

STRATEGIES TO IMPROVE COMPETITIVENESS ON BUSINESS SMALL (CASE STUDY : PRODUKSI KUE TRADISIONAL KAK IRA)

Zaini Novrika¹, Sumarno², Hardisem Syabus³

Email : novrikazaini@yahoo.com, mr_smno@yahoo.com, hardi_545@yahoo.co.id

No. Hp : 082170063898

**Study Program Ekonomic Education
Faculty of Teachers Training and Education
Riau University**

***Abstract** : One type of small business in Kampar regency is Produksi Kue Tradisional Kak Ira needs to be developed to get the opportunity . It is necessary to evaluate the strengths , weaknesses , opportunities and threats that exist in the Produksi Kue Tradisional Kak Ira to take advantage of environmental conditions in the development of its business. The purpose of their research is to determine a strategy to improve competitiveness. Research was conducted on Produksi Kue Tradisional Kak Ira the research object is a strategy to improve the competitiveness of Produksi Kue Tradisional Kak Ira. While the respondents are managers and employees Kue Tradisional Kak Ira. The results of this study indicate that the Produksi Kue Tradisional Kak Ira is in quadrant 14 of the SO strategy , which shows these businesses have environmental opportunities and the many forces that encourage the use of these opportunities. This situation shows the growth -oriented strategy (growth Oriented Strategy). The study produced alternative strategies that can be used to improve business competitiveness Kue Tradisional Kak Ira include: 1) flavors and shapes are more interesting . 2) Maintaining the quality of products so that customers remain loyal . 3) Expanding market share by opening branches in various regions . 4) The product packaging is made more attractive and simple.*

Keywords : Strategy , Competitiveness , Small Businesses

STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING PADA USAHA KECIL (STUDI KASUS: PRODUKSI KUE TRADISIONAL KAK IRA)

Zaini Novrika¹, Sumarno², Hardisem Syabrus³

Email : novrikazaini@yahoo.com, mr_smno@yahoo.com, hardi_545@yahoo.co.id

No. Hp : 082170063898

**Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau**

Abstrak : Salah satu jenis usaha kecil yang ada di Kabupaten Kampar adalah Produksi Kue Tradisional Kak Ira yang perlu dikembangkan untuk mendapatkan kesempatan yang ada. Untuk itu perlu dilakukan evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira dengan cara memanfaatkan kondisi lingkungan dalam perkembangan bisnisnya. Adapun tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk menentukan strategi meningkatkan daya saing. Penelitian ini dilakukan pada Produksi Kue Tradisional Kak Ira yang menjadi objek penelitian yaitu strategi meningkatkan daya saing usaha Kue Tradisional Kak Ira. Sedangkan yang menjadi respondennya adalah pengelola dan karyawan usaha Kue Tradisional Kak Ira. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Produksi Kue Tradisional Kak Ira berada pada kuadran 1 satu yaitu strategi SO, yang menunjukkan bisnis ini memiliki peluang lingkungan dan banyaknya kekuatan yang mendorong dimanfaatkannya peluang tersebut. Situasi ini menyarankan strategi yang berorientasi pada pertumbuhan (*Growth Oriented Strategy*). Penelitian ini menghasilkan 14 strategi alternatif yang bisa digunakan untuk meningkatkan daya saing pada usaha Kue Tradisional Kak Ira diantaranya : 1) Melakukan inovasi dengan membuat varian rasa dan bentuk yang lebih menarik lagi. 2) Menjaga kualitas produk agar konsumen tetap loyal. 3) Memperluas pangsa pasar dengan cara membuka cabang diberbagai daerah. 4) Kemasan produk dibuat lebih menarik dan simpel.

Kata kunci : Strategi, Daya Saing, Usaha Kecil

PENDAHULUAN

Perubahan adalah suatu keadaan yang sangat sulit untuk diramalkan, diperkirakan dan dipastikan dimasa yang akan datang. Perubahan yang terjadi pada perusahaan dapat saja bersumber dari internal ataupun eksternal perusahaan. Perubahan dapat berupa hal yang positif atau negatif. Dimana hal yang positif dapat menunjang kelangsungan hidup perusahaan, sedangkan hal yang negatif dapat menjadi gangguan bagi perusahaan.

