. Apabila strategi pemasaran berjalan dengan baik, maka proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa dalam rangka memuaskan tujuan dapat dicapai dengan baik (Kotler, 2000). Peranan suatu strategi bisnis menjadi sangat penting karena perusahaan Takadeli Cake perlu mengamati faktor internal perusahaan yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan yang akan sangat membantu dalam meningkatkan penjualan, serta memanfaatkan faktor eksternal berupa peluang

yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman terhadap perusahaan.

Pada penelitian ini, akan digunakan analisis Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats (SWOT) untuk mengetahui kelemahan, kelebihan, kesempatan dan ancaman yang dialami oleh Takadeli Cake Boutique Pekanbaru sehingga dapat memberikan strategi yang tepat untuk melakukan perluasan pasar. Kemudian, dari strategi yang didapat dari analisis SWOT selanjutnya akan dipilih yang mana strategi yang terbaik. Setelah didapat strategi yang paling penting, kemudian strategi tersebut akan dicoba untuk digambarkan menggunakan Business Model Canvas (BMC) dengan mengevaluasi satu demi satu elemen-elemen kunci membuat analisis lebih mudah sehingga diketahui apa yang kurang tepat, dan pada akhirnya bisa mengambil langkah untuk mencapai tujuan perusahaan

B. LANDASAN TEORI

B.1. Pengertian Strategi

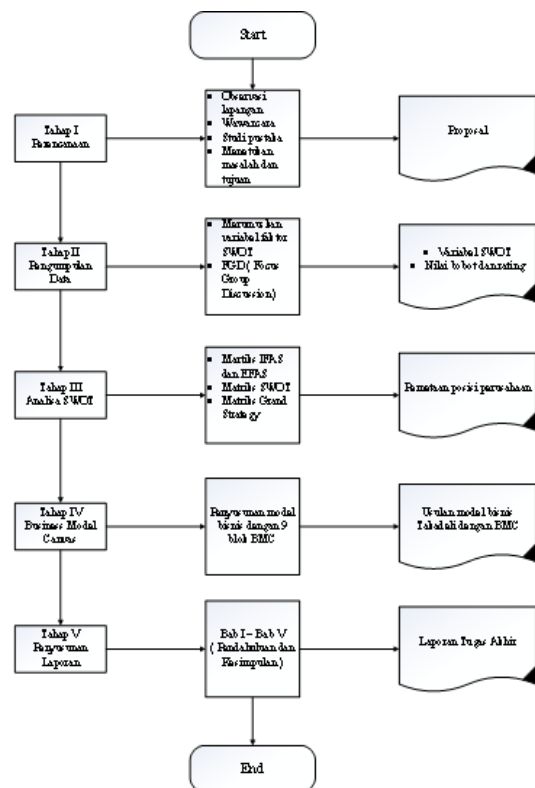
Sesuatu yang dicapai untuk menghasilkan tujuan ialah strategi. Beberapa korporasi mungkin mempunyai tujuan yang sama, meskipun untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan tak sama. (Swastha dkk., 2005). Menurut M.Arifin (2008) strategi adalah sebuah istilah yang sering diidentikkan dengan "taktik" yang secara bahasa dapat diartikan sebagai "concerning the movement of organisms in respons to external stimulus" (suatu yang terkait dengan gerakan organisme dalam menjawab stimulus dari luar). Berdasarkan secara konseptual, strategi juga diartikan sebagai sesuatu landasan yang bisa diterapkan untuk mendapatkan hasil maupun tujuan yang diinginkan. Game sendiri memiliki berbagai

macam genre dengan cara bermain yang berbeda-beda pula. Berikut jenis klasifikasi genre game tersebut.

B.2. Strategi Pengembangan

Pengembangan strategi adalah keinginan untuk bertindak yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dalam pengembangan bisnis demi merealisasikannya. Selain itu, pengembangan taktikal juga berpengaruh untuk kehidupan komunitas dalam jangka panjang, setidaknya selama lima tahun. Oleh karena itu, jenis pengembangan strategi untuk masa depan

ditemukan. Fungsi pengembangan strategi adalah untuk perumusan tujuan bisnis dan mempertimbangkan beberapa faktor internal maupun eksternal yang dihadapi korporasi atau organisasi (David, 2004). Perumusan strategi ialah suatu perencanaan korporasi dalam jumlah yang panjang untuk pengurusan berkesan peluang dan ancaman alam sekitar, dari segi kekuatan dan kelemahan perbadanan. Strategi yang dirangka mestilah lebih spesifik dan bergantung kepada aktiviti fungsional pengurusan korporat (Hunger dan Wheelen, 2003).



