

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SALAD BUAH LUMER DENGAN ANALISIS SWOT

Irfan Maulana Yahya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : irfanmaaulanaa6@gmail.com¹, yuliar@untag-sby.ac.id², nekky@untag-sby.ac.id³,
suyanto@untag-sby.ac.id⁴

ABSTRACT

Analysing and building business development strategies for lumer fruit, as well as creating sales strategies to develop fruit salad business using SWOT and BMC analysis methods as a benchmark to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats of any kind that will be present if you want to start fruit salads business. The ultimate task is to use the SWOT analysis method as a means of formulating and implementing the development of a business on lumer fruit salad, to make a business that is thriving and has a good marketing strategy and economic calculation and is experiencing an increase every year. Based on the results and discussions that have been made then this final task can be concluded that the development of the business strategy of Salad Fruit Lumer should implement the above development strategy. An analysis of internal and external factors showed that the strength factor (S) has a score of 1.78 and the weakness factor (W) has the score of 0.74. Whereas the chance factor (O) scores 1.71 and the threat factor (T) scored 0.96. The overall score of the Internal Strategy Factor Analysis (IFAS) achieved a score of 2.52. This indicates that Lumer Fruit Salad has a great power to face the opportunities and threats that arise, the total score of external strategy factor analysis (EFAS) that has been carried out degradation and rating of 2.67. Indicates that Lumer Fruit Salad is sufficiently responsive or responsive to the opportunities and threats that occur. In addition, Lumer fruit salad needs to create a system in ordering or selling as well as clarify the jobdesk to make it easier to do the work on Lumer Salad. All of these strategies are allocated to SWOT and BMC analysis strategies that are all elements.

Keywords : *Business Development Strategis, Busines Strategis, SWOT Analysis*

Article History

Received: Juli 2024

Reviewed: Juli 2024

Published: Juli 2024

Plagirism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed

under a [Creative](#)

[Commons Attribution-](#)

[NonCommercial 4.0](#)

[International License](#)

PENDAHULUAN

Kebutuhan yang semakin padat dengan banyaknya aktivitas pada setiap individu memerlukan asupan makanan bernutrisi yang memiliki manfaat bagi tubuh, makanan yang ditemukan dipasar beragam dan banyak umum ditemukan bukan ciri khas Indonesia, selain itu harga pasaran juga kebanyakan memiliki nilai jual yang tinggi. Dapat dilihat perkembangan jenis

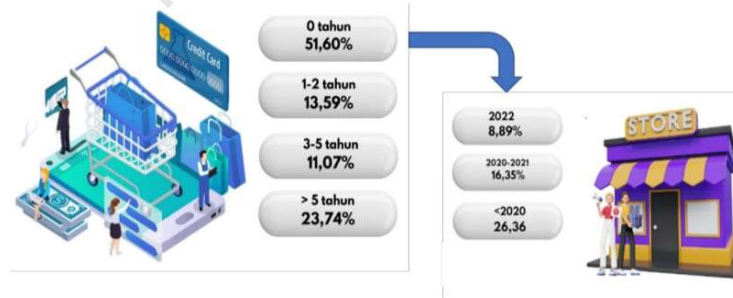
makanan dan minuman menjadi pertimbangan penting dalam membuat usaha baru yang berhubungan dengan makanan dan minuman. Apalagi untuk bisnis makanan pencuci mulut atau disebut juga dengan *dessert*. Hidangan yang disebut dengan istilah *Dessert* disajikan setelah hidangan utama sebagai hidangan penutup. Hidangan *dessert* berupa buah-buahan segar, makanan manis seperti kue maupun dalam bentuk *pudding*, ada beberapa *dessert* yang merupakan tanpa ribet seperti kue maupun tanpa proses pengolahan seperti salad buah.