Tidak hanya perusahaan, tetapi sebuah usaha kecil juga menghadapi persaingan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Saat ini persaingan yang semakin ketat dan tajam mengakibatkan suatu usaha membutuhkan antisipasi yang tepat dan akurat sehingga usaha tersebut dapat memasarkan produknya di pasar, dan bila memungkinkan menjadi pemimpin pasar. Untuk itu suatu usaha harus menjalankan seluruh operasinya secara efektif dan efisien, tidak terkecuali dibidang pemasaran.

Berbagai situasi yang dihadapi oleh suatu usaha pada lingkungan eksternal akan dapat diketahui apa yang menjadi ancaman (*threats*) dan apa yang menjadi peluang (*opportunities*) dan pada lingkungan internal perlu dilakukan guna mengetahui apa yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan apa yang menjadi kelemahan (*weaknesses*) dari usaha tersebut. Dengan demikian suatu usaha selalu dapat beradaptasi dengan lingkungannya sehingga upaya untuk mencapai tujuan usahanya senantiasa akan dapat tercapai.

Model yang hingga saat ini banyak digunakan untuk menganalisa situasi dan mengetahui kelemahan dan keunggulan suatu usaha pada umumnya dan khususnya terhadap bidang pemasaran di dalam menghadapi lingkungan adalah analisis *SWOT*. Analisis *SWOT* singkatan yang diambil dari huruf depan kata *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) secara sistematis untuk merumuskan strategi usaha yang dimiliki dan dihadapi. Analisis *SWOT* (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threat*), merupakan sebuah analisis yang menilai lingkungan internal perusahaan (*Strength* dan *Weaknesses*), serta lingkungan eksternal (*Opportunities* dan *Threat*). Hasil penelitian diperoleh informasi seputar usaha dan informasi dengan informasi tersebut perusahaan akan dapat membuat strategi yang tepat guna untuk memenangkan persaingan.

Di kabupaten Kampar terdapat beberapa usaha kecil, usaha kecil yang ada banyak bergerak dibidang kuliner khususnya makanan tradisional. Salah satu jenis usaha kecil yang ada di Kabupaten Kampar adalah usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira. Usaha ini didirikan pada tahun 2005 oleh Ibu Sahira dan suaminya. Usaha ini memproduksi kue tradisional khususnya makanan khas Kampar yaitu bolu kering. Sebenarnya usaha kue bolu ini sudah dilakukan oleh warga Kuok sejak dulu hanya saja bentuknya masih sama. Tahap awal Ibu Sahira masih meniru cara pemasaran warga Kuok biasanya, yaitu berjualan di pasar. Setiap hari ke pasar membuat Ibu Sahira berfikir bagaimana mengembangkan usaha, iapun mendatangi setiap kedai dan warung di Kota Kuok dan Bangkinang. Respon yang baik diterima oleh Ibu Sahira saat menitipkan kue bolunya di warung-warung bahkan mini market yang ada di setiap Kota Kuok dan Bangkinang. Usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira terus berkembang. Ia pun mendapat banyak pesanan. Bila semulanya hanya rasa original, pemilik membuat beragam rasa dan bentuk antara lain kue bolu dengan gula merah. Meningkatnya usaha dan banyaknya pesanan maka pemilik memutuskan untuk merekrut karyawan. Usaha makanan tradisional ini sangat mudah untuk berkembang di daerahnya, seperti itu juga Kue Tradisional Kak Ira sudah berkembang di wilayah Kabupaten Kampar. Tetapi sama

kita ketahui makanan tradisional sangat sulit untuk menembus pasar yang lebih luas lagi.

Tantangan yang harus dihadapi pada bisnis usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira ini adalah dimana beliau harus mampu mempertahankan usahanya agar tetap eksis dan lebih berkembang di tengah berkembangnya makanan-makanan modern yang lebih diminati oleh konsumen. Selain itu usaha Kue Tradisional Kak Ira ini dapat membuktikan bahwa dirinya sebagai aset yang penting dan perlu dipertimbangkan, sehingga usaha tersebut mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Dengan adanya hal tersebut, maka menjadi tugas utama yang harus dilakukan oleh usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira dalam mempertahankan kelangsungan hidup bisnis usahanya dengan menghadapi adanya pesaing khususnya di wilayah Kampar. Hal tersebut berkaitan dengan bisnis yang dijalankan harus secara tepat dan benar, serta seluruh operasinya dapat berjalan secara efektif dan efisien sehingga diperlukan adanya suatu strategi bersaing, tidak terkecuali dalam bidang pemasaran.

Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira dengan cara memanfaatkan kondisi lingkungan dalam perkembangan bisnisnya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan beberapa analisis strategi pemasaran diantaranya yaitu analisis *SWOT*. Dengan analisis *SWOT* ini nantinya akan dapat menghasilkan adanya beberapa alternatif strategi untuk pengambilan keputusan yang nantinya kita harus memilih alternatif strategi mana yang baik untuk dijalankan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan peneliti untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira dalam meningkatkan daya saing pada bisnis usaha makanan tradisional. Dengan demikian peneliti memilih judul skripsi sebagai berikut: **“Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Kecil (Studi Kasus:Produksi Kue Tradisional Kak Ira)”**

METODE PENELITIAN

Tempat penelitian ini dilakukan di Produksi Kue Tradisional Kak Ira, Bukit Agung Pasar Kuok, Kec. Kuok, Kab. Kampar. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Februari-Mei 2016.

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus yang lebih bersifat operasional yakni dengan melakukan analisa terhadap lingkungan internal dan eksternal suatu bisnis usaha makanan tradisional pada usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira melalui penerapan analisis *SWOT* dengan menggunakan adanya pendekatan Kuantitatif Matrik *SWOT*.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu strategi meningkatkan daya saing usaha Kue Tradisional Kak Ira. Sedangkan yang akan menjadi respondennya sendiri adalah pengelola dan karyawan usaha Kue tradisional. Responden yang dipilih ini adalah orang yang benar-benar dapat memberikan informasi mengenai gambaran sesungguhnya yang dialami oleh usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira.

Adapun teknik analisis datanya adalah sebagai berikut:

a. Metode Analisis Deskriptif

Metode Analisis Deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang ada serta daya saing pada usaha Produksi Kue Tradisional Kak Ira.

b. Matriks Analisis *SWOT*

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan matrik *SWOT* (Freddy Rangkuti, 2009) merupakan alat yang digunakan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi.

Berdasarkan kedua metode analisa dan matrik tersebut, peneliti menarik kesimpulan dan memberikan saran yang dapat digunakan sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil identifikasi terhadap lingkungan internal dan eksternal yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diidentifikasi bahwa yang menjadi faktor internal dan faktor eksternal di Produksi Kue Tradisional Kak Ira sebagai berikut:

Faktor Internal (IFAS), yang terdiri dari:

Kekuatan (*Strength*)

- Lokasi usaha yang strategis
- Kelengkapan jenis produk yang dimiliki
- Harga produk relatif terjangkau
- Menjual produk yang baru
- Produk yang berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan-bahan alami
- Kemasan sederhana tanpa memerlukan banyak waktu dan cepat saji
- Bahan produk yang higienis dan sangat terjamin

Kelemahan (*Weaknesses*)

- Promosi yang belum
- Gaji karyawan yang belum memenuhi standar UMR.
- Tenaga kerja berasal dari daerah yang sama
- Kualitas SDM belum memadai
- Keterbatasan dan sumber dana
- Kepedulian produsen masih rendah
- Bersifat tidak tahan lama,

Faktor Strategi Eksternal (EFAS), yang terdiri dari:

Peluang (*Opportunities*)

- Perkembangan produk modern yang sangat pesat
- Keadaan jumlah penduduk sekitar
- Daya beli konsumen yang cenderung konsumtif

- Pangsa pasar yang masih terbuka
- Berkembangnya teknologi.
- Hubungan dengan pemasok berjalan baik
- Fasilitas yang cukup memadai dan mampu diperoleh secara cepat

Ancaman (*Threats*)

- Sarana transportasi penumpang
- Presepsi masyarakat terhadap harga
- Tingkat pertumbuhan ekonomi
- Kenaikan harga perlengkapan yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi
- Selera konsumen sulit diprediksi
- Adanya isu-isu jajanan yang tidak sehat
- Adanya kompetitor yang menjual produk makanan dengan harga yang lebih rendah

Faktor-faktor strategi yang didapat kemudian dimasukkan dalam bentuk Tabel IFAS dan EFAS sebelumnya dilakukan pembobotan terhadap masing-masing faktor strategi. Pemberian bobot internal dan eksternal didasarkan pada perhitungan kategori nilai penilaian terhadap setiap faktor strategi, dari sini dilihat mana yang mempunyai pengaruh paling besar dan pengaruh terkecil untuk memberikan penilaian.

