

Strategi Pengembangan Pada Bintang Bakery *Development Strategy at Bintang Bakery*

Ardhya Yosheta Rahma

Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya

ABSTRACT

This research was conducted in the Bakery business at Bintang Bakery Lampung. The aims of this research are (1) to know the position of Bintang Bakery if identified using the SWOT analysis matrix; (2) Knowing the right development strategy priorities in developing the Bintang Bakery business. Informants were determined using a purposive sampling technique taking into account the background of informants who have knowledge of Bintang Bakery and are aged 17 years and over. Based on the research results, the values of the IFAS and EFAS matrix analysis are 1.032 and 0.485 so that it can be seen that Bintang Bakery's position is in quadrant I. The strategy applied in this quadrant is to support aggressive growth policies and produce 8 strategies in the SWOT matrix analysis. Data were analyzed using the QSPM matrix to determine the strategic priority order. The results of the QSPM matrix analysis obtained the priority of the Bintang Bakery development strategy, namely improving product quality by innovating on the type, texture, taste and packaging of bread with a TAS value of 5.203.

Keywords: Development strategy; SWOT analysis; QSPM

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada usaha Bakery di Bintang Bakery Lampung. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui posisi Bintang Bakery jika diidentifikasi menggunakan matriks analisis SWOT; (2) Mengetahui prioritas strategi pengembangan yang tepat dalam pengembangan usaha Bintang Bakery. Informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan latar belakang informan yang memiliki pengetahuan mengenai Bintang Bakery dan berusia 17 tahun keatas. Berdasarkan hasil penelitian, nilai analisis matriks IFAS dan EFAS yaitu 1,032 dan 0,485 sehingga dapat diketahui posisi Bintang Bakery berada pada kuadran I. Strategi yang diterapkan pada kuadran ini yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif dan menghasilkan 8 strategi pada analisis matriks SWOT. Data dianalisis menggunakan matriks QSPM untuk mengetahui urutan prioritas strategi. Hasil analisis matriks QSPM didapatkan prioritas strategi pengembangan pada Bintang Bakery yaitu meningkatkan mutu produk dengan melakukan inovasi pada jenis, tekstur, rasa, dan kemasan roti dengan nilai TAS sebesar 5,203.

Kata kunci: Strategi pengembangan; analisis SWOT; QSPM

I. Pendahuluan

Industri pangan dapat dikembangkan mengikuti perubahan zaman dengan memodifikasi makanan pokok sehari-hari menjadi lebih praktis. Salah satu industri pangan siap saji yang memiliki banyak peminatnya ialah roti. Kandungan gandum dalam roti dapat menggantikan posisi karbohidrat dalam makanan pokok. Selain itu, roti dijadikan sebagai alternatif pengganti makanan pokok dikarenakan roti

disajikan secara praktis, memiliki aneka rasa, serta dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat (Nusawanti, 2009). Seiring dengan perkembangan zaman, tingkat konsumsi roti di Indonesia pun semakin tinggi (Cecilia & Edwin, 2014). Pernyataan tersebut didukung oleh Petrus Gandamana, Chief Editor *Bakery Magazine* dan juga Senior Food Consultant di Baking and Chef Center (BCC) yang mengatakan bahwa, masyarakat Indonesia menghabiskan uangnya untuk berbelanja makanan dan minuman sebanyak 41,7% (Madinatul, 2014). Selain itu, Asosiasi Pengusaha *Bakery* Indonesia (Apebi) juga mengatakan bahwa pasar roti dan kue di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan.

