



ANALISIS PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN ANP PADA CV. PENTOL BAKSO OYE DESA KALIYAR KECAMATAN KERTOSONO KABUPATEN NGANJUK

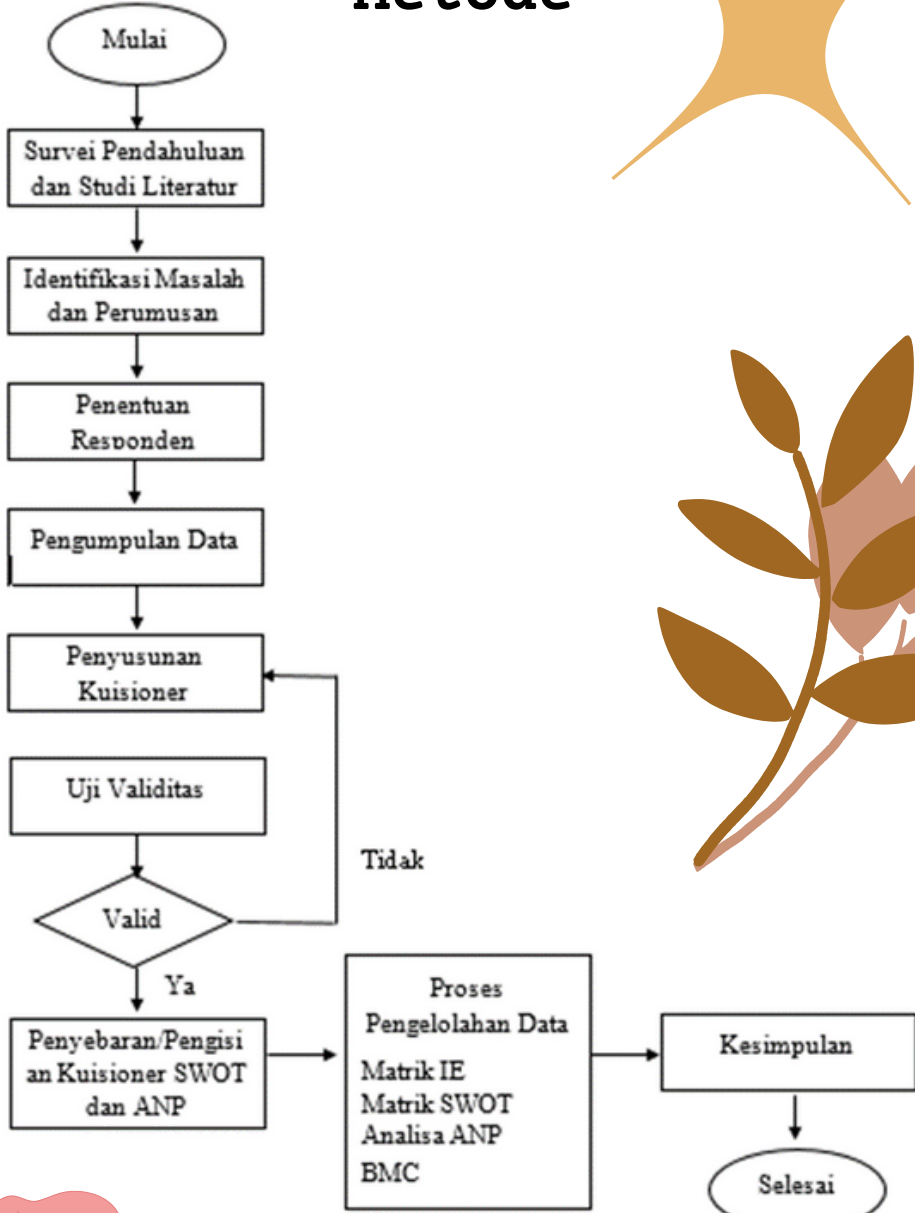
Latar Belakang

CV. Pentol Bakso Oye banyak mengalami permasalahan internal dan eksternal yang mampu menghambat perkembangan usahanya. Permasalahan tersebut berupa konsep market yang belum jelas, kompetensi pekerja tergolong rendah, belum terdapat SOP kerja jelas, jumlah bahan baku tidak memenuhi permintaan, dan sistem kontrol manajerial yang masih lemah. Dengan banyaknya permasalahan tersebut CV. Pentol Bakso Oye harus merencanakan strategi yang tepat untuk mempertahankan usahanya dan mengembangkan usahanya, mengingat persaingan industri yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman semakin ketat.

