

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebutuhan produk pangan oleh masyarakat yang terus meningkat menyebabkan banyaknya pangan olahan yang beredar di pasaran, salah satunya yang sering ditemui yaitu produk roti. Dalam pengembangan bisnis roti setiap produsen harus memperhatikan beberapa poin penting seperti bahan baku, tenaga kerja, dan teknologi yang digunakan. Tepung terigu yang menjadi salah satu bahan pokok pembuatan roti sangat dicari dan dibutuhkan sehingga produsen tepung terigu harus menaikkan jumlah produksinya. Asosiasi Produsen Tepung Terigu Indonesia atau Aptindo mencatat konsumsi tepung terigu naik 1,8% secara tahunan pada periode Januari-September 2023. Pertumbuhan tersebut lebih rendah dibandingkan bahan baku makanan berbahan tepung lain. Direktur Eksekutif Aptindo Ratna Sari Loppies memaparkan bahwa konsumsi tepung terigu pada sembilan bulan pertama 2023 mencapai 5,01 juta ton. Angka tersebut setara dengan 6,43 juta ton gandum. (Andi M. Arief, 2023).

Tren dalam produk roti secara tidak langsung juga mempengaruhi pergerakan industri pangan secara ekonomi. Peningkatan kebutuhan masyarakat akan produk bakery menyebabkan kenaikan dalam jumlah produksi roti nasional. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), produksi roti di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Kenaikan ini didorong oleh berbagai inovasi dalam produk roti serta meningkatnya preferensi konsumen terhadap makanan praktis dan bergizi. Selain itu, ekspansi pasar dan distribusi yang lebih luas turut berkontribusi pada peningkatan produksi. Data jumlah produksi roti dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Jumlah Produksi Roti di Indonesia Tahun 2015-2023

Tahun	Jumlah Produksi (Ton)	Nilai Produksi (Ribu Rupiah)
2015	22.749	124.638.695
2016	24.547	125.487.235
2017	25.102	126.285.362
2018	26.263	128.554.348
2019	27.908	130.146.824
2020	29.656	131.759.026
2021	31.514	133.391.199
2022	33.488	135.043.592
2023	35.586	136.716.453

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS, 2023)

Berdasarkan Tabel 1.1. diketahui bahwa jumlah produksi roti di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa industri roti di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dan permintaan konsumen terhadap produk roti terus meningkat. Peningkatan produksi ini mencerminkan peningkatan konsumsi masyarakat terhadap roti sebagai salah satu produk makanan yang semakin digemari. Pertumbuhan ini juga dapat menunjukkan adanya peningkatan jumlah pemain di industri roti, baik dari skala kecil seperti usaha rumahan hingga skala besar seperti pabrik roti modern.

Selain itu, tren peningkatan produksi ini juga menunjukkan bahwa produsen roti di Indonesia berhasil mengadopsi teknologi baru dan meningkatkan efisiensi produksi mereka untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin besar. Peningkatan jumlah produksi roti setiap tahunnya juga bisa mencerminkan adanya perkembangan ekonomi yang memungkinkan daya beli masyarakat meningkat, sehingga mereka dapat lebih sering mengonsumsi produk-produk roti. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa industri roti di Indonesia memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang, dengan permintaan yang terus tumbuh

seiring dengan perubahan gaya hidup dan preferensi makanan masyarakat.

Tren konsumsi roti di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, mencerminkan perubahan gaya hidup dan preferensi makanan masyarakat yang semakin modern dan praktis. Roti, yang dahulu mungkin lebih populer di kalangan masyarakat perkotaan dan kelas menengah ke atas, kini semakin digemari oleh berbagai lapisan masyarakat di seluruh Indonesia. Faktor-faktor seperti urbanisasi, meningkatnya jumlah wanita bekerja, dan kesibukan sehari-hari membuat roti menjadi pilihan makanan yang cepat dan mudah dikonsumsi, baik sebagai sarapan, camilan, maupun pengganti makanan utama.

