

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT (STUDI KASUS ROKEZ ROTI KESET CABANG RYACUDU)

Dhea Yunita¹, Dhiya Laila Az Zahra², Nahya Fitri Annisa³, Vicky F Sanjaya⁴

Universitas Islam Negeri Islam Raden Intan Lampung^{1,2,3,4}

dheayunita10062004@gmail.com¹, dhiyalaila2754@gmail.com², nahyafitriannisa95@gmail.com³,
vicky@radenintan.ac.id⁴

Abstract

Rokez Roti Keset is one of the most popular bakeries among the people of Bandar Lampung. This bakery has successfully attracted the attention of many customers with a variety of delicious and high-quality bread options. However, Rokez Roti Keset faces intense competition from various rivals in the culinary industry, which also offer similar products. This study aims to analyze the internal and external factors that influence the marketing strategy of Rokez Roti Keset using SWOT analysis and the SWOT matrix. Through this analysis, we can identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by this bakery. Based on the results of the analysis, the proposed strategies to expand the reach of Rokez Roti Keset include utilizing a more diverse menu to increase sales, particularly through delivery services that are increasingly favored by consumers. Additionally, developing a strong brand is crucial to attract investor interest, leveraging the diversity of the menu as a key selling point. Finally, enhancing promotions by utilizing available technology, such as social media and mobile applications, can help Rokez Roti Keset reach more customers and improve brand visibility in this competitive market.

Keywords: *SWOT analysis, SWOT matrix, Marketing Strategy.*

Abstrak

Rokez Roti Keset adalah salah satu toko roti yang paling populer di kalangan masyarakat Bandar Lampung. Toko ini telah berhasil menarik perhatian banyak pelanggan dengan berbagai pilihan roti yang lezat dan berkualitas. Namun, Rokez Roti Keset menghadapi persaingan yang cukup ketat dari berbagai pesaing di industri kuliner, yang juga menawarkan produk serupa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi pemasaran Rokez Roti Keset dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks SWOT. Melalui analisis ini, kami dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh toko roti ini. Berdasarkan hasil analisis tersebut, strategi yang diusulkan untuk memperluas jangkauan Rokez Roti Keset meliputi pemanfaatan variasi menu yang lebih beragam untuk meningkatkan penjualan, terutama melalui layanan pengiriman yang semakin diminati oleh konsumen. Selain itu, pengembangan branding yang kuat sangat penting untuk menarik minat investor, dengan memanfaatkan keberagaman menu yang ada sebagai daya tarik. Terakhir, peningkatan promosi dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia, seperti media sosial dan aplikasi mobile, dapat membantu Rokez Roti Keset menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan visibilitas merek di pasar yang kompetitif ini.

Kata Kunci: *Analisis SWOT, Matriks SWOT, Strategi Pemasaran*

PENDAHULUAN

Toko roti merupakan jenis usaha kuliner yang memiliki daya tarik yang signifikan di kalangan masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, industri toko roti telah mengalami pertumbuhan yang pesat, dipengaruhi oleh tren gaya hidup sehat, inovasi dalam rasa, serta meningkatnya permintaan akan produk berkualitas tinggi. Untuk menjalankan bisnis dengan

sukses, pemilik usaha perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif agar bisnis mereka dapat berkembang dan dikenal luas.

Rokez Roti Kesen adalah sebuah *bakery* lokal yang berasal dari Bandar Lampung dan telah mendapatkan popularitas di kalangan masyarakat. Toko ini menawarkan berbagai varian rasa yang unik dan memiliki ciri khas tersendiri. Dengan kategori produk yang dibedakan menjadi dingin dan hangat, setiap varian yang disajikan oleh Rokez menggunakan bahan-bahan premium berkualitas tinggi dan tanpa tambahan bahan pengawet.

Setiap industri pasti memiliki banyak pesaing, sehingga penting bagi para pengusaha untuk memiliki ciri khas yang membedakan produk mereka dari yang lain. Salah satu cara untuk mengembangkan strategi yang efektif adalah dengan menganalisis lingkungan perusahaan, baik dari aspek internal maupun eksternal. Salah satu alat yang dapat digunakan dalam analisis ini adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats).

Analisis SWOT merupakan alat strategis yang berfungsi untuk menilai posisi suatu perusahaan dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup kekuatan (strengths) yang memberikan keunggulan, serta kelemahan (weaknesses) yang dapat menghambat kinerja. Di sisi lain, faktor eksternal meliputi peluang (opportunities) yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan, serta ancaman (threats) yang dapat menimbulkan risiko. Dengan menganalisis keempat elemen ini, perusahaan dapat merumuskan strategi yang efektif untuk memaksimalkan potensi dan meminimalkan risiko, sehingga dapat mencapai keunggulan kompetitif di pasar.

