

ANALYSIS OF RAW MATERIAL INVENTORY (ECONOMIC ORDER QUANTITY) AND BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF UD. INSYADI BAKERY IN KELOMPANGAN VILLAGE, AJUNG DISTRICT, JEMBER REGENCY

Jordy Boynando Sitanggang
Universitas Islam Jember
Jember, Jawa Timur
+6285748027039
jordysitanggang02@gmail.com

Ari Septianingtyas Purwandhini
Universitas Islam Jember
Jember, Jawa Timur
+6281336089987
arisepti2987@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the forecasting of UD raw materials. INSYADI BAKERY then to find out the most efficient supply of raw materials at UD. INSYADI BAKERY, and to find out business development strategies at UD. INSYADI BAKERY. This research includes research that uses qualitative and quantitative descriptive approaches. Data collection techniques use observation and interviews. Data analysis uses the Least Square method for forecasting, Economic Order Quantity for raw material supplies, then SWOT for development strategies. The results of the research show that forecasting the need for raw materials increases every week, the most efficient supply of raw materials based on EOQ analysis is a frequency of 5 orders with the amount of raw materials ordered amounting to 372 Kg.

Keywords : Forecasting, Raw Material Inventory, Business Development Strategy

1. INTRODUCTION

Agroindustri merupakan salah satu contoh dari industri pengolahan yang berbasis sumber daya pertanian yang mempunyai kontribusi besar dalam perekonomian di Indonesia. Selain itu agroindustri juga dapat menjadi penggerak pembangunan sektor pertanian dan diharapkan dapat memiliki peranan yang penting dalam pembangunan nasional. Industri roti merupakan salah satu dari banyaknya industri jadi yang menjadikan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses pembuatan roti. Pada awalnya roti dikonsumsi sebagai makanan selingan namun seiring berkembangnya zaman budaya mengonsumsi roti tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. pengembangan.

Unit produksi SMK SUNAN DRAJAT merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan yang bergerak dalam bidang agribisnis, dimana SMK ini sudah mampu memproduksi produk olahan yaitu produk roti adapun nama dari unit produksinya yaitu UD.Insyadi Bakery yang terletak di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember. Namun UD.Insyadi Bakery masih mengalami beberapa kesulitan dalam mengelola unit produksi miliknya mulai dari persediaan bahan baku yang belum diperhitungkan, promosi yang masih terbatas, jangkauan pasar yang kurang luas dan kurangnya pemanfaatan teknologi digital. Dari permasalahan yang telah diuraikan diatas usaha UD.Insyadi Bakery kesulitan mengembangkan usahanya padahal permintaan konsumen terhadap produk roti cukup besar sehingga menurut penulis pengusaha belum mampu memanfaatkan peluang yang ada sehingga perlu adanya strategi pengembangan pada usaha UD. Insyadi Bakery ini. Dari hasil survey yang dilakukan penulis pada usaha UD.Insyadi Bakery masih sangat lemah baik dari proses produksi, pemasaran hingga menghambat proses pengembangan usahanya. Sehingga hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan memberikan ide kreatif sebagai strategi pengembangan yang lebih baik dan efektif kedepannya sehingga produk UD.Insyadi Bakery ini bisa lebih dikenal dipasar dan mampu memproduksi dalam kuantitas yang lebih besar. Karena usaha UD.Insyadi Bakery ini memerlukan strategi pengembangan yang lebih baik contohnya membuat planning terkait persediaan bahan baku kemudian memanfaatkan kemajuan teknologi seperti membuat poster, membuat label dan kemasan yang menarik agar produk roti milik UD.Insyadi Bakery dapat menjangkau pasar yang lebih luas ke pasar-pasar lainnya dan mampu bersaing dengan produk pasar lainnya.

2. RESEARCH METHODS

Penelitian ini berlokasi di SMK SUNAN DRAJAT Desa Kelompangan, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember, penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan Januari 2024. Adapun jenis penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara, teknik analisis data pada penelitian ini ialah Least Square untuk peramalan. EOQ untuk persediaan bahan baku, dan analisis SWOT untuk strategi.

3. SECTIONS

3.1 Persediaan Bahan Baku Pada UD. Insyadi Bakery

Hasil penelitian yang diperoleh tentang pengendalian persediaan bahan baku pada UD. Insyadi Bakery di Desa Kelompangan dalam upaya menemukan masalah yang berkaitan dengan persediaan bahan baku terutama terkait biaya apa saja yang dikeluarkan. Adapun hasil penelitian pada persediaan bahan baku merupakan data yang diperoleh dan diolah berdasarkan teknik analisis data. Data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini, diperoleh dari responden tempat penelitian yang telah dicatat dibuku dan melakukan wawancara dengan pihak pihak terkait pada UD. Insyadi Bakery. Bahan baku yang digunakan oleh unit produksi UD. Insyadi Bakery adalah tepung terigu. Mengingat tepung terigu merupakan salah satu bahan baku utama pembuatan roti pada setiap perusahaan atau unit produksi yang memproduksi aneka macam roti, sehingga setiap perusahaan harus bisa mengendalikan persediaan bahan baku untuk keberlangsungan usahanya. Pemesanan bahan baku pada UD. Insyadi Bakery dilakukan setiap satu kali dalam seminggu tepatnya hari minggu atau hari sabtu dengan waktu tunggu 2 hari dan untuk penyimpanan tepung terigu disimpan di gudang tempat produksi roti. Pada produksi roti UD. Insyadi Bakery hanya menjadikan tepung terigu sebagai bahan baku utama produksi roti dikarenakan semua bahan bahan lainnya tidak dilakukan penyimpanan karena bahan pendukung lainnya dipesan ketika UD. Insyadi Bakery ingin memproduksi roti sesuai pesanan, sehingga dalam hal ini tepung terigu menjadi bahan baku utama yang akan dianalisis menggunakan metode Economic Order Quantity.

3.1.1 Pemesanan Dan Pemakaian Tepung Terigu.

UD. Insyadi Bakery memiliki unit produksi yang proses produksinya dilakukan setiap hari, UD. Insyadi Bakery menentukan jumlah persediaan akhir dan keadaan bahan baku di gudang setiap akan melakukan produksi. UD. Bakery melakukan pemesanan tepung terig salah satu toko supiler bahan baku jenis roti yang juga merupakan rekan bisnis pemilik usaha selama produksi roti berlangsung. Berikut data yang diperoleh dari perusahaan mengenai pengadaan bahan baku dengan rata rata pemakaian sebesar 155 Kg pada beberapa minggu ditahun 2023.



Gambar 3. Data Pengadaan Bahan Baku dalam 3 bulan terakhir

3.1.2 Biaya persediaan

Biaya persediaan merupakan total biaya yang dikeluarkan unit usaha UD. Insyadi Bakery untuk pengadaan persediaan bahan baku. Biaya persediaan meliputi biaya pemesanan dan biaya penyimpanan persediaan. Semakin besar kuantitas pemesanan maka semakin besar pula biaya pemesanannya. Berbeda dengan biaya penyimpanan, karena pada UD. Insyadi Bakery biaya penyimpanan ialah biaya tetap karena unit usaha ini memiliki gudang penyimpanan sendiri, sehingga besar kecil pesanan bahan baku tidak berpengaruh terhadap biaya penyimpanan. Berikut total biaya persediaan bahan baku tepung terigu berdasarkan kondisi aktual unit usaha pada tahun 2023.

