



Strategi Pengembangan Bisnis Donat Pipin Dalam Menghadapi Tantangan Bahan Baku Dan Persaingan Pasar

Nisya Almaida¹, Aulia Diyan Fahirah Darfayanti², Herdita Ariqah Khairanti³, Anggraeni Siti K.S⁴, Sapti Wulansari Hudaya⁵, Muhammad Nadif⁶

Universitas Telkom

Abstract

Received: 07 July 2025
Revised: 16 July 2025
Accepted: 23 July 2025

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memainkan peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama di sektor kuliner. Penelitian ini berfokus pada Pipin Donuts, sebuah bisnis donat yang berlokasi di Telkom University, Bandung. Pipin Donuts menghadapi tantangan signifikan, seperti kelangkaan bahan baku, ketergantungan pada pemasok tunggal, serta persaingan pasar yang ketat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, menggabungkan data primer melalui wawancara dan observasi serta data sekunder dari studi literatur. Analisis SWOT dan TOWS Matrix digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman, dan merumuskan strategi yang optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi pemasok, pengembangan varian produk, dan optimalisasi platform digital adalah solusi utama untuk menghadapi tantangan tersebut. Selain itu, menjaga kualitas bahan baku dan meningkatkan efisiensi produksi dapat mempertahankan daya saing bisnis. Dengan menerapkan strategi yang tepat, Pipin Donuts diharapkan dapat terus berkembang, menarik segmen pasar yang lebih luas, dan mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia

Kata Kunci: *Business Strategy, SWOT, TOWS Matrix, PESTEL, Five Forces Porter.*

(*) Corresponding Author:

How to Cite: Almaida, N., Darfayanti, A., Khairanti, H., K.S, A., Hudaya, S., & Nadif, M. (2025). Strategi Pengembangan Bisnis Donat Pipin Dalam Menghadapi Tantangan Bahan Baku Dan Persaingan Pasar. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(8.C), 228-246. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/12637>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia, termasuk dalam sektor kuliner. Menurut Bank Indonesia pada tahun 2022 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dan strategis dalam struktur perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan besar terhadap Produk Domestik Bruto (61,1%), penyerapan tenaga kerja (97,1%), dan ekspor (14,4%). Di antara berbagai jenis UMKM, donat merupakan salah satu sektor kuliner yang berkembang pesat. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), usaha makanan dan minuman menyumbang sekitar 30% dari total UMKM di Indonesia, menjadikannya salah satu sektor yang paling diminati oleh pelaku usaha.

Donat dikenal sebagai makanan ringan yang memiliki bentuk khas dengan lubang ditengahnya, dan dapat dibuat dari berbagai bahan seperti tepung terigu, kentang, atau bahan lainnya yang memberikan variasi rasa dan tekstur. Donat, dengan cita rasa yang lezat, tekstur yang khas, dan variasi topping yang kreatif, menjadi salah satu makanan ringan yang digemari oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Tidak hanya itu, tren konsumsi donat terus mengalami peningkatan seiring dengan munculnya inovasi baru, seperti donat premium, donat prasmanan dan donat sehat berbahan dasar tepung gluten-free atau organik. Berdasarkan survei Asosiasi Pengusaha Kuliner Indonesia, pada tahun 2023, permintaan donat meningkat sebesar 15% dibandingkan tahun sebelumnya, menunjukkan potensi besar dalam usaha ini.

Donat Pipin merupakan salah satu UMKM yang bergerak di sektor kuliner, khususnya produk donat. Berdiri pada tahun 2021, Pipin Donuts memiliki cabang di Sukapura, dekat Gate 1 Telkom University. Awalnya, usaha ini didirikan secara sederhana sebagai camilan untuk anak-anak, namun kini berkembang menjadi bisnis yang lebih mapan. Peningkatan produksi dan penjualan Pipin Donuts menunjukkan keberhasilan dalam menjaga kualitas produk, menghadirkan berbagai varian rasa, serta memanfaatkan lokasi strategis. Meski demikian, Pipin Donuts juga menghadapi beberapa tantangan, seperti fluktuasi penjualan akibat perubahan pola konsumsi masyarakat yang dipengaruhi oleh tren makanan dan daya tarik produk kompetitor. Kondisi ekonomi lokal, seperti penurunan daya beli mahasiswa dan berkurangnya aktivitas kampus selama libur semester, serta kelangkaan bahan baku juga menjadi kendala yang perlu diatasi. Namun, tantangan tersebut tidak hanya dihadapi Pipin Donuts, tetapi juga menjadi masalah umum yang dihadapi oleh pelaku UMKM donat lainnya.

Kelangkaan bahan baku menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh usaha donat, sebagaimana pelaku UMKM lainnya di sektor kuliner, termasuk usaha donat. Pasokan bahan baku utama seperti tepung terigu, gula, dan mentega sering kali mengalami fluktuasi harga dan ketersediaan, terutama di tengah kondisi ekonomi yang tidak stabil atau ketika terjadi gangguan dalam rantai distribusi. Selain itu, ketergantungan pada bahan impor untuk beberapa bahan baku tertentu dapat menyebabkan kesulitan tambahan. Permasalahan kelangkaan bahan baku ini juga menuntut inovasi dalam pengelolaan stok dan strategi pemasaran agar UMKM seperti Pipin Donuts dapat bertahan dan tetap kompetitif di tengah tantangan pasar.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Donat pipin, maka makalah ini akan membahas lebih dalam mengenai tantangan yang dihadapi oleh UMKM donat serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keberhasilan usaha. Dengan memberikan ide dan wawasan baru, diharapkan makalah ini dapat membantu pelaku UMKM donat dalam mengembangkan bisnis mereka sekaligus mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia secara keseluruhan.

LANDASAN TEORI

Menurut Haryadi dalam Sri Ayem (2022) mengatakan bahwa strategi bisnis berarti cara yang digunakan oleh perusahaan untuk bersaing meliputi pencapaian prestasi dan pemeliharaan keuntungan dalam usahanya. Strategi Bisnis perusahaan akan mempengaruhi seluruh aktivitas pada perusahaan.

Dalam Kebijakan Bisnis, masalah yang dipertimbangkan dan asumsi yang digunakan dalam menganalisis masalah menjadi tugas pokok dari para eksekutif. Para eksekutif memiliki tanggung jawab penuh atas perusahaan secara keseluruhan. Studi tentang kebijakan bisnis semestinya menjadi puncak pendidikan profesi bisnis. Namun, penggunaan studi masih jauh dari kesiapan langsung bagi calon eksekutif yang kelak memikul tanggung jawab.

Analisis Internal

Analisis Internal adalah elemen-elemen yang berada dalam kendali perusahaan dan dapat dimodifikasi atau ditingkatkan untuk mendukung tujuan bisnis. Beberapa faktor internal yaitu:

1. Sumber Daya Manusia
Tenaga kerja yang terampil, berpengalaman, dan berkomitmen bisa menjadi aset perusahaan, serta pengembangan dan pelatihan yang berkelanjutan membantu meningkatkan kemampuan karyawan dan mendorong produktivitas.
2. Struktur Organisasi

Organisasi yang terstruktur dengan jelas memungkinkan komunikasi yang lebih baik dan koordinasi antar departemen.

3. Sistem Manajemen

Sistem yang terorganisir dengan baik membantu dalam mengelola sumber daya, waktu, dan informasi dengan lebih efisien, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas.

Analisis Eksternal

Analisis Eksternal adalah elemen yang berada di luar kendali langsung perusahaan. berikut adalah beberapa faktor eksternal:

1. Pasar

Memahami dinamika pasar seperti preferensi konsumen, tren ekonomi, dan perubahan demografis, sangat penting untuk menyesuaikan strategi bisnis dan tetap relevan.