Tujuan

1. Untuk mengetahui alternatif perencanaan strategi menggunakan analisis SWOT.
2. Untuk mengetahui prioritas strategi menggunakan metode ANP (Analytic Network Process).
3. Untuk mengetahui rumusan strategi menggunakan BMC (Business Model Canvas).

Metode



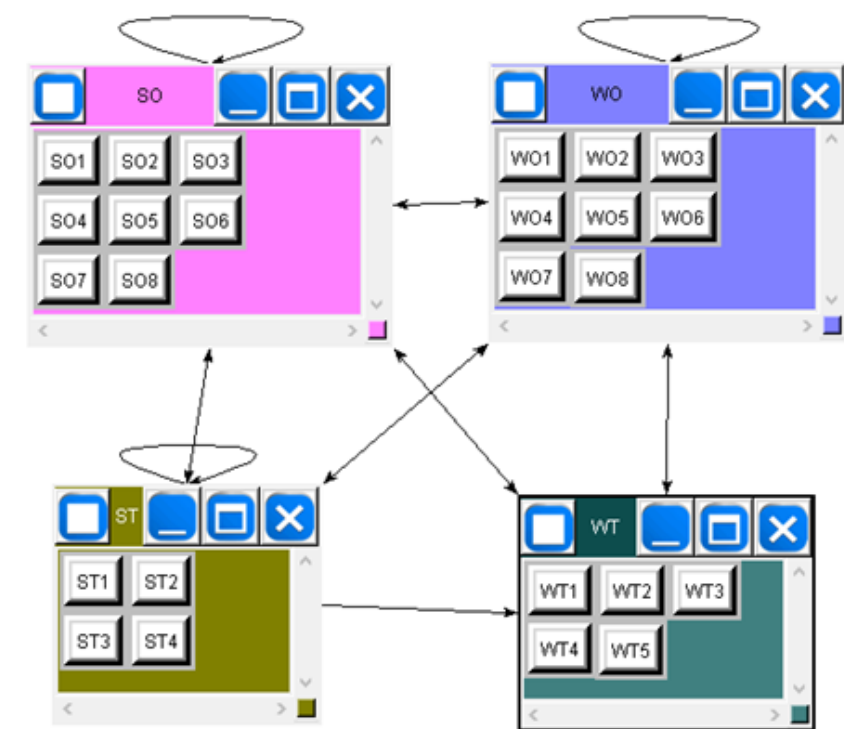
Analisis dan Hasil

TOTAL RATA-RATA TERTIMBANG (IFE)

TOTAL RATA-RATA TERTIMBANG (EFE)	Kuat 3.0 – 4.0	Rata-Rata 2.0 – 2.99	Lemah 1.0 – 1.99
Tinggi 3.0 – 4.0	I	II	III
Menengah 2.0 – 2.99	IV	V	VI
Rendah 1.0 – 1.99	VII	VIII	IX

Berdasarkan analisis Matrik SWOT didapatkan bahwa CV. Pentol Bakso Oye berada pada diagram IV dengan nilai IFE 3,043 dan EFE 2,740. Strategi yang digunakan adalah strategi integrasi dan intensif

Berdasarkan permodelan ANP didapatkan prioritas strategi yaitu mengoptimalkan kinerja dengan adanya evaluasi secara berkala dan dilakukannya bimbingan terhadap penggunaan SOP (Standard Operasional Procedure)



Kesimpulan

1. Industri dapat mengembangkan usahanya dengan menggunakan strategi intensif dan integrasi
2. prioritas strategi yang harus dilaksanakan sesuai dengan kondisi saat ini adalah mengoptimalkan kinerja dengan adanya evaluasi secara berkala dan dilakukannya bimbingan terhadap penggunaan SOP (Standard Operasional Procedure)
3. Strategi praktis dapat dipetakan kedalam 9 elemen model BMC

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> Distributor Supplier Vasilitator Audit Internal Audit Eksternal Audit Halal 	<ul style="list-style-type: none"> Pelatihan Evaluasi Log Aktifitas 	<ul style="list-style-type: none"> Harga Murah Kualitas Bagus Penjualan tersedian Online dan Offline Banyak Variasi 	<ul style="list-style-type: none"> Customer service 	<ul style="list-style-type: none"> Kalayah Umum UMKM FnB Agen Distributor
Key Resources <ul style="list-style-type: none"> SDM Mesin Struktur Organisasi Jelas Keterbukaan Informasi 		Channels <ul style="list-style-type: none"> Facebook Tiktok Instagram WA Logbook Aktifitas 		
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> Biaya Pelatihan Biaya Pembuatan Modul GMP, SSOP 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> Penjualan Kualitas Produk 		

Strategi praktis dengan menggunakan BMC