Biaya pemesanan bahan baku merupakan biaya yang timbul akibat adanya pemesanan barang. Biaya pemesanan bahan baku meliputi biaya telepon, biaya transportasi, biaya administrasi, sedangkan biaya penyimpanan meliputi biaya listrik dan upah penjaga gudang per harinya.

Tabel 1. Total Biaya Persediaan Bahan Baku Pada UD. Insyadi Bakery

Bahan baku	Total biaya	Jenis biaya	Jumlah/pesanan
Tepung terigu	Biaya pemesanan	- Biaya telepon	Rp 10.000
		- Biaya transportasi	Rp 100.000
		- Biaya administrasi	Rp 20.000
Total			Rp 130.000
Tepung terigu	Biaya penyimpanan	-Upah penjaga	Rp 540.000
		Total	Rp 540.000/pesan

Tabel diatas menunjukkan bahwa biaya pemesanan timbul saat dilakukan pemesanan terhadap tepung terigu, mulai dari biaya telepon, biaya transportasi, dan biaya administrasi. Biaya telepon ialah biaya berupa pulsa ataupun paket

data yang dipakai perusahaan untuk berkomunikasi dalam usahanya, baik itu kepada pelanggan maupun rekan bisnisnya. Sedangkan biaya transportasi ialah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan ketika ingin membeli bahan baku, contohnya untuk pembelian bahan baku dan upah supir yang mengantar bahan baku. Kemudian biaya administrasi ialah biaya yang dikeluarkan UD. Insyadi Bakery kepada bagian administrasi ketika ingin melakukan pengecekan bahan baku yang masuk untuk mengetahui stock bahan baku yang ada pada gudang penyimpanan. Adapun total biaya pemesanan yang dikeluarkan UD. Insyadi Bakery yakni sebesar Rp 130.000 untuk satu kali pemesanan. Sedangkan biaya penyimpanan akan timbul karena adanya bahan baku tepung terigu yang disimpan. Adapun biaya penyimpanan dalam satu kali pemesanan (satu minggu sekali) yakni sebesar Rp 540.000 dengan rata-rata penyimpanan didalam gudang sebesar 155 Kg. Biaya penyimpanan meliputi upah penjaga dimana upah penjaga dihitung berdasarkan berapa banyak bahan baku yang disimpan dengan upah Rp 3.000 rupiah/kg nya.

3.1.3 Waktu tunggu

Waktu tunggu pengadaan tepung terigu mengacu pada waktu yang dibutuhkan sejak bahan baku dipesan hingga tiba di perusahaan atau gudang. Menurut informasi dari Ibu Lutfi, manajer bagian produksi, waktu tunggu pemesanan bahan baku adalah dua hari. Tujuan dari waktu tunggu adalah untuk menghitung safety stock bahan baku di gudang sebelum melakukan pemesanan. Persediaan tabungan mengacu pada persediaan yang melebihi permintaan yang diharapkan karena perubahan permintaan dan/atau waktu tunggu (Stevenson dan Chuong, 2014: 205). Hasil wawancara dengan Ibu Lutfi, Manajer UD. Insyadi Bakery mengatakan, waktu tunggu selama dua hari karena perusahaan mengharuskan persediaan di gudang dihitung sebelum melakukan pemesanan. Penyimpanan pada gudang UD. Insyadi Bakery ialah hanya menyimpan bahan baku tepung terigu sebagai bahan baku utama pembuatan roti, dalam hal ini UD. Insyadi Bakery tidak melakukan penyimpanan terhadap bahan-bahan lainnya dikarenakan pembelian bahan-bahan lainnya dilakukan tergantung seberapa besar pesanan. Sehingga dalam hal ini pengendalian bahan baku yang akan dianalisis yakni tepung terigu.

3.1.4 Analisis pengendalian persediaan bahan baku menggunakan metode EOQ

Perhitungan pengendalian persediaan bahan baku dapat digunakan dengan metode EOQ karena terpenuhinya segala asumsi kondisi, karakteristik, serta kebutuhan unit usaha UD. Insyadi Bakery. Dimana unit usaha ini memiliki data permintaan kebutuhan bahan baku, penerimaan persediaan bersifat lengkap, dan biaya variabel yang ada hanya biaya pesanan dan biaya penyimpanan. Dimana dari data pada tabel 6 unit usaha UD. Insyadi Bakery membutuhkan bahan baku sebanyak 1.860 Kg dalam 3 bulan, sedangkan biaya setiap kali pesan sebesar Rp 130.000 dan Adapun biaya penyimpanan dalam satu kali pemesanan (satu minggu sekali) yakni sebesar Rp 540.000 dengan rata-rata penyimpanan didalam gudang sebesar 155 Kg. Biaya penyimpanan meliputi upah penjaga dimana upah penjaga dihitung berdasarkan berapa banyak bahan baku yang disimpan dengan upah Rp 3.000 rupiah/kg nya. Untuk menghitung total biaya pesan dan biaya simpan yang paling relevan setiap kali melakukan pemesanan pada UD. Insyadi Bakery dapat kita lihat dan dijelaskan pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. Simulasi Perhitungan Total Biaya yang Paling Efisien dalam 12 minggu

Frekuensi Pemesanan (Kali)	1	2	3	4	5	6
Jumlah Minggu untuk/ Pesanan	12	6	4	3	2,4	2
Jumlah kebutuhan (Kg) /pesanan	1.860	930	620	465	372	310
Rata-rata persediaan yang disimpan (C/2)	930	465	310	232,5	186	155
a. Biaya Penyimpanan	2.790.000	1.395.000	930.000	696.600	558.000	465.000
b. Biaya pemesanan	130.000	260.000	390.000	520.000	650.000	780.000
Total biaya	2.920.000	1.655.000	1.320.000	1.216.600	1.208.000	1.245.000

Berdasarkan hasil perhitungan EOQ diatas dapat diketahui bahwa total biaya yang paling optimal dan minimal yaitu biaya pada saat frekuensi pemesanannya 5 kali, sehingga dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa jumlah pemesanan yang paling ekonomis dan yang paling rendah biayanya yaitu 372 kg dengan frekuensi pemesanan sebanyak 5 kali dalam 3 bulan. Sehingga perusahaan dianjurkan untuk menggunakan metode EOQ dalam mengendalikan persediaan bahan baku usahanya. Hal ini dapat kita lihat dari perbandingan total biaya yang dikeluarkan ketika menggunakan perhitungan EOQ dengan tidak menggunakan metode EOQ, dimana dalam perhitungan EOQ perusahaan cukup melakukan pemesanan bahan baku sebanyak 5 kali dengan jumlah pesanan yang lebih besar yaitu 372 Kg, sehingga dalam hal ini perusahaan tidak akan mengeluarkan biaya yang cukup besar dalam setiap pemesanan bahan baku.

