

INOVASI PRODUK DAN PEMASARAN DIGITAL: ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ROTI FAMILY ANDRE

Danisa Timur Alyasari^{1*}, Edy Djoko Soeprajitno², Sigit Ratnanto³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

danisatimur8@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 26/06/2026

Tanggal Revisi : 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

This study aims to analyze the role of product innovation and digital marketing in increasing sales at Family Andre Bakery and to formulate appropriate business development strategies through SWOT analysis. This research employed a qualitative descriptive approach using a case study method. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving business owners, employees, and consumers. The findings indicate that product innovation has been implemented through product diversification, improvement of raw material quality, and packaging enhancement. Digital marketing has been conducted through social media platforms, particularly WhatsApp and Facebook, although its implementation remains suboptimal. SWOT analysis revealed an IFAS score of 2.60 and an EFAS score of 2.95, obtained coordinate points of 0,10 and 0,45, so that the business in Quadrant I. The novelty of this study lies in integrating product innovation and digital marketing through a SWOT approach to formulate development strategies for local bakery SMEs.

Keywords: Product Innovation, Digital Marketing, Sales, SWOT Analysis, SMEs

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan peran inovasi produk dan pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan di Usaha Roti Family Andre serta menyusun strategi pengembangan usaha berdasarkan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data tersebut didapat dengan cara mengamati, bertanya, dan mencatat berbagai informasi yang melibatkan para pemilik bisnis, karyawan, serta konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dilakukan dengan cara membuat variasi produk, meningkatkan kualitas bahan-bahan yang digunakan, serta memperbaiki desain kemasan. Pemasaran digital dilakukan dengan menggunakan media sosial, terutama WhatsApp dan Facebook, meskipun penggunaannya hingga kini masih belum cukup efektif. Hasil analisis SWOT menunjukkan skor IFAS sebesar 2,60 dan EFAS sebesar 2,95, diperoleh titik koordinat 0,10 dan 0,45, sehingga usaha tersebut berada di Kuadran I. Inovasi penelitian ini fokus pada penggabungan inovasi produk dan pemasaran digital dengan cara menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) untuk menyusun strategi pengembangan usaha kecil menengah (UMKM) pembuatan roti.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Pemasaran Digital, Penjualan, SWOT, UMKM

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi membuat cara masyarakat mendapatkan informasi dan membeli barang berubah. Perubahan ini mendorong para pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar bisa tetap bersaing dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif. Perkembangan teknologi informasi membuat cara masyarakat mendapatkan informasi dan membeli barang berubah. Perubahan ini mendorong para pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar bisa tetap bersaing dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif [1]. Salah satu cara yang bisa diterapkan adalah dengan melakukan inovasi pada produk dan menggunakan strategi pemasaran digital yang berdampak baik [2]. Inovasi produk adalah usaha perusahaan untuk menciptakan atau memperbaiki produk agar memberikan manfaat lebih bagi pelanggan dan mengikuti kebutuhan pasar yang terus berubah [3].

Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan inovasi pada produk dan memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal [4]. Inovasi produk adalah usaha perusahaan untuk menciptakan atau memperbaiki produk agar memberikan manfaat lebih bagi pelanggan dan mengikuti kebutuhan pasar yang terus berubah. Inovasi bisa dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produk, menambah variasi produk, memperbaiki kemasan, atau membuat produk baru yang sesuai dengan selera konsumen [5]. Kemampuan usaha untuk melakukan inovasi sangat penting untuk menjaga kelangsungan usaha dan meningkatkan daya saing.