Permintaan roti yang terus meningkat mampu mempengaruhi perkembangan industri catering dan perusahaan roti di Indonesia. Hal ini dapat diketahui melalui banyak produsen roti bermunculan baik skala UMKM maupun perusahaan dalam skala besar. Maraknya industri roti dan ditambah dengan berkembangnya teknologi, membuat persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat. Kondisi ini membuat konsumen lebih selektif dalam menentukan pilihannya. Keadaan tersebut juga mengharuskan perusahaan untuk memperbaiki atau memodifikasi proses produksi hingga pemasarannya. Industri roti mampu meningkatkan perekonomian apabila produk memiliki nilai ekonomis yang tinggi serta memiliki berbagai varian dengan nilai jual yang terjangkau (Arwini, 2021). Dengan demikian, terciptanya peluang melalui penerapan ide-ide baru guna menarik minat konsumen. Memiliki produk yang berciri khas, berkualitas, mengikuti tren perkembangan zaman, serta didukung dengan adanya pemasaran yang sesuai akan mampu mempertahankan keadaan perusahaan.

Konsumsi roti masyarakat Provinsi Lampung meningkat sebesar 2,34% pada tahun 2017 ke 2018 (BPS, 2018). Salah satu industri roti di Lampung ialah Bintang *Bakery*. Bintang *Bakery* merupakan usaha yang bergerak pada di bidang produk pangan, yaitu roti. Bintang *Bakery* sudah berdiri sejak tahun 2015. Bintang *Bakery* memiliki komitmen dalam hal meningkatkan kinerjanya untuk bersaing dengan industri roti lainnya. Dalam melaksanakan komitmennya, Bintang *Bakery* memiliki beberapa hambatan, seperti dalam 3 tahun terakhir pendapatan Bintang *Bakery* mengalami fluktuatif, minimnya varian roti yang disediakan yang hanya terdiri dari roti manis dengan isi, kurang luasnya pasar yang dituju dimana hanya memasarkan rotinya di 4 kabupaten dari 13 kabupaten yang ada di Lampung, rumah produksi yang kurang strategis dan mendukung yang terletak sekitar 2 jam dari pusat kota, dan proses produksi masih menggunakan teknologi semi modern. Hambatan tersebut membuat Bintang *Bakery* kurang mampu bersaing sehingga menjadikan penelitian mengenai strategi pengembangan terhadap Bintang *Bakery* penting untuk dilakukan guna menciptakan strategi pengembangan yang tepat agar Bintang *Bakery* mampu mempertahankan bahkan meningkatkan kelangsungan usahanya.

Penerapan strategi pengembangan yang tepat merupakan tuntutan bagi perusahaan supaya mampu mengembangkan usaha serta mampu bertahan dari persaingan (Sukarmini et al., 2021). Melakukan strategi pengembangan serta pemasaran produk menjadi salah satu langkah yang tepat untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat (Yodharya et al., 2013). Strategi

pengembangan yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan dilanjutkan dengan menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) dimana dalam industri roti di wilayah Lampung, perpaduan kedua metode tersebut belum digunakan untuk menganalisis strategi pengembangan. Oleh sebab itu, Bintang *Bakery* membutuhkan strategi pengembangan usaha sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai “Strategi Pengembangan pada Bintang *Bakery*”.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana posisi usaha Bintang *Bakery* jika dilihat melalui faktor internal dan eksternal menggunakan matriks analisis SWOT?
2. Bagaimana prioritas strategi yang paling tepat untuk mengembangkan usaha Bintang *Bakery*?

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian berupa penelitian lapangan (*field research*), dimana penelitian yang dilaksanakan melalui pengamatan dan dilanjutkan dengan analisis data yang diperoleh dari lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif serta kegiatan penelitian dianalisis secara deskriptif yang berfokus pada pemecahan masalah. Informasi mengenai keadaan nyata yang ada pada Bintang *Bakery* akan dideskripsikan secara mendetail untuk memudahkan analisis berikutnya dan penarikan kesimpulan. Lokasi penelitian bertempat di Bintang *Bakery*, Kota Gajah, Lampung Tengah, Lampung. Penelitian lapang ini dilaksanakan pada bulan November 2022 hingga Desember 2022.

Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel sebagai sumber data melalui pertimbangan yang spesifik, dimana informan tersebut mengetahui mengenai data yang kelak akan diteliti (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan informan internal dan eksternal dari Bintang *Bakery*. Informan internal yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 1 orang yaitu pemilik usaha Bintang *Bakery*. Informan eksternal yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu 2 orang pakar atau ahli yang terdiri dari 1 manajer produksi suatu perusahaan dan 1 manajer pemasaran suatu perusahaan serta 17 orang konsumen dengan kriteria konsumen yang pernah mengonsumsi produk Bintang *Bakery* minimal 3 kali dan berusia 17 tahun keatas, sehingga total informan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 20 informan.

Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, angket, serta studi literatur. Sementara itu, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT dan analisis QSPM. Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan *credibility, transferability, dependability, dan confirmability*.

III. Hasil dan Pembahasan

Bintang *Bakery* merupakan *home* industri yang bergerak dalam bidang pangan yaitu roti. Nama Bintang *Bakery* memiliki makna sebagai bintangnya segala roti. Bintang *Bakery* berdiri sejak tahun 2015 hingga saat ini. Bintang *Bakery* memulai usahanya diawali dengan resep keluarga yang hanya

membuat kue tar pesanan tetangga lalu berkembang hingga menghasilkan roti-roti manis lainnya. Bintang *Bakery* memiliki keunggulan yaitu tekstur rotinya yang lembut dan tidak menggunakan pengawet. Usaha Bintang *Bakery* terletak di Kota Sari 2, Kota Gajah, Lampung Tengah, Lampung.

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan sangat diperlukan suatu perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya. Analisis lingkungan dilakukan secara menyeluruh terhadap semua faktor yang mempengaruhi baik faktor internal maupun eksternal untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang berpengaruh terhadap upaya pengembangan usaha (Rangkuti, 2020). Faktor-faktor internal yang digunakan pada penelitian berdasarkan keadaan Bintang *Bakery* yang terdiri dari produksi dan operasi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran. Sementara itu, faktor eksternal yang dibahas dalam penelitian ini yaitu perkembangan teknologi, industri, sosial dan ekonomi, pesaing, serta *supplier*. Setelah diidentifikasi, maka dilakukan pembobotan dan pemberian rating pada masing-masing variabel internal dan eksternal.

Analisis Matriks IFAS dan EFAS

Berdasarkan hasil pembobotan dan pemberian rating internal (kekuatan dan kelemahan) dengan menggunakan matriks IFAS dapat diketahui bahwa total skor matriks IFAS adalah 1,032 yang dapat dilihat melalui tabel 1, sedangkan hasil pembobotan dan pemberian rating eksternal (peluang dan ancaman) dengan menggunakan matriks EFAS dapat diketahui bahwa total skor matriks EFAS adalah 0,485 yang dapat dilihat melalui tabel 2.

Tabel 1. Hasil Analisis Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*)