Salad buah masuk dalam kategori *dessert* yang terbuat dari berbagai macam buah yang biasa dikonsumsi dengan paduan saos yang terbuat dari bahan lain seperti *yogurt*, *mayonnaise* dan keju. Buah-buahan dalam salad buah dikategorikan sebagai salah satu produk pertanian yang sifatnya mudah rusak (busuk), Karena cepat rusaknya bahan makanan Salad buah harus cepat dikonsumsi atau disimpan pada freezer untuk memperkuat waktu konsumsi supaya lebih lama. Salad buah bisa dikonsumsi kapan aja, biasanya sebagai *dessert* atau cemilan. Penyuka salad buah mayoritas berasal dari kelompok orang yang memiliki pola hidup sehat. Penikmat salad buah juga lumayan banyak dari kelompok yang sedang dalam masa diet. Karena pola yang sehat dengan melakukan diet seimbang terkadang ada request tersendiri untuk topping sausnya. Anak-anak hingga lansia juga mengonsumsi salad buah. Mengonsumsi salad buah merupakan alternatif untuk mereka yang kurang suka memakan buah secara langsung. Oleh karena itu, usaha salad buah memiliki peluang yang baik dalam menggunakan strategi penjualan yang tepat dan mengikuti selera pasar.

Menurut Syafrizal & Calam, Masyarakat saat ini mencoba mengonsumsi makanan sehat untuk dijadikan rutinitas untuk mendapatkan tubuh yang sehat. Hal yang dilakukan seharusnya yaitu dengan memilih makanan yang bernutrisi dan segar tanpa menggunakan bahan pengawet. Salah satu makanan sehat yang aman dikonsumsi adalah salad, baik salad buah maupun salad sayur. Karena peluang yang berkemungkinan besar untuk menjalankan bisnis tersebut. Tujuan dalam membuka usaha adalah untuk mendapatkan pendapatan yang maksimal. Salah satu fenomena pencapaian usaha salad buah dengan *e-commerce* yaitu meningkatnya popularitas dan permintaan akan produk tersebut. Dengan adanya platform *e-commerce*, pelanggan dapat dengan mudah memesan dan mengirim salad buah ke rumah mereka tanpa harus pergi ke toko fisik. Hal ini membuat produk salad buah lebih mudah diakses dan meningkatkan penjualan.

Selain itu, dengan adanya *e-commerce*, pemilik usaha salad buah juga dapat mencapai lingkup pasar yang lebih luas melalui lokasi fisik toko mereka. Mereka dapat mengirimkan produk ke berbagai wilayah, sehingga dapat meningkatkan kesadaran merek dan potensi pendapatan. Pada hal lain juga, *e-commerce* memungkinkan pemilik usaha untuk mencapai target pasar yang lebih spesifik melalui strategi pemasaran melalui digital. Dengan demikian, fenomena pencapaian usaha salad buah dengan *e-commerce* adalah adanya peningkatan dalam penjualan, akses pasar yang lebih luas, dan kemudahan dalam mencapai target pasar yang lebih spesifik melalui platform digital. Hal ini membuat usaha salad buah semakin berkembang dan meningkatkan potensi kesuksesannya di pasar.

Gambar 1. Presentase Usaha E-Commerce Menurut Waktu yang Dibutuhkan untuk memulai Penjualan online Tahun 2022



Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan gambar di atas, Badan Pusat Statistik (2022) menguatkan dengan temuan data bahwa usaha *eCommerce* pada tahun 2022 mengalami pertumbuhan yang meningkat sebesar 4,46% menjadi 2.995.986 usaha. Survey ini juga memperkirakan terdapat 8,89% yang sejak awal usaha beroperasi, langsung menerima pesanan atau melakukan penjualan melalui internet secara komersial pada tahun 2022. Melalui survei diatas menampilkan bahwa tidak seluruhnya usaha *eCommerce* dapat beradaptasi dengan cepat beralih/berkembang dari offline ke online. Jika dibandingkan antara tahun mulai beroperasi secara komersial dengan tahun mulai melakukan penjualan secara online akan terlihat perbedaan adaptasi yang dimaksud. Usaha *eCommerce* yang mampu beradaptasi dengan cepat dan langsung beroperasi secara online diperkirakan mencapai 51,60%. Sisanya memerlukan adaptasi yang bervariasi, mulai dari 1-2 tahun (13,59%), 3-5 tahun (11,07%) hingga lebih dari 5 tahun (23,74%).