Selain pengembangan produk baru, pemasaran secara digital semakin menjadi bagian penting dalam berbagai kegiatan usaha saat ini. Pemasaran digital adalah cara beriklan yang menggunakan teknologi dan internet untuk mencapai lebih banyak orang dengan lebih efektif [6]. Menggunakan media sosial sebagai alat promosi memberi kesempatan besar bagi UMKM untuk meningkatkan ketenaran produk dan memperkuat keberadaan bisnis di pasar [7]. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengembangan produk baru dapat meningkatkan kemampuan kompetitif dan memengaruhi keputusan beli konsumen [8]. Penelitian lain menunjukkan bahwa inovasi produk dapat meningkatkan ketetapan pelanggan dan mendorong naiknya penjualan bisnis [9]. Pemasaran digital juga membantu memperbesar pasar yang dituju dan membuat promosi usaha kecil menengah lebih efektif [10]. Penelitian lain menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran bisa mempengaruhi ketertarikan beli dan keputusan konsumen dalam membeli produk [11]. Meskipun begitu, penelitian sebelumnya masih banyak yang membahas inovasi produk dan pemasaran digital secara terpisah. Penelitian yang menggabungkan kedua variabel tersebut dengan metode analisis SWOT dalam bisnis roti skala UMKM masih cukup sedikit [12]. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan inovasi pada produk dan memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal.

Usaha roti keluarga Andre adalah salah satu bisnis keluarga yang memproduksi roti dan sudah berjalan selama lebih kurang 26 tahun. Usaha ini membuat berbagai jenis makanan seperti roti pukis, roti lapis yang enak, dan roti kacang yang hanya terdapat di musim tertentu. Meski produk berkualitas dan memiliki pelanggan yang tetap, usaha ini masih menghadapi beberapa kesulitan, seperti kurangnya tenaga kerja, alat produksi yang tidak memadai, serta pemasaran online yang belum dilakukan dengan baik. Kebaruan penelitian ini penelitian ini terdapat pada penggabungan antara inovasi pengembangan produk baru dan pemasaran digital dalam satu penelitian, dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk menyusun strategi yang dapat meningkatkan penjualan pada usaha pembuatan roti lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran inovasi produk dan pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan serta merumuskan strategi pengembangan usaha melalui analisis SWOT pada usaha roti Family Andre.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami dengan lebih dalam tentang inovasi produk dan strategi pemasaran digital yang dilakukan dalam upaya meningkatkan penjualan di usaha roti Family Andre. Pendekatan kualitatif dipilih karena bisa menjelaskan peristiwa secara rinci berdasarkan pengalaman dan persepsi dari informan yang secara langsung terlibat dalam kegiatan usaha tersebut [13]. Penelitian kualitatif menghasilkan data berupa deskripsi yang terdiri dari kalimat tertulis atau ucapan dari orang-orang serta perilaku yang diamati [14].

Analisis data dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan pembuatan kesimpulan, sesuai dengan pendekatan yang dijelaskan oleh Miles, Huberman, dan Saldana [15]. Untuk memperkuat hasil penelitian, dilakukan analisis SWOT yang bertujuan mengenali faktor-faktor yang ada di dalam dan luar usaha, sehingga bisa dibuat strategi pengembangan yang tepat [12].

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengamatan, wawancara, dan penelusuran dokumen yang dilakukan di Usaha Roti Family Andre, ditemukan beberapa temuan yang berkaitan dengan inovasi produk, pemasaran digital, serta strategi pembangunan usaha yang dianalisis melalui metode SWOT. Usaha roti keluarga Andre adalah usaha yang dimulai sejak tahun 2000-an dan sudah berjalan selama sekitar 26 tahun. Usaha ini pertama kali didirikan oleh orang tua pemiliknya, lalu diteruskan oleh generasi berikutnya. Produk yang dihasilkan mencakup roti pukis, roti lapis yang manis, serta roti kacang, dan produksinya dilakukan secara musiman khusus pada bulan Ramadan. Kapasitas produksi bisnis ini cukup besar karena setiap harinya mampu menghasilkan ribuan produk.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa produk yang paling disukai oleh konsumen adalah roti lapis yang manis, berbentuk bulat, dan tersedia dalam dua rasa yaitu stroberi dan melon. Permintaan yang tinggi terhadap produk itu menunjukkan bahwa beragam rasa dan bentuk produk menjadi salah satu hal yang memengaruhi keinginan beli konsumen.