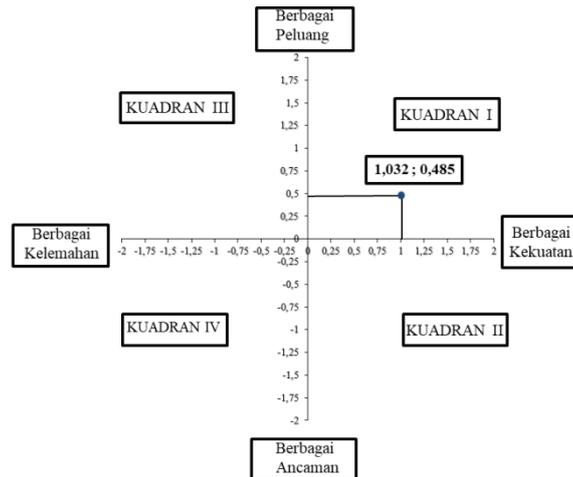
Analisis SWOT	Bobot	Rating	Skor
1. Kekuatan			
1. Produk berkualitas	0,063	3.900	0,247
2. Memiliki cita rasa tersendiri	0,061	3.500	0,213
3. Harga produk murah	0,054	3.500	0,190
4. Distribusi kepada retailer	0,058	3.450	0,201
5. Rumah produksi memadai	0,062	3.550	0,222
6. Pelayanan konsumen yang baik	0,063	3.900	0,247
7. Perizinan usaha	0,062	3.800	0,234
8. Memiliki outlet	0,056	3.500	0,195
9. Komunikasi yang baik antara pekerja dan pemilik	0,057	3.650	0,207
10. Ketersediaan bahan baku selalu terjaga	0,060	3.500	0,210
TOTAL			2,164
2. Kelemahan			
1. Varian rasa roti minim	0,059	2,600	0,154
2. Ketahanan roti	0,062	3,250	0,200
3. Aksesibilitas ke rumah produksi	0,054	2,500	0,135
4. Jangkauan promosi dan pemasaran minim	0,061	2,650	0,161
5. Motivasi tenaga kerja	0,057	3,000	0,170
6. Kenyamanan rumah produksi	0,059	3,050	0,180
7. Penggunaan teknologi semi modern	0,053	2,500	0,131
TOTAL	1,000		1,132
IFAS 2,164-1,132= 1,032			

Tabel 2. Hasil Analisis Matriks EFAS (*External Factor Analysis Strategy*)

Analisis SWOT	Bobot	Rating	Skor
1. Peluang			
1. Menciptakan varian baru roti	0,075	3,650	0,275
2. Menyediakan <i>outlet</i> baru	0,071	3,350	0,238
3. Pemanfaatan perkembangan teknologi informasi	0,083	3,750	0,310
4. Membuka lapangan pekerjaan	0,074	3,450	0,256
5. Perluasan jangkauan promosi dan pemasaran	0,082	3,700	0,302
6. Bahan baku melimpah	0,078	3,550	0,278
TOTAL			1,658
2. Ancaman			
1. Terdapat produksi substitusi	0,064	2,350	0,149
2. Pesaing yang menggunakan variasi sejenis	0,061	1,850	0,114
3. Harga bahan baku tidak menentu	0,060	2,300	0,139
4. Karakteristik pasar yang tidak tetap	0,061	2,050	0,126
5. Perubahan teknologi produksi	0,075	1,850	0,139
6. Strategisnya keberadaan outlet dari pesaing sejenis	0,071	2,000	0,142
7. Kenyamanan tenaga kerja	0,072	2,850	0,205
8. Aktivitas promosi pesaing yang kuat	0,072	2,200	0,158
TOTAL	1,000		1,173
EFAS $1,658 - 1,173 = 0,485$			

Diagram Analisis SWOT

Posisi dalam kuadran diagram analisis SWOT ditentukan dari skor total matriks IFAS sebagai sumbu x dan skor total matriks IFAS sebagai sumbu y. dari hasil analisis dapat dilihat bahwa nilai x (1,032) dan nilai y (0,485) yang dipadukan dalam diagram analisis SWOT ini menempatkan posisi perusahaan pada kuadran 1 yang dapat dilihat pada gambar 1. Posisi ini mengindikasikan perusahaan dalam posisi yang kurang menguntungkan dimana perusahaan dapat memaksimalkan berbagai kekuatan yang dimiliki serta memanfaatkan berbagai peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini yaitu strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*). Dengan demikian terdapat beberapa pilihan strategi yang dapat diambil oleh perusahaan, yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.



Gambar 1. Analisis Diagram SWOT

Penentuan Strategi Matriks SWOT

Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal sehingga dihasilkan rumusan strategi pengembangan usaha. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Alternatif strategi yang dibuat menghasilkan 8 alternatif strategi sebagai berikut:

1. Strategi SO
 - a. Meningkatkan mutu produk dengan melakukan inovasi pada jenis, tekstur, rasa, dan kemasan roti.
 - b. Memperluas area pendistribusian hingga ke seluruh Lampung dengan memperluas jangkauan pemasaran dan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.
 - c. Memperbanyak outlet dengan tenaga kerja berpengalaman dibidangnya.