2. Kompetitor

Melakukan analisis kompetitor membantu perusahaan mengenali kekuatan dan kelemahan mereka dibandingkan dengan pesaing, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman di pasar.

3. Teknologi

Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi terbaru dapat memiliki keuntungan dalam hal inovasi produk, otomatisasi proses, dan pengalaman pelanggan.

4. Politik dan Hukum

Kebijakan Pemerintah, regulasi, dan hukum perdagangan memiliki dampak signifikan pada operasi bisnis. pemahaman yang baik tentang regulasi yang relevan membantu perusahaan memitigasi risiko dan memanfaatkan peluang yang ada.

SWOT

SWOT adalah; Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Dengan analisis SWOT perusahaan dapat memahami bagaimana mengoptimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi ancaman. SWOT sebagai peta strategi yang membantu perusahaan tahu kapan harus menyerang dan kapan harus bertahan. menurut (Fatimah 2016) analisis ini bersifat deskriptif dan subjektif, bisa saja beberapa orang dalam organisasi memberikan hasil analisis yang berbeda pada keempat bagian dalam analisis SWOT.

TOWS Matrix

Matrix adalah pengembangan dari analisis SWOT yang berfokus pada perumusan strategi berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal. Menurut Weihrich (1982) TOWS adalah alat untuk menghubungkan kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal guna menciptakan strategi yang efektif. Pada penelitian ini, TOWS Matrix dapat digunakan untuk merancang strategi bisnis pada UMKM Pipin Donat yang lebih terintegrasi.

Strategi Bisnis

Strategi Bisnis adalah suatu rencana atau langkah-langkah yang diambil oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya. ini melibatkan pengidentifikasian peluang dan tantangan di pasar, beberapa strategi yang relevan meliputi:

1. Cost Leadership: Menurut Porter (1985) Strategi ini berfokus menghasilkan produk atau layanan dengan biaya terendah di industri
2. Differentiation: Strategi ini menjelaskan bahwa strategi diferensiasi bertujuan untuk menciptakan nilai unik yang dihargai oleh pelanggan.
3. Focus Differentiation: Menurut Pearce dan Robinson (2013), strategi ini menargetkan

segmen pasar tertentu dengan menawarkan produk yang sangat berbeda

4. Cost Focus: Porter menyatakan bahwa strategi ini melibatkan upaya untuk menjadi pemimpin biaya dalam segmen pasar yang sempit.

PESTEL

Analisis PESTEL adalah alat untuk mengevaluasi faktor eksternal yang memengaruhi organisasi, termasuk politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum (Johnson et al, 2017) menjelaskan bahwa ini digunakan untuk memahami dinamika lingkungan makro dan mengidentifikasi peluang atau ancaman. Misalnya, faktor politik mencakup kebijakan pemerintah, sedangkan faktor ekonomi menyoroti inflasi dan daya beli. Faktor sosial berfokus pada perubahan budaya dan perilaku konsumen, sementara faktor teknologi mencakup inovasi baru. Faktor lingkungan mempertimbangkan keberlanjutan, dan aspek hukum mencakup regulasi bisnis.

Five Forces Porter

Five Forces Porter adalah model analisis untuk memahami dinamika persaingan dalam industri. menurut Michael E. Porter (2008) mengemukakan bahwa lima kekuatan utama yang memengaruhi daya tarik industri adalah ancaman pendatang baru, kekuatan tawar pemasok, kekuatan tawar pembeli, ancaman produk substitusi, dan intensitas persaingan antar pesaing. Analisis ini dapat membantu UMKM Pipin Donat untuk menentukan posisi kompetitif yang strategis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang perilaku dan kata-kata orang yang diamati (yusuf, 2014). Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian dan pemahaman yang didasarkan pada metodologi yang menyelidiki fenomena sosial dan masalah manusia. Metode kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa perilaku dan kata-kata tertulis atau lisan dari subjek penelitian (Anggito & Setiawan, 2010).

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis dan memberikan penjelasan menyeluruh tentang kondisi internal dan eksternal, serta mengidentifikasi dan menetapkan strategi yang optimal untuk tantangan yang dihadapi Pipin Donuts.

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah untuk mempersempit studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian dalam menentukan data yang relevan dan yang tidak relevan (Moleong, 2010). Tingkat urgensi dan relevansi topik penelitian menentukan pembatasan penelitian kualitatif ini. Penelitian ini difokuskan pada (judul penelitian) dengan Pipin Donuts sebagai objek utama dalam penelitian ini.

Penelitian ini akan dilaksanakan di Pipin Donuts cabang Telkom yang berlokasi di Jalan Mangga Dua No. 90, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Usaha ini dipilih dengan pertimbangan bahwa Pipin Donuts adalah salah satu bisnis di sektor Food & Beverages yang menghadapi tantangan, sehingga diperlukan perumusan strategi untuk pengembangan usaha.

Data yang diperoleh dalam studi ini terdiri dari data primer dan sekunder kualitatif yang diambil dari sumber internal dan eksternal Pipin Donut. Data primer diperoleh secara langsung dari pemilik Pipin Donuts melalui wawancara, laporan internal Pipin Donuts, dan observasi

langsung. Data sekunder didapatkan melalui tinjauan pustaka atau studi literatur yang mendukung penelitian. Data ini berasal dari situs web, buku, dan informasi lainnya.

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menerapkan teknik pengumpulan data dengan cara berikut:

1. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat dan mengawasi langsung objek penelitian dengan tujuan tertentu. Observasi diterapkan untuk mengumpulkan data penelitian melalui pengamatan (Bungin, 2007). Dalam penelitian ini, penulis mengamati langsung, melihat dan mengambil suatu data yang penulis butuhkan di tempat penelitian dilakukan, yaitu di Pipin Donuts.

2. Wawancara

Wawancara merupakan dialog yang memiliki tujuan tertentu. Dialog tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang menjawab pertanyaan tersebut (Moleong, 2007). Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dengan owner Pipin Donuts.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah Sebuah pengumpulan informasi dengan cara mengamati langsung sumber-sumber dokumen yang relevan (Nirmasari, 2019).

Penulis mengambil sumber-sumber dokumen yang terkait baik tertulis maupun elektronik yang penulis gunakan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

Menurut (Sunggono, 2002), Analisis data adalah langkah untuk mencari dan mengorganisir dengan sistematis data yang didapat dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengelompokkan data ke dalam kategori, merinci menjadi unit-unit, melakukan sintesis, menyusun pola secara mendalam, memilih yang penting dan yang akan dipelajari, serta menarik kesimpulan agar mudah dimengerti oleh diri sendiri maupun orang lain. Data yang dikumpulkan oleh peneliti kemudian dianalisis dengan memakai teknik analisis induktif. Metode analisis induktif merupakan analisis yang dimulai dari pemahaman atau fakta-fakta yang khusus lalu diteliti untuk mendapatkan pemahaman yang umum. Analisis data induktif merupakan langkah dalam mencari dan mengorganisir secara teratur data yang didapat dari observasi, wawancara, dan tinjauan dokumen.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis eksternal dan analisis internal, dengan menggunakan PESTEL (*Political, Economic, Social, Technological, Legal, and Environment*) dan *Porter's Five Forces* sebagai analisis eksternal. Lalu, menggunakan kondisi perusahaan (SDM, Operation, Marketing, Finance) dan Analisis SWOT sebagai analisis internal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis External

PESTEL

Analisis PESTEL adalah alat untuk mengevaluasi faktor eksternal yang memengaruhi organisasi, termasuk politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum (Johnson et al, 2017) menjelaskan bahwa ini digunakan untuk memahami dinamika lingkungan makro dan mengidentifikasi peluang atau ancaman. Misalnya, faktor politik mencakup kebijakan pemerintah, sedangkan faktor ekonomi menyoroti inflasi dan daya beli. Faktor sosial berfokus pada perubahan budaya dan perilaku konsumen, sementara faktor teknologi mencakup inovasi baru. Faktor lingkungan mempertimbangkan keberlanjutan, dan aspek hukum mencakup regulasi bisnis.