Inovasi Produk Berbasis Kebutuhan Pasar

Penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh usaha roti Family Andre bertujuan memenuhi kebutuhan dan harapan para pelanggannya. Inovasi dilakukan dengan menyesuaikan tren pasar yang sedang berkembang dan memperhatikan kebutuhan konsumen terhadap berbagai varian produk.

Beberapa bentuk inovasi yang dilakukan mencakup pengembangan berbagai rasa, peningkatan kualitas bahan-bahan yang digunakan, serta perbaikan desain kemasan produk agar lebih menarik dan bisa menjaga kualitas produk tetap baik.

Penerapan inovasi itu menunjukkan bahwa usaha tersebut menggunakan pendekatan orientasi pasar, yaitu memprioritaskan kebutuhan konsumen sebagai dasar dalam membuat keputusan bisnis. Oleh karena itu, inovasi produk tidak hanya menjadi cara untuk mengembangkan produk, tetapi juga sebagai cara untuk menjaga kelangsungan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat.

Inovasi Produk Meningkatkan Penjualan

Penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk baru berdampak baik pada peningkatan jumlah penjualan. Setiap kali usaha memperkenalkan produk baru atau mengembangkan rasa, pesanan biasanya semakin banyak. Ini menunjukkan bahwa konsumen sangat tertarik pada produk yang menawarkan berbagai pilihan dan pembaruan.

Penjualan yang meningkat setelah adanya inovasi produk menunjukkan bahwa strategi inovasi berhasil memberikan manfaat tambahan kepada konsumen. Semakin banyak produk yang ditawarkan, semakin besar kesempatan bisnis untuk menarik konsumen baru serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Peran Pemasaran Digital dalam Memperluas Jangkauan Pasar

Penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital melalui WhatsApp dan Facebook berhasil membantu memperluas pasar usaha. Konsumen tahu ada produk itu tidak hanya karena teman atau keluarga merekomendasikannya, tetapi juga karena iklan yang ditayangkan di media sosial.

Media sosial memberikan kesempatan bagi usaha untuk mencapai lebih banyak konsumen, tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Sebagai hasilnya, pemasaran digital berfungsi sebagai sarana komunikasi dan alat promosi yang bisa meningkatkan kemudahan dikenalnya produk di pasar.

Pemasaran Digital Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Selain memperluas pasar, pemasaran digital juga membantu memengaruhi pilihan belanja konsumen. Informasi produk yang ditampilkan di media sosial dapat menarik perhatian pembeli dan mendorong mereka untuk membeli.

Promosi lewat platform digital membantu konsumen mendapatkan informasi tentang produk, harga, dan variasi rasa yang ada. Kondisi itu menunjukkan bahwa pemasaran digital sangat penting dalam membentuk ketertarikan dan keputusan beli konsumen.

Pemasaran Digital Belum Optimal

Meskipun memiliki manfaat yang baik, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan pemasaran digital belum cukup baik. Konten iklan yang digunakan masih hanya foto produk biasa tanpa ada rencana visual yang jelas dan terorganisir. Selain itu, usaha tersebut belum memanfaatkan berbagai fitur pemasaran digital secara optimal untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Kondisi itu menjadi salah satu kekurangan yang harus diperbaiki agar pemasaran digital bisa memberikan hasil yang lebih baik dalam meningkatkan penjualan.

Analisis SWOT Usaha

Hasil pengecekan faktor dalam menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha terdapat pada kualitas produk yang bagus, harga yang murah, penggunaan media sosial, serta adanya pelanggan yang setia. Di sisi lain, ada beberapa kelemahan dalam usaha tersebut, seperti keterbatasan jumlah karyawan, promosi yang belum cukup efektif, merek yang belum kuat, serta alat produksi yang masih terbatas.

Faktor di luar usaha menunjukkan peluang bisnis berasal dari semakin tingginya penggunaan media sosial, trend belanja online, pertumbuhan marketplace, serta kesempatan bekerja sama dengan pengaruh pemimpin tren. Ancaman yang dihadapi mencakup persaingan bisnis yang semakin ketat, perang harga, perubahan selera konsumen, serta perubahan cara kerja algoritma media sosial.