Berdasarkan kondisi latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti bermaksud untuk melakukan analisis mendalam mengenai kondisi lingkungan internal dan eksternal Rokez Roti Kesen di Bandar Lampung. Tujuan dari analisis ini adalah untuk merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk konsumen Rokez Roti Kesen. Adapun fokus penelitian ini meliputi:

1. Mengidentifikasi kekuatan apa yang dimiliki Rokez Roti Kesen.
2. Mengidentifikasi kelemahan apa yang dimiliki Rokez Roti Kesen.
3. Menganalisis peluang apa yang dimiliki Rokez Roti Kesen dalam strategi pemasaran.
4. Menganalisis ancaman apa yang dihadapi oleh Rokez Roti Kesen dalam upaya memasarkan produknya.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan terkait dengan isu yang diteliti. Pada proses mengumpulkan data penelitian, metode yang digunakan yaitu survei dan wawancara. Proses dalam pengumpulan data yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu dengan menentukan subjek penelitian yang akan diwawancarai peneliti untuk mendapatkan data eksternal. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang melibatkan observasi, survei, dan wawancara langsung dengan Rokez Roti Kesen. Peneliti menganalisis berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi Rokez Roti Kesen untuk menentukan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan daya saing produk, dengan memanfaatkan analisis SWOT. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan langsung kepada konsumen dan karyawan Rokez Roti Kesen. Pertanyaan yang diajukan kepada narasumber mencakup berbagai aspek internal dan eksternal dari Rokez Roti Kesen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

MATRIKS SWOT

Matriks SWOT didefinisikan sebagai alat yang digunakan untuk mengidentifikasi, menjelaskan, dan menyajikan secara rinci peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan, serta mengaitkannya dengan kekuatan dan kelemahan internal. Hasil dari analisis matriks SWOT sangat penting dalam merumuskan berbagai aspek yang mempengaruhi keputusan strategis perusahaan. Dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan

ancaman, matriks SWOT dapat membantu perusahaan dalam menyederhanakan proses perumusan strategi yang diperlukan, karena memungkinkan pengelompokan elemen-elemen masalah SWOT dalam bentuk tabel matriks. Adapun strategi dalam membuat matriks SWOT sebagai berikut.

A. Strategi *Strength-Opportunities* (SO)

Dalam strategi SO. Kekuatan yang bisa menjadi peluang bagi Rokez Roti Kaset, yaitu (1) memanfaatkan varian menu untuk meningkatkan penjualan melalui platform pengiriman; dan (2) mengembangkan *branding* yang kuat untuk menarik investor dengan memanfaatkan keberagaman menu yang ditawarkan.

B. Strategi *Weakness-Opportunities* (WO)

Dalam strategi WO. Kelemahan yang bisa menjadi peluang bagi Rokez Roti Kaset, yaitu (1) untuk mengatasi kelemahan tidak adanya fasilitas makan di tempat, Rokez Roti Kaset dapat memperkuat layanan pengiriman melalui platform seperti GoFood dan GrabFood.

C. Strategi *Strength-Threats* (ST)

Dalam strategi ST, sebuah kekuatan yang menjadi ancaman bagi usaha Rokez Roti Kaset, yaitu (1) Rokez Roti Kaset perlu menjaga kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen. Dengan memastikan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen maka Rokez Roti Kaset dapat bersaing dengan toko-toko serupa (2) Saat penjualan menurun, Rokez Roti Kaset dapat mengeluarkan promosi menarik dengan memanfaatkan *branding* yang kuat untuk menarik kembali konsumen.

D. Strategi *Weakness-Threats* (WT)

Dalam strategi (WT), untuk mengatasi resiko menurunnya kepuasan pelanggan, Rokez Roti Kaset perlu melakukan inovasi pada menu dan pelayanan mereka, sehingga tetap relevan di persaingan yang kompetitif.