3.1.5 Persediaan Pengaman (Safety Stock)

Hasil wawancara dengan manajer UD. Insyadi Bakery, diketahui perusahaan tidak menyediakan persediaan pengaman dalam kegiatan produksinya. Menurut manajer UD. Insyadi Bakery mereka tidak menyediakan persediaan pengaman karena merasa persediaan bahan baku tepung terigu yang ada digudang sudah cukup untuk memenuhi kegiatan produksi. Adapun selama ini, usaha UD. Insyadi Bakery hanya menggunakan persediaan sisa bahan baku yang belum terpakai dari pemesanan sebelumnya untuk mengatasi kekurangan bahan baku tepung terigu untuk produksi roti. Besarnya persediaan pengaman (*safety stock*) dipengaruhi oleh besarnya pemakaian bahan baku tepung terigu setiap minggunya. Besarnya pemakaian bahan baku tepung terigu setiap tahun produksi menentukan besarnya standar deviasi. Meskipun jumlah pemesanan ekonomis telah didapat, tetapi pada kenyataannya jumlah permintaan

bersifat tidak pasti dan selalu berubah-ubah. Selain itu, banyak kemungkinan lain bisa terjadi sehingga kemungkinan kehabisan persediaan dapat terjadi. Karena tingkat pelayanan (*service level*) yang diinginkan oleh perusahaan adalah 95%, berarti kemungkinan kehabisan persediaan hanya 5%, maka dengan batas toleransi 5% (0,05) dan *service level* 95% (0,95) tersebut maka nilai Z (standar normal deviasi) yang digunakan menurut tabel kurva normal Z (standar normal deviasi) adalah 1,65. Hasil jumlah *safety stock* disampaikan langsung oleh Ibu Lutfiah selaku manajer UD. Insyadi bakery. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lutfiah beliau mengatakan bahwa jumlah persediaan yang dilakukan UD. Insyadi Bakery sebelum melakukan pemesanan selanjutnya yaitu sebesar 40 kg. Dari hasil observasi ditempat penelitian dapat diketahui bahwa, perusahaan UD. Insyadi Bakery harus menyediakan persediaan pengaman (*safety stock*) sebanyak 40 kg untuk menghindari terjadinya kehabisan bahan baku (*stock out*). Jumlah *safety stock* tersebut terbilang cukup besar untuk disimpan bersamaan dengan persediaan bahan baku tepung terigu lainnya di gudang atau di ruang kelas milik usaha UD. Insyadi Bakery.

3.1.6 Titik Pemesanan Kembali (*Reorder Point*)

Titik pemesanan kembali (*reorder point*) merupakan waktu tertentu dimana perusahaan harus melakukan pemesanan persediaan bahan baku tepung terigu kembali sebelum persediaan yang ada di gudang habis. Dalam perhitungan *reorder point*, perusahaan perlu mempertimbangkan tentang *lead time* atau waktu tunggu. Pada usaha UD. Insyadi Bakery, *lead time* yang terjadi saat melakukan pemesanan tepung terigu adalah 2 hari. Sedangkan untuk jumlah pemakaian rata-rata (*average usage*) tepung terigu yang dilakukan oleh usaha UD. Insyadi Bakery adalah sebanyak 35 kg per hari. Dengan jumlah *safety stock* sebanyak 40 kg maka *Reorder point* pada UD. Insyadi Bakery ialah 110 kg. Hasil ini didapat dari perhitungan rumus ROP dimana jumlah *safety stock* perusahaan dijumlahkan dengan hasil perkalian antara waktu tunggu dengan rata-rata pemakaian tepung terigu setiap harinya. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa ketika jumlah persediaan bahan baku tepung terigu yang ada di gudang tinggal 110 kg lagi, maka Perusahaan UD. Insyadi Bakery harus segera melakukan pemesanan kembali persediaan tepung terigu agar aktivitas produksi dapat berlangsung tanpa ada hambatan. Perhitungan dengan menggunakan metode EOQ memiliki fungsi yang baik dalam pengendalian persediaan bahan baku, namun dalam penelitian ini perhitungan EOQ juga dapat menghambat perputaran modal perusahaan, dimana dengan frekuensi pemesanan yang direkomendasikan diatas perusahaan akan mengalami kemacetan modal dengan waktu perputaran uang yang seharusnya dapat dilakukan dalam satu kali seminggu oleh UD. Insyadi Bakery, namun dalam perhitungan EOQ UD. Insyadi Bakery harus menunggu perputaran modalnya selama frekuensi yang direkomendasikan oleh metode *Economic Order Quantity* yaitu selama 2,4 minggu dengan frekuensi 5 kali pemesanan. Sehingga dalam hal ini penggunaan metode EOQ sulit untuk diterapkan oleh perusahaan, karena permintaan produknya yang mengalami fluktuasi makan UD. Insyadi Bakery mengalami beberapa hambatan untuk menggunakan metode EOQ dalam keberlangsungan usahanya.

3.2 Strategi Pengembangan Usaha UD. Insyadi Bakery

3.2.1 Faktor Internal Dan Eksternal Unit Produksi UD. Insyadi Bakery

Berdasarkan perumusan strategi, perlu terlebih dahulu dilakukan identifikasi faktor internal dan faktor eksternal, dimana faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Berikut ini merupakan penjelasan lebih detail faktor internal kekuatan pada UD. Insyadi Bakery:

1. Roti sangat diminati semua lapisan masyarakat
Roti merupakan salah satu makanan berat yang mengandung karbohidrat, sehingga saat ini roti menjadi salah satu makanan pokok dikalangan masyarakat Indonesia. Karena roti juga dapat mengganti peran nasi sebagai sumber karbohidrat utama, dalam hal ini dapat dikatakan bahwa produk roti masih memiliki tempat dihati masyarakat.
2. Produksi setiap hari
Menurut hasil wawancara dengan Ibu Lutfiah, beliau mengatakan bahwa: “Untuk memenuhi permintaan pasar, proses produksi roti UD. Insyadi Bakery dilakukan secara *continue* atau secara terus menerus, produksi setiap harinya yaitu 25-35 Kg tepung terigu”. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa meningkatnya permintaan penjualan roti membuat produsen roti harus memenuhi kebutuhan yang diinginkan konsumen.
3. Menjaga kerjasama yang baik dengan distributor
Menurut hasil wawancara dengan Ibu Lutfiah, beliau mengatakan bahwa “Hubungan kerjasama dengan distributor sudah terjalin sejak usaha roti berdiri sampai berkembang seperti sekarang ini, hal ini agar ketersediaan bahan baku disini tetap terjaga”. Ibu Lutfiah menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan *suplaier* bahan baku dan pelanggan pelanggan Nya.
4. Lokasi usaha yang tepat dengan permintaan pasar
Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usaha adalah aset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri. Lokasi UD. Insyadi Bakery cukup strategis dengan permintaan pasar dimana lingkungannya dikelilingi pemukiman, mengingat Kabupaten Jember ialah daerah yang kerap dengan kearifan budaya lokalnya, maka setiap ada acara tentunya akan mencari atau memesan menu makanan untuk acara itu, sehingga hal ini menjadi salah satu kekuatan UD. Insyadi Bakery.
5. Konsistensi menjaga kualitas produk yang tanpa bahan pengawet
Kualitas roti pada UD. Insyadi Bakery memiliki kualitas yang bagus dan bebas dari bahan pengawet, dari hasil wawancara dengan Ibu Lutfiah beliau mengatakan bahwa : Kualitas roti pada unit produksi saya bebas dari bahan pengawet, sehingga ketahanan produk saya hanya bertahan dua sampai tiga hari saja”. Ketika survey ke tempat

produksi, memang benar bahwa produksi rotinya higienis dan bebas dari bahan pengawet. Sehingga faktor ini dapat menjadi kekuatan bagi UD. Insyadi Bakery.

