



ANALISIS SWOT DAN REKOMENDASI STRATEGIS UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING STUDI KASUS USAHA BAKSO MAS WAHYU

Zainarti

zainarti60mm@gmail.com

Dosen Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Nada Sausan Adha Fili

nadasausanadha@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Afiyah Dwi Astri

afiyahdwiastri@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Muhammad Alwi Hasibuan

alwihasibuan1234@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jl. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20235

Korespondensi penulis: *zainarti60mm@gmail.com*

Abstrak. *Abstract. This research aims to increase the competitiveness of the Bakso Mas Wahyu business through SWOT analysis and strategic recommendations. SWOT Analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) With this analysis, companies can find out internal strengths and weaknesses as well as external opportunities and threats that can influence business success. SWOT analysis will help identify four main components that influence the competitiveness of Bakso Mas Wahyu: strengths, weaknesses, opportunities and threats. This research uses a qualitative approach with a case study method to explore it. The case study was chosen because it allows researchers to obtain in-depth and comprehensive information about the Bakso Mas Wahyu business, including the strengths, weaknesses, opportunities and threats it faces. Based on the SWOT analysis and strategic recommendations that have been carried out for the Bakso Mas Wahyu business, it can be concluded that Bakso Mas Wahyu has great potential to continue to grow and develop in the market.*

Keywords: *SWOT analysis, strategic, competitiveness*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing usaha Bakso Mas Wahyu melalui analisis SWOT dan rekomendasi strategis. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) Dengan analisis ini, perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Analisis SWOT akan membantu mengidentifikasi empat komponen utama yang mempengaruhi daya saing Bakso Mas Wahyu: kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mendalaminya. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang mendalam dan komprehensif mengenai usaha Bakso Mas Wahyu, termasuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapinya. Berdasarkan analisis SWOT dan rekomendasi strategis yang telah dilakukan untuk usaha Bakso Mas Wahyu, dapat disimpulkan bahwa Bakso Mas Wahyu memiliki potensi yang besar untuk tetap tumbuh dan berkembang di pasar.

Kata Kunci: *analisis swot, strategis, daya saing*

PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu sektor bisnis yang berkembang pesat di Indonesia, yang ditandai dengan semakin banyaknya usaha kuliner bermunculan di

berbagai daerah. Salah satu jenis kuliner favorit masyarakat Indonesia adalah bakso, yang dapat ditemukan dengan mudah di seluruh penjuru negeri. Salah satu usaha bakso terkenal di Medan, North Sumatra adalah Bakso Mas Wahyu. Usaha ini telah berdiri sejak lama dan memiliki pelanggan setia. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, Bakso Mas Wahyu mengalami penurunan omzet yang signifikan. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya persaingan yang semakin ketat, perubahan selera konsumen, dan kurangnya inovasi(Putra & Masruroh, 2023).

Persaingan yang semakin ketat pedagang di membuat Bakso Mas Wahyu harus berhadapan dengan banyak pesaing baru yang menawarkan berbagai inovasi dan strategi pemasaran yang menarik. Kehadiran pesaing baru ini membuat Bakso Mas Wahyu harus berjuang lebih keras untuk mempertahankan pelanggannya. Selain itu, selera konsumen yang terus berubah juga menjadi tantangan tersendiri. Konsumen saat ini cenderung lebih tertarik pada produk yang inovatif dan unik, sehingga Bakso Mas Wahyu perlu beradaptasi dengan tren terbaru untuk memenuhi ekspektasi konsumen. Sayangnya, kurangnya inovasi dalam produk dan layanan membuat Bakso Mas Wahyu terlihat monoton dan kurang menarik di mata konsumen, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing usaha Bakso Mas Wahyu melalui analisis SWOT dan rekomendasi strategis. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) adalah metode yang digunakan untuk menganalisis posisi strategis suatu organisasi. Dengan analisis ini, perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Analisis SWOT akan membantu mengidentifikasi empat komponen utama yang mempengaruhi daya saing Bakso Mas Wahyu: kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats)(Amirulloh, 2016).