Selain itu, diversifikasi produk roti yang ditawarkan oleh produsen, seperti roti gandum, roti rendah kalori, dan varian rasa yang beragam, turut mendorong peningkatan konsumsi. Masyarakat yang semakin sadar akan kesehatan juga cenderung memilih roti yang dianggap lebih sehat dan bernutrisi. Pertumbuhan gerai roti modern dan bakery yang menjamur di berbagai kota besar hingga kecil, serta inovasi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce, juga berkontribusi terhadap meningkatnya konsumsi roti di Indonesia.

Banyaknya perusahaan yang menekuni usaha dalam bidang penjualan khususnya roti menjadi tantangan tersendiri. Pada dasarnya masalah yang sering ditemui adalah dalam hal pengembangan pemasaran menjadi penentu guna keberlangsungan usaha tersebut. Banyak dipungkiri bahwa dengan menggunakan strategi yang tepat dapat menjadi penentu. Salah satu permasalahan utama adalah persaingan yang ketat di pasar roti, di mana banyak pemain besar

dan kecil berlomba-lomba menarik perhatian konsumen. Untuk itu, inovasi produk dan peningkatan kualitas layanan menjadi faktor kunci yang harus diutamakan.

Persaingan ini menuntut inovasi produk yang terus-menerus dan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Selain itu, tantangan dalam manajemen operasional juga signifikan, termasuk pengelolaan inventaris bahan baku, kontrol kualitas produk, dan efisiensi produksi. Masalah lain yang sering muncul adalah mempertahankan konsistensi kualitas roti. Konsumen mengharapkan produk yang sama lezat dan berkualitas setiap kali mereka membeli, sehingga standar produksi yang ketat dan pelatihan staf yang baik sangat penting. Toko roti juga harus beradaptasi dengan tren konsumen yang terus berubah, seperti meningkatnya permintaan untuk produk sehat, organik, atau bebas gluten, yang memerlukan penyesuaian resep dan mungkin investasi tambahan dalam bahan baku khusus.

Tenaga kerja kadang juga menjadi kendala dalam pengembangan usaha roti, baik itu dari jumlahnya yang kurang atau SDM yang kurang memadai sehingga menjadi faktor yang dapat menghambat perkembangan usaha roti itu sendiri. Selain itu teknologi yang digunakan mulai proses produksi sampai dengan dipasarkan juga harus diperhatikan. Karena sering kali kegagalan produksi bisa disebabkan oleh mesin atau alat yang digunakan. Dalam pemasaran juga tidak lepas dengan teknologi berkaitan dengan lancarnya jalannya penjualan sehingga teknologi itu sendiri sangat berpengaruh dalam pengembangan usaha roti.

Dalwa roti merupakan salah satu unit usaha yang dimiliki oleh pondok pesantren Darullughah Wadda'wah (DALWA) yang terletak di Desa Raci,

Kabupaten Pasuruan. Pondok ini dikenal sebagai pondok Arab karena sistem dan kurikulum pendidikan diniyah yang ditetapkan pada bahasa arab dan dakwah. Pondok pesantren DALWA berdiri sejak tahun 1981 oleh Al Habib Hasan Baharun. Pondok Pesantren Darullughah Wadda'wah merupakan pondok pesantren yang berperan aktif dalam pemberdayaan ekonomi syariah sebagai salah satu cara dalam menguatkan ekonomi umat agar dapat melakukan lebih banyak hal. Salah satunya melalui unit usaha Dalwa roti.

Dalwa roti merupakan salah satu usaha yang berkecimpung dalam usaha pengembangan roti. Hambatan yang ditemukan juga tidak lepas dari tiga hal yaitu bahan pokok, tenaga kerja, dan teknologi. Dalwa roti sebuah perusahaan kecil di Pasuruan-bangil, dan tidak lama kemudian berkembang menjadi salah satu syarat dalam bidang pengeluaran dan pengedaran roti. Proyek ini adalah sebuah pelajaran untuk bagaimana tetap eksis dalam pasaran yang sangat kompetitif, di mana perusahaan bergantung pada strategi pemasaran yang inovatif dan berkesan untuk menonjol dan menarik perhatian pelanggan.