Fungsi dari pembobotan dan rating adalah untuk mengetahui faktor strategi dan dapat memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positif dapat menjadi kekuatan dan peluang, sedangkan dampak negatif menjadi kelemahan dan ancaman. Berikut ini Tabel pemberian nilai dan bobot serta pemberitahuan bobot dan rating:

Tabel 1
Penghitungan IFAS pada Produksi Kue Tradisional Kak Ira

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Kekuatan (<i>Strenght</i>):				
1. Lokasi usaha yang strategis	0,11	4	0,44	Mudah dijangkau konsumen
2. Kelengkapan jenis produk yang dimiliki	0,11	4	0,44	Mudah memenuhi kebutuhan konsumen
3. Harga produk relatif terjangkau	0,11	4	0,44	Harga produk murah
4. Menjual produk yang baru	0,09	3	0,27	Produksi dilakukan setiap hari
5. Produk makanan yang berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan-bahan yang alami	0,11	4	0,44	Bahan yang digunakan terjamin
6. Kemasan sederhana tanpa memerlukan banyak waktu dan cepat saji	0,09	3	0,27	Menghemat waktu
7. Bahan produk yang higienis dan sangat terjamin	0,11	4	0,44	Sehat
Sub Total	0,73		2,74	
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>):				
1. Promosi yang belum optimal	0,03	1	0,03	Kurang terkenal
2. Gaji karyawan yang belum memenuhi standar UMR	0,03	1	0,03	Sering berganti-ganti
3. Tenaga kerja berasal dari daerah yang sama	0,06	2	0,12	Kurang foku
4. Kualitas SDM belum memadai	0,03	1	0,03	Butuh proses dalam bekerja
5. Keterbatasan dan sumber dana	0,06	2	0,12	Sulit melakukan pengembangan usaha
6. Kepedulian produsen masih rendah	0,03	1	0,03	Rasa ingin menjadikan produk sebagai primadona daerah
7. Bersifat tidak tahan lama	0,03	1	0,03	Sulit disimpan
Sub Total	0,27		0,39	
TOTAL	1,00		3,13	

Sedangkan untuk penghitungan faktor eksternal (EFAS) disusun dengan cara yang sama seperti dengan cara menyusun matriks faktor internal (IFAS) akan tetapi kekuatan diganti dengan peluang, sedangkan kelemahan diganti dengan ancaman. Hasil penghitungan EFAS terlihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Penghitungan EFAS pada Produksi Kue Tradisional Kak Ira

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Peluang (<i>Opportunities</i>):				
1. Perkembangan produk modern yang sangat pesat	0,11	4	0,44	Acuan sebagai inovasi
2. Keadaan jumlah penduduk sekitar	0,09	3	0,27	Target pasar
3. Daya beli masyarakat yang cenderung konsumtif	0,09	3	0,27	Peluang yang harus dimanfaatkan
4. Pangsa pasar yang mnasih terbuka	0,09	3	0,27	Kesempatan untuk memperluas pasar
5. Berkembangnya teknologi	0,09	3	0,27	Selalu melakukan inovasi terhadap produk
6. Hubungan dengan pemasok berjalan baik	0,11	4	0,44	Mudah mendapatkan bahan baku
7. Fasilitas yang cukup memadai dan mampu diperoleh secara cepat	0,09	3	0,27	Kepuasan konsumen yang utama
Sub Total	0,67		2,23	
Ancaman (<i>Threats</i>):				
1. Sarana transportasi penumpang	0,03	1	0,03	Tidak ada angkutan umum
2. Presepsi masyarakat terhadap harga	0,03	1	0,03	Harus meyakinkan konsumen
3. Tingkat pertumbuhan ekonomi	0,06	2	0,12	Ekonomi menurun kurang dalam belanja
4. Kenaikan harga perlengkapan yang dipengaruhi kondisi ekonomi	0,03	1	0,03	Membuat harga produk cenderung naik
5. Selera konsumen sulit diprediksi	0,06	2	0,12	Selera berubah-ubah
6. Adanya isu-isu jajanan yang tidak sehat	0,06	2	0,12	Lebih memilih membuat sendiri
7. Adanya kompetitor yang menjual produk makanan dengan harga yang lebih rendah	0,06	2	0,12	Konsumen memikirkan harga
Sub Total	0,33		0,57	
TOTAL	1,00		2,80	

