

PENGEMBANGAN USAHA PASAMAN PIZZA MELALUI ANALISIS SWOT

Mai Yuliza^{1*}, Mia Muchia Desda²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasaman, Indonesia

E-mail: ¹⁾ mai.yuliza@gmail.com

Abstrak

Salah satu usaha yang sedang berkembang di Pasaman Barat yaitu usaha Pizza "Pasaman Pizza" dimana usaha ini dimulai dari ambisi untuk membuka suatu usaha dengan keuntungan yang besar, dapat diterima oleh masyarakat sekitar dan dapat berkembang hingga mencakup luar Pasaman Barat. Untuk itulah "Pasaman Pizza" sebagai usaha di bidang kuliner yang menyediakan varian Pizza sesuai dengan minat konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengembangan Usaha Pasaman Pizza Melalui Analisis Swot. Metode analisa data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Dari analisis yang dilakukan Pasaman Pizza sebaiknya lebih gencar promosi di media sosial, membuka cabang baru untuk menambah perluasan usaha dan tetap mengedepankan cita rasa, pelayanan yang baik kepada konsumen serta pemasaran yang giat-giatnya. Melihat kekuatan dan peluang dari Pasaman Pizza sangat memungkinkan bahwa Pasaman pizza adalah prospek usaha yang sangat baik untuk dijalankan dan dikembangkan meski ada kekurangan dan ancaman namun hal itu masih mungkin untuk diatasi oleh Pasaman Pizza.

Kata kunci: *Pengembangan Usaha, Pizza, Analisis Swot*

Abstract

One of the growing businesses in West Pasaman is the Pizza business "Pasaman Pizza" where this business starts from the ambition to open a business with great profits, acceptable to the surrounding community and can develop to include outside West Pasaman. For this reason, "Pasaman Pizza" as a business in the culinary field that provides pizza variants in accordance with consumer interests. The purpose of this study is to use a SWOT analysis to determine the development of the Pasaman Pizza business. The data was analyzed using a qualitative descriptive method called SWOT analysis. According to the findings, Pasaman Pizza should improve its social media marketing efforts, open new branches to expand its business, and continue to prioritize taste, good customer service, and innovative marketing. Given Pasaman Pizza's strengths and opportunities, it's possible that, despite its flaws and threats, Pasaman Pizza will be an excellent business prospect to run and develop.

Keywords: *Business Development, Pizza, Swot Analysis*

1. PENDAHULUAN

Saat ini banyak orang yang memilih membuka bisnis usaha sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, baik yang sudah memiliki pekerjaan utama ataupun bagi mereka yang belum memiliki pekerjaan (Assauri, 2008). Bidang bisnis yang bisa dikerjakan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pasar saat itu ataupun dengan skill dan hobi yang dimiliki. Untuk membuka usaha, sebenarnya tak perlu langsung membuka usaha yang besar dan dengan modal yang besar pula. Berbisnis bisa dimulai dengan usaha berskala

kecil, tergantung apa yang ingin kita jadikan usaha dan bagaimana pasar menerima usaha yang kita jalankan.

Salah satu usaha yang sedang berkembang di Pasaman Barat yaitu usaha Pizza “Pasaman Pizza “ dimana usaha ini dimulai dari ambisi untuk membuka suatu usaha dengan keuntungan yang besar, dapat diterima oleh masyarakat sekitar dan dapat berkembang hingga mencakup luar Pasaman Barat. Untuk itulah “ Pasaman Pizza “ sebagai usaha di bidang kuliner yang menyediakan varian Pizza sesuai dengan minat konsumen. Usaha ini perlu mengidentifikasi setiap kekuatan dan kelemahannya dan selalu memantau setiap peluang yang mendatangkan keuntungan dan ancaman yang mendatangkan kerugian. Untuk memenuhi tuntutan ini terciptalah analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yang memiliki peran penting dalam menetapkan suatu strategi perusahaan.

Analisis SWOT merupakan cara yang sistematis di dalam melakukan analisis terhadap wujud ancaman dan kesempatan agar dapat membedakan keadaan lingkungan yang akan datang sehingga dapat ditemukan masalah yang ada. Dari analisis SWOT usaha dapat menentukan strategi efektif, yang sejauh mungkin memanfaatkan kesempatan yang berlandaskan pada kekuatan yang dimiliki perusahaan, mengatasi ancaman yang datang dari luar serta mengatasi kelemahan yang ada.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Analisis Kekuatan dan Kelemahan

Analisis ini menitik beratkan pada bagian internal perusahaan. Pengidentifikasian terhadap kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam organisasi harus dilakukan, karena dengan mengetahui setiap kekuatan dan kelemahan tersebut maka tingkat kekuatan persaingan perusahaan dapat diketahui (David, 2011).