6. Konsisten melakukan pelayanan yang ramah dan baik
Pelayanan pada UD. Insyadi Bakery cukup ramah mulai dari kepala produksi sampai ke tenaga kerjanya, hal ini dilihat langsung oleh penulis pada saat pelanggan berkunjung ke tempat produksi dan pelayanan yang cukup memuaskan dari cara Ibu Lutfiah menerima pesanan baik yang online maupun langsung.
7. Harga terjangkau dengan kualitas yang baik
Harga juga merupakan salah satu faktor utama tingginya tingkat permintaan konsumen dengan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang bagus tentunya akan memiliki tempat dihati masyarakat. Pada UD. Insyadi Bakery harga beraneka macam roti cukup terjangkau dan dapat dikatakan sesuai dengan produk roti yang ingin dipesan, dimana roti tawar harganya 10.000/pcs sedangkan roti seperti donat dan sejenisnya dijual 2.000/biji.
8. Menjalin hubungan yang baik dengan kosumen
Hubungan yang baik dengan pelanggan merupakan hal yang penting dalam satu usaha, ketika produsen mampu membuat pelanggan nyaman dan mendapatkan kepercayaan pelanggan maka usaha kita memiliki pandangan yang baik dari pelanggan tersebut. Pada UD. Insyadi Bakery hubungan antara Ibu Lutfiah dengan pelanggan sangat baik, dimana Ibu Lutfiah mampu membuat pelanggan memberikan kepercayaan penuh terhadap Ibu Lutfiah ketika memesan roti.
9. Pemberian bonus yang menarik
Pada UD. Insyadi Bakery sistem pemberian bonus pelanggan cukup menarik dimana pelanggan mendapatkan bonus donat atau kue basah lainnya ketika melakukan pembelian dalam jumlah besar. Menurut Ibu Lutfiah strategi ini bukan hanya menjaga hubungan antara produsen dengan konsumen tetapi juga dapat menjadi strategi yang baik untuk jangnan panjang.

Berikut ini merupakan penjelasan lebih detail faktor internal kelemahan pada UD. Insyadi Bakery:

1. Peralatan produksi roti masih kurang lengkap
Pada UD. Insyadi Bakery peralatan atau alat alat produksinya masih kurang lengkap, sehingga dari hasil wawancara dengan Ibu Lutfiah beliau mengatakan bahwa Peralatan pada unit produksi kami masih kurang sehingga terkadang unit produksi kesulitan memenuhi pesanan konsumen dengan jumlah yang besar.
2. Kemasan produk kurang menarik
Kemasan merupakan salah satu faktor penting untuk menarik perhatian konsumen, sehingga sebagai produsen harus memperhatikan hal ini, pada UD. Insyadi Bakery kemasan produk untuk roti tawar dan roti manis masih kurang menarik, seharusnya dengan memanfaatkan internet seperti aplikasi canva untuk membuat desain kemasan yang menarik, sehingga kemasan produk dapat sesuai dengan karakteristik unit produksi itu sendiri.
3. Promosi yang masih terbatas
Menurut hasil wawancara dengan Ibu Lutfiah, beliau mengatakan bahwa promosi yang dilakukan UD. Insyadi Bakery dikatakan masih terbatas karena promosi yang dilakukan yaitu hanya penjualan secara langsung kepada pelanggan dan memosting ke sosial media tanpa dibarengi dengan caption atau kata-kata yang menarik agar dapat menarik perhatian konsumen. Promosi bisa dilakukan dengan berbagai cara. Harapan dari promosi yaitu bertujuan agar konsumen tertarik untuk mencoba suatu produk dan akhirnya akan menjadi konsumen yang loyal terhadap produk tersebut.
4. Belum adanya label halal pada kemasan produk
Label halal merupakan salah satu elemen yang penting yang harus tercantum pada kemasan produk, mengingat pentingnya konsumen untuk mengetahui produk itu halal apa haram, maka label halal merupakan hal yang harus diperhatikan, karena negara Indonesia ialah negara yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam, sehingga pentingnya label halal tercantum pada kemasan produk.
5. Produk roti tidak tahan lama
Menurut hasil wawancara dengan Ibu Lutfiah, beliau mengatakan bahwa roti yang diproduksi oleh kami memiliki ketahanan yang lebih singkat dari produk roti dari unit produksi lainnya, namun hal ini juga berkaitan dengan bahan bahan pembuatan roti yang premium sedangkan roti pada umumnya bisa tahan lebih lama". Namun dikarenakan mindset konsumen kita ialah konsumen yang gampang memakan isu, hal seperti ini dapat menjadi kelemahan bagi UD. Insyadi Bakery.
6. Belum bisa memanfaatkan kemajuan teknologi
Pada UD. Insyadi Bakery produsen belum mampu memanfaatkan perkembangan teknologi mulai dari teknik packing sampai ke teknik marketing semua masih menggunakan sistem manual, sehingga ini juga dapat menjadi kendala bagi pengusaha dalam menjalankan usahanya.
7. Keterbatasan dalam varian produk
UD. Insyadi Bakery ialah salah satu produksi roti yang terkenal dikecamatan Ajung, namun aneka macam roti yang ada pada unit produksi ini kurang banyak, sehingga ketika konsumen ingin mencari jenis roti yang bermacam macam, perusahaan tidak mampu memenuhi permintaan pelanggan tersebut, sehingga hal ini penting untuk diketahui UD. Insyadi Bakery agar dapat memenuhi permintaan pasar.
8. Cakupan pasar yang kurang luas
Untuk memulai sebuah usaha memang sangat penting untuk memilih sasaran pasar, sehingga dalam hal ini pengusaha tidak hanya memusatkan penjualan di daerah lokal, tapi mampu juga memenuhi permintaan konsumen luar daerah sehingga unit produksi lebih dikenal di beerbagai daerah atau bahkan luar negeri.

Berdasarkan hasil survey dilokasi penelitian, dapat diidentifikasi faktor eksternal dari UD. Insyadi Bakery desa Kelompangan Kecamatan Ajung Kabupaten Jember penjelasan lebih detail faktor eksternal peluang pada UD. Insyadi Bakery:

1. Pemanfaatan perkembangan teknologi
Adanya perkembangan teknologi dapat menjadi peluang bagi pengusaha dalam memproduksi roti karena dengan adanya perkembangan teknologi dapat lebih meringankan pekerjaan dalam usaha produksi roti, kemudian juga mampu memproduksi produk dengan jumlah yang lebih besar.
2. Perkembangan konsumsi
Perkembangan konsumsi juga dapat menjadi peluang bagi unit produksi UD. Insyadi Bakery, mengingat roti memiliki kandungan karbohidrat yang cukup besar membuat sebagian besar masyarakat menjadikan roti sebagai makanan pokok pengganti nasi, sehingga dalam hal ini tentunya perusahaan-perusahaan roti memiliki peluang dalam menjual produknya.
3. Permintaan roti meningkat pada saat lebaran.
Menurut hasil wawancara dengan Ibu Lutfiah, beliau mengatakan bahwa: "Pada saat lebaran seperti ini biasanya permintaan produk roti kita cukup meningkat, karena banyak pelanggan yang memesan untuk acara keluarga maupun untuk makanan lebaran dirumah". Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat dikatakan bahwa permintaan roti yang meningkat pada saat lebaran dapat menjadi peluang bagi unit produksi UD. Insyadi Bakery.
4. Roti diminati berbagai lapisan masyarakat
Roti merupakan salah satu makanan berat yang mengandung karbohidrat, sehingga saat ini roti menjadi salah satu makanan pokok dikalangan masyarakat Indonesia. Karena roti juga dapat menggantikan peran nasi sebagai sumber karbohidrat utama, dalam hal ini dapat dikatakan bahwa produk roti masih memiliki tempat dihati masyarakat.
5. Kondisi pasar dan lokasi yang menguntungkan
Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Lokasi UD. Insyadi Bakery cukup strategis dimana UD. Insyadi Bakery terletak ditengah tengah pemukiman, mengingat jember salah satu daerah yang kerab dengan budaya lokalnya, acara demi acara yang ada disekeliling lokasi UD. Insyadi Bakery tentunya membutuhkan snack dan aneka maca roti lainnya untuk hidangan pada acara tersebut.
6. Roti dapat menjadi pengganti karbohidrat
Seiring berkembangnya gaya hidup sehat masyarakat Indonesia, roti dapat menjadi makanan pokok pengganti nasi, contohnya ketika sedang dalam keadaan yang buru-buru berangkat kerja roti dapat menjadi makanan yang mampu menjadi sumber karbohidrat pengganti nasi, dibalik itu jika mengonsumsi nasi berlebihan dapat mengakibatkan terkena penyakit diabetes. Sehingga dalam hal ini roti dapat menjadi salah satu makanan yang mendorong pola hidup sehat.
7. Pemasaran online dan pengiriman
Pemasaran online juga merupakan salah satu peluang yang dimiliki pengusaha dalam menjual produknya, karena dalam hal ini konsumen dari luar daerah juga bisa memesan produk sehingga dapat memperluas jaringan pemasaran UD. Insyadi Bakery. Kemudian pengemasan dan pengiriman juga penting untuk diperhatikan karena pengiriman yang baik dapat membuat pelanggan nyaman dan kemudian memesan kembali.
8. Memproduksi berbagai varian roti
Ekspansi menu adalah kegiatan yang dilakukan untuk membuat suatu usaha dapat menjadi lebih besar atau luas. Dengan memproduksi berbagai varian yang sehat UD. Insyadi Bakery mampu memperbesar unit produksinya dan memperluas saluran pemasarannya sampai keluar kota, namun dalam hal ini UD. Insyadi Bakery memerlukan evaluasi terhadap produk roti dan varian roti yang lebih baik, bagi dari segi fisik, rasa, dan kandungan pada produk roti tersebut.

Berikut ini merupakan penjelasan lebih detail faktor eksternal ancaman pada UD. Insyadi Bakery:

1. Fluktuasi harga bahan baku
Menurut hasil wawancara dengan ibu Lutfiah, beliau mengatakan bahwa: "Fluktuasi harga bahan baku mengancam produksi roti karena ketika harga bahan baku naik akan membuat harga roti di pasaran juga ikut naik". Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat disimpulkan bahwa harga bahan baku yang berfluktuasi akan berpengaruh juga terhadap harga produk yang dihasilkan dari bahan baku tersebut.
2. Kehabisan stok persediaan bahan baku
Persediaan bahan baku merupakan salah satu faktor penting dalam berlangsungnya sebuah usaha, dengan tidak adanya persediaan bahan baku maka ketika ada permintaan yang tinggi dari konsumen dan perusahaan kehabisan bahan baku maka dapat merusak hubungan antara produsen dengan konsumen. Karena pada UD. Insyadi Bakery terkadang unit produksi kurang peka atau kurang peduli terhadap persediaan bahan baku.
3. Banyaknya pesaing produk roti
Persaingan dalam dunia bisnis memanglah sangat tinggi, dimana banyak produk yang sama dari perusahaan yang berbeda-beda, sehingga dalam hal ini ketika pengusaha tidak memiliki strategi yang baik untuk kekuatan dalam persaingannya maka perusahaan akan terancam rugi atau tidak untung. Sehingga dapat dikatakan bahwa banyaknya pesaing dari berbagai daerah juga menjadi ancaman bagi unit produksi UD. Insyadi Bakery.
4. Fluktuasi permintaan pasar
Menurut hasil wawancara dengan Ibu Lutfiah, beliau mengatakan bahwa: "Pemesanan pelanggan roti tidak selalu banyak setiap harinya, ada saat dimana permintaan roti meningkat dan ada saatnya juga permintaan roti menurun". Permintaan pasar yang berfluktuasi dapat menjadi ancaman bagi produsen karena perkembangan konsumsi masyarakat Indonesia mengalami perubahan setiap waktunya.

5. Persepsi konsumen terhadap produk yang tidak tahan lama sehingga kalah saing.
UD. Insyadi Bakery memiliki ketahanan produk yang lebih singkat dibanding dengan roti dari daerah lain, sehingga unit produksi mengalami return dari konsinasi pembelian produk roti. Dalam hal ini Ibu Lutfiah menganggap bahwa ketahanan produk roti miliknya dapat menjadi salah satu ancaman ketika ingin bersaing dengan roti dari daerah lain. Persepsi konsumen terhadap ketahanan sebuah produk tentunya menjadi faktor penting dalam sebuah usaha sehingga Ibu Lutfiah harus memiliki strategi untuk tetap memenangkan pasar.
6. Perubahan regulasi kesehatan
Perubahan regulasi tentang kesehatan masyarakat juga dapat menjadi salah satu ancaman bagi UD. Insyadi Bakery, contohnya ketika banyaknya penderita penyakit diabetes diakibatkan masyarakat terlalu banyak mengonsumsi makanan yang manis salah satunya yaitu roti, maka dalam kondisi ini pemerintah akan melakukan evaluasi guna untuk mengurangi penderita penyakit diabetes. Hal inilah yang membuat perubahan regulasi tentang kesehatan dapat menjadi ancaman bagi pengusaha roti.
7. Perubahan preferensi konsumen
Perubahan preferensi konsumen dapat mempengaruhi dinamika pasar secara signifikan, dimana dalam hal ini konsumen memperhatikan nilai-nilai dalam menentukan sebuah pilihan, contohnya ditengah tengah banyaknya produk roti konsumen merasa bosan dan ingin mencari produk yang mereka suka agar sesuai dengan acara atau kegiatan yang akan mereka lakukan. Maka dalam hal ini perusahaan harus mampu menyesuaikan karakteristik produk dengan permintaan konsumen.
8. Persepsi konsumen terhadap keterbatasan varian produk
Keterbatasan varian produk juga dapat menjadi salah satu ancaman ketika perusahaan tidak memiliki varian yang cukup untuk menarik perhatian konsumen, misalnya permintaan konsumen tentang aneka macam roti, namun yang ditawarkan oleh produsen terbatas maka kemungkinan besar konsumen akan merasa kurang puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Sehingga varian produk merupakan salah satu elemen penting yang harus disediakan perusahaan untuk memenuhi permintaan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT strategi pengembangan usaha UD. Insyadi Bakery di Desa Kelompangan Kecamatan Ajung Kabupaten Jember dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 8. Matriks SWOT

