

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PABRIK BERAS CV CAHAYA MULYA

Aliffiyah Syifa', Anggraini Icha Ayu, Fariel Adam, Prasetya Afiat, Lutfi Irawan Rahmat

¹Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Banyuwangi

e-mail: sipaaliffiyah@gmail.com, ichaayuangugraini1986@gmail.com, adamafriel2@gmail.com,
afiatprasetyo20@gmail.com, Lutfiirawan04@gmail.com

Abstrak

Dalam merumuskan strategi bisnisnya, perusahaan harus jelas dan strategi yang dipilih harus sesuai dengan visi, misi, kompetensi dan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan. Untuk mengungkapkan dan mengukur kejadian atau tren yang terjadi di dalam perusahaan seperti kekuatan dan kelemahan perusahaan, kemudian melakukan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) yang merupakan gabungan dari analisis eksternal dan analisis internal sehingga memungkinkan diketahui alternatif strategi yang diperoleh. Perusahaan Pabrik Beras "CV Cahaya Mulya" harus terus melakukan persaingan untuk mendapatkan posisi pasar dengan upaya mengutamakan persaingan kualitas, produk dan harga untuk meningkatkan pelayanan atau jaminan kepuasan. Metode penelitian meliputi jenis penelitian, data, sumber data, dan teknik pengumpulan data, metode analisis data, lokasi dan jadwal pelaksanaan Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal yang dihadapi oleh CV CAHAYA MULYA di Desa Kenjo, Kecamatan Glagah, Kabupaten Banyuwangi. Dalam merumuskan strategi bisnisnya, perusahaan harus jelas dan strategi yang dipilih harus sesuai dengan visi, misi, kompetensi dan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan. Untuk mengungkapkan dan mengukur kejadian atau tren yang terjadi di dalam perusahaan seperti kekuatan dan kelemahan perusahaan, kemudian melakukan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) yang merupakan gabungan dari analisis eksternal dan analisis internal sehingga memungkinkan diketahui alternatif strategi yang diperoleh. Perusahaan Pabrik Beras "CV Cahaya Mulya" harus terus melakukan persaingan untuk mendapatkan posisi pasar dengan upaya mengutamakan persaingan kualitas, produk dan harga untuk meningkatkan pelayanan atau jaminan kepuasan.

Kata kunci: : analisis SWOT, kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, strategi pemasaran

Abstract

In formulating its business strategy, the company must be clear and the strategy chosen must be in accordance with the company's vision, mission, competencies and advantages. To reveal and measure events or trends that occur within the company, such as the company's strengths and weaknesses, then carry out a SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) which is a combination of external analysis and internal analysis so that it is possible to identify alternative strategies that can be obtained. The Rice Factory Company "CV Cahaya Mulya"

Article History

Received: Desember 2024

Reviewed: Desember 2024

Published: Desember 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/CAUSA.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Hibrida



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

must continue to compete to gain market position by prioritizing quality, product and price competition to improve service or guarantee satisfaction. The aim of this research is to analyze environmental conditions internal and external faced by CV CAHAYA MULYA in Kenjo Village, District Glagah, Banyuwangi Regency. In formulating its business strategy, the company must be clear and the strategy chosen must be in accordance with the company's vision, mission, competencies and advantages. To reveal and measure events or trends that occur within the company, such as the company's strengths and weaknesses, then carry out a SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) which is a combination of external analysis and internal analysis so that it is possible to identify alternative strategies that can be obtained. The Rice Factory Company "CV Cahaya Mulya" must continue to compete to gain market position by prioritizing quality, product and price competition to improve service or guarantee satisfaction.