Masalah utama yang dihadapi oleh Bakso Mas Wahyu adalah bagaimana meningkatkan daya saingnya dalam industri makanan yang semakin kompetitif. Dalam beberapa tahun terakhir, usaha ini telah mengalami penurunan penjualan dan keuntungan. Oleh karena itu, diperlukan analisis SWOT dan rekomendasi strategis untuk meningkatkan daya saing usaha ini. Gap analysis juga akan digunakan untuk menemukan kesenjangan antara kondisi ideal yang diinginkan dengan kondisi sebenarnya. Dalam

penelitian ini, gap analysis akan membantu menemukan kesenjangan antara daya saing Bakso Mas Wahyu saat ini dengan daya saing yang diharapkan. Hasil gap analysis ini akan memberikan gambaran tentang area-area yang perlu diperbaiki untuk mencapai kondisi ideal yang diinginkan.

Banyak penelitian sebelumnya telah dilakukan mengenai analisis SWOT dan strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing usaha. Namun, penelitian ini memiliki kebaruan karena berfokus secara spesifik pada analisis SWOT dan rekomendasi strategis untuk usaha Bakso Mas Wahyu.

Berdasarkan kenyataan tersebut peneliti tertarik untuk mengangkat judul "Analisis SWOT dan rekomendasi strategis untuk peningkatan daya saing studi kasus usaha bakso mas wahyu" Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing usaha bakso Mas Wahyu melalui analisis SWOT dan rekomendasi strategis. Dengan demikian, usaha ini dapat meningkatkan daya saing dan tetap relevan dalam industri makanan yang semakin kompetitif(Putri, elysa paramitha. djunaidi, much & kholid al-ghofari, 2019).

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam upaya meningkatkan daya saing Bakso Mas Wahyu di tengah persaingan yang semakin ketat di industri kuliner. Dengan menggunakan analisis SWOT, penelitian ini akan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal Bakso Mas Wahyu, serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapinya. Berdasarkan hasil analisis ini, akan diberikan rekomendasi strategis yang dapat membantu Bakso Mas Wahyu untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Langkah-langkah strategis ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing Bakso Mas Wahyu, mempertahankan pelanggan setia, dan menarik pelanggan baru, sehingga usaha ini dapat kembali meraih kesuksesan dan keuntungan yang diinginkan.

KAJIAN TEORI

1. Undang-Undang Terkait Produk Halal

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal bertujuan untuk melindungi hak konsumen Muslim terhadap produk halal dan menegakkan kepastian hukum terkait kehalalan produk di Indonesia. Undang-undang ini mengatur secara rinci berbagai aspek terkait dengan jaminan produk halal, dimulai dari perumusan standar kehalalan produk oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI),

sertifikasi halal yang menjadi kewajiban bagi pelaku usaha untuk produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia, pengawasan terhadap kehalalan produk oleh instansi terkait, hingga edukasi dan informasi kepada masyarakat tentang produk halal.

Pasal 1 menegaskan tujuan utama undang-undang ini, yaitu melindungi hak konsumen Muslim dan menciptakan kepastian hukum terkait kehalalan produk. Pasal 4 mengatur penyelenggaraan Jaminan Produk Halal yang mencakup perumusan standar kehalalan produk oleh MUI, sertifikasi halal yang harus diperoleh oleh pelaku usaha, pengawasan kehalalan produk, serta edukasi kepada masyarakat. Pasal 5 mewajibkan pelaku usaha untuk mengajukan permohonan sertifikasi halal, sedangkan Pasal 6 mengatur mengenai penerbitan sertifikat halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Masa berlaku sertifikat halal diatur dalam Pasal 7, sementara prosedur pencabutan sertifikat halal diatur dalam Pasal 8. Sanksi bagi pelaku usaha yang tidak mematuhi kewajibannya diatur dalam Pasal 9.

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 29 menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agama dan beribadah menurut kepercayaan masing-masing (Ayat 1), serta menjamin hak bagi setiap orang untuk tidak dipaksa memeluk agama atau kepercayaannya (Ayat 2).

Undang-undang ini menjadi landasan hukum yang penting dalam memastikan kepastian hukum dan perlindungan hak konsumen Muslim terhadap produk halal di Indonesia, sekaligus mendukung prinsip-prinsip kebebasan beragama yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945(Zainarti Dra. Zainarti, 2020).

2. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) adalah alat strategi bisnis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kesuksesan bisnis. Dalam konteks ini, 'Strengths' (kekuatan) mengacu pada faktor-faktor positif yang memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi, seperti keahlian, sumber daya, dan kemampuan unik. 'Weaknesses' (kelemahan) mencakup area di mana organisasi kurang memiliki kemampuan atau sumber daya yang memadai. 'Opportunities' (peluang) adalah situasi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan

organisasi, sedangkan 'Threats' (ancaman) adalah faktor eksternal yang dapat menimbulkan risiko atau hambatan bagi keberhasilan organisasi. Dengan melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat memahami posisi mereka di pasar, mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada, dan mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis mereka.

Peraturan yang relevan dalam konteks analisis SWOT mencakup Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatur perlindungan terhadap konsumen terkait dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini penting untuk diperhatikan agar perusahaan dapat memenuhi standar kualitas yang diperlukan dan tidak melanggar hak konsumen(Desiyanti, 2019).

3. Tujuan Analisis SWOT

Tujuan utama dari analisis SWOT adalah untuk memahami dan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh suatu organisasi atau perusahaan. Proses ini bertujuan untuk menggambarkan situasi yang sedang atau mungkin akan dihadapi perusahaan, memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi dan strategis. Analisis SWOT membantu organisasi mengenali kekuatan dan kelebihan mereka, yang kemudian dapat dimanfaatkan untuk memajukan perusahaan. Di sisi lain, dengan mengidentifikasi kelemahan, organisasi dapat melakukan langkah-langkah untuk memperbaiki atau mengatasi kelemahan tersebut, sehingga dapat mencegah potensi kerugian. Analisis ini juga memfasilitasi pemahaman yang lebih baik tentang peluang yang bisa dimanfaatkan dan ancaman yang perlu diwaspadai dan diatasi(Kognisi et al., 2021)

4. Manfaat Analisis SWOT

Analisis SWOT memberikan sejumlah manfaat yang signifikan bagi perusahaan. Pertama, dengan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, organisasi dapat mengembangkan strategi yang efektif. Strategi ini dirancang sesuai dengan kondisi dan potensi organisasi, membantu mereka memperluas pangsa pasar atau meningkatkan kinerja. Kedua, analisis SWOT memungkinkan organisasi untuk mengoptimalkan kinerja bisnis mereka. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan, organisasi dapat memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal dan mengurangi dampak dari

ancaman eksternal. Ketiga, analisis ini membantu organisasi meningkatkan daya saing dengan mengidentifikasi dan menanggapi peluang dan ancaman yang ada, sehingga mereka dapat mengembangkan strategi yang sesuai untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar(Conference-mbic & Tanjungpura, 2024).

5. Implementasi dan Pemantauan

Untuk mengimplementasikan analisis SWOT dengan efektif, organisasi perlu melalui beberapa tahapan. Pertama, organisasi harus mengumpulkan informasi yang relevan tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mereka hadapi. Informasi ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk data internal dan analisis pasar eksternal. Kedua, informasi yang terkumpul perlu dianalisis untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang relevan. Ketiga, berdasarkan hasil analisis, organisasi harus membuat strategi yang sesuai yang memanfaatkan kekuatan mereka, memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengatasi ancaman. Keempat, strategi yang dirumuskan harus diimplementasikan secara efektif. Terakhir, organisasi perlu mengawasi perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis mereka dan memantau hasil implementasi strategi untuk memastikan bahwa mereka tetap relevan dan efektif(Astutie, 2018).

6. Contoh Analisis SWOT

Sebagai contoh, berikut adalah analisis SWOT untuk usaha bakso Mas Wahyu:

1) Kekuatan (Strengths)

- a) Kualitas bakso yang baik Produk berkualitas tinggi yang disukai oleh pelanggan.
- b) Lokasi strategis, Lokasi usaha yang mudah dijangkau dan ramai pengunjung.
- c) Pelayanan yang ramah, Pelayanan pelanggan yang baik meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan(Rahmawati & Sutantri, 2019).