Internal	Strengths (S)	Weakness (W)
Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Roti sangat diminati semua lapisan masyarakat 2. Proses produksi setiap hari 3. Hubungan kerja sama yang baik dengan Distributor dan pelanggan 4. Lokasi usaha yang tepat dengan permintaan pasar 5. Kualitas produk yang bagus 6. Pelayanan produsen yang ramah dan baik 7. Harga terjangkau dengan kualitas yang bagus 8. Hubungan yang baik dengan pelanggan 9. Pemberian bonus dalam pembelian jumlah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peralatan produksi roti masih kurang lengkap 2. Kemasan produk masih kurang menarik 3. Promosi yang masih terbatas 4. Belum adanya label halal pada kemasan produk 5. Produk roti yang tidak tahan lama 6. Belum bisa memanfaatkan kemajuan teknologi 7. Keterbatasan dalam varian produk 8. Ketergantungan pada pelanggan lokal
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan perkembangan Teknologi. 2. Perkembangan konsumsi. 3. Permintaan roti meningkat pada saat lebaran. 4. Roti diminati oleh berbagai lapisan masyarakat. 5. Kondisi pasar dan lokasi yang menguntungkan 6. Roti dapat menjadi pengganti karbohidrat 7. Pemasaran online dan pengiriman 8. Ekspansi menu dengan varian yang sehat 	Strategi SO	Strategi WO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsisten menjaga kualitas produk agar tetap memiliki tempat dihati masyarakat. 2. Meningkatkan jumlah produksi roti pada saat lebaran 3. Mempromosikan kelebihan dan keistimewaan yang dimiliki oleh produk roti. 4. Konsistensi dalam menjaga produksi yang aman untuk dikonsumsi. 5. Memproduksi varian roti yang beraneka macam. 6. Melakukan promosi di seluruh sosial media. 7. Memberikan bonus dalam pembelian jumlah besar 8. Konsisten menjaga pelayanan yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga bahan baku agar tetap tersedia. 2. Memperbaiki kualitas produk yang tidak tahan lama 3. Memperbaiki mutu kemasan produk. 4. Menggunakan label halal pada kemasan produk. 5. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memenuhi permintaan dalam jumlah besar.

	baik dan ramah	
Treats (T) 1. Fluktuasi harga bahan baku. 2. Kehabisan stok persediaan bahan baku 3. Adanya pesaing atau roti dari daerah lain. 4. Fluktuasi permintaan pasar. 5. Produk roti yang tidak tahan lama sehingga kalah saing. 6. Perubahan regulasi kesehatan 7. Perubahan preferensi konsumen 8. Keterbatasan dalam varian produk	Strategi ST 1. Memanfaatkan minat masyarakat terhadap roti untuk mengatasi regulasi kesehatan. 2. Memanfaatkan hubungan yang baik dengan suplai bahan baku untuk mengatasi stock bahan baku. 3. Mempertahankan kontinuitas produksi untuk mengembangkan produk. 4. Menjaga hubungan kerjasama yang baik dengan distributor untuk perkembangan usaha kedepan.	Strategi WT 1. Melakukan promosi secara continue kepada konsumen 2. Memiliki hubungan yang baik kepada penyuplai bahan baku dan pelanggan. 3. Menggunakan label halal pada kemasan produk. 4. Melakukan peramalan terhadap permintaan pasar 5. Memperbaiki kualitas produk dan menambah varian rasa produk

Sumber: Data primer diolah 2024

3.2.2 Matriks Strategi IFAS Dan EFAS

Berdasarkan hasil penelitian pada UD. Insyadi Bakery, maka disusunlah faktor-faktor internal yang dapat dirumuskan kedalam matriks strategi internal berikut, adapun pemberian nilai rating tergantung seberapa berpengaruh kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha UD. Insyadi Bakery diberikan langsung oleh responden, dimana pemberian nilai berdasarkan empat kriteria yaitu 4 = sangat baik, 3 = cukup baik, 2 = lumayan, 1 = tidak terlalu. Sedangkan untuk bobot dan skor diperoleh dari perhitungan SWOT. Dimana nilai bobot didapat dari nilai setiap rating dibagi jumlah total rating kemudian dikalikan dengan hasil pembagian antara faktor kekuatan dengan jumlah faktor internal ($9/17 = 0,52$) demikian pula sebaliknya faktor kelemahan dengan jumlah faktor internal ($8/17 = 0,48$), sedangkan untuk nilai skor diperoleh dari hasil perkalian antara setiap nilai rating dikalikan dengan setiap nilai bobot, untuk lebih jelasnya ada pada tabel matriks IFAS dibawah ini.

Tabel 9. Perhitungan Matriks IFAS

Faktor strategi internal	Rating	Bobot	Skor
Kekuatan			
1. Roti sangat diminati semua lapisan masyarakat	4	0,0799	0,3196
2. Proses produksi setiap hari	3	0,0599	0,1797
3. Hubungan kerja sama yang baik dengan Distributor dan pelanggan	2	0,0399	0,0798
4. Lokasi usaha yang tepat dengan permintaan pasar	2	0,0399	0,0798
5. Kualitas produk yang bagus	4	0,0799	0,3196
6. Pelayanan produsen yang ramah dan baik	3	0,0599	0,1797
7. Harga terjangkau dengan kualitas yang bagus	3	0,0599	0,1797
8. Hubungan yang baik dengan pelanggan	2	0,0399	0,0798
9. Pemberian bonus dalam pembelian jumlah	3	0,0599	0,1797
Total	26	0,52	1,59
Kelemahan			
1. Peralatan produksi roti masih kurang lengkap	3	0,0576	0,1728
2. Kemasan produk masih kurang menarik	4	0,0768	0,3072
3. Promosi yang masih terbatas	3	0,0576	0,1728
4. Belum adanya label halal pada kemasan produk	4	0,0768	0,3072
5. Produk roti yang tidak tahan lama	2	0,0384	0,0768
6. Belum bisa memanfaatkan kemajuan teknologi	3	0,0576	0,1728
7. Keterbatasan dalam varian produk	3	0,0576	0,1728
8. Ketergantungan pada pelanggan lokal	3	0,0576	0,1728
Total	25	0,48	1,55
Jumlah Total	51	1	

Sumber: Data primer diolah 2024

Tabel diatas diketahui total skor kekuatan yaitu 1,59. Dimana nilai skor kekuatan akan dijadikan nilai S, dan total skor kelemahan yaitu 1,55 akan dijadikan nilai W, dan selisih antar total skor peluang dengan total skor ancaman yaitu 0,04 akan dijadikan sebagai nilai titik koordinat guna untuk menentukan strategi yang direkomendasikan. Berdasarkan hasil penelitian pada UD. Insyadi Bakery, maka disusunlah faktor faktor eksternal yang dapat dirumuskan kedalam matriks strategi internal berikut, adapun pemberian nilai rating tergantung seberapa berpengaruh peluang dan ancaman yang dimiliki UD. Insyadi Bakery dan diberikan langsung oleh responden, dimana pemberian nilai berdasarkan empat kriteria yaitu 4 = sangat, 3 = cukup, 2 = lumayan, 1 = tidak terlalu. Sedangkan untuk bobot dan skor diperoleh dari perhitungan SWOT. Dimana nilai bobot didapat dari nilai setiap rating dibagi jumlah total

rating kemudian dikalikan dengan hasil pembagian antara faktor peluang dengan jumlah faktor eksternal ($8/16 = 0,50$) demikian pula sebaliknya faktor ancaman dengan jumlah faktor eksternal ($8/16 = 0,40$), sedangkan untuk nilai skor diperoleh dari hasil perkalian antara setiap nilai rating dikalikan dengan setiap nilai bobot. Untuk lebih jelasnya ada pada tabel matriks EFAS dibawah ini.