Gambar 1. Metodologi

B.3. Analisa SWOT

Analisa SWOT adalah identifikasi sistematis dari berbagai aspek untuk perumusan taktikal korporat. Analisa SWOT berisi aspek dalam kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weakness) serta faktor eksternal yaitu peluang (Opportunity) dan ancaman (Threats), (HM, 2015). Analisis ini merupakan alat perencanaan strategis untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu komunitas. Analisis SWOT juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk analisis deskriptif

situasi dan kondisi. Dalam hal ini, analisis situasi dan kondisi yang berperan sebagai faktor input, kemudian dikelompokkan sesuai dengan perannya masing-masing. Perlu diketahui bahwa analisis SWOT hanya berfungsi untuk menggambarkan keadaan dan bukan sebagai alat analisis yang bisa memberi jalan keluar atas masalah yang jalani. (Rangkuti, 2016). Alat yang dipakai untuk membangun faktor strategik dalam penyelidikan ini ialah matriks EFAS dan IFAS, matriks SWOT dan metrik strategi utama.:

B.4. Business Model

BMC ialah representasi logis dari model bisnis tentang cara komunitas menciptakan, memberikan, dan mencatat nilai (Osterwalder dan Pigneur, 2010). Kanvas ini terbagi sembilan sektor penting, kemudian lagi menjadi komponen kanan (kreatif) dan kiri (logika). Sama seperti otak manusia. Sembilan komponen yang ada adalah Customer Segment, Customer Relationship, Customer Channel, Revenue Structure, Value Proposition, Key Activities, Key Resource, Cost Structure, dan Key Partners.

C. METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini penulis membagi kegiatan kedalam lima tahapan, (1) tahapan perencanaan yang terdiri dari : observasi, wawancara, studi pustaka, menentukan masalah dan tujuan; (2) pengumpulan data yang terdiri dari : merumuskan variabel faktor SWOT, FGD; (3) tahap Analisa SWOT terdiri dari : Matriks IFAS dan EFAS, Matriks SWOT, Matriks Grand Strategy; (4) Tahap Business Model Canvas terdiri dari penyusunan model bisnis dengan 9 blok BMC; (5) Tahap Penyusunan Laporan.

C.1 Tahapan Perencanaan

1. Observasi Lapangan

Pada bagian ini dilakukan untuk mengetahui keadaan di Takadeli *Cake Boutique* Pekanbaru terkait dengan struktur organisasi, serta alur proses bisnis yang sedang berjalan di Takadeli Pekanbaru.

2. Wawancara

Bagian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat

mengenai Takadeli Pekanbaru dan menyesuaikan hasil observasi atau kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun wawancara dilakukan dengan Manager Takadeli Pekanbaru yaitu Bapak Hendra.

3. Studi Pustaka

Pada bagian ini peneliti melakukan studi pustaka untuk mengumpulkan informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang berasal dari buku, jurnal, media online skripsi terdahulu yang berguna untuk mendapatkan pemahaman yang baik dalam menyelesaikan permasalahan yang akan diteliti serta mendapatkan dasar-dasar referensi yang kuat untuk membangun sebuah strategi pengembangan bisnis yang tepat bagi Takadeli *Cake Boutique* Pekanbaru.

4. Menentukan Masalah dan Tujuan

Pada bagian ini penentuan permasalahan adalah : (a) kurangnya strategi bisnis yang membuat Takadeli tidak efisien dalam mencapai tujuan (b) meningkatnya (c) persaingan usaha sejenis yang menawarkan harga yang lebih relatif murah penetapan harga yang terlalu tinggi pada produk yang membuat Takadeli sulit untuk berkembang dan sulit untuk bersaing di pangsa pasar (d) kurangnya sumber daya manusia dalam bidang teknologi dan informasi. Penentuan tujuan berfungsi untuk memperjelas kerangka tentang apa saja yang menjadi sasaran dari penelitian tugas akhir ini. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan suatu model bisnis yang tepat untuk memudahkan perusahaan bersaing di pangsa pasar.