2) Kelemahan (Weaknesses)

- a) Biaya produksi yang tinggi, Biaya bahan baku dan produksi yang tinggi dapat mengurangi margin keuntungan.
- b) Keterbatasan sumber daya, Kurangnya sumber daya manusia atau fasilitas yang memadai(Mashuri & Nurjannah, 2020).

- c) Kurangnya brand awareness, Merek yang kurang dikenal oleh pasar yang lebih luas.

3) Peluang (Opportunities)

- a) Tren makanan yang meningkat, Permintaan terhadap makanan cepat saji yang terus meningkat.
- b) Potensi pasar yang besar, Pasar yang luas dengan banyak pelanggan potensial.
- c) Kemampuan untuk berkolaborasi dengan restoran lain, Peluang untuk kerja sama dengan bisnis lain untuk memperluas jangkauan pasar.

4) Ancaman (Threats)

- a) Persaingan yang ketat, Banyak pesaing di industri yang sama dapat mengurangi pangsa pasar.
- b) Keterbatasan sumber daya, Keterbatasan bahan baku atau tenaga kerja yang dapat mempengaruhi operasi bisnis.
- c) Perubahan tren makanan yang tidak stabil, Perubahan preferensi pelanggan yang dapat berdampak pada permintaan produk(Conference-mbic & Tanjungpura, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mendalaminya. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang mendalam dan komprehensif mengenai usaha Bakso Mas Wahyu, termasuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapinya. Dengan menggunakan teknik observasi partisipan dan wawancara mendalam, data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi dan menganalisis tema-tema yang muncul dari data tersebut. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan landasan yang kuat untuk merumuskan rekomendasi strategis yang sesuai dengan konteks usaha Bakso Mas Wahyu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis SWOT Bakso Mas Wahyu

a) Kekuatan (Strengths)

Bakso Mas Wahyu memiliki beberapa kekuatan yang signifikan. Pertama, cita rasa unik dan khas menjadi salah satu keunggulan utama. Dikenal dengan

gurihnya bakso dan kaldunya yang segar, hal ini berkat penggunaan resep turun-temurun dan rempah-rempah pilihan yang menjadikan produk mereka berbeda dan diminati oleh pelanggan setia. Kualitas bahan baku yang tinggi juga menjadi kekuatan lainnya. Mas Wahyu menggunakan daging sapi segar dari supplier terpercaya tanpa tambahan MSG, yang menjamin kualitas dan keamanan produk. Manajemen yang terorganisir dengan baik juga menjadi kekuatan mereka, dengan sistem manajemen yang efisien, pembagian tugas yang jelas, dan evaluasi rutin yang membantu menjaga kualitas dan konsistensi dalam pelayanan kepada pelanggan.

b) Kelemahan (Weaknesses)

Meskipun memiliki kekuatan yang signifikan, Bakso Mas Wahyu juga memiliki beberapa kelemahan. Salah satunya adalah ketergantungan pada bahan baku yang berkualitas tinggi. Meskipun mereka telah menjalin kerjasama dengan supplier terpercaya, namun kualitas bahan baku harus tetap dijaga secara konsisten untuk menghindari fluktuasi kualitas produk yang mungkin terjadi. Selain itu, keterbatasan dalam variasi menu juga menjadi kelemahan lainnya. Meskipun menawarkan berbagai macam bakso, variasi menu yang tersedia masih terbatas dibandingkan dengan pesaing, yang dapat mengurangi daya tarik bagi pelanggan yang menginginkan variasi yang lebih besar.

c) Peluang (Opportunities)

Di sisi peluang, Bakso Mas Wahyu dapat mengambil keuntungan dari tren makanan sehat yang semakin meningkat. Kesadaran konsumen akan pentingnya makanan sehat telah meningkat secara signifikan, dan ini dapat menjadi peluang besar bagi Mas Wahyu untuk mengembangkan menu bakso yang lebih sehat, misalnya dengan penggunaan bahan-bahan organik atau dengan mengurangi kandungan garam. Pemanfaatan media sosial juga merupakan peluang yang signifikan. Dengan meningkatkan kehadiran mereka di platform-platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, mereka dapat tidak hanya memperluas jangkauan promosi mereka tetapi juga meningkatkan interaksi dengan pelanggan potensial dan yang sudah ada. Selain itu, partisipasi dalam acara-acara kuliner dan festival juga dapat menjadi peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat yang lebih luas.