Berdasarkan pada tabel 1 diatas faktor-faktor kekuatan (*strengths*) mempunyai nilai skor sebesar 2.74 sedangkan faktor-faktor kelemahan (*weaknesses*) mempunyai nilai skor sebesar 0.39. Berarti Produksi Kue Tradisional Kak Ira mempunyai kekuatan

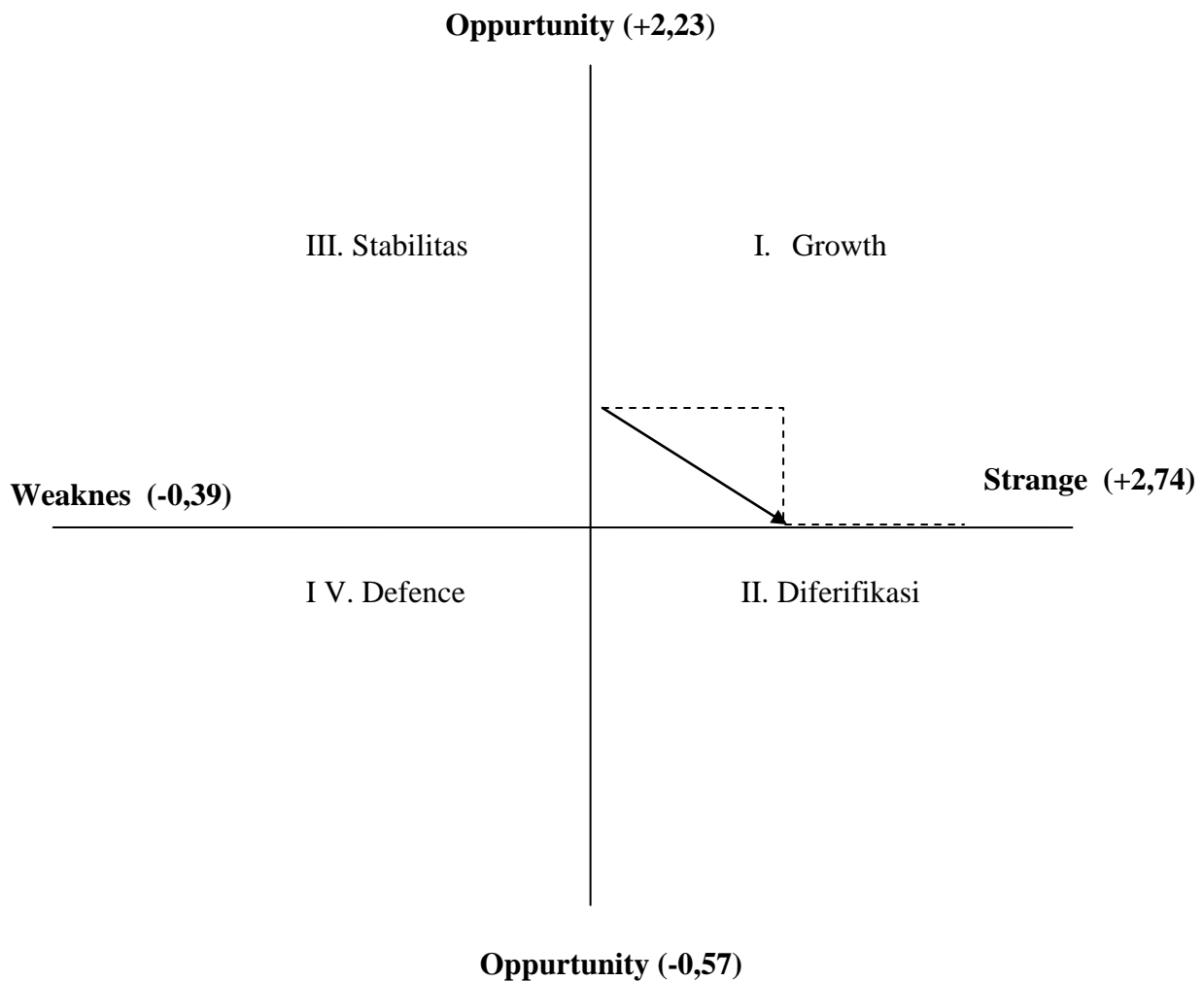
yang lebih tinggi dibandingkan faktor kelemahan dalam menentukan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing. Selanjutnya pada tabel 2 di atas, faktor-faktor peluang (*opportunities*) mempunyai nilai skor 2,23 dan faktor ancaman (*threats*) mempunyai nilai skor sebesar 0.57. Dari nilai skor tersebut menunjukkan bahwa upaya penentuan strategi bersaingnya Produksi Kue Tradisional Kak Ira mempunyai peluang yang cukup besar besar dibandingkan ancaman yang akan timbul.