(Kotler dan Keller, 2016) menambahkan bahwa analisis ini penting untuk mengantisipasi perubahan dalam pasar dan masyarakat, memungkinkan perusahaan menyesuaikan strategi mereka. Dengan pendekatan ini, organisasi dapat meningkatkan respons mereka terhadap tantangan eksternal dan tetap kompetitif.

1. *Political* (Politik)

Stabilitas politik di Bandung yang relatif terjaga menjadi faktor penting yang menciptakan lingkungan kondusif untuk usaha kecil seperti Pipin Donut. Kebijakan pemerintah daerah yang proaktif dalam mendukung pengembangan UMKM melalui program seperti pelatihan bisnis, subsidi bahan baku, dan hibah modal usaha dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan usaha kecil. Selain itu, inisiatif pemerintah dalam mempromosikan produk lokal melalui acara seperti pameran UMKM atau festival kuliner dapat memperluas eksposur bisnis ini. Regulasi terkait perdagangan dan pajak UMKM yang bersahabat, seperti pajak final UMKM sebesar 0,5%, juga memberikan kelegaan finansial bagi usaha kecil, termasuk Pipin Donut. Namun, faktor politik juga dapat membawa risiko, seperti perubahan kebijakan mendadak atau penerapan regulasi baru yang dapat meningkatkan biaya operasional. Misalnya, kebijakan terkait upah minimum regional (UMR) dapat berdampak pada biaya tenaga kerja.

2. *Economic* (Ekonomi)

Pertumbuhan ekonomi Bandung yang didorong oleh pariwisata dan gaya hidup konsumtif masyarakat perkotaan menciptakan pasar yang menjanjikan bagi sektor makanan dan minuman. Namun, faktor ekonomi seperti inflasi dapat memengaruhi daya beli masyarakat secara langsung. Lonjakan harga bahan baku seperti tepung, gula, atau minyak goreng, yang sering terjadi akibat fluktuasi harga komoditas global, dapat menekan margin keuntungan usaha kecil. Selain itu, tren ekonomi yang dipengaruhi oleh digitalisasi menciptakan pergeseran pola konsumsi masyarakat. Semakin banyak konsumen yang beralih ke platform daring untuk berbelanja, sehingga mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan pola ini. Penurunan daya beli pada segmen tertentu juga dapat mengarahkan konsumen untuk lebih selektif dalam memilih produk, mempengaruhi tingkat penjualan produk premium seperti donat dengan harga lebih tinggi.

3. *Social* (Sosial)

Masyarakat Bandung, khususnya generasi muda, semakin tertarik pada makanan yang tidak hanya enak tetapi juga menarik secara visual. Tren ini mempengaruhi permintaan terhadap produk makanan estetik dan inovatif, yang menjadi ciri khas konsumsi masyarakat urban. Gaya hidup yang semakin cepat juga membuat konsumen lebih mengandalkan layanan pengantaran makanan dari aplikasi daring seperti GoFood dan GrabFood, yang kini menjadi faktor utama dalam perilaku konsumen di sektor kuliner.

Selain itu, masyarakat perkotaan semakin memperhatikan nilai-nilai kesehatan dan keberlanjutan. Perubahan preferensi ini mempengaruhi jenis produk yang diminati oleh konsumen, seperti donat berbahan organik atau bebas gluten. Tingginya ketergantungan pada ulasan konsumen di media sosial juga memperkuat pentingnya reputasi online bagi pelaku usaha makanan.

4. Technological (Teknologi)

Kemajuan teknologi dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah lanskap bisnis makanan secara signifikan. Platform pengantaran online memainkan peran besar dalam memperluas jangkauan pasar bagi usaha kecil seperti Pipin Donut, memungkinkan mereka menjangkau konsumen tanpa keterbatasan lokasi fisik. Teknologi digital juga menciptakan peluang dalam pemasaran, dengan media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi alat utama untuk membangun merek dan menjangkau audiens muda. Selain itu, teknologi produksi seperti mesin pencetak donat otomatis semakin terjangkau bagi usaha kecil, yang berpotensi meningkatkan efisiensi operasional dan konsistensi produk. Teknologi berbasis data dari aplikasi daring juga memberikan wawasan penting tentang perilaku konsumen, seperti preferensi rasa atau waktu puncak pembelian, yang dapat memengaruhi keputusan bisnis.

5. Environmental (Lingkungan)

Kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan yang semakin meningkat berdampak langsung pada ekspektasi konsumen terhadap bisnis makanan. Produk yang menggunakan kemasan ramah lingkungan cenderung lebih diminati oleh konsumen modern, khususnya generasi milenial dan Gen Z. Tren ini memaksa pelaku usaha untuk mempertimbangkan dampak lingkungan dari operasional bisnis mereka, termasuk dalam hal kemasan dan pengelolaan limbah produksi. Selain itu, kondisi cuaca ekstrem atau bencana alam dapat memengaruhi pasokan bahan baku. Gangguan pada rantai pasok akibat banjir atau kekeringan, yang sering terjadi di beberapa wilayah pemasok bahan baku, dapat menyebabkan fluktuasi harga dan ketersediaan produk.

6. Legal (Hukum)

Industri makanan di Indonesia diatur oleh berbagai regulasi yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha, termasuk standar keamanan pangan, pelabelan produk, dan sertifikasi halal. Regulasi ini berperan penting dalam memastikan kualitas produk yang aman untuk dikonsumsi serta membangun kepercayaan konsumen. Ketidakpatuhan terhadap peraturan ini dapat berisiko tinggi, termasuk penutupan usaha atau denda besar. Selain itu, bisnis kecil seperti Pipin Donut harus mematuhi peraturan terkait izin usaha, pajak, dan perlindungan konsumen. Pemerintah juga semakin meningkatkan pengawasan terhadap bisnis daring, termasuk kewajiban mencantumkan harga transparan dan menjaga hak konsumen. Perubahan atau pengetatan regulasi ini dapat menambah beban administrasi dan biaya bagi pelaku usaha kecil.

Poster's Five Forces

Porter's five forces pertama kali diperkenalkan pada tahun 1979 oleh Michael E. Porter. Porter's five forces merupakan analisis kualitatif yang efektif untuk menganalisis perusahaan (Jung & Jeong, 2021). Sebuah bisnis dapat membuat strategi tingkat bisnis untuk membantu atau melindungi diri dari kekuatan di industrinya jika mereka memahami kekuatan di dalamnya (Baxter, 2019). Menurut Porter, lima kekuatan kompetitif terdiri dari kekuatan tawar menawar konsumen (bargaining power of buyers), kekuatan tawar menawar pemasok (bargaining power of supplier), ancaman produk substitusi (threat of substitution), ancaman dari pendatang baru (threat of new entrants), dan persaingan antara kompetitor yang sudah ada (rivalry among current competitors). Semua kekuatan kompetitif ini akan mempengaruhi nilai dan daya tarik perusahaan, serta strategi dan kinerjanya (Chereau & Meschi, 2018).