Pemerintah berharap bahwa perkembangan industri layanan pesan-antar makanan akan menciptakan inovasi baru bagi pelaku UMKM di seluruh Indonesia, memungkinkan mereka untuk berkembang dan meningkatkan kapasitas usaha mereka. Usaha di Kota Surabaya yang sedang berkembang salah satunya adalah di bidang kuliner. Kota Surabaya termasuk salah satu titik wisata di Provinsi Jawa Timur, pemilik usaha di bidang kuliner memberikan peluang besar bagi perekonomian daerah. Kepuasan konsumen tergantung pada layanan e-commerce dengan menyediakan pelayanan kemudahan sistem dalam bertransaksi dan memberikan jasa yang baik dari segi kecepatan serta ketepatan pengantaran kepada konsumen. Kualitas pelayanan jasa online merupakan keunggulan yang dimiliki perusahaan dan kualitas pelayanan dapat menimbulkan komitmen seseorang terhadap bisnis yang sedang dijalankan.

Pada hal tersebut akan fokus pada pengembangan strategi bisnis dari Salad Buah Lumer dalam menghadapi persaingan bisnis usaha salad buah. Untuk itu peneliti merencanakan untuk melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui serta memberikan penjelasan. **“Strategi Pengembangan Bisnis Salad Buah Lumer dengan Analisis SWOT”**.

METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Seperti yang ditau pada umumnya pendekatan kualitatif diartikan sebagai pendekatan menekankan pemahaman mendalam terhadap konteks dan makna yang terkandung dalam data. Selain menggunakan

deskriptif kualitatif, penulis juga menggunakan teori dalam analisis SWOT yang merupakan penilaian berbagai faktor secara sistematis yang berguna untuk merumuskan strategi pemilik usaha Salad Buah Lumer. Analisis pada penelitian ini memanfaatkan logika untuk meningkatkan *Strength* dan *opportunity*, namun disisi lain dapat meminimalkan *Weakness* dan *threat*. Hal tersebut faktor- faktor yang merupakan penting bagi pemilik usaha yang perlu dianalisis dalam kondisi saat ini.

Pada hal ini penelitian menyajikan mengenai strategi pengembangan bisnis salad buah Lumer. Dalam meningkatkan penjualan produk dengan menggunakan metode SWOT untuk menganalisis bauran pemasaran. Serta strategi pengembangan dengan metode *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary*(EFAS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salad Buah Lumer dalam mengelola internal dan eksternal dengan metode analisis SWOT yang merupakan Strategi yang dirumuskan oleh pemilik usaha. Analisis ini berdasarkan dengan logika yang dapat meningkatkan kekuatan dan peluang, namun sekaligus meminimalkannya kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).” (Freddy Rangkuti, 2006:18-19). Adapun strategi pengembangan usaha Salad Buah Lumer dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Analisa Matrik SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan (Strengths) 1. Makanan sehat dan mengandung berbagai vitamin. 2. Produk terjamin dan harga terjangkau. 3. Penyajian sederhana dan cepat. 4. Minat masyarakat terhadap pola hidup sehat.	Kelemahan (Weakness) 1. Harga buah berdasarkan musim. 2. Harga pasar yang kompetitif. 3. Ketersediaan buah terbatas.
	Peluang (Opportunities) 1. Menjadi pilihan untuk menikmati salad buah melalui pesanan online. 2. Kolaborasi dengan petani lokal, pemasok buah. 3. Meningkatkan kesadaran dan	Strategi S-O Strategi W-O 1. Meningkatkan Kesadaran Kesehatan dengan promosi yang tepat dan menarik perhatian masyarakat pada pentingnya pola hidup sehat. 2. Mempertahankan atau meningkatkan kualitas harga yang terjangkau oleh masyarakat. 1. Menjalin kemitraan dengan petani lokal untuk memastikan pasokan buah yang stabil dan berkualitas. 2. Memberikan promosi khusus untuk produk berbasis buah musiman, sehingga harga tetap