Dari hasil susunan faktor-faktor internal dan eksternal di atas, menghasilkan rangkaian skor sebagai berikut:

- | | |
|-------------------------------------|--------|
| a. Kekuatan (<i>strenghts</i>) | = 2.74 |
| b. Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) | = 0.39 |
| c. Peluang (<i>Opportunities</i>) | = 2.23 |
| d. Ancaman (<i>Threats</i>) | = 0.57 |

Berdasarkan selisih total nilai pengaruh unsur internal (kekuatan dan kelemahan) dan selisih total nilai pengaruh unsur eksternal (peluang dan ancaman) maka dapat disusun ke dalam bentuk diagram SWOT yang akan disajikan pada Gambar 1 Dengan nilai total faktor internal dan eksternal, diperoleh nilai koordinat diagram *SWOT* adalah 2.35 : 1.66 yang terletak pada posisi sel 1.

Gambar 1 : Diagram Analisis SWOT Produksi Kue Tradisional Kak Ira



Dari nilai total masing-masing faktor selain digambarkan dalam diagram *SWOT* juga dapat digambarkan dalam rumusan matrik *SWOT* sebagai berikut :

Tabel 3
Rumusan Kombinasi Strategi Matrik *SWOT*

IFAS	Strength (S)	Weakness (W)
EFAS		
Opportunity (O)	Strategi (SO) : = 2.74 + 2.23 = 4.97	Strategi (WO) : = 0.39 + 2.23 = 2.23
Treat (T)	Strategi (ST) : = 2.74 + 0.57 = 3.31	Strategi (WT) : = 0.39 + 0.57 = 0.96

Dari analisis matrik IFAS dan EFAS pada tabel 1 dan 2, telah di susun pula Matrik *SWOT* untuk menganalisis alternatif strategi SO, WO, ST dan WT yang hasil analisisnya seperti pada tabel 4.

Tabel 4
Matrik *SWOT* Produksi Kue Tradisional Kak Ira

IFAS	Strength (S) : <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi usaha yang strategis • Kelengkapan jenis produk yang dimiliki • Harga produk relatif terjangkau • Produk makanan yang berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan-bahan yang alami • Bahan produk yang higienis dan sangat terjamin • Menjual produk yang baru • Kemasan sederhana tanpa memerlukan banyak waktu dan cepat saji 	Weaknesses (W) <ul style="list-style-type: none"> • Tenaga kerja berasal dari daerah yang sama • Keterbatasan dan sumber dana • Promosi yang belum optimal • Gaji karyawan yang belum memenuhi standar UMR • Kualitas SDM belum memadai • Kepedulian produsen masih rendah • Bersifat tidak tahan lama
EFAS		
Opportunities (O) <ul style="list-style-type: none"> • Perkembangan produk modren yang sangat 	Strategi SO <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan inovasi dengan membuat varian 	Strategi WO <ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan jaringan distribusi untuk