d) Ancaman (Threats)

Di sisi ancaman, Bakso Mas Wahyu dihadapkan pada beberapa tantangan. Persaingan yang ketat di industri makanan cepat saji menjadi ancaman utama. Persaingan yang semakin ketat dapat mengancam pangsa pasar mereka, terutama dengan kemampuan pesaing untuk menawarkan variasi menu yang lebih luas dan menyesuaikan dengan tren konsumen yang berubah. Perubahan tren konsumen juga merupakan ancaman lainnya. Perubahan preferensi konsumen terhadap makanan yang lebih sehat atau makanan lokal dapat mengubah permintaan pasar secara signifikan, dan Mas Wahyu perlu siap untuk mengadaptasi produk mereka agar tetap relevan dengan tren yang ada.

Secara keseluruhan, Bakso Mas Wahyu memiliki potensi yang besar untuk terus tumbuh dan berkembang di pasar. Dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, mengatasi kelemahan yang ada, dan mengambil keuntungan dari peluang yang tersedia, mereka dapat menghadapi ancaman-ancaman yang ada dan mempertahankan posisi mereka sebagai penyedia bakso berkualitas dengan cita rasa yang unik dan khas.

2. Rekomendasi Strategis

a) Inovasi Produk

Untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing, Bakso Mas Wahyu perlu fokus pada inovasi produk. Pertama, perlu dikembangkan menu bakso yang lebih beragam dan sehat untuk menangkap tren makanan sehat yang sedang berkembang. Hal ini bisa dilakukan dengan menghadirkan pilihan bakso organik atau dengan kandungan garam yang lebih rendah. Tetap menjaga keunggulan rasa yang unik dan khas harus menjadi fokus utama dalam pengembangan produk baru, dengan tetap menggunakan bahan baku berkualitas tinggi seperti daging sapi segar dari supplier terpercaya.

b) Peningkatan Pemasaran

Pemasaran yang lebih intensif melalui media sosial dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan Bakso Mas Wahyu. Dengan mengoptimalkan kehadiran mereka di platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, mereka dapat tidak hanya meningkatkan brand awareness tetapi juga meningkatkan interaksi dengan pelanggan potensial dan yang sudah ada. Konten-

konten menarik seperti resep bakso, behind-the-scenes produksi, dan testimoni pelanggan dapat membantu membangun koneksi emosional dengan audiens mereka. Selain itu, mengikuti lebih banyak acara kuliner dan festival juga penting untuk mempromosikan produk mereka secara langsung kepada masyarakat yang lebih luas.

c) Manajemen Kualitas

Untuk mempertahankan kualitas produk yang tinggi, Bakso Mas Wahyu harus memperkuat sistem pengawasan kualitas bahan baku secara teratur. Hal ini meliputi audit reguler terhadap supplier daging sapi mereka untuk memastikan kesesuaian dengan standar yang ditetapkan, serta pengujian rutin terhadap kualitas daging yang digunakan. Selain itu, peningkatan dalam pengendalian proses produksi dari bahan mentah hingga produk jadi juga krusial untuk memastikan konsistensi dan keamanan produk.

d) Pengembangan Keunggulan Bersaing

Meningkatkan pelatihan karyawan dalam pelayanan pelanggan dapat membantu mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelatihan ini harus mencakup tidak hanya peningkatan keterampilan dalam melayani pelanggan tetapi juga pemahaman mendalam mengenai produk-produk yang ditawarkan. Karyawan yang terlatih dengan baik akan mampu memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan citra positif brand.

e) Adaptasi Terhadap Perubahan Pasar

Bakso Mas Wahyu harus aktif memantau dan mengantisipasi perubahan tren konsumen serta kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi bisnis mereka. Mereka perlu mengumpulkan data pasar secara teratur dan melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi perubahan tren konsumen, preferensi makanan, dan perilaku pembelian. Informasi ini akan membantu dalam pengambilan keputusan strategis, seperti penyesuaian menu atau strategi promosi, yang dapat membantu mereka tetap relevan di pasar yang kompetitif.