Tabel 10 Perhitungan Matriks EFAS

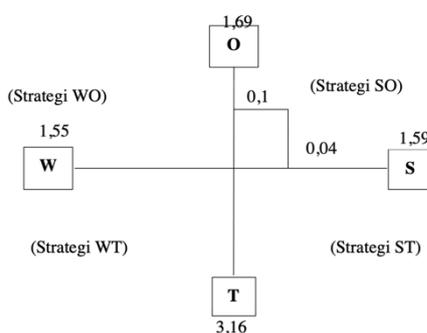
Faktor Strategi Eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang			
1. Pemanfaatan perkembangan Teknologi.	4	0,0769	0,3076
2. Perkembangan konsumsi.	3	0,0576	0,1728
3. Permintaan roti meningkat pada saat lebaran.	3	0,0576	0,1728
4. Roti diminati oleh berbagai lapisan masyarakat.	4	0,0769	0,3076
5. Kondisi pasar dan lokasi yang menguntungkan	2	0,0384	0,0768
6. Roti dapat menjadi pengganti karbohidrat	3	0,0576	0,1728
7. Pemasaran online dan pengiriman	3	0,0576	0,1728
8. Ekspansi menu dengan varian yang sehat	4	0,0769	0,3076
Total	26	0,50	1,69
Ancaman			
1. Fluktuasi harga bahan baku.	3	0,0625	0,1875
2. Kehabisan stok persediaan bahan baku	3	0,0625	0,1875
3. Adanya pesaing atau roti dari daerah lain.	4	0,0830	0,3320
4. Fluktuasi permintaan pasar.	2	0,0415	0,0830
5. Persepsi konsumen terhadap produk yang tidak tahan lama sehingga kalah saing.	2	0,0415	0,0830
6. Perubahan regulasi kesehatan	3	0,0625	0,1875
7. Perubahan preferensi konsumen	3	0,0625	0,1875
8. Persepsi konsumen terhadap keterbatasan varian produk	4	0,0830	0,3320
Total	24	0,50	1,58
Jumlah Total	50	1	0,11

Sumber: Data primer diolah 2024

Tabel diatas diketahui total skor peluang yaitu 1,69. Dimana nilai skor peluang akan dijadikan nilai O, dan total skor ancaman yaitu 1,58 akan dijadikan nilai T, dan selisih antar total skor peluang dengan total skor ancaman yaitu 0,11 akan dijadikan sebagai nilai titik koordinat guna untuk menentukan strategi yang direkomendasikan.

3.2.3 Matriks Posisi Diagram

Dalam analisis matriks internal dan eksternal berdasarkan tabel matriks diatas diketahui bahwa selisih skor pembobotan pada faktor internal sebesar 0,04 yang artinya kekuatan yang dimiliki pada usaha UD. Insyadi Bakery di Desa Klompangan Kecamatan Ajung Kabupaten Jember cukup baik dalam mengatasi berbagai kelemahan. Sedangkan pada matriks eksternal selisih skor pembobotannya sebesar 0,11 yang artinya usaha UD. Insyadi Bakery di Desa Klompangan Kecamatan Ajung Kabupaten Jember cukup baik dalam memanfaatkan peluang untuk meminimalkan ancaman.



Gambar 7 Grand Strategi

3.2.4 Strategi Pengembangan Usaha UD. Insyadi Bakery

Pada matriks kordinat atau diagram analisis SWOT yang digunakan terdapat pada titik kordinat internalnya yaitu 0,04 dan titik kordinat eksternalnya yaitu 0,11. Pada titik kordinat ini menunjukkan strategi SO dimana ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan mampu memanfaatkan peluang untuk menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan. Dimana dari perhitungan matriks diatas dapat dikatakan kekuatan perusahaan dalam mengatasi kelemahan sangat baik. Kemudian peluang usaha yang ada pada UD. Insyadi Bakery juga dapat dikatakan baik karena perusahaan mampu memanfaatkan peluang peluang tersebut guna mengembangkan usahanya.

Penyusunan strategi pengembangan usaha UD.Insyadi Bakery dapat diketahui berdasarkan penyusunan strategi pada matriks SWOT diatas. Sehingga dilakukanlah penyusunan strategi yang telah dibuat kedalam bentuk matriks SWOT dan strategi yang muncul dapat dijadikan acuan dalam pengembangan usaha UD.Insyadi Bakery di desa Kelompangan Kecamatan Ajung Kabupaten Jember. Adapun strategi yang direkomendasikan dari perhitungan matriks SWOT yaitu startegi SO. Dimana strategi SO merupakan strategi yang mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang guan untuk mengatasi kelemahan dan ancaman. Berikut ini ialah strategi SO yang diketahui dari matriks SWOT diatas beserta penjelasannya :

- a. Konsisten menjaga kualitas produk agar tetap memiliki tempat dihati masyarakat.
Melihat roti masih memiliki daya tarik yang tinggi dikalangan masyarakat maka penting bagi perusahaan untuk menjaga kualitas produknya guna untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, karena dengan menjaga konsistensi kualitas produk perusahaan tidak akan kehilangan pelanggan lama namun dapat menarik simpati pelanggan baru dengan kualitas produk yang baik dan bersih.
- b. Meningkatkan jumlah produksi roti pada saat lebaran
Seiring berkembangnya waktu konsumsi roti ditengah tengah masyarakat tentunya akan tinggi karena banyak masyarakat yang sudah peduli terhadap kesehatan mereka, sehingga produksi roti yang tinggi dan terus menerus dapat menjadi strategi dalam mengembangkan usaha, salah satu waktu yang paling tepat untuk dimanfaatkan yaitu pada saat lebaran, dimana pada kondisi ini banyak konsumen mencari berbagai macam produk untuk hidangan dirumahnya.
- c. Mempromosikan kelebihan dan keistimewaan yang dimiliki oleh produk roti.
Perusahaan yang baik ialah perusahaan yang mengerti akan kelebihan dan keistimewaan produknya. Sehingga dalam hal ini perusahaan harus mampu meyakinkan konsumen dengan kelebihan dan keistimewaan produknya, salah satu contohnya perusahaan mempromosikan ditempat keramaian, bisa juga di acara cara tertentu, atau mungkin melakukan pendekatan langsung kepada konsumn bisa juga menggunakan strategi pemasaran yang unik atau membuat konsumen nyaman.
- d. Konsistensi dalam menjaga produksi yang aman untuk dikonsumsi.
Perubahan regulasi kesehatan dapat menjadi peluang bagi perusahaan dalam mengembangkan usahanya, namun dalam hal ini tentunya perusahaan juga harus memproduksi produk yang sehat untuk dikonsumsi, kemudia tidak hanya itu perusahaan juga harus menjaga dan konsisten dalam memproduksi produk yang sehat dan aman untuk dikonsumsi.
- e. Melakukan produksi dengan berbagai menu dan varian yang beraneka macam
Permintaan varian dari konsumen tentunya juga menjadi salah satu faktor yang penting dalam menjalankan bisnisnya, contohnya dengan memproduksi roti yang banyak variannya dapat membuat konsumen bebas memilih dan mencari varian mana yang menjadi produk favoritnya ketika membeli produk, sehingga perusahaan tidak perlu khawatir ketika ada pelanggan yang memintya aneka macam varian roti karena perusahaan mampu memenuhi permintaan konsumen tersebut.
- f. Melakukan promosi di seluruh sosial media.
Promosi pada sebuah usaha tentunya harus lebih intens agar produk yang dijual lebih terkenal dipasar, pada UD. Insyadi Bakery ibu Lutfi hanya mempromosikan produk miliknya di status wa sehingga dalam hal ini pentingnya melakukan promosi yang lebih luas contohnya memanfaatkan semua sosial media seperti faceebook, tiktok, instagram bukan hanya di wa saja. Meningat promosi merupakan sarana penting dalam pemasaran sebuah produk maka pengusaha harus bisa mempromosikan produk miliknya untuk memperluas saluran pemasaran usahanya.
- g. Memberikan bonus dalam pembelian jumlah besar.
Pada UD. Insyadi Bakery sistem pemberian bonus kepada pelanggan cukup menarik dimana pelanggan mendapatkan bonus donat atau kue basah lainnya ketika melakukan pembelian dalam jumlah besar. Menurut ibu Lutfi strategi ini bukan hanya menjaga hubungan antara produsen dengan konsumen tetapi juga dapat menjadi strategi yang baik untuk jangka panjang, karena banyaknya konsumen yang tertarik dengan pemberian bonus biasanya faktor ini dapat menjadi strategi yang baik untuk UD. Insyadi Bakery Kedepannya.
- h. Konsisten menjaga pelayanan yang baik dan ramah
Pelayanan yang baik dan ramah juga dapat menjadi faktor yang sangat penting dalam sebuah usaha, ketika pengusaha mampu membuat pelanggan nyaman dan suka dengan pelayanan yang diberikan maka pelanggan tersebut dapat menjadi konsumen laten dalam usaha itu, sehingga dalam hal ini UD. Insyadi Bakery harus mampu dan konsisten dalam menjaga pelayanan yang ada.