Tabel 1 Matriks SWOT

Faktor Internal	<p>Kekuatan (<i>strengths</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Varian menu yang berbagai macam 2. Topping yang berlimpah 3. Memiliki <i>branding</i> sendiri 4. Tekstur roti yang lembut dan tidak kering 5. Harga yang standar 6. Lokasi strategis 7. Pelayanan yang ramah dan cepat 	<p>Kelamahan (<i>weakness</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak bisa makan di tempat 2. Lahan parkir yang kurang luas 3. Kapasitas outlet yang kurang luas 	
Faktor Eksternal	<p>Peluang (<i>opportunities</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdaftar di platform pengiriman makanan 2. Rasa yang unik dan tidak ada yang menyamakan 3. Kerjasama dalam berbagai kegiatan 4. Memanfaatkan media sosial untuk promosi 	<p>Strategi <i>strengths-opportunities</i> (SO):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan varian menu untuk meningkatkan penjualan melalui platform pengiriman. (S1, W1) 2. Mengembangkan <i>branding</i> yang kuat untuk menarik investor dengan memanfaatkan keberagaman menu yang ditawarkan. (S3, S1, O3) 	<p>Strategi <i>weakness-opportunities</i> (WO):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengatasi kelemahan tidak adanya fasilitas makan di tempat, Rokez Roti Kaset dapat memperkuat layanan pengiriman melalui

		platform seperti GoFood dan GrabFood. (W1, O1)
Ancaman (<i>threats</i>): 1. Toko oleh-oleh yang berlokasi di Jl. Ryacudu 2. Toko Gembong Gembul.	Strategi <i>strengths-threats</i> (ST): 1. Rokez Roti Kaset perlu menjaga kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen. Dengan memastikan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen maka Rokez Roti Kaset dapat bersaing dengan toko-toko serupa yang ada di Jl. Ryacudu. (S2, S4, T1, T2) 2. Saat penjualan menurun, Rokez Roti Kaset dapat mengeluarkan promosi menarik dengan memanfaatkan <i>branding</i> yang kuat untuk menarik kembali konsumen. (S3)	Strategi <i>weakness-threats</i> (WT): 1. Rokez Roti Kaset perlu melakukan inovasi pada menu dan pelayanan mereka, sehingga tetap relevan di persaingan yang kompetitif. (S1, S7, O2, T2)

SIMPULAN DAN SARAN

Dengan demikian, sebuah usaha dapat bertahan dan berkembang, maka memerlukan strategi pemasaran yang baik. Untuk menentukan apakah strategi pemasaran tersebut terlaksana, diperlukan adanya analisis mendalam terkait kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang dari usaha tersebut dengan menggunakan analisis SWOT. Rokez Roti Kaset sudah banyak dikenal oleh wisatawan baik yang berasal dari daerah Lampung maupun luar Lampung. Menjaga persaingan yang sehat dan selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi pelanggan yang percaya bahwa bisnis yang mereka pilih disukai oleh banyak orang. Memberikan kenyamanan kepada pelanggan, di mana keinginan konsumen tidak hanya terfokus pada rasa yang lezat, tetapi juga pada kenyamanan yang menjadi faktor utama. Untuk itu Rokez mempertahankan kualitas yang mereka miliki, baik dari kualitas pelayanan yang baik maupun kualitas produk itu sendiri. Strategi yang diterapkan bertujuan untuk menciptakan pemasaran yang dapat menarik perhatian konsumen, misalnya dengan menawarkan promosi. Selanjutnya, Rokez Roti Kaset perlu merumuskan strategi pemasaran yang efektif guna mengatasi ancaman dan mengurangi kelemahan yang ada.

Simpulan menyajikan ringkasan dari uraian mengenai hasil dan pembahasan, dan mengacu pada tujuan penelitian. Simpulan harus ditulis dalam alinea dan tidak diperkenankan untuk menggunakan tanda poin-poin, atau urutan angka dan/atau huruf.

REFERENSI

- Akhiri, S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Tipe Nmax. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 50–63. <https://doi.org/10.37385/msej.v1i1.30>
- Andriani, D., & Kamaruddin, S. A. (2024). Pemasaran. *Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi*, 7(1), 140–144. <https://ojs.co.id/1/index.php/ike/article/view/702/833>
- Khairunnisaa, K., Irachmi, D., Lestari, D., Rahayu, F., & Sanjaya, V. F. (2020). Analisis Swot terhadap Strategi Pemasaran Rumah Makan Sambel Alu. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*,

- 16(2), 145–159. <https://doi.org/10.23960/jbm.v16i2.78>
- Leni Nuraeni, H. (2017). Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kecil Keripik Bhineka Di Desa Belendung Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 647–655.
- MAS'ARI, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>
- Muhammad Supriyanto, & Muhammad Taali. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di the Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(2), 26–33. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v2i2.458>
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi dan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/index>
- Nugroho, R., E. J. (2013). Pengaruh People , Physical Evidence , Product , Promotion , Coffee Cozies Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2) : 1–9. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–9.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Syah, R. F., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 62–72. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364>