f) Implementasi Strategi

Implementasi rekomendasi strategis ini harus dilakukan dengan hati-hati dan terkoordinasi. Pertama, Bakso Mas Wahyu perlu membentuk tim khusus atau

memperkuat departemen yang bertanggung jawab atas pengembangan produk, pemasaran, dan manajemen kualitas. Setiap departemen harus memiliki tujuan yang jelas dan ukuran keberhasilan yang terukur. Pelatihan karyawan dalam pelayanan pelanggan juga harus dijadwalkan secara teratur, baik untuk karyawan baru maupun yang sudah ada, untuk memastikan bahwa mereka tetap memiliki keterampilan yang diperlukan untuk memberikan layanan yang luar biasa kepada pelanggan.

g) Monitoring dan Evaluasi

Untuk memastikan kesuksesan dari strategi-strategi ini, Bakso Mas Wahyu harus melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala. Evaluasi dapat dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik dari pelanggan melalui survei kepuasan pelanggan, serta memonitor kinerja media sosial mereka. Data yang terkumpul dapat digunakan untuk mengevaluasi pencapaian tujuan strategis, serta untuk membuat penyesuaian dan perbaikan jika diperlukan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT dan rekomendasi strategis yang telah dilakukan untuk usaha Bakso Mas Wahyu, dapat disimpulkan bahwa Bakso Mas Wahyu memiliki potensi yang besar untuk tetap tumbuh dan berkembang di pasar. Dengan memanfaatkan kekuatan dalam cita rasa unik dan kualitas bahan baku yang tinggi, serta mengatasi kelemahan seperti ketergantungan pada bahan baku berkualitas tinggi dan variasi menu yang terbatas, Mas Wahyu dapat mengambil peluang dari tren makanan sehat dan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kehadiran mereka di pasar. Meskipun dihadapkan pada ancaman persaingan yang ketat dan perubahan tren konsumen, strategi inovasi produk, peningkatan pemasaran, manajemen kualitas yang kuat, pengembangan keunggulan bersaing, adaptasi terhadap perubahan pasar, serta implementasi, monitoring, dan evaluasi yang baik dapat membantu mereka mempertahankan posisi sebagai penyedia bakso berkualitas dan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Amirulloh, M. R. (2016). *Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Daya Saing Produk Sepatu Pada Sentra Industri*.

- Astutie, C. S. A. (2018). *ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA TAHU DI DESA HAJORAN KECAMATAN SUNGAI KANAN KABUPATEN LABUHAN BATU SELATAN*. 1–26.
- Conference-mbic, M. B. I., & Tanjungpura, U. (2024). *PENERAPAN ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING USAHA “YANGKO PAK PRAPTO” DI KOTA YOGYAKARTA*. 7, 990–1005.
- Desiyanti, R. (2019). Analisis Swot Dan Strategi Pengembangan Pada Keberhasilan Industri Kecil Rotan Kota Padang. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 4(1), 1–14.
<https://doi.org/10.31846/jae.v4i1.142>
- Kognisi, P. K., Risiko, P., Jenis, D. A. N., Bidori, F., Puspitowati, L. I. dan I., Wijaya, I. G. B., Alifah, U., Artikel, I., Paedagoria, S. N., Anwar, I., Jamal, M. T., Saleem, I., Thoudam, P., Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. M. B., Hussain, S. A., Witcher, B. J., ... alma. (2021). PENERAPAN ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PERUSAHAAN DALAM KEGIATAN SEWA-MENYEWA KAPAL DI PT. SURF MARINE INDONESIA. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699.
<http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uc.a.c.id/handle/123456789/1288>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
<https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Putra, R. A., & Masruroh, N. (2023). *Daya Saing Usaha Dengan Analisis Swot Pada Budidaya Di Desa Panti Skripsi*.
- Putri, elysa paramitha. djunaidi, much & kholid al-ghofari, A. (2019). *ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAINGPADA BISNIS USAHA BATIK (Studi Kasus: Industri Batik SYN-Surakarta)*. 1–15.
- Rahmawati, S., & Sutantri. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(2), 90–117.
- Zainarti Dra. Zainarti, M. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformulasi Sumber Daya Manusia Berkarakter Islami*.