minat masyarakat tentang kesehatan.		kompetitif.
Ancaman (Threats) 1. Persaingan dengan usaha serupa. 2. Perubahan trend. 3. Naiknya harga bahan pembuatan Salad Buah Lumer.	Strategi S-T 1. Mempertimbangkan untuk menggunakan bahan lokal yang lebih terjangkau untuk mengurangi biaya dan mendukung komunitas. 2. Mengelola pemasok dan bahan baku dengan baik dapat mengurangi dampak kenaikan harga.	Strategi W-T 1. Meninjau dan optimalkan biaya operasional untuk meminimalisir efek dari kenaikan harga bahan pembuatan Salad Buah Lumer. 2. Menawarkan layanan pengiriman yang cepat dan efisien untuk mengoptimalkan daya saing di pasar.

Sumber : Salad Buah Lumer

Dari Tabel 1 dapat diperhatikan implementasi identifikasi strategi dari faktor internal serta eksternal juga mengenai penentuan alternatif strategi yang akan dijalankan untuk mempengaruhi perkembangan usaha dari Salad Buah Lumer kedepannya. Strategi alternatif tersebut yakni sebagai berikut :

A. Strategi kekuatan-peluang (S-O)

1. Meningkatkan Kesadaran Kesehatan dengan promosi yang tepat dan menarik perhatian masyarakat pada pentingnya pola hidup sehat.
2. Mempertahankan atau meningkatkan kualitas harga yang terjangkau oleh masyarakat.

B. Strategi kelemahan-peluang (W-O)

1. Menjalin kemitraan dengan petani lokal untuk memastikan pasokan buah yang stabil dan berkualitas.
2. Memberikan promosi khusus untuk produk berbasis buah musiman, sehingga harga tetap kompetitif.

C. Strategi kekuatan-ancaman (S-T)

1. Mempertimbangkan untuk menggunakan bahan lokal yang lebih terjangkau untuk mengurangi biaya dan mendukung komunitas.
2. Mengelola pemasok dan bahan baku dengan baik dapat mengurangi dampak kenaikan harga.

D. Strategi kelemahan-ancaman (W-T)

1. Meninjau dan optimalkan biaya operasional untuk meminimalisir efek dari naiknya harga bahan pembuatan Salad Buah Lumer.
2. Menawarkan layanan pengiriman yang cepat dan efisien untuk mengoptimalkan daya saing di pasar.

Berdasarkan kuadaran SWOT diatas, maka strategi yang diterapkan pada pengembangan usaha Salad Buah Lumer adalah strategi SO (Strangths and Opportunities) yakni Meningkatkan Kesadaran Kesehatan dengan promosi yang tepat dan menarik perhatian masyarakat pada pentingnya pola hidup sehat dan Mempertahankan atau meningkatkan kualitas harga yang terjangkau oleh masyarakat. Strategi SO (Strangths and Opportunities) mencoba memanfaatkan keunggulan dalam produk Salad Buah Lumer untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO dapat diartikan sebagai strategi dalam usaha pengembangan Salad Buah Lumer dimasa mendatang agar memiliki dampak positif terhadap keberhasilan bisnis. Dengan menganalisis faktor-faktor ini, organisasi dapat mengidentifikasi strategi yang sesuai untuk memaksimalkan kekuatan mereka, mengurangi kelemahan, menangkap peluang, dan mengatasi ancaman. Analisis SWOT sering dipakai sebagai langkah awal dalam tahapan perencanaan strategi, membantu organisasi memahami titik relatif mereka di pasar dan lingkungan bisnis.

1. Analisis Matrik IFAS

Faktor strategi internal adalah faktor yang nantinya dievaluasi dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang dipunyai.. Analisis matriks IFAS ini digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dan mengetahui peran faktor internal dalam usaha Salad Buah Lumer. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan memperbaiki kelemahan produk yang dimiliki. Analisis matrik IFAS menyatakan peranan usaha Salad Buah Lumer berupa kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot.