Keywords : *SWOT analysis, strengths, weaknesses, opportunities, threats, marketing strategies.*

PENDAHULUAN

Keberhasilan sebuah perusahaan seringkali bergantung pada kemampuannya untuk menyesuaikan diri dengan keadaan yang berubah dan memanfaatkan peluang baru. Ini membutuhkan fokus pada pembelajaran dan inovasi berkelanjutan, serta kemampuan untuk dengan cepat menanggapi tren pasar dan kebutuhan pelanggan (Rajapathirana dan Hui, 2018). Sebuah perusahaan haruslah memiliki visi dan strategi yang jelas dan meyakinkan yang terdiri atas tujuan, sasaran, dan target pasar perusahaan, serta mengidentifikasi aktivitas dan sumber daya utama yang diperlukan untuk mencapainya. Visi dan strategi yang diartikulasikan dengan baik dapat membantu memfokuskan organisasi dan memberikan peta jalan untuk pengambilan keputusan dan pelaksanaan (Bryson, 2018). Oleh karena itulah pemilik perusahaan harus dapat memahami lingkungan bisnis yang sedang mereka jalankan. Memahami lingkungan bisnis adalah inti dari proses perencanaan strategis untuk dapat mewujudkan tujuan dari pembisnis itu sendiri (Phadernrod et al., 2019). Perencanaan strategis menjadi sebuah alat untuk manajemen strategis. Hal ini bertujuan untuk membantu sebuah perusahaan menjadi lebih produktif dengan membantu pengolahan sumber daya sehingga dapat mencapai tujuan sebuah perusahaan (Gürel, 2017).

Untuk dapat melakukan analisis SWOT diperlukan informasi tentang perusahaan serta lingkungan eksternalnya. Hal ini dapat dilakukan melalui penelitian, wawancara dengan pemangku kepentingan, dan analisis data seperti laporan keuangan dan riset pasar (Samad, 2020). Informasi inilah yang kemudian untuk membuat matriks SWOT.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini.

Pabrik Beras CV Cahaya Mulya merupakan salah satu perusahaan yang ada di daerah Kenjo, kecamatan Glagah yang bergerak di bidang pasokan beras. Pabrik Beras CV Cahaya Mulya perlu berjuang sekuat tenaga menggunakan segala kekuatan dan peluang yang ada untuk melakukan strategi pengembangan pasar produk. Dari uraian diatas dapat dirumuskan permasalahannya adalah Pabrik Beras CV Cahaya Mulya belum memiliki rumusan strategi yang akan digunakan dalam menjalankan organisasi guna mencapai tujuan perusahaan Pabrik Beras CV Cahaya Mulya sebagai perusahaan bidang pasokan beras dengan memilih bahan

baku yang berkualitas dengan memberikan perhatian seperti mempertahankan kepulenan, meningkatkan daya tahan, bentuk atau tekstur serta bau yang menjadi ciri khas kualitas merek yang melekat pada Beras dandang mas yang dihasilkan oleh Pabrik CV Cahaya Mulya harga yang bersaing. Berdasarkan perumusan masalah diatas, dapat diidentifikasi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis posisi perusahaan Pabrik Beras CV Cahaya Mulya melalui analisis Swot yang dimiliki oleh perusahaan Pabrik Beras CV Cahaya Mulya dalam menghadapi persaingan.

METODE

Metode penelitian meliputi jenis penelitian, data, sumber data, dan teknik pengumpulan data, metode analisis data, lokasi dan jadwal pelaksanaan. Adapun penjelasannya sebagai berikut. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian observasi deskripsi. Penelitian Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2018). Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian (Widoyoko, 2014). Penelitian Deskripsi menurut Sugiyono (2018) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian observasi deskripsi dalam penelitian ini adalah dengan cara penelitian secara langsung atau terjun kelapangan dengan menganalisa unsur unsur nilai yang dapat dituangkan dan dikembangkan kedalam sebuah media yang meliputi media digital dan terapan. Data penelitian ini berupa hasil wawancara dan pengamatan. Sumber data penelitian ini: narasumber dan lokasi. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan observasi. Metode penelitian ini menggunakan metode observasi deskrips, pengamatan langsung dan tindakan. Lokasi dalam penelitian ini di Kota Banyuwangi. Jadwal penelitian dilakukan tanggal 9 November 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi	Strengths (s)	Weaknesess (w)
-------------------	---------------	----------------

tidak stabil	baru(S3,S4,T1)	dan pasokan bahan baku dari fluktuasi harga dan ketidakpastian cuaca(W5,T2). 2. Otomatisasi sistem pembukuan (T1,W3) 3. Rekrutmen karyawan baru untuk mengatasi kekurangan (T1,W4).
--------------	----------------	---