2. Strategi ST

Menjaga ketersediaan bahan baku dengan melakukan *stock opname* secara berkala, melakukan prediksi jumlah produksi, dan diversifikasi pemasok.

3. Strategi WO
 - a. Menjalani hubungan kerjasama kepada beberapa pihak terkait.
 - b. Memanfaatkan keberadaan media online untuk melakukan pemasaran dan penjualan.

4. Strategi WT
 - a. Memperbarui peralatan semi modern untuk mengefektifkan proses produksi.
 - b. Memberikan pelatihan kepada tenaga kerja sehingga menciptakan tenaga kerja berkualitas untuk meningkatkan kegiatan produksi dan pemasaran.

Analisis Matriks QSPM

Strategi terbaik yang dapat diterapkan dalam pengembangan Bintang *Bakery* berdasarkan analisis QSPM adalah meningkatkan mutu produk dengan melakukan inovasi pada jenis, tekstur, rasa, dan kemasan roti dengan nilai TAS (*Total Atractive Score*) sebesar 5,203. Strategi tersebut dapat dijadikan sebagai acuan Bintang *Bakery* dalam mengembangkan usahanya dikarenakan strategi tersebut merupakan strategi prioritas atau strategi utama yang memiliki nilai tertinggi jika dibandingkan dengan strategi-strategi lainnya.