<p>pesat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hubungan dengan pemasok berjalan baik • Keadaan jumlah penduduk sekitar • Daya beli masyarakat yang cenderung konsumtif • Pangsa pasar yang masih terbuka • Berkembangnya teknologi • Fasilitas yang cukup memadai mampu diperoleh secara cepat 	<p>rasa dan bentuk yang lebih menarik lagi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjaga kualitas produk agar konsumen tetap loyal • Memperluas pangsa pasar dengan cara membuka cabang diberbagai daerah • Kemasan produk lebih dibuat menarik dan simpel 	<p>menjalankan produk</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meminta bantuan pemerintah dalam hal permodalan • Jaga hubungan dengan pemasok untuk mendapatkan bahan yang berkualitas
<p>Threats (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pertumbuhan ekonomi • Selera konsumen sulit diprediksi • Adanya isu-isu jajanan yang tidak sehat • Adanya kompetitor yang menjual makanan dengan harga yang lebih rendah • Sarana transportasi penumpang • Presepsi masyarakat terhadap harga • Kenaikan harga perlengkapan yang dipengaruhi kondisi ekonomi 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan produk yang berbeda dengan produk yang lainnya sehingga memiliki ciri khas tersendiri • Mampu membaca peluang pasar dengan melakukan inovasi sehingga konsumen tidak bosan dengan produk yang diproduksi • Meningkatkan pelayanan agar konsumen puas 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melatih karyawan agar lebih berkualitas guna peningkatan persaingan • Sering diadakannya diskon produk yang dijual • Menjalin hubungan baik dengan konsumen

Pada hasil analisis data melalui matrik IFAS dan EFAS yang diperoleh, menunjukkan bahwa Produksi Kue Tradisional Kak Ira memiliki bobot yang baik dalam lingkungan internal yang berada dalam posisi Strength dan Opportunity, sehingga dapat disimpulkan bahwa diagram SWOT pada Produksi Kue Tradisional Kak Ira pada posisi kuadran 1 (satu) lingkungan dan banyaknya kekuatan yang mendorong dimanfaatkannya peluang tersebut. Situasi ini menyarankan strategi yang berorientasi pada pertumbuhan (Growth Oriented Strategy).

Strategi *Strength – Opportunity*

a. Melakukan inovasi rasa dan bentuk yang lebih menarik lagi

Varian rasa yang dimiliki oleh Produksi Kue Tradisional Kak Ira ada dua macam rasa yaitu rasa original menggunakan gula putih dan menggunakan gula merah, dari warna juga terlihat berbeda karena menggunakan jenis gula yang berbeda. Bentuk kue bolu yang dimiliki juga dua macam, yaitu bentuk ikan dan bentuk manggis. Produk makanan yang beredar di pasaran banyak sekali jenis dan rasanya dan bentuknya, alangkah baiknya jika Produksi Kue Tradisional Kak Ira juga membuat varian rasa, seperti rasa durian, nangka dan rasa yang lainnya, sehingga konsumen dapat memilih rasa apa yang mereka inginkan. Tetapi dengan tetap mempertahankan rasa dan bentuk asli dari produk agar produk ini tetap dapat dilestarikan dan tidak dilupakan oleh masyarakat.

b. Menjaga kualitas produk agar konsumen tetap loyal

Kualitas produk yang dimiliki sudah bagus karena menggunakan bahan-bahan yang terjamin kualitasnya, mempertahankan apa yang sudah dimiliki tidak mudah, kecelakaan sedikit dalam memproduksi akan menghasilkan produk yang buruk, jadi Produksi Kue Tradisional Kak Ira harus bisa mempertahankan apa yang sudah mereka miliki seperti kualitas produk yang tinggi agar konsumen tidak kecewa dan tetap berbelanja di sini.

c. Memperluas pangsa pasar dengan cara membuka cabang diberbagai daerah

Ibu Sahira memasarkan kue buaatannya di rumah dan sesekali diantarkan ke pasar dan ke kios-kios, mencoba untuk membuka cabang di daerah lainnya bisa membuat usaha ini semakin dikenal oleh masyarakat luas, apalagi image usaha ini sudah bagus dimata masyarakat. Butuh keberanian yang tinggi untuk memulai membuka di tempat yang baru, tapi hasil nanti siapa yang tahu jika keberuntungan masih berpihak kepada Ibu Sahira maka usaha yang baru dibuka tentu akan menambah omset penjualan yang dia miliki. Jika sekarang Ibu Sahira hanya menjual di sebagian besar daerah Kampar tidak adasalahnya jika Ibu Sahira mencoba membuka ke wilayah yang lebih kota seperti Pekanbaru dan di kota lainnya.

