

Online ISSN: 2598-9871

Print ISSN: 2597-7555

# *Wicaksana: Jurnal Lingkungan dan Pembangunan*

Lembaga Penelitian, Universitas Warmadewa  
Jl. Terompong 24 Tanjung Bungkak Denpasar Bali, Indonesia  
<https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wicaksana/index>



## **Analisis Posisi Bersaing dan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Nature Cake Denpasar Timur**

Desiderius Milesantus Tena Witak\* | I Made Jamin Yasa | Ida Ayu Dinda Priyanka Maharani

Faculty of Economics and Business, Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali, Indonesia

### **Correspondence address to:**

Desiderius Milesantus Tena Witak, Faculty of Economics and Business, Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali, Indonesia

Email address: sanwitak740@gmail.com

**Abstract**—Nature Cake is a business that operates in the food sector, especially cakes. Where sales during 2023 will experience fluctuations. This research aims to analyze the company's competitive position, analyze the company's strengths, weaknesses, opportunities and threats and analyze the most relevant marketing strategies to increase sales value. This research was conducted on Nature Cake. Data sources consist of primary and secondary data. The data type consists of qualitative and quantitative data. Data analysis techniques use BCG analysis (Boston Consulting Group) and SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). The research results show that (1) Nature Cake's strengths include: skilled human resources, price, product quality, good and complete machines, service quality and promotional activities. Weaknesses include: limited production and products that do not last long. Opportunities include: being around residential areas, technological and cultural developments. Threats from Nature Cake include: company competition and quite tight price competition. The relevant strategy applied is the SO strategy because Nature Cake's position is between external opportunities and internal strengths in the SWOT matrix diagram.

**Keywords:** Competitive Position; SWOT; Sales Value



This article published by Lembaga Penelitian, Universitas Warmadewa is open access under the term of the Creative Common, CC-BY-SA license

## Pendahuluan

Persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, perusahaan dapat terus bertahan dan bersaing serta mampu memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal. Beberapa cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi kondisi seperti ini diantaranya mampu menghasilkan produk yang inovatif, berkualitas tinggi serta mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dengan baik, Agustin & Jennifer (2021). Ritme kehidupan yang menuntut segala sesuatu serba cepat dengan waktu yang terbatas, serta pola kehidupan masa kini yang ditandai dengan tingginya biaya hidup, menuntut adanya jenis makanan dan minuman instan dan sehat untuk memenuhi asupan gizi masyarakat setiap hari. Hal ini menyebabkan Mereka berusaha meningkatkan penjualannya dengan menggunakan berbagai metode seperti menyediakan variasi rasa yang bermacam-macam, harga yang terjangkau, kemasan yang menarik, memiliki outlet-outlet yang terletak di lokasi yang strategis, Arintini (2016).

Nature cake merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan khususnya kue. Perusahaan ini menyediakan berbagai jenis kue untuk kebutuhan masyarakat. Munculnya banyak toko-toko kue khususnya di daerah Denpasar tepatnya di Denpasar Timur membuat persaingan yang makin ketat. Namun persaingan tersebut dilakukan secara baik. Salah satu persaingan yang baik adalah dengan memberikan kualitas dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Nature Cakes berdiri pada tahun 2012 lalu dan bertempat di Jl. Hayam Wuruk No 112, Denpasar. Adapun permasalahan yang terjadi adalah penjualan yang mengalami fluktuatif pada Nature Cakes pada tahun 2021 dikarenakan adanya pesaing baru yakni Toko Kue Vera Cake. Penjualan pada Nature Cake berfluktuasi setiap bulannya dikarenakan terdapat beberapa event high season di bulan-bulan yang mampu melampaui target yang ditentukan, sehingga manajemen perusahaan Nature Cake harus menemukan strategi yang relevan untuk Perusahaan agar saat tidak ada event pun, store dapat mencapai target.