Bargaining Power of Buyers

Kekuatan tawar-menawar pembeli terhadap Donat Pipin tergolong tinggi, karena konsumen memiliki banyak pilihan di pasar. Pesaing seperti Donatsu, Donat Madu, Donat Bakar, dan Donat MISSU masing-masing menawarkan daya tarik unik yang menarik perhatian konsumen. Sebagai contoh, Donatsu menghadirkan konsep donat susu yang memberikan pengalaman rasa baru, Donat Madu mengutamakan bahan alami seperti madu yang menarik bagi konsumen peduli kesehatan, Donat Bakar mengusung inovasi dengan metode memanggang, sementara Donat MISSU menonjolkan estetika dan konsep unik sebagai donat prasmanan pertama di Indonesia, dimana pelanggan dapat memilih dan menambahkan topping sendiri. Beragam alternatif ini memudahkan pelanggan untuk membandingkan dan berpindah ke produk lain. Akar masalah utama terletak pada kelangkaan bahan baku, yang dapat berdampak pada kenaikan harga jual. Konsumen Donat Pipin, seperti mahasiswa, keluarga, dan karyawan, cenderung sensitif terhadap harga. Jika harga produk naik akibat kelangkaan bahan baku, risiko kehilangan pelanggan semakin tinggi, terutama karena banyaknya alternatif donat dengan harga kompetitif dan konsep menarik di pasar. Walaupun Donat Pipin menawarkan produk premium dengan harga terjangkau, keunggulan seperti varian rasa unik, sistem pre-order untuk menjaga kesegaran, dan konsep topping yang dapat dikustomisasi tidak sepenuhnya dapat mengurangi tekanan dari konsumen. Pesaing lain juga menawarkan inovasi serupa dengan harga yang bersaing, sehingga konsumen lebih mudah beralih. Fleksibilitas pembelian yang ditawarkan oleh Donat Pipin, baik secara eceran maupun paket, menjadi nilai tambah untuk melayani berbagai jenis konsumen. Pelanggan dengan anggaran terbatas dapat membeli secara eceran, sedangkan kebutuhan yang lebih besar dapat terpenuhi melalui pembelian paket. Namun, ketergantungan pada bahan baku tertentu dan dampaknya pada harga jual tetap menjadi tantangan utama. Jika Donat Pipin tidak mampu menjaga stabilitas harga di tengah kelangkaan bahan baku, pelanggan berpotensi besar untuk memilih produk dari pesaing yang lebih terjangkau.

Bargaining Power of Suppliers

Kekuatan tawar-menawar pemasok terhadap Donat Pipin tergolong tinggi karena bisnis ini sangat bergantung pada satu pemasok utama untuk bahan baku, khususnya tepung, yang menjadi elemen utama dalam produksi donat. Ketergantungan ini menimbulkan risiko yang signifikan, terutama jika pemasok menghadapi kendala distribusi atau keterbatasan stok. Risiko tersebut semakin besar mengingat kelangkaan bahan baku tertentu, di mana merek tepung yang digunakan Donat Pipin sering kali sulit ditemukan di toko bahan kue dan harus dibeli melalui pemasok besar. Hal ini menunjukkan bahwa bahan baku tersebut memiliki standar kualitas tinggi, tetapi di sisi lain meningkatkan kerentanan terhadap gangguan pasokan.

Donat Pipin memang melakukan pembelian bahan baku dalam jumlah besar langsung dari pemasok tetapnya, yang memberikan fleksibilitas harga untuk pembelian skala besar. Namun, apabila terjadi kelangkaan atau kualitas bahan baku tidak memenuhi standar, akan sulit bagi Donat Pipin untuk segera beralih ke pemasok lain. Hal ini menunjukkan keterbatasan dalam kemampuan mengganti pemasok, yang dapat berdampak pada kelangsungan operasional bisnis jika terjadi masalah pada pihak pemasok.

Selain itu, pemasok memiliki potensi untuk menaikkan harga, terutama ketika bahan baku mengalami permintaan tinggi, misalnya saat kebutuhan pasar meningkat secara signifikan atau terjadi perubahan kondisi ekonomi yang memengaruhi rantai pasokan. Situasi seperti ini dapat meningkatkan biaya produksi Donat Pipin dan berisiko memengaruhi harga jual maupun margin keuntungan bisnis.

Threats of Substitutes

Ancaman dari produk substitusi terhadap Donat Pipin tergolong tinggi, karena banyaknya pilihan makanan lain dengan harga terjangkau yang tersedia di pasar. Sebagai jajanan premium dengan harga bersaing, Donat Pipin menghadapi kompetisi dari berbagai alternatif, termasuk roti, kue basah seperti brownies kukus, risoles, dan pastel, hingga camilan kekinian seperti churros atau pisang nugget. Selain itu, minuman manis seperti boba dan kopi susu juga menjadi substitusi potensial yang menarik perhatian konsumen pada rentang harga yang sama.

Alternatif-alternatif ini tidak hanya menawarkan variasi rasa tetapi juga memberikan nilai serupa dari segi kepuasan pelanggan. Beberapa di antaranya menonjolkan bahan baku berkualitas tinggi atau konsep inovatif yang menciptakan pengalaman unik bagi konsumen. Di sisi lain, kelangkaan bahan baku yang dialami Donat Pipin dapat berdampak pada kenaikan harga jual, yang membuat produk kurang kompetitif dibandingkan pilihan substitusi.

Konsumen yang sensitif terhadap harga dapat dengan mudah beralih ke produk substitusi yang lebih murah atau menawarkan nilai lebih besar. Lokasi Donat Pipin di area jajanan Telkom University, yang penuh dengan pedagang makanan ringan berharga terjangkau, semakin memperbesar ancaman ini. Keberadaan alternatif dalam jarak dekat memudahkan konsumen untuk membandingkan dan berpindah ke produk lain jika mereka merasa Donat Pipin tidak menawarkan keunggulan yang signifikan.

Selain itu, perubahan preferensi konsumen terhadap pola makan sehat turut meningkatkan tantangan bagi Donat Pipin. Pelanggan yang mengurangi konsumsi makanan manis atau mencari alternatif yang dianggap lebih sehat, seperti salad buah atau camilan rendah kalori, cenderung menghindari donat. Bahkan, mereka mungkin memilih untuk tidak membeli jajanan sama sekali. Di sisi lain, pelanggan yang kurang menyukai makanan manis dapat beralih ke opsi gurih seperti bakso atau camilan sejenis, yang menambah persaingan substitusi.

Threats of New Entrants

Ancaman dari pendatang baru terhadap Donat Pipin tergolong tinggi, terutama karena hambatan masuk ke bisnis donat skala kecil relatif rendah. Modal awal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis serupa cukup terjangkau, ditambah dengan kemudahan dalam pengurusan regulasi dan perizinan usaha UMKM, yang memungkinkan pesaing baru untuk dengan cepat memasuki pasar.

Meskipun Donat Pipin menawarkan keunikan seperti sistem pre-order, donat mini, variasi rasa, topping custom, dan harga terjangkau dengan kualitas premium, inovasi-inovasi ini tidak sulit untuk ditiru. Pendaatang baru dengan pengalaman lebih baik atau akses ke pemasok yang lebih kuat dapat menawarkan produk serupa dengan harga yang lebih kompetitif. Bahkan, mereka berpotensi untuk berinovasi lebih jauh dengan bahan baku berkualitas tinggi atau strategi promosi yang agresif.