d. Kemasan produk lebih dibuat menarik dan simpel

Zaman sekarang orang tidak mau ribet, membawa oleh-oleh yang lucu dan menarik tentu hal yang diburu oleh masyarakat. Kemasan yang sekarang ini sangat membosankan, jika kemasan dibuat lucu dan lebih kekinian bisa membuat konsumen lebih tertarik lagi untuk berbelanja, karena pemandangan yang disajikan oleh produsen sangat menarik minat konsumen untuk berbelanja.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

1. Produksi Kue Tradisional Kak Ira merupakan salah satu usaha industri rumah tangga yang dijadikan sebagai mata pencaharian oleh sebagian masyarakat pada umumnya karena proses pengelolaannya yang tidak memerlukan keahlian khusus, akan tetapi merupakan keahlian turun temurun dari nenek moyang. Kue bolu ini merupakan kue

tradisional Kabupaten Kampar sehingga menjadikan kue tersebut sebagai oleh-oleh khas Kampar.

2. Produksi Kue Tradisional Kak Ira memiliki kekuatan yang cukup baik dan ini dapat dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan dalam bisnis makanan tradisional.
3. Strategi alternatif yang dihasilkan dari matrik *SWOT* yang dapat dilaksanakan oleh Produksi Kue Tradisional Kak Ira antara lain : 1) Melakukan inovasi dengan membuat varian rasa dan bentuk yang lebih menarik lagi. 2) Menjaga kualitas produk agar konsumen tetap loyal. 3) Memperluas pangsa pasar dengan cara membuka cabang di berbagai daerah. 4) Kemasan produk lebih dibuat menarik dan simpel. 5) Selain menggunakan tenaga lokal sebaiknya rekrut karyawan dari luar daerah 6) Menyediakan jaringan distribusi untuk menjalankan produk. 7) Meminta bantuan pemerintah dalam hal permodalan. 8) Melakukan pelatihan untuk karyawan. 9) Jaga hubungan dengan pemasok untuk mendapatkan bahan yang berkualitas. 10) Menciptakan produk yang berbeda dengan produk yang lainnya sehingga memiliki ciri khas tersendiri. 11) Mampu membaca peluang pasar dan melakukan inovasi sehingga konsumen tidak bosan dengan produk yang diproduksi. 12) Meningkatkan pelayanan agar konsumen puas. 13) Melatih karyawan agar lebih berkualitas guna peningkatan persaingan. 14) Sering diadakan *discount* produk yang dijual. 15) Menjalin hubungan baik dengan konsumen.
4. Produksi Kue Tradisional Kak ira berada pada kuadran 1 satu yaitu strategi SO, yang menunjukkan bisnis ini memiliki peluang lingkungan dan banyaknya kekuatan yang mendorong dimanfaatkannya peluang tersebut. Situasi ini menyarankan strategi yang berorientasi pada pertumbuhan (*Growt Oriented Strategy*).

Rekomendasi

1. Produksi Kue Tradisional Kak Ira harus tetap mempertahankan citra produk yang baik dimata msayarakat khususnya konsumen.
2. Produksi Kue Tradisional Kak Ira perlu menambah varian rasa dan bentuk produk untuk melengkapi produk yang sudah ada, hai ini sangat diperlukan untuk menghadapi bisnis khususnya makanan tradisional.
3. Produksi Kue Tradisional Kak Ira perlu mebuca cabang di luar daerah Kampar agar produk ini dapat berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis*. Salemba Empat : Jakarta.
- Grant, Fred R, 2006. *Analisis Strategi Kontemporer*, Erlangga, Jakarta
- Hutabarat, Jemsly dan Martini Huseini, 2006, *Pengantar Manajemen Strategik Kontemporer : Strategi di Tengah Operasional*, Elek Media Kompitindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas)*, Cetakan Ketiga,PT. Indeks, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2009, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi Keenam Belas, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.