Konsep posisi bersaing menurut Michael Porter adalah posisi relatif suatu perusahaan dalam suatu industri, yang mencakup keunggulan atau kelemahan yang diperoleh oleh perusahaan tersebut dari lingkungan eksternal dan internalnya. Porter menekankan bahwa posisi bersaing adalah hasil dari interaksi antara perusahaan dan kekuatan-kekuatan dalam lingkungannya, termasuk pesaing, pembeli, pemasok, dan produk pengganti, Firmansyah (2019). Dia juga mengidentifikasi lima kekuatan yang mempengaruhi posisi bersaing suatu perusahaan dalam industri, yaitu kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, ancaman produk pengganti, ancaman dari pesaing yang ada, dan ancaman dari masuknya pesaing baru (*Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*). Saat ini Nature Cakes berada pada posisi bersaing Fokus. Hal ini dikarenakan Nature Cakes berfokus pada segmen pasar menengah ke bawah dalam hal biaya yang harus dikeluarkan pelanggan. Selain itu Nature Cakes juga memfokuskan untuk melakukan inovasi produk yang mampu memperluas pangsa pasar namun tetap memberikan opsi pelanggan menengah ke bawah untuk memilih membeli produk pada Nature Cakes.

Strategi distribusi merupakan suatu rencana yang digarap untuk menentukan bagaimana suatu perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan produknya dengan memenuhi serta memuaskan permintaan konsumen, Rangkuti (2019). Dalam konteks memilih atau mengupdate strategi penjualan yang optimal, ada beberapa pertimbangan yang harus dipertimbangkan, seperti memfokuskan pada mempertahankan pelanggan yang sudah ada atau menggaet pelanggan baru. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk waktu yang tersedia bagi tenaga penjualan untuk berinteraksi dengan pelanggan, perubahan posisi industri, kekuatan dan kelemahan perusahaan, kekuatan pesaing, dan tujuan pemasaran terutama terkait pertumbuhan pelanggan.

Teori pemasaran mengemukakan bahwa kunci sukses sebuah perusahaan tergantung pada kemampuan untuk berinteraksi secara dinamis terhadap kondisi lingkungan yang semakin

kompleks dan selalu berubah-ubah, Suriani (2017). Strategi yang digunakan Nature Cakes dalam meningkatkan penjualan adalah dengan mempertahankan rasa dengan menggunakan bahan yang premium, juga membuat kue yang beraneka rasa untuk membuat konsumen tidak bosan. Namun Nature Cakes ini masih memiliki kendala di bagian pemasaran dengan promosi yang masih terbatas dan kurang konsisten dilakukan sehingga mengakibatkan kue yang dijual sering kali masih tertinggal tidak terjual maksimal. Kegiatan pemasaran ini merupakan suatu rencana yang menyeluruh, terpadu, menyatu yang dapat memberikan panduan tentang kegiatan yang dilakukan dengan perusahaan. Nilai penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan konsep pemasaran sehingga memperoleh laba yang maksimal melalui kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas, perusahaan perlu melakukan sebuah strategi pemasaran untuk dapat memenangkan persaingan dan produk yang bias di kenal lebih luas lagi. Oleh karena itu dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Posisi Bersaing Dan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Nature Cake di Denpasar Timur”.

## Metode

Penelitian ini dilaksanakan di Nature Cake yang beralamat di Jalan Hayam Wuruk No. 122, Panjer, Kec. Denpasar Timur., Kota Denpasar, Bali. Adapun yang menjadi Obyek dalam penelitian ini adalah berkaitan dengan bauran pemasaran atau marketing mix berdasarkan BCG (*Boston Consulting Group*) untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dan efektif untuk meningkatkan nilai penjualan dengan menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman)

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Dan data primer. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan studi dokumentasi Dalam penelitian ini, data yang telah terkumpul lalu dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif yaitu membuat uraian dari hasil penelitian. Kemudian menyajikan hasil penelitian tersebut dalam bentuk yang baik sehingga mendapat gambaran tentang situasi penelitian, dan selanjutnya dipadukan dengan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) dan analisis BCG (*Boston Consulting Group*).

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, maka yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman adalah sebagai berikut :

Kekuatan dari Nature Cake

Sumber daya manusia terampil.

Karyawan baru harus mengikuti training saat pertama kali bekerja selama 3 bulan pertama yang setiap bulannya diadakan penilaian terhadap karyawan tersebut. Nature Cake menilai dengan melihat cara karyawannya berinteraksi dengan konsumen. Selain itu, khusus baker harus memiliki dasar dalam membuat kue, mengetahui nama-nama alat memiliki karyawan yang terampil di setiap bidangnya dan mampu melayani konsumen dengan baik.