C.2 Pengumpulan Data

1. Merumuskan Variabel Faktor SWOT

Adapun data yang diperoleh dari Takadeli Pekanbaru itu sendiri, yaitu : data hasil observasi; (2) data hasil wawancara. Data tersebut digunakan untuk merumuskan variabel dalam setiap faktor SWOT. Berdasarkan data yang kita peroleh dari kegiatan tersebut maka, kita tentukan variabel setiap faktor SWOT yang dapat mempengaruhi kegiatan pengembangan bisnis.

2. Focus Group Discussion

Teknik *Focus Group Discussion* (FGD), karena teknik ini lebih mudah dilakukan. Diskusi bersama dengan Manager Takadeli. Pada tahapan ini ditentukan nilai bobot dan rating variabel setiap faktor SWOT. Adapun langkah penyusunan nilai bobot dan rating ini dilakukan dengan

mengacu kepada penelitian Andri Ikhwana dan Rizky Paryadi (2017), dengan langkah-langkah sebagai berikut;

- Mendefinisikan setiap variabel dengan notasi abjad seperti yang sudah di- contohkan pada Tabel diatas Sebagai contoh pada faktor peluang, ”lokasi bisnis yang strategis” dinotasikan dengan abjad ”a”, dan seterusnya.
- Membuat tabel skala sebagai acuan penilaian

Nilai bobot setiap variabel pada masing-masing faktor, jika dijumlahkan tidak boleh lebih dari 1.00 atau 100%. Dimulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0.00 (tidak penting).

Langkah selanjutnya adalah menentukan rating setiap variabel pada faktor strenghts dan opportunity (SO) dimulai dari skala 4 (sangat penting) sampai 1 (tidak penting). kepentin- gan sebuah variabel berdasarkan kepada tujuan yang ingin dicapai (lih: Tabel dibawah ini :

Skala	Keterangan
Angka 1	Jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertical
Angka 2	Jika indikator horizontal sama pentingnya dengan indikator vertical
Angka 3	Jika indikator horizontal lebih penting dari pada indikator vertical

C.3 Analisa SWOT

1. Matriks IFAS dan EFAS

Menganalisa faktor internal dan eksternal menggunakan matrik IFAS dan EFAS yang bertujuan untuk mentabulasikan penilaian bobot dan rating pada masing-masing faktor, dengan cara membuat tabulasi.. Buat tabel yang sama seperti untuk faktor peluang dan faktor ancaman sebagai metric EFAS.

Analisa SWOT digunakan sebagai strategi dalam memaksimalkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunities*) serta meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

2. Matriks SWOT

Langkah selanjutnya Membuat matrik SWOT yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan menggunakan strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T yang menghasilkan

empat set kemungkinan alternatif strategis. Empat set strategi tersebut seperti terlihat pada gambar dibawah ini :

Tabel 1 SWOT

Swot	Strenght (S)	Weaknes (W)
Oppor- tunity (O)	Strategi SO; yaitu strategi yang digunakan berdasarkan jalan pikiran organisasi, dengan memanfaatkan seluruh kekuatan organisasi yang digunakan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.	Strategi WO; strategi ini digunakan untuk mengatasi kelemahan peluang dengan cara memanfaatkan peluang.
Threat (T)	Strategi ST; strategi ini digunakan perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi WT; strategi ini digunakan untuk Meminimalkan kelemahan

3. Matriks Grand Strategy

Berikutnya menciptakan matriks SWOT difungsikan agar menggambar kan kesempatan serta ancaman merepresentasikan hal yang cocok bersama kelebihan maupun kelemahan dengan memanfaatkan taktikal S-O, W-O, S-T, serta W-T yang menghasilkan 4 hal possibility, 4 hal itu ialah:

- Strategi SO, taktikal yang dimanfaatkan sesuai ketentuan komunitas, atas dimaanfaatkannya segala kekuatan komunitas yang dipakai, kesempatan akan didapat seluas-luasnya.
- Strategi ST, taktikal ini biasanya dipakai oleh korporat atas dimaanfaatkannya kekuatan agar ancaman teratasi.
- Strategi WO, taktikal ini dipakai agar kelemahan kesempatan teratasi karena mengandalkan kesempatan.
- Strategi WT, taktikal ini dipakai agar kelemahan terminimalisir serta terhindar dari ancaman.