Tabel 3. Hasil Analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Faktor Strategis	ALTERNATIF STRATEGI																
	Strategi 1		Strategi 8		Strategi 2		Strategi 6		Strategi 3		Strategi 5		Strategi 4		Strategi 7		
Kekuatan	BOBOT	AS	TAS	AS	TAS												
1	0,063	4,000	0,253	3,000	0,190	1,667	0,105	2,000	0,126	1,333	0,084	3,000	0,190	3,000	0,190	3,000	0,190
2	0,061	4,000	0,243	2,000	0,122	1,667	0,101	2,000	0,122	1,667	0,101	2,333	0,142	2,000	0,122	2,000	0,122
3	0,054	3,667	0,199	2,000	0,108	2,000	0,108	2,000	0,108	1,667	0,090	2,333	0,126	3,667	0,199	2,000	0,108
4	0,058	2,000	0,117	3,000	0,175	4,000	0,233	2,667	0,155	2,333	0,136	2,333	0,136	1,667	0,097	1,667	0,097
5	0,062	3,333	0,208	2,000	0,125	2,000	0,125	2,000	0,125	2,000	0,125	2,333	0,146	2,000	0,125	2,667	0,166
6	0,063	2,000	0,126	3,000	0,190	3,667	0,232	3,000	0,190	2,667	0,169	3,000	0,190	1,667	0,105	1,667	0,105
7	0,062	3,333	0,205	2,000	0,123	1,667	0,103	2,000	0,123	2,333	0,144	2,667	0,164	1,000	0,062	2,000	0,123
8	0,056	1,667	0,093	2,000	0,112	3,000	0,167	2,000	0,112	4,000	0,223	2,667	0,149	1,333	0,074	2,000	0,112
9	0,057	2,000	0,113	3,000	0,170	1,667	0,094	1,667	0,094	2,667	0,151	1,667	0,094	2,667	0,151	2,000	0,113
10	0,060	2,667	0,160	2,000	0,120	1,667	0,100	2,000	0,120	2,000	0,120	1,667	0,100	4,000	0,240	1,667	0,100
Kelemahan																	
1	0,059	3,667	0,217	3,000	0,177	1,667	0,099	2,333	0,138	1,667	0,099	2,000	0,118	1,000	0,059	2,333	0,138
2	0,062	3,667	0,226	3,000	0,185	2,000	0,123	2,333	0,144	2,000	0,123	2,000	0,123	3,000	0,185	2,667	0,164
3	0,054	1,667	0,090	2,000	0,108	2,000	0,108	2,000	0,108	1,667	0,090	1,333	0,072	1,333	0,072	1,333	0,072
4	0,061	1,667	0,101	3,333	0,203	3,667	0,223	4,000	0,243	2,667	0,162	3,667	0,223	1,333	0,081	1,333	0,081
5	0,057	2,000	0,113	4,000	0,227	1,667	0,094	2,000	0,113	2,667	0,151	2,000	0,113	1,667	0,094	2,000	0,113
6	0,059	2,000	0,118	3,333	0,197	1,333	0,079	1,667	0,099	2,000	0,118	1,667	0,099	2,000	0,118	2,333	0,138
7	0,053	2,000	0,105	2,333	0,123	2,000	0,105	1,667	0,088	2,000	0,105	1,333	0,070	2,000	0,105	4,000	0,210
Peluang																	
1	0,075	4,000	0,301	3,000	0,226	1,333	0,100	2,333	0,175	1,667	0,125	2,000	0,150	1,667	0,125	2,333	0,175
2	0,071	2,000	0,142	2,000	0,142	2,667	0,189	2,000	0,142	4,000	0,284	2,667	0,189	1,667	0,118	2,000	0,142
3	0,083	2,667	0,220	3,000	0,248	4,000	0,331	3,333	0,275	2,333	0,193	3,000	0,248	1,667	0,138	2,333	0,193
4	0,074	1,667	0,124	2,000	0,148	3,000	0,222	2,333	0,173	4,000	0,297	2,000	0,148	1,000	0,074	2,000	0,148
5	0,082	2,667	0,218	3,000	0,245	4,000	0,326	4,000	0,326	2,667	0,218	4,000	0,326	1,667	0,136	1,667	0,136
6	0,078	3,000	0,235	1,667	0,131	2,000	0,157	2,000	0,157	1,333	0,105	1,667	0,131	4,000	0,314	1,667	0,131
Ancaman																	
1	0,064	3,333	0,212	2,000	0,127	1,333	0,085	1,667	0,106	2,000	0,127	2,000	0,127	1,333	0,085	1,667	0,106
2	0,061	3,667	0,225	2,000	0,123	1,667	0,102	1,667	0,102	1,333	0,082	2,000	0,123	2,333	0,143	1,333	0,082
3	0,060	2,333	0,141	2,000	0,121	1,333	0,081	1,667	0,101	2,000	0,121	1,333	0,081	3,333	0,201	1,333	0,081
4	0,061	2,667	0,164	2,000	0,123	2,000	0,123	2,667	0,164	2,000	0,123	2,000	0,123	2,667	0,164	1,667	0,102
5	0,075	2,333	0,175	3,333	0,251	2,000	0,150	2,000	0,150	2,000	0,150	1,667	0,125	2,667	0,201	3,667	0,276
6	0,071	1,333	0,095	1,667	0,118	3,333	0,237	2,000	0,142	3,000	0,213	2,000	0,142	1,000	0,071	1,667	0,118
7	0,072	1,667	0,120	3,333	0,240	1,667	0,120	2,000	0,144	2,000	0,144	1,667	0,120	1,667	0,120	2,000	0,144
8	0,072	2,000	0,144	3,000	0,216	2,667	0,192	2,667	0,192	1,333	0,096	2,333	0,168	2,000	0,144	1,667	0,120
		5,203		5,111		4,616		4,558		4,468		4,456		4,113		4,107	
		1		2		3		4		5		6		7		8	