Tabel 2. Matriks IFAS

Kekuatan (<i>Strenght</i>)				
Faktor Strategis	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
1. Makanan sehat dan mengandung berbagai vitamin	3	0,162162162	4	0,648648648
2. Produk terjamin dan harga terjangkau	2,5	0,135135135	3	0,405405405
3. Penyajian sederhana dan cepat	2,5	0,135135135	3	0,405405405
4. Minat masyarakat terhadap pola hidup sehat	3	0,162162162	3	0,486486486
Sub Total	11			1,945945458
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)				
1. Harga buah berdasarkan musim	3	0,162162162	1,5	0,24324324
2. Harga pasar yang kompetitif	2,5	0,135135135	2,5	0,33783784
3. Ketersediaan buah terbatas	2	0,108108108	1,5	0,16216216
Sub Total	7,5			0,743243216
Total	18,5	1		2,689188674

Sumber : Salad Buah Lumer

Jumlah nilai pada tabel 2 skor 2,68 didapatkan dari hasil jumlah bobot item x rating faktor kekuatan dan faktor kelemahan yang digunakan sebagai dasar titik kondisi internal pada Salad Buah Lumer. Pada tabel 2 terlihat bahwa kekuatan utama yang dimiliki yaitu makanan sehat dan mengandung berbagai vitamin dengan skor 0,6486. Sedangkan untuk kelemahan utama yaitu Harga buah berdasarkan musim dengan skor sebesar 0,2432.

2. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal

Analisis matriks EFAS ini digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman yang ada pada usaha Salad Buah Lumer dan menilai seberapa penting peranan faktor eksternal yang ada. Hal ini bertujuan untuk melihat peluang dan ancaman agar dapat bersaing dengan para pesaing yang ada. Analisis matriks EFAS menyatakan peranan usaha Salad Buah Lumer berupa peluang dan ancaman yang didapatkan dari hasil rating dan bobot.

Tabel 3 : Matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS)

Peluang (<i>Opportunities</i>)				
Faktor Strategis	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
1. Menjadi pilihan untuk menikmati salad buah melalui pemesanan online	3	0,21428571	4	0,85714286

2. Kolaborasi dengan petani lokal, pemasok buah	2	0,14285714	3	0,42857143
3. Meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat tentang kesehatan	2	0,14285714	3	0,42857143
Sub Total	7			1.71428571
Ancaman (Threats)				
1. Persaingan usaha sejenis	2	0,14285714	1,5	0,21428571
2. Perubahan trend	3	0,21428571	2,5	0,53571429
3. Kenaikan harga bahan baku	2	0,14285714	1,5	0,21428571
Sub Total	7			0,96428571
Total	14	1		2,678571429

Sumber : Salad Buah Lumer

Pada tabel 3 jumlah skor yang dihasilkan yaitu 2,67 yang didapatkan dari penjumlahan bobot item x rating faktor peluang dan faktor ancaman yang digunakan sebagai acuan titik kondisi eksternal pada Salad Buah Lumer. Berdasarkan pada tabel peluang utama yang dimanfaatkan adalah Menjadi pilihan untuk menikmati salad buah melalui pemesanan online dengan nilai sebesar 0,857. Sedangkan ancaman utama yaitu Perubahan trend dengan skor sebesar 0,535.

3. Hasil Analisis Penelitian Salad Buah Lumer

Berdasarkan analisis tabel faktor internal diatas dapat diimplementasikan untuk kekuatan (S) diperoleh skor 1,945 serta kelemahan (W) memperoleh 0,74 skor. Sedangkan faktor peluang (O) skor yang diperoleh 1,71 dan pada faktor ancaman (T) memperoleh 0,96 skor. Sehingga skor IFAS yang di dapat diperoleh sebesar 2,68 dan pada EFAS skor sebesar 2,67. Jumlah nilai dalam analisis faktor strategi internal (IFAS) memperoleh skor 2,68 hal ini menandakan bahwa Salad Buah Lumer memiliki kekuatan yang besar untuk menghadapi peluang dan ancaman yang terjadi, Jumlah skor analisis factor strategi eksternal (EFAS) yang telah dilakukan pembobotan dan rating sebesar 2,67 menunjukkan bahwa Salad Buah Lumer responsif dengan adanya peluang dan ancaman yang terjadi.