4. Matriks Grand Strategy

Matriks ini digambarkan dengan menggunakan diagram kartesius. Dengan menggunakan rumus persamaan. Untuk mengetahui posisi objek pada kuadran diagram kartesius digunakan rumus sebagai berikut:

$$(x,y) \text{ atau } \frac{S-W}{2}; \frac{O-T}{2}$$

Hasil dari perhitungan persamaan tersebut menentukan posisi perusahaan didalam diagram kartesius. Kuadran I, jika *strenght* (kekuatan) berada pada sumbu positif x dan sumbu positif y hasilnya yaitu posisi strategi yang *agresif*. Kuadran II *threats* (ancaman) berada pada sumbu positif x dan sumbu negatif y hasilnya yaitu posisi strategi yang *defferensiasi*. Kuadran III *weakness* (kelemahan) berada pada sumbu negatif x dan sumbu negatif y hasilnya yaitu posisi strategi yang *defensif*. Selanjutnya kuadran IV *opportunities* (peluang) berada pada sumbu negatif x dan sumbu negatif y hasilnya yaitu posisi strategi yang *turnaround*.

C.4 Tahapan Business Model Canvas

Osterwalder dan Pignore mengatakan, bisnis model merepresentasikan cara komunitas membuat, memberi, serta memahami nilai demi bisnis. Berdasarkan hasil analisa SWOT akan didapatkan posisi dari Takadeli yang berkisara antara Kuadaran 1-4. berikutnya melaksanakan pengevolusian Bisnis model canvas. Dalam menyusun pengevolusian Business Model Canvas, akan menggunakan hasil dari matriks grand strategy yang Hal ini bertujuan untuk mempertajam analisa agar perusahaan dapat melihat posisi dan arah perkembangannya. Alternatif strategi yang dipilih menurut bobot penilaian tertinggi harus diprioritaskan oleh perusahaan. Pembangunan sembilan blok Business Model Canvas yang akan dipasang di Takadeli.

C.5 Tahapan Pembuatan Laporan

Tahapan penyusunan laporan dilakukan bersamaan dengan setiap tahapan proses yang dilalui. Setiap tahapan didokumentasikan dan ditulis menggunakan aplikasi Latex, dengan engine textstudio versi 2.12.22. Template Latex untuk Tugas Akhir Program Studi Sistem informasi ini dikembangkan oleh Inggih Permana, salah satu dosen Saintek di UIN Suska Riau.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

D.1. Analisa SWOT

Analisa SWOT bertujuan menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi serta kemampuan mengatasi perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis di Takadeli Cake Pekanbaru.

1. Analisa Faktor Internal dan Eksternal

Tabel 2. Analisis Faktor

Faktor Internal					
No	Variabel	Faktor	No	Variabel	Faktor
S1	Kekuatan Pelayanan bertanggung jawab kepada konsumen		W1	Kelemahan Promosi belum aktif	
S2	Tempat usaha strategis	lokasi yang	W2	Tidak adanya pelatihan pada tenaga kerja	
S3	Bahan baku berkualitas	yang	W3	Tidak menyediakan tester cake untuk customer	
S4	Cita rasa lebih khas	yang	W4	Tidak adanya layanan pesan antar	
S5	Memiliki banyak varian kue				

Tabel 3. Analisis Faktor

Faktor Eksternal					
No	Variabel	Faktor	No	Variabel	Faktor
O1	Peluang Inovasi pengembangan produk		T1	Ancaman Pesaing bisnis yang sejenis	
O2	Teknologi informasi yang semakin canggih		T2	Berkurangnya pembeli karena produk pesaing	
O3	Kebiasaan masyarakat yang memesan produk pada acara tertentu		T3	Keanikan harga bahan baku	
O4	Tingkat harga yang ditawarkan lebih menarik		T4	Tidak adanya layanan pesan antar Kondisi perekonomian tidak kondusif	

2. Matriks IFAS dan EFAS

Setelah didapatkan nilai bobot dan rating pada setiap variabel, selanjutnya mencari nilai skor dengan cara mengkalikan nilai bobot dan nilai rating setiap variabel.