Tabel 1. Matriks IFAS (Internal)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Produk Berkualitas	0,15	4	0,60
Harga Terjangkau	0,10	3	0,30
Pemanfaatan Media Sosial	0,10	3	0,30
Pelanggan Tetap	0,10	3	0,30
Konten tidak Konsisten	0,15	2	0,30

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
SDM Terbatas	0,10	2	0,20
Promosi Kurang Maksimal	0,15	2	0,30
Branding Lemah	0,15	2	0,30
Total IFAS = 2,60			

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Tabel 2. Matriks EFAS (Eksternal)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Penggguna media sosial tinggi	0,20	4	0,80
Tren belanja online	0,15	4	0,60
Perkembangan marketplace	0,15	3	0,45
Peluang kolaborasi influencer	0,10	3	0,30
Persaingan usaha tinggi	0,15	2	0,30
Perang harga	0,10	2	0,20
Perubahan tren konsumen	0,10	2	0,20
Algoritma media sosial	0,05	2	0,10
Total EFAS = 2,95			

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Pembahasan

Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan

Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi pada produk berperan penting dalam meningkatkan penjualan di usaha roti Family Andre. Inovasi yang dilakukan mencakup pembuatan variasi rasa, peningkatan kualitas bahan-bahan yang digunakan, dan perbaikan desain kemasan produk. Inovasi itu dilakukan karena kebutuhan dan selera konsumen terus berubah dan berkembang. Temuan ini menunjukkan bahwa usaha tersebut menggunakan pendekatan yang fokus pada pasar, yakni dengan mengutamakan kebutuhan pelanggan sebagai dasar dalam merancang produk.

Roti lapis yang lezat dengan rasa stroberi dan melon menjadi produk yang paling disukai oleh para pelanggan. Minat beli konsumen terhadap produk itu semakin tinggi, yang menunjukkan bahwa inovasi produk berhasil membuatnya lebih menarik dibandingkan produk yang tidak mengalami perbaikan atau pengembangan. Selain itu, inovasi yang dilakukan juga membuat jumlah pesanan meningkat setiap kali produk baru diperkenalkan kepada konsumen.

Selain itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa setiap kali ada pengembangan produk atau penambahan pilihan rasa, jumlah pesanan biasanya meningkat. Kondisi ini menunjukkan bahwa inovasi produk berdampak langsung pada peningkatan penjualan. Konsumen biasanya lebih suka produk yang menyediakan variasi dan pengalaman baru dibandingkan produk yang tidak berkembang. Oleh karena itu, membuat inovasi produk menjadi salah satu cara penting untuk meningkatkan ke menariknya produk serta memperkuat letak usaha di tengah persaingan yang semakin sengit.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa membuat produk baru adalah salah satu cara penting untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing dan meningkatkan kemampuan usaha untuk bersaing. Dengan terus mengadakan inovasi, bisnis bisa menjaga pelanggan yang sudah ada sekaligus menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, inovasi produk terbukti menjadi faktor utama yang berpengaruh pada peningkatan penjualan di Usaha Roti Family Andre.

Peran Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Penjualan

Penelitian menunjukkan bahwa menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk pemasaran digital membantu meningkatkan penjualan secara positif. Konsumen mendapatkan informasi tentang produk melalui media sosial, sehingga membuat mereka lebih mudah mengetahui berbagai jenis produk, harga, dan cara mememesannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelanggan, terdapat sebagian orang yang mengetahui produk Roti Family Andre melalui media sosial Facebook dan juga melalui aplikasi WhatsApp. Media sosial berperan sebagai alat komunikasi yang baik dalam menyampaikan informasi tentang produk kepada orang-orang. Media

sosial memungkinkan bisnis untuk mempromosikan produk secara berkelanjutan tanpa perlu menghabiskan banyak uang untuk iklan.