Harga

Harga terjangkau bagi masyarakat yang ingin mengkonsumsi kue. Salah satu sasaran Nature Cake adalah golongan menengah ke atas. Harga Nature Cake mulai dari Rp. 10.000 – 100.000.

Mutu produk bersaing karena menggunakan bahan baku yang berkualitas.

Setiap bahan-bahan untuk membuat roti adalah bahan yang berkualitas. Selain itu, tekstur

produk lebih lembut karena menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan juga tidak menggunakan bahan pengawet.

Memiliki mesin produksi yang baik dan lengkap

Untuk mempermudah tenaga kerja Nature Cake menggunakan mesin yang baik dan lengkap untuk produksi roti, sebab jenis roti yang hampir habis (sisa sedikit di toko) akan langsung diproduksi lagi.

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi salah satu perhatian penting dari pihak manajemen Nature Cake agar konsumen yang berkunjung merasa nyaman dan mau berkunjung kembali ke toko.

Kegiatan promosi

Nature Cake saat ini menggunakan sosial media yang dapat membantu menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Seperti diketahui saat ini masyarakat sangat bergantung pada sosial media dimana hampir semua kalangan menggunakan sosial media sehingga Nature Cake memutuskan untuk menggunakan sosial media sebagai media promosi.

Kelemahan dari Nature Cake antara lain :

Produksi yang terbatas.

Produksi akan dilakukan apabila produk roti yang terdapat di toko hampir habis sehingga produk roti tidak tinggal, selain itu produksi roti juga dilakukan apabila ada pesanan dari konsumen. Produksi setiap hari berkisar antara 1000-1500 pieces setiap harinya. Apabila sudah pukul 20.00 Wita dan roti di toko masih ada sekitar 300-400 pieces, maka produksi akan dihentikan karena roti tidak menggunakan bahan pengawet.

Produk yang tidak tahan lama

Seperti yang kita ketahui kue tidak dapat bertahan dalam waktu yang cukup lama dan terlebih lagi Nature Cake tidak menggunakan pengawet sehingga membuat produk Nature Cake tidak mampu bertahan untuk waktu yang cukup lama.

Budaya

Seperti yang kita ketahui di Bali khususnya Denpasar sangat kental dengan budaya dan berbagai kegiatan keagamaan yang sering berlangsung. Hal ini memberikan peluang besar bagi Nature Cake mengingat kegiatan tersebut akan meningkatkan konsumsi produk dari Nature Cake setiap saat.

Peluang dari Nature Cake antara lain :

Berada disekitar pemukiman penduduk

Lokasi Nature Cake sangat strategis karena berada di tengah-tengah Kota Denpasar yang memberikan banyak keuntungan seperti banyaknya penduduk disekitar toko yang memberikan peluang besar bagi Nature Cake dalam industrinya.

Perkembangan teknologi

Kemajuan teknologi memberikan berbagai manfaat bagi Nature Cake salah satunya adalah promosi yang dilakukan. Saat ini promosi bisa dilakukan melalui internet dengan menggunakan sosial media. Selain itu berkembangnya berbagai aplikasi berbelanja online seperti gofood, grabfood dan lain sebagainya membantu mencapai konsumen dengan jarak yang lebih jauh karena

---

konsumen tidak harus datang langsung ke toko untuk mengkonsumsi produk Nature Cake.

Ancaman dari Nature Cake antara lain:

Perusahaan pesaing

Saat ini sudah banyak bermunculan toko kue sejenis yang menyebabkan meningkatnya persaingan yang terjadi. Hal ini menjadi ancaman yang perlu diperhatikan manajemen Nature Cake agar tetap mampu bertahan dalam industri ini.