Kekuatan merupakan dasar bagi pelaksanaan kegiatan perusahaan, sedangkan kelemahan muncul sebagai faktor yang membatasi serta mencegah manajemen untuk merealisasikan potensi yang sesungguhnya (Purba, 2019). Kelemahan ini kadang-kadang tidak disadari keberadaannya. Oleh karena itu kelemahan bukan saja harus diidentifikasi tetapi harus diikuti oleh kesiapan pihak manajemen untuk menerima kenyataan bahwa organisasinya memiliki kelemahan (Hartini, 2012). Dalam hal ini suasana yang terbuka dalam mengidentifikasi kelemahan organisasi akan sangat membantu sekali.

Penelitian kelemahan dan kekuatan secara objektif akan timbul disebabkan oleh banyaknya kasus kegagalan serta keberhasilan seperti keberhasilan dalam melakukan kebijaksanaan, prosedur, implementasi, strategi dan teknik yang pernah dilakukan oleh organisasi. Sementara itu kondisi lingkungan terus berubah sehingga kebijaksanaan yang digunakan pada masa lalu akan menghadapi tantangan yang baru dan berbeda pula (Suci, 2015).

Banyak kelemahan-kelemahan suatu organisasi yang tidak mudah diatasi sehingga memerlukan upaya penanganan yang terencana dan terus-menerus. Beberapa kelemahan mungkin dapat diperbaiki dengan mudah, tetapi kelemahan-kelemahan lain yang mungkin perlu penanganan yang terencana dan terus-menerus. Beberapa kelemahan mungkin dapat diperbaiki dengan mudah, tetapi kelemahan-kelemahan lainnya mungkin perlu penanganan yang lebih lama.

2.2. Analisis Peluang dan Ancaman

Peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor yang datang dari lingkungan eksternal perusahaan. Dalam kenyataannya kita akan mengalami kesukaran untuk membedakan

kekuatan dari peluang dan kelemahan dari ancaman. Peluang menunjukkan kondisi lingkungan yang kita harapkan mempunyai dampak yang menguntungkan bagi manajemen, sedangkan ancaman menunjukkan kekuatan yang datang dari lingkungan eksternal yang menimbulkan kerugian bagi manajemen seperti kerugian dalam pelaksanaan program kerja, mencegah pencapaian sasaran atau merusak strategi yang telah ditetapkan sebelumnya (Yuliza & Basri, 2018). Adapun Langkah-langkah untuk melakukan analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi karakteristik perusahaan
2. Identifikasi kekuatan dan kelemahan
3. Identifikasi peluang dan ancaman
4. Menentukan faktor-faktor kunci kesuksesan
5. Identifikasi besarnya hubungan antara lingkungan internal dan eksternal
6. Merencanakan strategi yang akan dilakukan

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).

Tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi aspek-aspek yang akan dinilai dalam suatu organisasi.
2. Susun instrumen untuk melakukan assessment/pembobotan.
3. Lakukan pembobotan berdasarkan kondisi seobjektif mungkin.
4. Hitung bobot keseluruhan, tarik kesimpulan dan susun langkah berdasarkan hasil analisis.



Gambar 1 Analisis SWOT

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut dalam memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

- Kuadran 2 : Perusahaan mengalami peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak ia menghadapi beberapa kendala / kelemahan internal fokus. Strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- Kuadran 3 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal
- Kuadran 4 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk / pasar).

2.3. Matriks SWOT

Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) Matrix merupakan alat pembanding yang penting untuk membantu para manager mengembangkan empat strategi. Keempat tipe strategi yang dimaksud adalah :

1. SO Strategis (SO = *Strength-Opportunity*)
2. WO Strategis (WO= *Weaknesses-Opportunity*)
3. ST Strategis (ST = *Strength-Threats*)
4. WT Strategis (WT = *Weaknesses-Threats*)

Memperhatikan faktor-faktor eksternal dan internl yang utama merupakan bagian yang paling sulit dalam SWOT Matrix selain itu juga membutuhkan keputusan yang baik, sementara tidak ada satupun alat pembanding yang paling baik. (Anggraeni et al., 2017). Delapan tahap dalam membentuk SWOT Matrix, yaitu:

1. Membuat daftar peluang kunci eksternal perusahaan
2. Membuat daftar ancaman kunci eksternal perusahaan
3. Membuat daftar kekuatan kunci internal perusahaan
4. Membuat daftar kelemahan kunci internal perusahaan
5. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasil dalam sel SO Strategies
6. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasil dalam sel WO Strategies
7. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman eksternal dan catat hasil akhirnya disel ST Strategies
8. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman eksternal dan catat hasilnya di sel WT Strategies.