Tabel 4. Matrik

Matriks IFAS				
No.	Notasi	Bobot	Rating	Skor
1.	S1	0,22	4	0,88
	S2	0,195	3,5	0,6825
	S3	0,195	4	0,78
	S4	0,195	3,5	0,6825
	S5	0,195	3,5	0,6825
Total		1,00		3,7075
2.	W1	0,31	1,75	0,5425
	W2	0,23	2	0,46
	W3	0,23	1,5	0,345
	W4	0,23	1,75	0,4
Total		1,00		1,7475

Matriks EFAS				
Ancaman (Threats)	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)		
<ul style="list-style-type: none"> momen tertentu (O3) Tingkat harga yang ditawarkan (O4) 	<ul style="list-style-type: none"> Memanfaatkan kemajuan teknologi dengan promosi menggunakan media sosial seperti facebook. 	<ul style="list-style-type: none"> pesan 		
<ul style="list-style-type: none"> Pesaing bisnis yang sejenis (T1) Berkurangnya pembeli karena produk pesaing (T2) Kenaikan harga bahan baku produksi (T3) Kondisi perekonomian tidak kondusif (T4) 	<ul style="list-style-type: none"> Mempertahankan kualitas produk Meningkatkan daya saing penjualan Memiliki cadangan modal apabila sewaktu-waktu harga bahan baku naik Mengedepankan keunggulan produk 	<ul style="list-style-type: none"> Menjalin hubungan baik dengan para pelanggan Mengamati 		
No.	Notasi	Bobot	Rating	Skor
1.	O1	0,292	4	1,168
	O2	0,208	3,5	0,728
	O3	0,25	3	0,75

O4	0,25	3	0,75	
Total	1,00		3,396	
2.	T1	0,3	2,5	0,75
	T2	0,25	2	0,5
	T3	0,2	2	0,4
	T4	0,25	2	0,5
Total	1,00		2,15	

3. Matriks SWOT

Analisa matrik SWOT ini digunakan untuk menggambarkan kondisi peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi untuk disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Takadeli Cake Pekanbaru.

Strategi SWOT	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
IFAS	<ul style="list-style-type: none"> Pelayanan bertanggung (S1) Tempat lokasi usaha yang strategis (S2) Bahan baku yang berkualitas (S3) Cita rasa yang lebih khas (S4) Memiliki banyak varian kue (S5) 	<ul style="list-style-type: none"> Promosi belum efektif (W1) Tidak adanya pelatihan pada tenaga kerja (W2) Takadeli Tidak adanya layanan pesan antar (W4)
Peluang (Opportunity)	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
<ul style="list-style-type: none"> Inovasi pengembangan produk (O1) Teknologi informasi yang semakin canggih (O2) Kebiasaan masyarakat memesan kue saat 	<ul style="list-style-type: none"> Mempertahankan dan meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. 	<ul style="list-style-type: none"> Mengadakan pelatihan pada tenaga kerja untuk meningkatkan kualitas produk Memperluas pemasaran melalui media sosial dan website Menyediakan layanan

4. Matriks Grand Strategy

Matrik *grand strategy* adalah sebuah diagram kartesius yang memiliki empat kuadran. Setiap kuadran menggambarkan sebuah strategi yang dapat diambil oleh perusahaan ketika berada pada posisi tersebut. Berdasarkan hasil penilaian bobot dan rating pada metric IFAS dan EFA maka didapatkan masing-masing total nilai skor yaitu, faktor kekuatan total skor 3,7075, faktor kelemahan total skor 1,7475, faktor peluang total skor 3,396 dan faktor ancaman total skor 2,15 maka,

$$(x, y) = S - W / 2 : O - A / 2$$

$$(x, y) = 3,7075 - 1,7475 / 2 : 3,396 - 2,15 / 2$$

$$(x, y) = 1,96 / 2 : 1,246 / 2$$

$$(x, y) = \mathbf{0,98 : 0,623}$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa, posisi sumbu *x* berada pada 0,928 dan posisi sumbu *y* berada pada 0,623. Maka, dalam diagram kartesius posisi Takadeli Cake berada pada kuadran satu yaitu, mendukung strategi agresif.