3.3 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada UD. Insyadi Bakery di Desa Kelompangan Kecamatan Ajung Kabupaten Jember, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengendalian persediaan bahan baku dengan menggunakan metode EOQ memiliki peran yang baik dalam UD. Insyadi Bakery, dalam pemesanan 3 bulan EOQ merekomendasikan pemesanan bahan baku sebanyak 372 Kg dalam 5 kali pemesanan dengan pemesanan 2,4 minggu setiap kali pesan dengan total biaya sebesar Rp 1.394.600. Perhitungan EOQ diatas lebih efektif dan efisien dibandingkan dari pemesanan yang dilakukan selama 3 bulan sebelumnya.
2. Strategi pengembangan UD. Insyadi Bakery yang direkomendasikan dari analisis SWOT melalui perhitungan matriks SWOT yaitu strategi SO dimana strategi ini merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi-strategi yang terdapat pada strategi SO ialah sebagai berikut :
 - a. Konsisten menjaga kualitas produk agar tetap memiliki tempat dihati masyarakat.
 - b. Meningkatkan jumlah produksi roti pada saat lebaran
 - c. Mempromosikan kelebihan dan keistimewaan yang dimiliki oleh produk roti.
 - d. Konsistensi dalam menjaga produksi yang aman untuk dikonsumsi.
 - e. Melakukan produksi dengan berbagai menu dan varian yang beraneka macam
 - f. Melakukan promosi di seluruh sosial media.
 - g. Memberikan bonus dalam pembelian jumlah besar
 - h. Konsisten menjaga pelayanan yang baik dan ramah

4. REFERENCES

- Anna L. Andries .(2019). "Analisis pengendalian persediaan bahan baku kedelai 39pada pabrik tahu NUR CAHAYA di Batu kota dengan metode EOQ ".*Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol. 7 No. 2 (2019): JE VOL 7 NO 2 (2019) <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/23238> di akses pada tanggal 21/10/2023 pukul 20.00 WIB
- Afridhal, Muhammad.(2017). "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen." *Jurnal Sains Pertanian* 1.3 (2017): 210812. <https://www.neliti.com/publications/210812/strategi-pengembangan-usaha-roti-tanjong-di-kecamatan-samalanga-kabupaten-bireue> di akses pada tanggal 21/10/2023 pukul 20.00 WIB
- Adisarwanto, T. (2000). "Meningkatkan produksi kacang tanah di lahan sawah dan lahan kering. Penerbar Swadaya". <https://www.neliti.com/publications/98329/pertumbuhan-dan-produksi-kacang-tanah-dengan-pemberian-kompos-tandan-kosong-kela> di akses pada tanggal 21/10/2023 pukul 20.00 WIB
- Gani, I. M., & Saputri, M. E. (2015). Analisis Peramalan dan Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan Metode EOQ pada Optimalisasi Kayu di Perusahaan Purezento. *eProceedings of Management*, 2(2). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/640> di akses pada tanggal 21/10/2023 pukul 23.30 WIB
- Intansari, Dwi Rossella.(2020). "Analisis Data Mining Memprediksi Jumlah Pernikahan di bawah Umur Menggunakan Metode Least Square (Studi Kasus: KUA Tegalrejo)." *Seri Prosiding Seminar Nasional Dinamika Informatika*. Vol. 4. No. 1. 2020. <http://senadi.upy.ac.id/prosiding/index.php/senadi/article/view/116> di akses pada tanggal 24/10/2023 pukul 21.00 WIB
- Maemonah, S. (2015). "Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal". *Economics Development Analysis Journal*, 4(4), <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj/article/view/14848> di akses pada tanggal 24/10/2023 pukul 21.00 WIB
- Nuryanti, Irni.(2019). "Strategi pengembangan badan usaha milik desa (bumdes) kasus di bumdes mitra sejahtera desa cibunut kecamatan argapura kabupaten majalengka." *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 3.2 (2019): 348-359. <https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/192> di akses pada tanggal 24/10/2023 pukul 21.00 WIB
- Nasution, A. H., & Prasetyawan, Y. (2008). Perencanaan dan pengendalian produksi. *Yogyakarta: Graha Ilmu*. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=8AJWEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=related:AJn1SCBgqQ0J:scholar.google.com/&ots=gcwmdDmAFT&sig=Nh3wKf2bN5tqJ-wqFeUlrq3mdw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false di akses pada tanggal 24/10/2023 pukul 21.00 WIB

- Supit, Tiatra, and Arrazi Hasan Jan. (2015). "Analisis persediaan bahan baku pada industri mebel di desa leilem." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3.1 (2015). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8282> di akses pada tanggal 24/10/2023 pukul 21.00 WIB
- Setyawan, Aghita Ryan.(*Analisa Peramalan Permintaan Produk Olahan Tape Unggulan Dengan Metode Least Square (Studi Kasus DI UD. Purnama Jati, Jember)*). Diss. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/100809> di akses pada tanggal 24/10/2023 pukul 21.00 WIB
- Tuerah, Michel Chandra.(2014) "Analisis pengendalian persediaan bahan baku ikan tuna pada CV. Golden KK." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2.4 (2014). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/6360> di akses pada tanggal 27/10/2023 pukul 22.00 WIB
- Yordan, Adam, Tri Novrizi Putri, and Dara Havisha Lamkaruna.(2019) "Peramalan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Samudra Menggunakan Metode Regresi Linear Sederhana." *Jurnal Teknik Informatika (J-Tifa)* 2.1 (2019): 21-27. <https://www.jurnal.umm.ac.id/index.php/J-TIFA/article/view/237> di akses pada tanggal 27/10/2023 pukul 22.00 WIB