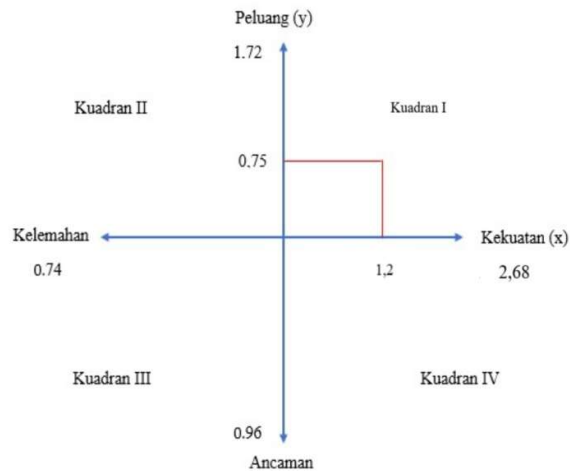
Untuk menetapkan titik kordinat kuadran, dapat dicari dengan cara menghitung selisih dari total faktor kekuatan (S) dengan total faktor kelemahan (W). Kemudian dihitung juga selisih dari total skor peluang (O) dengan total skor ancaman (T) sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{IFAS} &= \text{Total Skor Kekuatan} - \text{Total Skor Kelemahan} \\ &= 1,94 - 0,74 \\ &= 1,2\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{EFAS} &= \text{Total Skor Peluang} - \text{Total Skor Ancaman} \\ &= 1,71 - 0,96 \\ &= 0,75\end{aligned}$$

Hasil perhitungan di atas tersebut kemudian digambarkan dalam kuadran SWOT sebagai berikut :

Gambar 2 : Diagram Kuadran Analisis SWOT
Sumber : Salad Buah Lumer



Pada gambar terimplemebtasikan setelah titik pertemuan diagonal tersebut (X) ditemukan, maka diketahui posisi kuadran I yang menunjukkan bahwa Salad Buah Lumer dilihat pada kekuatan dan peluang dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi tersebut dalam kondisi ini merupakan peendukungkebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Hasil tersebut diperhitungkan dari masing kuadran - kuadran dapat menggambarkan tabel berikut ini :

Tabel 4 : Matrik Dan Prioritas Strategi

KUADRAN	POSISI TITIK		LUAS MATRIK	RANGKING	PRIORITAS STRATEGI	STRATEGI
SO	2,68	1,72	4,60	1	GROWTH	STRATEGI AGRESIF
WO	0,74	1,72	1,27	3	STABILITAS	STRATEGI TURNAROUND
WT	0,74	0,96	0,71	4	PENCIUTAN	STRATEGI DEFENSIF
ST	2,68	0,96	2,57	2	KOMBINASI	STRATEGI DIVERSIFIKASI

Sumber: Salad Buah Lumer

Keterangan :

1. Pada kuadran I (S O Strategi) strategi umum yang bisa diterapkan oleh pengusaha adalah memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada.

2. Pada kuadran II (W O Strategi) pengusaha dapat memanfaatkan kesempatan untuk menciptakan keunggulan dalam memusatkan kegiatan dengan menghindari kelemahan.
3. Pada kuadran III (W T Strategi) meminimalkan kelemahan dalam menghadapi ancaman yang ada.
4. Pada kuadran IV (S T Strategi) menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan perubahan guna menciptakan peluang.