Selain membantu memperluas pasar, pemasaran digital juga berdampak pada keputusan beli konsumen. Informasi yang disampaikan melalui media sosial bisa membuat konsumen tertarik dan mendorong mereka untuk mencoba produk yang ditawarkan. Dalam konteks ini, pemasaran digital bukan hanya berperan sebagai sarana memberi informasi, tetapi juga sebagai cara untuk meyakinkan orang-orang agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Pemasaran digital bukan hanya cara untuk menyebarkan informasi, tetapi juga jadi cara berkomunikasi antara para pelaku bisnis dan pembeli. Media sosial membantu bisnis mencapai lebih banyak konsumen tanpa perlu menghabiskan banyak biaya iklan. Dengan semakin banyak orang menggunakan internet dan media sosial, pemasaran digital menjadi cara yang tepat bagi pelaku UMKM untuk diterapkan.

Temuan penelitian juga menyebutkan bahwa iklan yang diumumkan melalui media sosial bisa mengubah pilihan belanja konsumen. Konsumen mengatakan mereka tertarik untuk membeli produk setelah melihat iklan yang disiarkan lewat internet. Ini menunjukkan bahwa pemasaran digital bisa memengaruhi cara orang memandang produk dan mendorong mereka untuk membelinya.

Keterbatasan Pemasaran Digital

Meski pemasaran digital membantu meningkatkan penjualan, cara penerapannya belum maksimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten promosi yang digunakan masih hanya berupa foto produk sederhana tanpa adanya konsep visual yang menarik. Selain itu, usaha tersebut belum memanfaatkan sepenuhnya berbagai fitur pemasaran digital, seperti video promosi, konten interaktif, pemasaran melalui marketplace, serta kolaborasi dengan influencer.

Keterbatasan itu tampak karena belum ada strategi pembuatan konten yang terencana, seperti penggunaan video iklan, desain grafis yang menarik, atau penggunaan fitur-fitur media sosial lainnya. Meski saat ini berada di era digital, kualitas konten tetap menjadi salah satu hal penting yang memengaruhi keberhasilan promosi produk. Konten yang semakin menarik dan berkualitas akan memberi kesempatan yang lebih besar bagi konsumen untuk memperhatikan produk yang sedang dipromosikan.

Selain itu, usaha tersebut belum memanfaatkan platform digital lain seperti Instagram, TikTok, marketplace, atau kerja sama dengan influencer yang kini sering digunakan untuk memperlebar cakupan pemasaran. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesempatan besar untuk meningkatkan keberhasilan pemasaran digital dengan membuat strategi promosi yang lebih kreatif dan inovatif.

Oleh karena itu, perlu ditingkatkan kemampuan dalam mengelola pemasaran digital agar usaha bisa memanfaatkan teknologi dengan lebih baik. Pembuatan konten yang menarik, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan pasar target diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan konsumen serta berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan.

Kondisi itu membuat kemampuan pemasaran digital belum bisa memberikan hasil yang terbaik. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pengembangan pemasaran digital yang lebih terorganisir dengan membuat konten yang kreatif, konsisten, dan mampu menarik perhatian pembeli. Dengan demikian, pemasaran digital bisa membantu meningkatkan penjualan bisnis dengan cara yang lebih efektif.

Analisis SWOT dalam Pengembangan Usaha

Analisis SWOT dilakukan untuk mengenali faktor-faktor dari dalam dan luar yang memengaruhi pertumbuhan usaha roti Family Andre. Penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha terletak pada kualitas produk yang bagus, harga yang murah, produk yang selalu segar, serta adanya inovasi rasa yang disukai oleh para pembeli. Faktor-faktor itu menjadi kelebihan yang bisa membantu meningkatkan kemampuan usaha bersaing.

Dari segi kekuatan, usaha memiliki produk berkualitas, harga yang terjangkau, produk yang selalu segar, serta inovasi rasa yang disukai oleh para pembeli. Kekuatan tersebut menjadi dasar penting untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kemampuan bisnis dalam bersaing. Semua penting berkualitas dan harga yang bisa memuaskan konsumen merupakan faktor yang sangat kepuasan pelanggan.