Kelangkaan bahan baku yang dialami Donat Pipin juga memperbesar ancaman dari pendaatang baru. Pesaing dengan jaringan pemasok yang lebih luas atau kemampuan negosiasi yang unggul dapat mengamankan bahan baku dengan harga lebih rendah dan stabilitas pasokan yang lebih baik. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengelola biaya produksi secara lebih efisien dan menarik konsumen dengan harga jual yang lebih murah atau nilai tambah yang lebih besar.

Lokasi Donat Pipin di area Telkom University, yang merupakan daerah dengan lalu lintas tinggi dan banyak pelanggan potensial, juga menjadi magnet bagi pendaatang baru. Mereka dapat memanfaatkan lokasi strategis ini dengan cepat menarik perhatian konsumen melalui promosi agresif, diskon, atau inovasi produk. Meskipun Donat Pipin memiliki pelanggan setia yang menyukai rasa, tekstur lembut, dan harga yang terjangkau, kesetiaan ini rentan terhadap ancaman jika pesaing baru menawarkan nilai lebih besar atau pengalaman konsumen yang lebih baik.

Rivalry among Existing Competitors

Persaingan di industri jajanan, termasuk bisnis donat seperti Donat Pipin, tergolong sangat tinggi. Banyak pesaing yang menawarkan produk serupa dengan keunikan masing-masing, seperti Donatsu, Donat Madu, Donat Bakar, dan Donat Missu. Pesaing-pesaing ini menonjolkan berbagai keunggulan seperti variasi rasa, harga bersaing, strategi promosi kreatif, dan lokasi strategis, yang menciptakan tekanan besar di segmen donat premium dengan harga terjangkau.

Donat Pipin, sebagai bisnis yang masih dalam tahap pengembangan, menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan posisinya di pasar. Skala operasional yang lebih kecil dan jangkauan pasar yang terbatas dibandingkan pesaing yang lebih mapan menjadi kelemahan yang perlu diatasi. Meskipun Donat Pipin menawarkan keunikan seperti sistem pre-order, topping custom, dan varian rasa yang menarik, inovasi ini tidak sepenuhnya melindungi bisnis dari ancaman persaingan yang terus meningkat.

Kelangkaan bahan baku semakin memperumit situasi. Beberapa pesaing mungkin memiliki akses yang lebih baik ke bahan baku, baik dari segi kualitas maupun stabilitas pasokan. Dalam situasi di mana pasokan bahan baku terbatas, pesaing dengan kemampuan negosiasi yang lebih unggul dapat mengamankan harga bahan baku yang lebih rendah, memungkinkan mereka untuk menawarkan harga jual yang lebih kompetitif. Sebaliknya, Donat Pipin berisiko menghadapi kenaikan biaya produksi jika bahan baku menjadi sulit diperoleh atau mengalami lonjakan harga.

Lokasi Donat Pipin di dekat area perguruan tinggi juga menjadi medan persaingan tersendiri. Walaupun tidak terlalu dekat dengan pesaing besar, area ini penuh dengan alternatif jajanan terjangkau lainnya, baik dari kategori donat maupun produk substitusi seperti roti, kue basah, dan camilan kekinian. Hal ini menambah tantangan dalam mempertahankan pelanggan yang memiliki banyak pilihan di sekitarnya.

Dari hasil analisis di atas, Untuk menghadapi persaingan ketat di industri jajanan, khususnya di segmen donat, Donat Pipin perlu mengambil langkah strategis yang terfokus pada inovasi, pemasaran, dan efisiensi operasional. Pertama, Donat Pipin harus meningkatkan daya tarik produknya melalui inovasi berkelanjutan, seperti mempertahankan sistem pre-order, donat mini, variasi rasa, dan konsep topping yang fleksibel sesuai preferensi konsumen. Upaya ini perlu diiringi dengan strategi pemasaran yang agresif, baik online maupun offline, untuk meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian konsumen, terutama melalui media sosial, promosi lokal, dan kolaborasi dengan komunitas di sekitar perguruan tinggi. Selain itu, menjaga harga tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk sangat penting, mengingat tingginya kekuatan tawar-menawar pembeli. Konsistensi rasa yang enak, tekstur lembut, dan kemasan yang menarik menjadi faktor utama untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Donat Pipin juga perlu menghadapi ancaman dari produk substitusi dengan mempertahankan kualitas unggul dan menciptakan nilai tambah, seperti kemudahan pemesanan dan fleksibilitas pembelian. Dalam menghadapi pendatang baru, Donat Pipin harus menjaga hubungan baik dengan pemasok tetap guna menjamin kualitas bahan baku dan stabilitas pasokan, sekaligus meningkatkan efisiensi biaya operasional untuk tetap kompetitif. Lokasi strategis di sekitar perguruan tinggi juga dapat dimanfaatkan dengan lebih maksimal melalui promosi spesial, acara komunitas, atau kemitraan dengan organisasi mahasiswa untuk menjangkau pelanggan muda dan aktif. Terakhir, penguatan branding yang konsisten dapat membantu Donat Pipin mempertahankan pelanggan setia sekaligus menarik pelanggan baru. Dengan mengimplementasikan langkah-langkah ini, Donat Pipin dapat memperkuat daya saingnya dan mempertahankan posisinya di pasar.

Analisis Internal

Kondisi Perusahaan (SDM, Operation, Marketing, Finance)

Human Resource (Sumber Daya Manusia)

Menurut Tinangon et al dalam Febrian et al (2022) Sumber Daya Manusia adalah rancangan sistem-sistem formal dalam sebuah organisasi untuk memastikan penggunaan bakat manusia secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan organisasi. sumber daya manusia yang dimiliki oleh Donat pipin yaitu, Pipin memiliki dua orang karyawan untuk Produksi, dua karyawan yang memegang cabang di Telkom University, satu orang memegang cabang di Rancasawo, dan untuk pusat donat pipin di pegang oleh owner sendiri. Proses rekrutmen karyawan melalui iklan pada OLX kemudian dipilih beberapa orang untuk dilakukan interview secara langsung dengan owner donat pipin.

Operation

Sistem Operasional Donat Pipin berjalan lancar, walaupun terdapat ketergantungan pada pemasok bahan baku yang dapat mengganggu proses produksi dalam pembuatan donat owner melakukan pembelian bahan baku langsung dari sales besar. walaupun hasil produksi kadang mengalami kegagalan yang disebabkan oleh faktor bahan baku, meskipun tidak ada perubahan pada jenis bahan yang digunakan. Oleh karena itu, sangat penting bagi Pipin Donuts untuk menemukan pemasok bahan baku yang benar-benar dapat dipercaya. Selain itu, ketergantungan pada satu pemasok menjadi kelemahan yang perlu segera diatasi, terutama mengingat kelangkaan bahan baku seperti tepung yang sering terjadi karena sulit ditemukan di toko bahan kue (TBK). Untuk mengatasi masalah ini, Pipin Donuts menerapkan solusi berupa

pembelian bahan baku dalam jumlah besar melalui sales besar guna menjaga stok tetap tersedia.

Di sisi lain, Pipin Donuts memiliki berbagai keunggulan, seperti harga yang terjangkau untuk semua kalangan tetapi tetap mempertahankan rasa dan kualitas premium. Pipin Donat juga menawarkan beberapa varian rasa unik serta konsep custom dimana konsumen dapat memilih topping sesuai keinginan, yang memberikan daya tarik tersendiri. lalu menghadirkan varian rasa baru dan donat mini untuk mengikuti trend pasar, dengan menggunakan mixer berkapasitas besar untuk memproduksi donat serta pemilihan dan pelatihan karyawan untuk proses produksi.