Meningkatnya konsumsi pangan yang praktis mengakibatkan perkembangan pola konsumsi pangan dengan cepat menyebar ke kalangan menengah ke atas bahkan menengah ke bawah, sehingga merupakan peluang yang sangat baik bagi para pelaku usaha pengolahan pangan dalam memasarkan produknya untuk lebih mengembangkan usahanya dan membuat produk berkualitas dengan harga terjangkau bagi masyarakat. Dalam hal bahan baku, CV. Roti Dalwa mengolah hasil pertanian dengan menggunakan gandum dan pisang sebagai bahan roti. Prospek industri roti di Kota Bangil cukup menguntungkan.

Hal ini tidak terlepas dari semakin populernya roti di kalangan masyarakat dan didukung dengan meningkatnya pendapatan masyarakat. Mengonsumsi roti juga dinilai bisa menambah gengsi dengan harga yang terjangkau. Roti merupakan makanan yang praktis, tidak memerlukan persiapan yang lama. Selain itu roti tidak mudah basi (tahan 2-3 hari) dan mudah didapatkan. Semakin tinggi kesibukan masyarakat menyebabkan kebutuhan roti semakin tinggi. Industri roti adalah salah satu sektor ekonomi utama di banyak negara di seluruh dunia, kerana ia sangat popular di kalangan kumpulan umur dan sosial yang berbeda.

Upaya pengembangan strategi untuk mempertahankan eksistensi toko roti sangat penting dalam menghadapi persaingan yang ketat dan perubahan dinamika pasar. Strategi yang efektif membantu toko roti untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di tengah tantangan industri. Misalnya, inovasi produk secara berkala memungkinkan toko roti untuk memenuhi selera konsumen yang selalu berubah, seperti meningkatnya permintaan untuk produk sehat dan berkelanjutan. Selain itu, strategi pemasaran yang cerdas dan terarah, baik melalui media sosial maupun kampanye digital, dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan.

Jika sebuah perusahaan tidak mampu bersaing dalam pasar, konsekuensi yang dihadapi bisa sangat serius dan beragam, mulai dari penurunan pendapatan hingga kebangkrutan. Pertama, perusahaan akan kehilangan pangsa pasar karena konsumen beralih ke pesaing yang menawarkan produk atau layanan yang lebih baik, lebih murah, atau lebih inovatif. Penurunan pangsa pasar ini biasanya disertai dengan penurunan pendapatan yang signifikan, yang dapat mengganggu arus kas

perusahaan. Kedua, ketidakmampuan untuk bersaing dapat menyebabkan masalah dalam menjaga kualitas produk dan layanan. Perusahaan yang tidak mampu berinvestasi dalam inovasi atau meningkatkan efisiensi operasional mungkin tertinggal dalam hal teknologi dan tren pasar, yang pada akhirnya menurunkan kualitas dan relevansi produk mereka di mata konsumen.

Ketiga, moral dan produktivitas karyawan bisa menurun. Ketika perusahaan mulai kehilangan pangsa pasar dan pendapatan menurun, sering kali terjadi pengurangan biaya yang berdampak pada pemotongan gaji, pengurangan tenaga kerja, atau bahkan penutupan fasilitas. Ini dapat menciptakan lingkungan kerja yang tidak stabil dan mengurangi semangat kerja karyawan. Keempat, reputasi perusahaan juga dapat rusak. Konsumen dan mitra bisnis mungkin kehilangan kepercayaan jika mereka melihat perusahaan tersebut tidak mampu bersaing dengan baik. Reputasi yang buruk sulit diperbaiki dan dapat memiliki dampak jangka panjang pada kemampuan perusahaan untuk menarik pelanggan baru atau mempertahankan yang lama.