Berdasarkan tabel diatas, analisis dengan menggunakan matriks SWOT menghasilkan alternatif sebagai berikut :

- A. **Strategi SO** adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi yang dapat dirumuskan yaitu :
1. **Kolaborasi dengan petani lokal.** Perusahaan dapat meningkatkan kemitraan dengan petani lokal, di antaranya adalah memberi dukungan dari segi teknologi pertanian, pelatihan budidaya padi, hingga jaminan pembelian hasil panen. Jadi, kemitraan ini bukan hanya membantu menjamin pasokan bahan baku yang stabil, tetapi juga meningkatkan kualitas bahan baku dan kesejahteraan petani(S2,S5,O3).
 2. **Pengembangan produk dengan memanfaatkan kekuatan kerja sama.** Strategi ini berfokus pada kegiatan internal dan eksternal untuk menciptakan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan memanfaatkan kerjasama dengan departemen, serta kemitraan dengan petani, perusahaan bisa memperkuat inovasi dan efisiensi dalam pengembangan produk(S4,S6,S1,O2).
- B. **Strategi WO** adalah strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi yang dapat dirumuskan antara lain:
1. **Pemasaran digital untuk mengatasi kelemahan dalam pemasaran tradisional,** pemasaran digital dapat mengatasi kelemahan pemasaran tradisional dengan memanfaatkan Platform digital seperti media social, e-commerce dan market place(W2,O1,O2).
- C. Strategi ST adalah salah satu alternatif strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghindari ancaman yang terjadi. Alternatif strategi yang dapat dirumuskan antara lain :
1. **Diversifikasi sumber bahan baku.** Strategi ini bertujuan untuk mengantisipasi ancaman cuaca yang tidak menentu, perusahaan dapat bekerja sama dengan petani diberbagai daerah atau mencari pemasok alternative untuk menjaga stok bahan baku. (S5,T2).
 2. **Inovasi proses produksi yang lebih efisien guna menghadapi ancaman dari pesaing baru.** Untuk menghadapi ancaman dari pesaing baru, inovasi dalam proses produksi yang lebih efisien diperlukan agar perusahaan pengolahan beras dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produknya(S3,S4,T1).

D. **Strategi WT** adalah taktik pertahanan yang diarahkan pada usaha memperkecil kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi yang dapat dirumuskan antara lain:

1. **Stabilisasi harga dan manajemen resiko dengan mengembangkan system manajemen resiko untuk menjaga kesetabilan harga dan pasokan bahan baku dari fluktuasi harga dan ketidakpastian cuaca.**

Untuk menghadapi tantangan fluktuasi harga dan ketidakpastian cuaca, perusahaan pengolahan beras perlu mengembangkan strategi stabilisasi harga dan manajemen risiko. Strategi ini bertujuan untuk menjaga pasokan bahan baku tetap stabil dan harga beras terkendali, sehingga dapat melindungi profitabilitas perusahaan serta menjaga ketersediaan produk di pasar. Berikut ini adalah beberapa langkah dan inovasi yang dapat diterapkan:

- Kontrak jangka panjang dengan petani
 - Diversifikasi bahan baku
 - Pembuatan stok cadangan
 - Pemantauan cuaca menggunakan teknologi
 - Pengembangan teknologi penyimpanan modern (W5,T2).
2. Otomatisasi sistem pembukuan adalah penggunaan teknologi dan perangkat lunak untuk menggantikan proses manual dalam pencatatan, pengelolaan, dan pelaporan keuangan bisnis. Dengan otomatisasi, banyak tugas yang biasanya dilakukan secara manual, seperti pencatatan transaksi, pelaporan, rekonsiliasi bank, dan pemantauan anggaran, bisa dilakukan lebih cepat, akurat, dan dengan risiko kesalahan yang lebih rendah.(T1,W3)
3. Rekrutmen karyawan baru bertujuan untuk mengatasi kekurangan tenaga kerja dengan merekrut karyawan dibidang yang diperlukan untuk mengurangi tekanan operasional(T1,W4).

SIMPULAN

Strategi pemasaran Pabrik Beras CV Cahya Mulya menunjukkan bahwa perusahaan perlu merumuskan strategi yang jelas dan terarah untuk mencapai tujuan bisnisnya. Melalui analisis SWOT, teridentifikasi beberapa kekuatan seperti tim manajemen yang kompeten, infrastruktur yang baik, dan kemitraan yang solid dengan petani lokal. Kekuatan ini dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan yang ada, seperti pemasaran yang masih mengandalkan metode tradisional dan kurangnya inovasi dalam produk. Di sisi lain, perusahaan juga dihadapkan pada ancaman dari pesaing baru dan batasan harga yang tidak stabil. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan mencakup pengembangan pemasaran digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, diversifikasi sumber bahan baku untuk memastikan pasokan yang konsisten serta penerapan strategi yang efektif dan responsive terhadap perubahan pasar akan memungkinkan perusahaan tidak hanya untuk mempertahankan posisinya, tetapi juga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan langkah-langkah yang tepat, Pabrik Beras Cahya Mulya dapat mencapai tujuan bisnisnya dan memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat petani serta industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 1998. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rinneka Cipta
- Ary, D., Jacobs, L.C. & Razavieh, A. 1976. *Pengantar Penelitian Pendidikan*. Terjemahan oleh Arief Furchan. 1982. Surabaya: Usaha nasional
- Cravens, D. W. (2015). *Pemasaran Strategis Jilid 2* (Edisi IV). Jakarta: Erlangga.
- David, F. R. (2007). *Manajemen Strategi* (Edisi 12). Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2007). *Manajemen Strategi* (Edisi 12). Jakarta: Salemba Empat.

- Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2001). *Manajemen Strategis: Daya Saing dan Globalisasi, Konsep Buku I*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2001). *Manajemen Strategis: Daya Saing dan Globalisasi, Konsep Buku I*. Jakarta: Salemba Empat.
- Irawan, M. R. N. (2017). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif Pada PD. BPR. Bank Daerah Lamongan. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1), 40-56.
- Jawa Pos. 22 April 2008. *Wanita Kelas Bawah Lebih Mandiri*, hlm. 3
- Kansil, C.L. 2002. Orientasi Baru Penyelenggaraan Pendidikan Program Profesional dalam Memenuhi Kebutuhan Dunia Industri. *Transpor*, XX(4): 54-5 (4): 57-61
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kumaidi. 2005. Pengukuran Bekal Awal Belajar dan Pengembangan Tesnya. *Jurnal Ilmu Pendidikan*. Jilid 5, No. 4,
- Kuntoro, T. 2006. *Pengembangan Kurikulum Pelatihan Magang di STM Nasional Semarang: Suatu Studi Berdasarkan Dunia Usaha*. Tesis tidak diterbitkan. Semarang: PPS UNNES
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123.
- Mayang, & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58-70.
- Pitunov, B. 13 Desember 2007. Sekolah Unggulan Ataukah Sekolah Pengunggulan ? *Majalah Pos*, hlm. 4 & 11
- Waseso, M.G. 2001. *Isi dan Format Jurnal Ilmiah*. Makalah disajikan dalam Seminar Lokakarya Penulisan artikel dan Pengelolaan jurnal Ilmiah, Universitas Lambungmangkurat, 9-11Agustus