IV. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Bintang *Bakery* berada pada posisi kuadran 1, yaitu posisi SO (*strength-opportunity*). Posisi ini mengindikasikan bahwa Bintang *Bakery* dalam posisi kurang menguntungkan dikarenakan nilai kekuatan dan peluang masih tergolong rendah dari nilai maksimal yang telah ditentukan, sehingga Bintang *Bakery* harus menggunakan strategi agresif dalam mengembangkan usahanya. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan agresif dan dirumuskan dalam strategi SO, ST, WO, dan WT sebanyak 8 strategi.
2. Berdasarkan hasil analisis matriks QSPM didapatkan prioritas strategi pengembangan usaha Bintang *Bakery* yaitu meningkatkan mutu produk dengan melakukan inovasi pada jenis, tekstur, rasa, dan kemasan roti.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat digunakan sebagai rekomendasi adalah:

1. Bagi usaha Bintang *Bakery* sebaiknya lebih bisa meningkatkan mutu produk dengan menambah jenis roti, membuat kemasan lebih menarik, menambah tekstur dan rasa baru disetiap produknya serta meningkatkan aktivitas pelayanan secara maksimal seperti memberikan layanan pesan antar produk, memberi potongan harga kepada konsumen, mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi dan lainnya karena hal tersebut merupakan kekuatan terbesar dari Bintang *Bakery*. Berdasarkan kelemahan terbesar Bintang *Bakery* yaitu ketahanan roti, Bintang *Bakery* perlu memperbaiki jangka waktu penjualan roti dengan mempercepat pemasaran atau memperbaiki pengolahan roti seperti memanggang roti dengan waktu yang sesuai dengan kebutuhan roti sehingga roti memiliki umur simpan yang lebih lama. Selain itu, Bintang *Bakery* harus memanfaatkan perkembangan teknologi informasi secara maksimal, salah satu contohnya yaitu menggunakannya dalam hal promosi atau transaksi jual beli karena hal tersebut merupakan peluang terbesar Bintang *Bakery*. Bintang *Bakery* perlu memperhatikan tenaga kerjanya secara baik karena ancaman terbesar Bintang *Bakery* merupakan kenyamanan tenaga kerjanya.
2. Bagi peneliti selanjutnya yaitu diharapkan dapat mengkaji strategi pengembangan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) atau menggunakan metode yang terbaru dan diharapkan dapat membandingkan antara usaha satu dengan lainnya agar hasil penelitian menjadi lebih baik dan lengkap.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih saya ucapkan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan penelitian sehingga penelitian tentang “Strategi Pengembangan Pada Bintang *Bakery Development Strategy at Bintang Bakery*” dapat terlaksana dengan baik.

Daftar Pustaka

- Arwini, N. P. D. (2021). Roti , Pemilihan Bahan dan Proses Pembuatan. 4(1), 33–40.
- BPS [Badan Pusat Statistik]. (2018). Pola Konsumsi Penduduk Provinsi Lampung Dalam Angka 2018. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Bandar Lampung.<https://lampung.bps.go.id/publication/2019/04/29/5ffb5f7cb3479db127f132d4/polakonsumsi-penduduk-provinsilampung-2018.html>.
- Cecilia, S., & Edwin, J. (2014). Pengaruh *Marketing Mix* , *Psychological Factors* , *Social Factors* dan *Situational Factors* Terhadap Cara Pandang dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Rotiboy di Tunjungan Plaza dan *City of Tomorrow* Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Madinatul, I. (2014). Strategi Pengembangan Perusahaan Roti Hawaii Bakery Kota Malang.
- Nusawanti, T. A. (2009). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Roti Pada Bagas Bakery, Kabupaten

Kendal. Institut Pertanian Bogor.

Rangkuti, F. (2020). Teknik Membedah Kasus Bisnis: Analisis Swot Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan Ocai (20th Ed.). Pt Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Sutopo (Ed.); 2nd Ed.). Alfabeta.

Sukarmini, N. L. W. A., Wasiasti, L. ., & Yoga, I. W. G. S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Produk Ud. Amelia Bakery Tabanan. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 9(2), 219–227.