Marketing

Dalam upaya mengembangkan bisnisnya, Donat Pipin memanfaatkan pemasaran digital melalui platform media sosial seperti Instagram untuk memasarkan produk sekaligus membangun branding yang kuat. Melalui konten kreatif, seperti foto produk berkualitas tinggi dan testimoni pelanggan, Pipin Donut mampu menarik perhatian audiens yang lebih luas.

Dari segi produk, Pipin Donut menawarkan berbagai varian rasa yang unik, serta menyediakan donat mini dengan sistem pre-order (PO). Sistem ini menjadi solusi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang ingin memesan dalam jumlah tertentu. Selain itu, mereka juga menggunakan kemasan yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk dan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

Finance

Diperkirakan pada tahun 2021, saat Donat Pipin pertama kali berdiri, mereka berhasil menjual sekitar 50 donat per hari atau 1.500 donat per bulan. Dari jumlah tersebut, Donat Pipin memperoleh pendapatan sekitar Rp7.500.000 per bulan. Namun, seiring waktu, Donat Pipin terus menunjukkan kemajuan yang signifikan, dengan jumlah produksi dan penjualan donat yang jauh lebih tinggi dibandingkan saat pertama kali memulai usaha. Saat ini, pendapatan mereka telah meningkat menjadi Rp15.000.000 per bulan, dengan rata-rata penjualan mencapai 100 donat per hari atau sekitar 3.000 donat per bulan. Harga jual per donat berada di kisaran Rp5.000.

Dari sisi biaya operasional, pengeluaran utama donat pipin mencakup:

1. Bahan Baku: Tepung, gula, telur, mentega, dan topping.

- Tepung: $\text{Rp}3.000/\text{kg} \times 100 \text{ kg} = \text{Rp}300.000$
- Gula: $\text{Rp}12.000/\text{kg} \times 20 \text{ kg} = \text{Rp}240.000$
- Telur: $\text{Rp}2.000/\text{butir} \times 1.200 \text{ butir} = \text{Rp}2.400.000$
- Mentega: $\text{Rp}50.000/\text{kg} \times 15 \text{ kg} = \text{Rp}750.000$
- Topping: $\text{Rp}2.500/\text{donat} \times 3.000 \text{ donat} = \text{Rp}7.500.000$

Total Bahan Baku: Rp11.190.000

2. Produksi: Listrik, gas, dan perlengkapan dapur.

- Listrik: Rp400.000/bulan
- Gas: Rp250.000/bulan
- Perlengkapan dapur: Rp150.000/bulan

Total Biaya Produksi: Rp800.000

3. Tenaga Kerja/karyawan.

- Gaji 2 karyawan: Rp2.500.000/bulan
- Total Biaya Tenaga Kerja: Rp5.000.000

Analisis SWOT

Strengths (Kekuatan)

1. Harga yang terjangkau

Produk yang ditawarkan memiliki harga kompetitif, sehingga lebih mudah menarik pelanggan dibandingkan pesaing yang menawarkan harga lebih tinggi.

2. Kualitas bahan baku yang baik

Penggunaan bahan baku berkualitas memastikan produk memiliki standar yang memuaskan, meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

3. Varian Produk Unik

Adanya variasi produk yang tidak umum di pasaran memberikan keunggulan kompetitif dan menarik pelanggan yang mencari sesuatu yang berbeda.

4. Stabilitas politik lokal

Lingkungan politik yang stabil memungkinkan operasional bisnis berjalan lancar tanpa gangguan yang berarti.

5. Kemasan ramah lingkungan

Menggunakan kemasan yang ramah lingkungan tidak hanya mendukung kelestarian alam tetapi juga menarik konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan.

Weaknesses (Kelemahan)

1. Ketergantungan pada pemasok bahan baku

Ketergantungan ini membuat perusahaan rentan terhadap masalah pasokan, seperti kenaikan harga atau keterlambatan pengiriman.

2. Terbatasnya Sumber Daya Manusia untuk Produksi

Keterbatasan tenaga kerja bisa menghambat kemampuan produksi, terutama saat permintaan meningkat secara tiba-tiba.

3. Reputasi Online Rentan

Kesan negatif yang muncul di media sosial atau ulasan pelanggan dapat dengan cepat menyebar dan memengaruhi citra merek.

4. Biaya Operasional Tambahan

Pengeluaran tak terduga, seperti biaya perbaikan alat atau peningkatan fasilitas, dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan.

5. Fluktuasi biaya produksi

Ketidakstabilan biaya bahan baku atau energi mempersulit perusahaan menjaga konsistensi harga produk.

Opportunities (Peluang)

1. Membuat varian rasa yang tidak dimiliki pesaing

Dengan inovasi rasa, produk bisa menarik segmen pasar baru dan meningkatkan daya saing di pasar.

2. Mengoptimalkan Platform Digital

Penggunaan media sosial, e-commerce, dan strategi pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar secara signifikan.

3. Peningkatan digitalisasi

Dengan teknologi yang semakin maju, perusahaan bisa meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi atau pengelolaan data yang lebih baik.

4. Dukungan pemerintah

Bantuan pemerintah seperti insentif pajak, pelatihan, atau subsidi bahan baku bisa dimanfaatkan untuk mendorong pertumbuhan bisnis.

5. Ekspansi pasar

Memasuki pasar baru, baik secara geografis maupun demografis, memberi peluang besar untuk meningkatkan penjualan.

Threats (Ancaman)

1. Persaingan pasar yang ketat

Banyaknya pemain di pasar yang menawarkan produk serupa dapat mengurangi pangsa pasar dan menekan harga jual.

2. Kelangkaan Bahan Baku

Ketergantungan pada bahan baku tertentu membuat bisnis rentan terhadap gangguan pasokan atau kenaikan harga.

3. Perubahan Tren Konsumen

Selera konsumen yang cepat berubah bisa membuat produk menjadi kurang relevan jika perusahaan tidak mampu beradaptasi.