Pada faktor eksternal, peluang usaha berasal dari perkembangan teknologi digital, tingginya media media sosial, meningkat akan meningkat berbarbar, berbarbar Peluang ini bisa digunakan untuk memperlebar lingkup promosi dan menambah jumlah pembeli.

Di sisi lain, usaha masih mengalami beberapa kekurangan, seperti kurangnya tenaga kerja, alat produksi yang tidak memadai, promosi yang belum cukup baik, serta brand yang belum kuat. Kekurangan tersebut menghalangi peningkatan kapasitas produksi dan pengembangan pasar.

Dari sudut pandang luar, peluang yang paling besar datang dari penggunaan media sosial yang tinggi, pertumbuhan marketplace, tren belanja online, serta kesempatan bekerja sama dengan influencer. Sementara itu, ancaman yang dihadapi mencakup persaingan bisnis yang semakin sengit, persaingan harga, perubahan selera konsumen, serta perubahan algoritma media sosial yang tidak menentu.

Analisis Posisi Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS, diperoleh nilai IFAS sebesar 2,60 dan nilai EFAS sebesar 2,95. Perhitungan koordinat SWOT dilakukan dengan rumus:

$$X = \text{IFAS} - 2,5$$

$$X = 2,60 - 2,50 = 0,10$$

$$Y = \text{EFAS} - 2,5$$

$$Y = 2,95 - 2,50 = 0,45$$

Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh titik koordinat SWOT dengan nilai (0,10 ; 0,45). Posisi tersebut menempatkan Usaha Roti Family Andre ke dalam Kuadran I, yang merupakan strategi agresif atau strategi pertumbuhan.

Posisi kuadran I menunjukkan bahwa usaha memiliki daya dukung di dalam yang cukup baik dan mendapat bantuan dari peluang di luar yang besar. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha sedang dalam situasi yang menguntungkan, sehingga punya peluang besar untuk berkembang dengan menerapkan strategi ekspansi dan pertumbuhan usaha.

Strategi SWOT dalam Meningkatkan Penjualan

Strategi SO (Strength–Opportunity)

Strategi SO dilakukan dengan mempergunakan kekuatan usaha untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang bisa digunakan adalah meningkatkan promosi secara digital dengan menekankan kualitas produk, harga yang murah, serta inovasi rasa melalui media sosial. Selain itu, usaha juga bisa memperluas pasar dengan menggunakan marketplace dan platform digital lainnya.

Strategi WO (Weakness–Opportunity)

Strategi WO dilakukan dengan memanfaatkan kesempatan yang ada untuk mengatasi kelemahan bisnis. Beberapa upaya yang bisa dilakukan di antaranya adalah meningkatkan kualitas konten iklan digital, memperkuat identitas merek produk, serta meningkatkan kemampuan produksi secara bertahap agar dapat memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat.

Strategi ST (Strength–Threat)

Strategi ST dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan usaha untuk menghadapi ancaman yang ada. Strategi ini bisa dijalankan dengan tetap menjaga kualitas barang, mempertahankan harga yang terjangkau, serta meningkatkan rasa setia pelanggan agar bisa saling bersaing dengan bisnis yang sama.

Strategi WT (Weakness–Threat)

Strategi WT adalah strategi bertahan yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari bahaya. Strategi yang bisa dilakukan adalah dengan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, memperbaiki peralatan produksi secara bertahap, serta meningkatkan keterampilan para pekerja agar usaha tetap bisa bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Integrasi Inovasi Produk dan Pemasaran Digital

Berdasarkan penelitian, inovasi produk dan pemasaran digital adalah dua cara yang saling mendukung untuk meningkatkan penjualan. Inovasi produk membantu menciptakan nilai lebih dan menarik perhatian pelanggan, sedangkan pemasaran digital membantu memperluas pasar dan meningkatkan keefektifan iklan.