Dari hasil penjabaran diatas, diketahui untuk luas matrik serta prioritas strategi pada tabel 4, maka hasil yang diperoleh pada luas matrik paling besar pada kuadran I dengan luas matrik 4,60. Berikut adalah penjelasan ranking posisi luas matrik yang diperoleh kuadran pada tabel 4, antara lain :

- a. Ranking 1 : Pada kuadran I luas matrik 4,60
- b. Ranking 2 : Pada kuadran IV luas matrik 2,57
- c. Ranking 3 : Pada kuadran II luas matrik 1,27
- d. Ranking 4 : Pada kuadran III luas matrik 0,71

Tabel 5 : Kombinasi Strategi Matrik SWOT

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNES (W)
EFAS	Strategi SO	Strategi WO
OPPORTUNITIES (O)	2,68 + 1,72	0,74+ 1,72
	4,4	2,46
	I	II
THREATS (T)	Strategi ST	Strategi WT
	2,68 + 0,96	0,74+ 0,96
	3,64	1,7
	III	IV

Sumber : Salad Buah Lumer

Hasil pada tabel 5 menunjukkan bahwa SO merupakan awal strategi yang dihasilkan dengan nilai tertinggi 4,4 pada posisi 1 yaitu memanfaatkan kekuatan dan peluang sebesar-besarnya.

4. Hasil Analisis BMC

Gambar 3 : BMC Salad Buah Lumer



Sumber : Salad Buah Lumer

Dari Gambar 3 diatas dapat disimpulkan analisis BMC dalam bisnis salad buah lumer ini meliputi :

1. *Key Partners* adalah hubungan antara mitra bisnis yang membantu dalam memproduksi dan menjual salad buah seperti pemasok buah-buahan, toko plastik serta berbagai toko lainnya.
2. *Key Activities* merupakan aktivitas-aktivitas utama dalam bisnis yang di lakukan oleh pengusaha UMKM, *key activities*. Pada usaha Salad Buah Lumer , *key activities* mencakup dari mulai menjual salad buah, mencatatkan penjualan setiap harinya, serta melaksanakan pemasaran dan distribusi.
3. *Value Propositions* yang dimiliki oleh Salad Buah Lumer meliputi harga yang terjangkau oleh semua kalangan, bahan-bahan yang higienis, salad buah sebagai pilihan makanan sehat dan lezat, serta penggunaan bahan baku berkualitas tinggi..
4. *Customer Relationships* adalah menjalin sebuah hubungan kepada pelanggan untuk menjaga loyalitas terhadap sebuah usaha, dan memberikan promosi terhadap pelanggan prioritas.
5. *Customer Segment* pada usaha Salad Buah Lumer target produk mencakup semua kelompok usia mulai anak-anak hingga orang tua. Salad buah Lumer menargetkan seluruh kalangan sebagai konsumen produk mereka, karena Salad Buah Lumer dapat dinikmati oleh semua kelompok usia.
6. *Key Resources* usaha UMKM salad buah Lumer meliputi peralatan masak yang digunakan untuk memproduksi Salad Buah Lumer, akses internet untuk memasarkan produk dan kendaraan.
7. *Channel* pada salad buah Lumer ini menggunakan media online seperti pemasaran d melalui media social (WhatsApp dan Instagram) supaya mudah di jangkau oleh konsumen.

8. *Cost Structure* menggambarkan biaya yang dikeluarkan untuk pengoperasian bisnis salad buah seperti pengadaan barang, transportasi serta biaya yang diperlukan dalam produksi.
9. *Revenue Streams* yang dimiliki bisnis salad buah ini berasal dari keuntungan yang didapatkan atas penjualan salad buah sehingga dapat memberikan keuntungan dan masuk kedalam kas bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan analisa hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penetapan strategi pengembangan CV Putri Raja dengan pendekatan analisa SWOT yaitu :