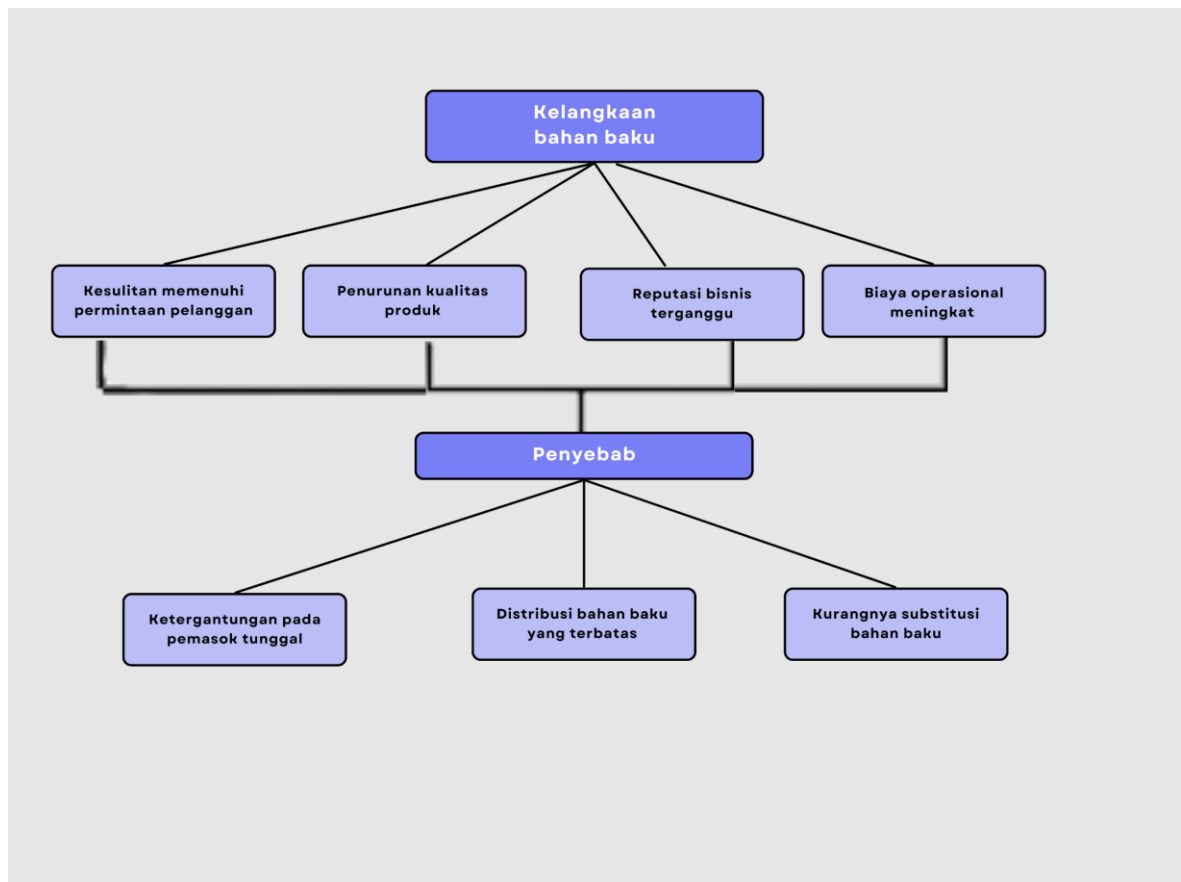
4. Perubahan regulasi

Perubahan aturan pemerintah, seperti pajak atau standar keamanan, bisa memengaruhi biaya dan operasional.

5. Ketergantungan pada teknologi

Gangguan teknologi seperti kegagalan sistem atau serangan siber dapat menghambat operasional dan menciptakan risiko besar.

Pohon Akar Masalah



Gambar 1 Pohon Akar Masalah

Penjelasan pohon akar masalah

Pohon akar masalah di atas menunjukkan kelangkaan bahan baku yang dialami oleh Donat Pipin, termasuk dampaknya terhadap operasional perusahaan serta penyebab utamanya. Kelangkaan bahan baku terjadi ketika pasokan bahan tidak mencukupi kebutuhan produksi, sehingga langsung memengaruhi keberlangsungan proses bisnis dan kinerja perusahaan.

Dampak kelangkaan bahan baku bagi Donat Pipin meliputi empat hal utama yaitu:

- Produksi terganggu sehingga perusahaan kesulitan memenuhi permintaan pelanggan. Keterlambatan dalam pemenuhan pesanan menurunkan kepercayaan pelanggan dan mendorong mereka beralih ke kompetitor.
- Untuk tetap berproduksi, perusahaan sering kali menggunakan bahan alternatif dengan kualitas yang lebih rendah. Hal ini membuat kualitas produk akhir tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan, yang pada akhirnya merusak citra merek.
- Reputasi perusahaan terpengaruh secara langsung akibat penurunan kualitas dan keterlambatan pengiriman. Reputasi yang buruk berdampak pada loyalitas pelanggan dan menurunkan daya saing di pasar.
- Kelangkaan bahan baku memicu kenaikan biaya operasional karena perusahaan harus mencari pemasok baru dengan harga lebih tinggi atau menanggung biaya tambahan untuk logistik dan distribusi.

Penyebab utama dari masalah ini dapat ditelusuri ke tiga faktor yaitu:

- Ketergantungan pada pemasok tunggal. Donat Pipin sangat mengandalkan satu pemasok utama, sehingga ketika pemasok tersebut menghadapi kendala, seluruh rantai pasok perusahaan ikut terganggu.
- Hambatan dalam distribusi bahan baku. Masalah logistik, regulasi pemerintah, atau lokasi geografis yang sulit diakses memperlambat pengiriman bahan baku ke lokasi produksi, sehingga menghambat proses produksi.
- Kurangnya bahan substitusi. Ketergantungan penuh pada satu jenis bahan baku tanpa adanya alternatif membuat perusahaan tidak fleksibel dalam menghadapi gangguan pasokan. Ketika bahan utama tidak tersedia, produksi terhenti sepenuhnya.

Hubungan antara penyebab dan dampak ini sangat jelas. Penyebab utama kelangkaan bahan baku memicu gangguan operasional yang menghasilkan dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Untuk mengatasi masalah ini, Donat Pipin harus segera menerapkan langkah strategis, seperti diversifikasi pemasok untuk mengurangi ketergantungan pada satu pihak, peningkatan efisiensi distribusi untuk memastikan bahan baku tiba tepat waktu, dan pengembangan bahan substitusi agar produksi tetap berjalan meskipun bahan utama terganggu. Dengan strategi ini, risiko kelangkaan di masa depan dapat diminimalkan, dan perusahaan dapat mempertahankan stabilitas operasionalnya.

Strategi

- **Diversifikasi Pemasok**

Untuk mengurangi risiko kelangkaan bahan baku akibat ketergantungan pada pemasok tunggal, perusahaan harus menjalin kerja sama dengan beberapa pemasok alternatif. Diversifikasi ini memberikan fleksibilitas dalam memilih sumber pasokan jika salah satu pemasok mengalami gangguan, seperti keterlambatan produksi atau masalah logistik. Dengan demikian, pasokan bahan baku tetap stabil meskipun terjadi kendala di salah satu jalur pemasok.

- **Optimalisasi Sistem Distribusi**

Keterbatasan distribusi bahan baku dapat diatasi dengan memastikan sistem logistik yang efisien. Perusahaan harus memilih mitra logistik yang memiliki rekam jejak baik dalam pengiriman tepat waktu. Selain itu, penggunaan teknologi pelacakan pengiriman berbasis real-time memungkinkan perusahaan memantau posisi bahan baku, meminimalkan risiko keterlambatan, dan memastikan pengiriman dilakukan sesuai jadwal.

- **Pengembangan Substitusi Bahan Baku**

Perusahaan perlu melakukan riset dan inovasi untuk menemukan bahan pengganti yang memiliki fungsi dan kualitas serupa dengan bahan baku utama. Langkah ini mengurangi ketergantungan pada bahan tertentu yang rentan mengalami kelangkaan. Misalnya, jika bahan baku utama sulit diperoleh, bahan substitusi dapat langsung digunakan tanpa mengganggu kualitas produk akhir.

Manajemen Stok yang Efektif

Untuk mencegah terjadinya kekurangan bahan baku secara mendadak, perusahaan harus menerapkan sistem manajemen stok yang tepat. Salah satunya adalah dengan menyiapkan stok cadangan (buffer stock) untuk mengantisipasi lonjakan permintaan atau gangguan pasokan. Selain itu, perencanaan stok berbasis analisis permintaan pasar yang akurat memastikan perusahaan memesan bahan baku dalam jumlah yang sesuai, sehingga tidak terjadi pemborosan maupun kekurangan.

- **Penguatan Hubungan dengan Pemasok**

Hubungan yang kuat dengan pemasok dapat memberikan perusahaan keuntungan kompetitif, seperti prioritas pasokan saat terjadi kelangkaan bahan baku di pasar. Untuk itu, perusahaan harus menjaga komunikasi yang intensif, transparan, dan saling menguntungkan dengan pemasok. Dengan hubungan yang baik, pemasok akan lebih cenderung mendukung kebutuhan perusahaan dalam situasi sulit.