Persaingan harga yang cukup ketat

Salah satu persaingan yang terjadi adalah persaingan harga yang sangat ketat dimana ini akan membuat manajemen harus mengelola kebijakan harga produk dengan baik karena harga yang tinggi akan menyebabkan konsumen berpindah ke toko pesaing dan harga yang rendah akan mempengaruhi keuntungan perusahaan

## Simpulan

Berdasarkan hasil analisis *Boston Consulting Group* dan analisis SWOT dengan pembahasan yang disajikan pada bab IV tersebut, maka dapat ditarik simpulan berkaitan dengan Analisis Posisi Bersaing dan Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Nilai Penjualan pada Nature Cake adalah sebagai berikut :

Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Nature Cake dalam upaya untuk meningkatkan nilai penjualan adalah:

Kekuatan dari Nature Cake antara lain: SDM yang terampil, harga, mutu produk, mesin yang baik dan lengkap, kualitas pelayanan dan kegiatan promosi

Kelemahan dari Nature Cake antara lain: produksi yang terbatas dan produk yang tidak tahan lama.

Peluang dari Nature Cake antara lain: berada disekitar pemukiman penduduk, perkembangan teknologi dan budaya.

Ancaman dari Nature Cake antara lain: perusahaan pesaing dan persaingan harga yang cukup ketat.

Strategi pemasaran yang relevan untuk meningkatkan nilai penjualan pada perusahaan Nature Cake ini maka strategi yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan adalah strategi SO. Dimana strategi ini diterapkan karena posisi Nature Cake berada di antara peluang eksternal dan kekuatan internal dalam diagram matriks SWOT. Strategi ini didesain untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen, meningkatkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menjangkau konsumen baik masyarakat maupun wisatawan dan meningkatkan penataan produk agar produk yang diinginkan konsumen mudah ditemui.

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan analisis *Boston Consulting Group* (BCG) maka di temukan beberapa permasalahan pada perusahaan Nature Cake. Permasalahan tersebut sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan berkaitan dengan strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan penjualan :

Kelemahan dari Nature Cake adalah produksi yang terbatas. Ketersediaan produk sangat berperan penting untuk meningkatkan penjualan perusahaan tetapi juga akan sangat berpengaruh pada biaya yang dikeluarkan. Maka manajemen Nature Cake sebaiknya melakukan perencanaan dan proyeksi untuk mengelola persediaan barang. Dengan perencanaan yang matang, persediaan/

stok barang tidak akan kurang/berlebihan. Dan dengan adanya proyeksi ini perusahaan dapat memperkirakan jumlah minimum stok gudang sebagai tolak ukur saat akan melakukan pemesanan barang.

Ancaman dari Nature Cake adalah perusahaan pesaing, banyak terdapat Toko Kue, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini sebaiknya perusahaan Nature Cake meningkatkan dan mengembangkan lagi promosi yang dilakukan agar lebih gencar dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Untuk meningkatkan nilai penjualan maka perusahaan perlu menyiapkan strategi bisnis, misalnya dalam kegiatan promosi. Perusahaan membuat paket diskon hemat *flash sale* setiap bulannya pada tanggal dan bulan yang kembar pada aplikasi Grab Food yang digunakan untuk menjangkau lebih luas konsumen serta meningkatkan penjualan. Membuat paket diskon hari raya pada Nature Cake juga sebaiknya dilakukan untuk menarik minat pembeli dan meningkatkan penjualan.

## Daftar Pustaka

- Agustin, I. N., & Jennifer, J. (2021). *Implementasi Strategi Promotion Mix pada UMKM Comformindo*. In ConCEPT -Conference on Community Engagement Project, 1(1), 2498-2505.
- Arintini, P. D. (2016). Analisis Strategi Bauran Promosi Salon Kerty's Cabang Lovina Pada Tahun 2015. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*, 7(2), 1-11. Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/viewFile/7748/5287>
- Artawan, I. K. (2019). *Analisis SWOT Sebagai Dasar Menentukan Strategi Pemasaran Kompetitif Pada Perusahaan Jasa Konstruksi (Studi Kasus Pada PT. Adi Lubung Abadi)*. Skripsi Sarjana Manajemen Universitas Warmadewa.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi Edisi 1. Cetakan Kelimabelas*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Mulyadi, A. A. (2016). *Analisis Posisi persaingan dan Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Nilai Penjualan Pada Batur Konveksi di Kabupaten Badung*. Denpasar: Skripsi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa.
- Poluan, F. M. (2019). Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Rangkuti, F. (2017). *analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot, rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2019). *analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot, rating, dan ocai*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suriani, S. D. (2017). Strategi Pemasaran Produk Rangka Atap Baja Ringan Pada Pt. Hari Rezeki Kita Semua Pekanbaru.