Gabungan kedua strategi itu berhasil meningkatkan kemampuan usaha untuk bersaing dan membuka peluang tumbuh lebih besar. Oleh karena itu, Usaha Roti Family Andre harus terus melakukan inovasi produk secara terus menerus dan memperbaiki strategi pemasaran digital agar bisa meningkatkan penjualan serta menjaga kelangsungan usaha dalam waktu yang lebih lama.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari peran inovasi produk dan pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan di usaha roti Family Andre, serta mengembangkan strategi untuk memajukan usaha melalui analisis SWOT. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dengan mengembangkan berbagai rasa, meningkatkan kualitas bahan-bahannya, dan memperbaiki desain kemasannya berhasil meningkatkan ketertarikan pembeli serta jumlah penjualan. Selain itu, pemasaran digital lewat WhatsApp dan Facebook

membantu memperluas pasar dan memengaruhi pilihan belanja konsumen, meskipun cara penerapannya belum sempurna.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha adalah kualitas produk yang bagus, harga yang murah, dan adanya pelanggan yang setia. Kelemahan dari usaha tersebut adalah kurangnya tenaga kerja yang cukup, peralatan produksi yang masih kurang memadai, promosi yang belum cukup baik, serta kekuatan merek yang masih rendah. Peluang terbesar datang dari pertumbuhan pemasaran digital dan penggunaan media sosial yang semakin tinggi, sementara ancaman utama datang dari persaingan usaha yang semakin ketat serta kenaikan harga bahan baku.

Berdasarkan perhitungan matriks IFAS dan EFAS, diperoleh nilai 2,60 dan 2,95, sehingga usaha tersebut berada di Kuadran I yang menunjukkan strategi agresif. Posisi ini menunjukkan bahwa usaha memiliki kesempatan besar untuk tumbuh dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang pasar yang ada.

Untuk kebaruan dalam penelitian ini adalah menggabungkan inovasi atau pengembangan produk baru dengan strategi pemasaran digital dalam satu penelitian, menggunakan pendekatan SWOT untuk usaha pembuatan roti skala UMKM. Secara teoritis, penelitian ini memperjelas pentingnya inovasi produk dan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan. Secara nyata, hasil penelitian bisa menjadi patokan bagi para pengusaha UMKM dalam merancang strategi pengembangan usaha yang lebih efektif. Penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan pendekatan kuantitatif atau gabungan kuantitatif dan kualitatif dengan fokus penelitian yang lebih luas agar bisa mendapatkan hasil yang lebih menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler P, Keller KL. Marketing management. pearson education, Inc; 2016.
- [2] Tjiptono F. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset; 2015.
- [3] Kottler K, Chernev J, Shainesh. MARKETING MANAGEMENT. 16th ed. 2022.
- [4] Kotler P, Keller KL, Ancarani F, Costabile M. Marketing management 14/e. pearson; 2019.
- [5] Waluyo, yahya, Angga, Tian, Ria I. inovasi dan pengembangan produk pangan. Malang: UB Press; 2021.
- [6] Chaffey F. Digital Marketing. United Kingdom: 2019.
- [7] Ryan C. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation. London: Great Britain and The United States; 2019.
- [8] Susanto GM. The power of Digital marketing. Elex Media Komputindo; 2017.
- [9] Nikmah SL. Peran Inovasi Produk Kue Tart Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Sasy Cook & Cake Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri 2023.
- [10] Putri WS. INOVASI PRODUK KUE PIA DI TOKO MONY PIA DAN BAKERY AMPANA. Oikonomia J Manag Econ Account 2023;1:1–6.
- [11] Hadi DF, Zakiah K. Strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi. strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi. Competitive 2021;16:32–41.
- [12] David. Strategic Management: Concepts and Cases (13th ed.). 13th ed. 2019.
- [13] Sugiyono MPP, Kuantitatif P. Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta. Cet Vii 2020.
- [14] Moleong LJ, Surjaman T. Metodologi penelitian kualitatif 2019.
- [15] Miles MB, Huberman AM, Saldana J. Qualitative data analysis: A methods sourcebook. (No Title) 2018.