D.2 Strategi Takadeli Cake Pekanbaru Bersaing di Pasaran

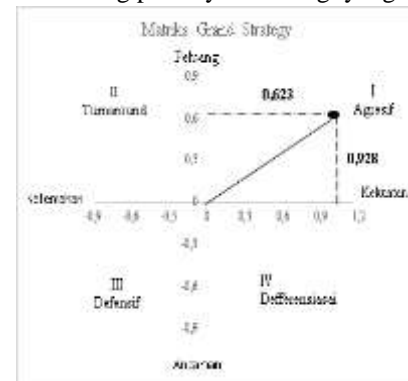
Pada tahapan ini ialah sebuah perancangan strategi perusahaan berdasarkan posisi perusahaan yang telah didapatkan dari *matriks grand strategy* yang menunjukan hasil pada kuadran I yaitu tumbuh dan berkembang, Adapun strateginya sebagian berikut :

1. Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk untuk menarik
2. pelanggan baru

Takadeli Cake Boutique Pekanbaru dalam meningkatkan strategi produksi diantaranya ialah penambahan varian produk dan mempertahankan bahan baku yang berkualitas. Dari segi varian produk, awalnya Takadeli Cake Boutique Pekanbaru hanya menyediakan Cake dengan beberapa tipe harga yang disesuaikan dengan ukuran cakenya dan jenisnya. Adapun ukuran kue yang disediakan oleh Takadeli Cake Boutique Pekanbaru masih dengan ukuran yang besar dan dengan harga yang relative tinggi. Melihat keadaan tersebut, maka alangkah baiknya dilakukan perbaikan atas produknya yaitu dengan menyediakan beberapa pilihan kue dengan ukuran yang kecil dan harga yang terjangkau sehingga konsumen dapat mencoba varian kue yang mereka inginkan dengan harga yang terjangkau. Selain itu menambah jenis produk seperti jajanan pasar, dan kue kering bisa

memberikan variasi yang berbeda dan membuat pelanggan jadi lebih tertarik untuk mengunjungi toko dan berbelanja. Dan juga mempertahankan bahan baku yang berkualitas bisa memberikan hasil produk yang baik yang bisa membuat pelanggan menjadi puas berbelanja di Takadeli.

3. Meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru
 - a) Dengan melakukan pendekatan personal konsumen seperti memberi merchandise kepada pelanggan dan memberikan diskon. Dengan dilakukannya strategi tersebut, ini sangat berpengaruh pada meningkatnya kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Takadeli Cake Boutique Pekanbaru.
 - b) Penambahan layanan jasa. Dengan adanya layanan jasa antar jemput pesanan konsumen dapat diberi kemudahan dalam menerima pemesanan cake. Layanan konsumen ini bisa memberikan nilai lebih dari Takadeli karena bisa memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan dan membuat pelanggan menjadi senang berbelanja di Takadeli .
 - c) Penambahan jumlah tenaga kerja juga perlu dilakukan oleh Takadeli Cake Boutique Pekanbaru termasuk di bagian teknologi informasi, hal ini dikarenakan berkembang pesatnya teknologi yang



Gambar 2 Marks

- d) membuat masyarakat lebih sering menggunakan teknologi *Smartphone*. Ini merupakan suatu peluang bagi Takadeli Cake Boutique Pekanbaru untuk mengubah strategi promosi dengan menggunakan teknologi informasi / Sosial Media untuk mencapai tujuan. Dengan menambah karyawan di bagian teknologi informasi bisa meningkatkan pelayanan dibagian teknologi.
4. Memanfaatkan kemajuan teknologi dengan promosi menggunakan aplikasi atau sosial media seperti *instagram, facebook, dan website*
 - a) memanfaatkan platform sosial media yaitu *instagram, Facebook, dan website*. Saat ini Takadeli Cake Boutique Pekanbaru belum mempunyai akun sosial media *instagram*. Dalam media promosi

tersebut, diberitahukan mengenai kondisi Takadeli Cake Boutique Pekanbaru dan varian Kue yang ditawarkan. Dengan adanya sosial media Takadeli Cake Pekanbaru bisa lebih dikenal oleh masyarakat Pekanbaru dan luar Pekanbaru.