Tabel 1 Matrik SWOT

	Internal Eksternal	<i>STRENGHT-S</i> Catatan kekuatan-kekuatan internal perusahaan	<i>WEAKNESES-W</i> Catatan kelemahan-kelemahan internal perusahaan
		<i>OPPORTUNITIES-O</i> Catatlah peluang-peluang perusahaan	<i>THREATS-T</i> Catatlah ancaman-ancaman perusahaan
		SO strategis Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	WO strategis Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang

<i>TRHEATS-T</i>		ST strategis		WT strategis	
Catatlah ancaman-ancaman perusahaan	ancaman-eksternal	Ciptakan menggunakan untuk mengatasi	strategi yang kekuatan ancaman	Strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari	yang ancaman

Keterangan dari matriks SWOT diatas :

1. Strategi SO (*Strength and Threat*).
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan,yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST (*Strength and Threats*).
3. Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
Strategi WO (*Weakness and Opportunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weakness and Threats*).
Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan.

3. METODE PENELITIAN

Metode analisa data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) atau dikenal pula dengan nama K3A (kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman) merupakan suatu metoda untuk merumuskan dan menerapkan strategi perusahaan untuk mencapai misi dan tujuannya (Nazir, 2011). Analisis SWOT dilakukan karena suatu organisasi terlibat dalam berbagai keadaan lingkungan yang dinamis sehingga pengaruh lingkungan terhadap keberhasilan perusahaan sangat dominan.

Analisis SWOT dilakukan dengan cara mengidentifikasi berbagai lingkungan, baik lingkungan internal perusahaan yang berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam melakukan persaingan maupun lingkungan eksternal yang berupa peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan. Dengan demikian akan dapat diketahui sampai sejauh mana suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis (Sugiyono, 2009).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis SWOT



Gambar 2 Analisis Swot

Tabel 2 Matrix SWOT

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	1. tempat pertama milik sendiri 2. bahan baku telah di produksi sendiri 3. tersedianya banyak varian pizza 4. setiap karyawan memiliki keahlian dibidang nya masing masing 5. letak tempat kedua strategis 6. memanfaatkan pelanggan untuk membantu dalam meningkatkan penjualan 7. adanya pelayanan delivery order	1. sebagian bahan baku sulit di dapatkan karna jauh dari pusat kota 2. 2.tempat ke dua masih menyewa
EFAS	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> 1. owner aktif dalam berorganisasi sehingga memudahkan dalam proses pemasaran 2. belum banyaknya pesaing	1. menggunakan sosial media sebagai sarana promosi	1. membuka cabang-cabang baru untuk perluasan usaha
THREATS	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. mulai munculnya pesain baru 2. adanya pandangan sebagian masyaraat tentang daging pizza yang tidak islamiah	1. Tingkatkan market share	1. Menjalin hubungan baik dengan pemasok

Melihat dari perkembangan Pasaman Pizza saat ini, terdapat alternatif strategi yang diterapkan. Alternatif Strategi yang diterapkan Pasaman Pizza, yakni:

1. Strategi Stabilitas

Saat ini usaha pasaman pizza dalam *product life cycle* tertinggi (Maturity) yang mana telah banyak diminati oleh masyarakat, dan meningkatkan efisiensi di segala bidang dalam rangka meningkatkan kinerja dan keuntungan usahanya

2. Strategi Ekspansi (perluasan)

Dengan meningkatnya kinerja dan keuntungan usaha pizza saat ini jadi strategi yang diterapkan adalah strategi ekspansi dengan telah berdirinya beberapa cabang yaitu di daerah pasaman baru dan Lubuk Sikaping.

5. KESIMPULAN

Dari analisis yang dilakukan Pasaman Pizza sebaiknya lebih gencar promosi di media sosial, membuka cabang baru untuk menambah perluasan usaha dan tetap mengedepankan cita rasa, pelayanan yang baik kepada konsumen serta pemasaran yang giat-giatnya. Melihat kekuatan dan peluang dari Pasaman Pizza sangat memungkinkan bahwa Pasaman pizza adalah prospek usaha yang sangat baik untuk dijalankan dan dikembangkan meski ada kekurangan dan ancaman namun hal itu masih mungkin untuk diatasi oleh Pasaman Pizza.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P., Sunarti, S., & Mawardi, M. K. (2017). Analisis swot pada umkm keripik tempe amel malang dalam rangka meningkatkan daya saing perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43(1), 104–113.
- Assauri, S. (2008). *Manajemen produksi dan operasi*.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Buku 1 Edisi 12*. Jakarta: PPM Management.
- Hartini, S. (2012). Peran inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 14(1), 83–90.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian, Cetakan Ke Tujuh*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Purba, G. N. (2019). *Peran UMKM Bagi perekonomian Nasional*. Wwww.Medcom.Id.
<https://www.medcom.id/ekonomi/mikro/4ba5Vdrbperan-umkm-bagi-perekonomian-nasional>
- Suci, R. P. (2015). *Esensi manajemen strategi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Sugiyono, P. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Teece, DJ (1984). *Economic Analysis and Strategic Management*. *California Management Review*, 26(3), 87–110.
- Yuliza, M., & Basri, S. (2018). Marketing Strategy of Dodol Singkong Malayan. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 6(3), 253–261.