- **Kontrak Jangka Panjang dengan Pemasok**

Menjalin kontrak jangka panjang dengan pemasok merupakan langkah strategis untuk menjamin ketersediaan bahan baku. Kontrak ini memberikan kepastian pasokan dengan harga yang stabil, meskipun pasar mengalami fluktuasi. Selain itu, perusahaan dapat memasukkan klausul prioritas pengiriman dalam kontrak untuk memastikan kebutuhan bahan baku selalu terpenuhi dalam situasi darurat.

- **Pemantauan Tren Permintaan Pasar**

Perusahaan harus secara aktif memantau tren permintaan pasar untuk memproyeksikan kebutuhan bahan baku di masa depan. Dengan data permintaan yang akurat, perusahaan dapat melakukan pemesanan bahan baku lebih awal untuk menghindari kekurangan saat permintaan meningkat. Langkah ini juga membantu perusahaan mengelola produksi dengan lebih terencana.

Tows Matrix

IFAS EFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
OPPORTUNITIES (O)	Strategi (SO) Mengembangkan Varian Produk Inovatif Pipin Donuts dapat memanfaatkan bahan baku premium untuk menciptakan varian rasa unik seperti donat berbahan dasar tepung organik atau rendah gluten. Hal ini tidak hanya memperluas pangsa pasar tetapi juga menarik perhatian segmen konsumen yang lebih peduli kesehatan. Kampanye Digital Berbasis Narasi Kualitas Memanfaatkan platform digital seperti Instagram dan TikTok untuk menonjolkan keunggulan bahan baku premium dan cerita di balik pembuatan donat. Strategi ini dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan	Strategi (WO) Diversifikasi Pemasok Lokal untuk Mengurangi Ketergantungan Menjalin hubungan dengan pemasok bahan baku alternatif di sekitar Bandung untuk mengurangi risiko gangguan pasokan sekaligus menekan biaya transportasi. Implementasi Teknologi untuk Monitoring Stok Bahan Baku Menggunakan sistem digital seperti aplikasi ERP sederhana untuk memastikan ketersediaan bahan baku secara real-time, sehingga fluktuasi biaya produksi akibat kelangkaan dapat diminimalkan. Optimalisasi Pelatihan Karyawan Berbasis

	sekaligus membangun citra merek yang lebih kuat. Menggunakan Stabilitas Politik Lokal untuk Ekspansi Pasar Melalui kerja sama dengan pemerintah lokal dalam acara pameran UMKM, Pipin Donuts dapat memperluas jangkauan pasarnya, terutama dengan menargetkan komunitas baru di wilayah sekitar Bandung.	Digitalisasi Memberikan pelatihan karyawan yang difokuskan pada efisiensi produksi dan pemanfaatan alat digital, seperti aplikasi pencatatan produksi, untuk meningkatkan produktivitas tanpa menambah tenaga kerja.
THREATS (T)	Strategi (ST) Efisiensi Operasional untuk Menekan Harga Jual Menggunakan teknologi seperti mixer otomatis untuk mempercepat produksi tanpa menambah biaya tenaga kerja. Hal ini memungkinkan harga tetap terjangkau meskipun persaingan pasar meningkat. Pengamanan Pasokan Melalui Kontrak Jangka Panjang Menjalin kontrak eksklusif dengan pemasok utama untuk memastikan stabilitas pasokan bahan baku premium. Kontrak ini dapat mencakup diskon volume untuk pembelian dalam jumlah besar. Adaptasi terhadap Tren dengan Inovasi Produk Ramah Lingkungan Menawarkan varian produk dengan kemasan biodegradable yang menarik perhatian konsumen peduli lingkungan. Strategi ini membantu Pipin Donuts tetap relevan dengan tren konsumen saat ini.	Strategi (WT) Perencanaan Stok yang Lebih Akurat Menggunakan data historis penjualan untuk memprediksi kebutuhan bahan baku di masa depan. Strategi ini membantu mengurangi risiko kelangkaan bahan baku tanpa meningkatkan biaya penyimpanan. Kolaborasi dengan UMKM Lain untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi Menjalin kemitraan dengan UMKM lokal yang memiliki fasilitas produksi tambahan, sehingga Pipin Donuts dapat meningkatkan volume produksi tanpa perlu investasi besar. Strategi Efisiensi Bahan Baku Mengoptimalkan takaran bahan baku dalam setiap batch produksi untuk meminimalkan limbah tanpa mengurangi kualitas produk. Selain itu, Pipin Donuts juga dapat mengeksplorasi substitusi bahan baku yang

		lebih ekonomis tanpa mengorbankan rasa.
--	--	---

Sumber: Olahan Data Penulis (2024)

KESIMPUL

Donat Pipin adalah UMKM di bidang kuliner yang berfokus pada produksi donat dengan cita rasa khas, harga terjangkau, dan pemasaran aktif melalui media sosial. Meski memiliki berbagai keunggulan, seperti varian produk yang unik dan kemasan ramah lingkungan, bisnis ini menghadapi tantangan serius, yaitu ketergantungan pada satu pemasok bahan baku, kelangkaan bahan utama seperti tepung, keterbatasan tenaga kerja, fluktuasi biaya produksi, serta persaingan ketat dari produk substitusi dan pendatang baru dengan inovasi menarik.

Untuk mengatasi kendala tersebut, beberapa strategi utama harus diterapkan. Pertama, Donat Pipin perlu mendiversifikasi pemasok bahan baku untuk mengurangi risiko kelangkaan dan menjaga stabilitas pasokan. Kedua, inovasi produk harus ditingkatkan, seperti menciptakan varian baru berbahan organik atau rendah gluten, yang sesuai dengan tren konsumsi sehat. Ketiga, pemasaran digital melalui media sosial harus dioptimalkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, dengan memanfaatkan konten kreatif dan kampanye berbasis narasi kualitas. Keempat, manajemen stok yang efektif perlu diterapkan, termasuk penyediaan stok cadangan dan pemantauan kebutuhan pasar secara akurat untuk mengantisipasi lonjakan permintaan.

Selain itu, Donat Pipin perlu memperkuat hubungan dengan pemasok melalui kontrak jangka panjang, meningkatkan efisiensi operasional dengan teknologi modern, dan memperluas kolaborasi dengan komunitas lokal serta UMKM lain. Dengan langkah-langkah ini, Donat Pipin dapat mempertahankan daya saing, menarik segmen pasar baru, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menjadi pemain yang lebih kompetitif di industri kuliner. Strategi yang tepat akan memastikan keberlanjutan bisnis sekaligus memperkuat posisinya sebagai pelaku UMKM yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayem Sri . (2022). Pengaruh Risiko Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Dan Strategi Bisnis Terhadap Tax Avoidance.
- Baxter, G. (2019). A strategic analysis of Cargolux airlines international position in the global air cargo supply chain using Porter's five forces model. *Infrastructures* 4(1).
- Chereau, P , & Meschi, P.-X. (2018). *Strategic consulting: Tools and methods for successful strategy missions*. Cham: Springer International Publishing.
- Fatimah, F. N. (2016). *Teknik Analisis SWOT*.
- Febrian, W. D. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia.
- Framework Pengembangan UMKM Bank Indonesia*. (2013). Diambil kembali dari bi.go.id: <https://www.bi.go.id/id/umkm/program-pengembangan-umkm/default.aspx>
- Jung, S. H., & Jeong, Y. J. (2021). A quantitative perspective of Porter's industry forces framework for investment analysis. *Managerial and Decision Economics*. 1–17.

NIRMASARI, D. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA KECIL MENENGAH PERCETAKAN (Studi Kasus UKM Percetakan The Bejos Screen Printing, Kota Palopo, Sulawesi Selatan).

Weihrich, H. (1982). The TOWS Matrix-A tool for Situational analysis.