D.3 Business Model Canvas Pada Takadeli Cake Pekanbaru

- a) Customer Segments. *Customer segment* yang bisa dirangkul oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan dari segmen dan demografi lama diantaranya adalah pengguna sosial media sosial, pecinta kuliner dan mereka yang membutuhkan Cake untuk kebutuhan acara/event yang merupakan target perusahaan ataupun bisa juga dari segmen lama dapat diperluas lagi dengan menambah *Customer Segment* yang baru dengan menambah segmen pecinta kuliner melalui media social
- b) *Value Propositions* yang ditawarkan oleh Takadeli Cake Pekanbaru adalah dengan membuat *Newness* kue kering dan jajanan pasar, untuk *performance* yaitu dengan memberikan pelatihan tambahan kepadakaryawan dan mempertahankan cita rasa serta kualitas produk, *customization* yaitu membuat kue tart berbentuk 3D dan didekorasi sesuai keinginan *customer*. keinginan pelanggan dan desain yang ditawarkan harus yang unik dan berbeda. *Cost Reduction* yaitu dengan memberikantester cake/produk pada pelanggan, gratis ongkir, harga promosi untuk setiap pembelian khusus, dan ada garansi jika produk tidak sesuai dengan keinginan *customer*. Untuk pemesanan bisa langsung ke Toko atau lewat media sosial seperti WhatsApp, dan tentunya merespon pesan *customer* dengan cepat.
- c) Channels yang digunakan untuk menawarkan dan memasarkan produk yaitu dengan memperluas media social seperti instagram, whatsapp, facebook, dan Aplikasi Takadeli.
- d) Pada *Customer relationship* untuk meningkatkan komunikasi dengan konsumen dengan perbaikan model bisnis ini menggunakan teknologi informasi yang sudah berkembang sekarang, seperti penambahan informasi pada, Social media (Facebook, whatsapp dan Instagram dan sebuah aplikasi Takadeli tentunya bisa mempertahankan hubungan komunikasi dengan pelanggan dengan cepat dan tentunya menjaga kepercayaan pelanggan untuk tetap membeli Cake di Takadeli Pekanbaru. Selain itu pemberian voucher dan membership harus dilakukan untuk memelihara konsumen dengan memberikan potongan harga khusus untuk member Takadeli Cake Pekanbaru.
- e) Revenue streams yang ada di Takadeli Pekanbaru adalah pendapatan transaksi (*transaction revenues*) dan pendapatan berulang atau rutin (*recurring revenues*). *Transaction revenues* ialah pendapatan yang diperoleh dari satu kali transaksi. Sedangkan *recurring revenues* ialah pendapatan yang didapatkan perusahaan dari pembayaran berkelanjutan. Tetapi pendapatan yang paling banyak didapat adalah dari *transaction revenues* (pendapatan transaksi).
- f) *Key Resource*. Pada business model canvas yang baru sumber daya fisik yang dibutuhkan juga bertambah banyak seperti tambahan mesin untuk proses produksi dan peralatan bakery lainnya akan semakin bertambah. Takadeli Pekanbaru juga membutuhkan beberapa bahan baku yang baru dan berbeda dari sebelumnya, seperti rasa kue dan warna yang baru. Jumlah Sumber daya manusia yang ada di Takadeli Pekanbaru yaitu 15 orang diantaranya adalah manager, produksi, kasir, pelayanan. Untuk menjalankan model bisnis sesuai dengan *business model canvas* yang baru ialah memerlukan beberapa tenaga kerja manusia tambahan dibagian produksi agar produksi lebih cepat selesai, selain itu tambahan tenaga kerja dibagian *marketing* untuk merencanakan strategi pemasaran yang tepat dan meningkatkan promosi menggunakan teknologi informasi.
- g) Untuk elemen *key activities* dengan ditambahkan kegiatan lain seperti tentunya yang menjadi aktivitas kunci adalah bagian produksi (*baker*) dan bagian topping atau menghias donat yang menggambarkan kreasi dan karakter yang sesungguhnya. Tetapi harus benar-benar dipatuhi SOP ,desain topping. Agar menjadi daya Tarik tersendiri, desainer topping harus selalu di latih kemampuan mendesainnya agar skillnya bertambah, selain itu harus didukung oleh aktifitas kunci lainnya seperti pengawasan oleh manajemen secara menyeluruh dan pemeliharaan sarana & prasarana agar perusahaan agar inovasi di Takadeli Cake Pekanbaru dapat berjalan dengan baik.
- h) *Key Partners*. Adapun pihak yang bekerjasama dengan Takadeli Pekanbaru yaitu supplier dan partner. Supplier terdiri dari supplier bahan baku, dan supplier packaging. Untuk supplier bahan baku Tirotti Bakery bekerjasama dengan Tobaku, Toko 8, Surya Kencana Jaya, Hakiki Donata.
- i) *Cost Structure* . Struktur biaya yang dimiliki Takadeli Pekanbaru berfokus pada *cost-driven*, ialah memfokuskan pada upaya perusahaan untuk dapat meminimalisir biaya. Mengurangi biaya-biaya yang muncul agar pengeluaran biaya dapat lebih minimal. Untuk karakteristik biaya dalam Takadeli Pekanbaru yaitu biaya tetap dan biaya variable.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa pada penelitian Penerapan Metode SWOT Dan Perancangan model bisnis t{Business Model Canvas} Sebagai Strategi Bisnis Pada Toko Rumah Busana Muslim Salsanafa dapat disimpulkan bahwa:

Dari hasil penelitian dan analisa yang dilakukan bahwa analisa faktor internal dan faktor eksternal, matriks IFAS dan matriks EFAS perusahaan memiliki skor total sebesar 0,623 sementara matriks IFAS memiliki skor total sebesar 0,928. Posisi dalam kuadran matriks *grand strategy* ditentukan dari skor total matriks IFAS sebagai sumbu x dan skor total total matriks EFAS sebagai sumbu y. Dari hasil analisa ini, maka posisi perusahaan berada dalam kuadran I. Posisi ini merupakan posisi terbaik, karena perusahaan berada di daerah yang kuat dan berpeluang. Strategi yang harus di terapkan pada posisi ini adalah strategi yang agresif. Strategi agresif adalah strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan (*strength*) untuk merebut dan memanfaatkan peluang (*opportunity*) sebesar-besarnya. Adapun strategi yang harus di terapkan oleh Takadeli Cake Pekanbaru adalah Strategi SO :

- (1) Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk untuk menarik pelanggan baru
- (2) Meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru
- (3) Memanfaatkan kemajuan teknologi dengan promosi menggunakan aplikasi atau sosial media seperti *instagram, facebook, dan website*.

Hasil pemetaan kondisi bisnis Takadeli Cake Pekanbaru saat ini ditemukan bahwa telah mencakup seluruh elemen yang ada pada *business model canvas* (BMC). Dari hasil analisa SWOT yang telah dilakukan memberikan rekomendasi model bisnis dengan *business model canvas* yang tepat bagi Takadeli Cake Pekanbaru.

REFERENSI

- [1] Hartatik, Teguh Baroto. *Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas. Jurnal Teknik Industri. 2017; 18(18); 113 – 120.*
- [2] Freddy. Rangkuti, *Editors. Analisa SWOT: Teknik Membedah Kasus: PT. Gramedia Pustaka* Utama. 2016.
- [3] Kanal Informasi. *Pengertian Busana Muslim.* <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-busana-muslim>; accessed: 28.09.2019.
- [4] Pearce, John A; Robinson, Richard B. (2013). *Manajemen Strategis*. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- [5] Rangkuti, Freddy. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- [6] Syaifullah, Tengku Khairil Ahsyar, Ardiansyah. 2020. *E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dinas Koperasi UMKM Kota Pekanbaru*. Jurnal Sistem Informasi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Vol.6 No.1 E-ISSN 2502-8995
- [7] Setyawan, Anpi dkk. 2018. *Analisis Finansial Dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Kue Baytat “Adn” Di Kota Bengkulu*. ISSN : 20885369
- [8] Ugih Rizqi Zakka dkk. 2019. *Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisa SWOT dan Business Model Canvas*. Jurnal Teknik Industri. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- [9] David, F R. 2004. *Manajemen Strategis Konsep-Konsep*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- [10] Dian Jingga Permana. 2013. *Analisis Peluang Bisnis Media Cetak Melalui Pendekatan Bisnis Model Canvas Untuk Menentukan Strategi Bisnis Baru*. Jurnal Teknik Industri. ISSN : 1979-276X
- [11] Elvitriadi Z.A.R. (2020). *Strategi Pengembangan Agribisnis PT Mitra Kerinci*. Universitas Andalas Padang. Vol.6 No.1 E-ISSN 2597-4084
- [12] Harianto, Eric. *Implementasi Lean Canvas Pada Entrepreneurial Project Startup Bisnis*. Jurnal Ekonomi.