Akhirnya, jika perusahaan terus-menerus gagal bersaing, ini dapat menyebabkan kebangkrutan. Tanpa kemampuan untuk menghasilkan pendapatan yang cukup dan mengelola biaya dengan efektif, perusahaan mungkin harus menutup operasinya, yang tidak hanya mempengaruhi pemilik dan pemegang saham, tetapi juga karyawan dan komunitas di sekitar mereka.

Pengembangan strategi menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah metode yang efektif untuk mengidentifikasi dan memaksimalkan potensi toko roti, sekaligus mengatasi

tantangan yang ada. Dengan memahami kekuatan internal (*Strengths*), seperti kualitas bahan baku, resep unik, atau loyalitas pelanggan, toko roti dapat fokus pada aspek-aspek ini untuk memperkuat posisi mereka di pasar. Sebaliknya, dengan mengenali kelemahan internal (*Weaknesses*), seperti keterbatasan dalam pemasaran digital atau manajemen persediaan yang kurang efisien, toko roti dapat mengembangkan rencana untuk memperbaiki area-area ini. Mengatasi kelemahan ini mungkin melibatkan investasi dalam pelatihan staf, peningkatan sistem manajemen, atau memperbarui strategi pemasaran online.

Analisis peluang eksternal (*Opportunities*) membantu toko roti untuk mengidentifikasi tren pasar yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan. Misalnya, meningkatnya permintaan akan produk roti sehat dan organik dapat menjadi peluang untuk memperluas lini produk. Peluang juga bisa datang dari ekspansi ke pasar baru, baik secara geografis maupun melalui platform *e-commerce*. Terakhir, dengan memahami ancaman eksternal (*Threats*), seperti persaingan yang meningkat atau fluktuasi harga bahan baku, toko roti dapat mengembangkan strategi mitigasi. Ini mungkin termasuk diversifikasi pemasok untuk mengurangi risiko harga bahan baku yang tinggi atau memperkuat brand loyalty melalui program loyalitas dan layanan pelanggan yang unggul.

Kajian ini akan menganalisis bagaimana Dalwa Roti telah merancang dan melaksanakan strategi pengembangan yang inovatif dalam usahanya di industri roti. Kami akan menganalisis proses pengembangan yang meninjau dari tiga komponen yaitu bahan baku, tenaga kerja, dan teknologi yang digunakan, bagaimana proses ini menyumbang untuk meningkatkan dan mengembangkan

usaha roti ini. Perkembangan teknologi semakin pesat dan trend pengguna berubah dengan pesat, industri roti muncul sebagai sektor yang bertenaga dan berbagai yang mencerminkan berbagai budaya dan cita rasa makanan di seluruh dunia. Dalam konteks yang kompleks ini, kepentingan strategi pengembangan usaha roti dimanifestasikan sebagai elemen penting yang menentukan kejayaan dalam pengembangan usaha roti. Strategi pemasaran yang efektif juga berperan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing Dalwa Roti.

Penelitian ini akan membahas secara mendalam mengenai strategi pengembangan Dalwa Roti sebagai studi kasus. Melalui analisa yang cermat, kami akan mencoba memahami bagaimana Dalwa Roti menghadapi berbagai masalah dalam pengembangan usaha roti dan memanfaatkan peluang yang ada, baik lokal maupun internasional. Dengan memahami strategi pengembangan usaha Dalwa Roti, kita dapat memperoleh wawasan berharga tentang faktor-faktor utama yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan dalam industri roti yang kompetitif.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana identifikasi IFAS dan EFAS yang diterapkan oleh CV. Dalwa Roti dalam mengembangkan usaha roti?
2. Bagaimana strategi yang di terapkan oleh CV. Dalwa Roti dalam mengembangkan usaha roti?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui identifikasi IFAS dan EFAS yang diterapkan oleh CV. Dalwa Roti dalam mengembangkan usaha roti.
2. Mengetahui strategi yang di terapkan oleh CV. Dalwa Roti dalam