1. Hasil analisis SWOT pada penelitian ini dengan koordinat (1,72 : 2,68) atau berada pada posisi kuadran I. Strategi Salad Buah Lummer berada pada kuadran I yang berarti memiliki posisi kompetitif yang kuat. Strategi yang sesuai untuk usaha salad buah lumer dengan kondisi perumbuhan yaitu strategi SO (strenght dan opportunities). Sangat berpeluang bagi Salad Buah Lumer. Dengan hasil pada kuadran I yang menunjukkan bahwa Salad Buah Lumer memiliki kekuatan dan peluang untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dalam kondisi ini, strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).
2. Dari hasil analisis pada pengembangan strategi usaha Salad Buah Lumer perlu menerapkan strategi pengembangan yang ada di atas. analisis faktor internal dan faktor eksternal memberikan hasil faktor kekuatan (S) mempunyai skor 1,94 dan kelemahan (W) dengan skor 0,74. Sedangkan faktor peluang (O) mempunyai skor 1,71 dan faktor ancaman (T) dengan skor 0,96. Sehingga skor IFAS yang di dapat yaitu sebesar 2,68 dan skor EFAS sebesar 2,67. Total skor analisis faktor strategi internal (IFAS) memperoleh skor 2,68. Hal ini menandakan bahwa Salad Buah Lumer memiliki kekuatan yang besar untuk menghadapi peluang dan ancaman yang ada, Jumlah skor analisis factor strategi eksternal (EFAS) yang telah dilakukan pembobotan dan rating sebesar 2,67.
3. Strategi pengembangan dengan metode BMC menunjukkan bahwa Salad Buah Lumer cukup tanggap dengan adanya peluang dan ancaman yang terjadi Selain itu Salad Buah Lumer perlu membuat sistem dalam pemesanan atau penjualan serta memperjelas jobdesk untuk mempermudah dalam melakukan pekerjaan pada Salad Buah Lumer. Semua strategi ini dialokasikan pada semua elemen BMC. Elemen yang mendukung untuk meningkatkan value tersendiri dan menjaga konsumen untuk selalu meninggalkan respon baik seelah mengkonsumsi Salad Buah Lumer.

Saran

Berdasar pada kesimpulan diatas, maka dapat penulis rekomendasikan sebagai berikut :

1. Bagi Salad Buah Lumer
Mempertahankan kualitas produk dan terus berinovasi untuk varian menu Salad Buah Lumer, selain itu pemilik usaha dapat memanfaatkan media sosial dan interaksi langsung untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, karena memungkinkan perusahaan untuk menjaga komunikasi jangka panjang dengan mendengarkan langsung keluhan, kritik, dan

saran dari pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi, selanjutnya dan diharapkan dapat lebih berinovasi terhadap penambahan variabel atau memodifikasi variabel sehingga dapat mencangkup lebih luas dalam menambah wawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, F., Tasa, N.N., Nurhasanah, S., Oktaviani, S., & Putri, A.M. (2021). Penerapan Analisis Swot Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Seblak dan Baso Aci Wak Acan Pekanbaru). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2904-2910.
- Anhar, ZS, & Marsasi, EG (2022). Strategi Mempertahankan Bisnis Pada Toko Kue Balok Parikesit Sisingamangaraja Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(2), 216-228.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., ... & Bancin, J. B. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Backstrand, J., Suurmond, R., Van Raaij, E., & Chen, C. (2019). *Purchasing process models : Inspirationfor teaching purchasing and supply menegement. Journa of Purchasing andSupply Management*, 25(5). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1478409219300858>
- Hafiz, Z. H., Chandra, D. S. A., Atalia, L., Wardani, A., & Resmaliana, R. (2023). Analisis Bisnis Model Canvas Pada UMKM (Studi Kasus : Salad Buah Kak Yunie , Kota Tanjungpinang). *Journal Of Social Science Research*, 3(4).
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) Dan Swot Analysis Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*. <https://doi.org/10.30871/jaba.v5i2.2969>
- Indonesia, B. P. S. (2023, September 18). *Statistik eCommerce 2022/2023*. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/09/18/f3b02f2b6706e104ea9d5b74/statistik-ecommerce-2022-2023.html>
- Mahendra, A. H. I., & Asmawi. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Gantra Betta Fish Tulungagung Dalam Perspektif Swot dan BMC. *Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4). <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.749>
- Putra, Muhammad Devrian Adi, Heny K. Suwarsinah, and Tanti Novianti. 2019. "Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)." *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 5(3).
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-223.
- Syafrizal, S., & Calam, A. (2022). Nuansa Pendidikan Berwirausaha Salad Buah Keju Sebagai Program Usaha Ekonomi Bagi Siswa SMK PAB 7 Lubuk Pakam. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).