

## Analisis Proses Bisnis Toko Roti Menggunakan SWOT dan Business Process Improvement

**Shierly Saffa' Alisia<sup>1</sup>, Aris Wahyu Murdiyanto<sup>2</sup>, Arif Himawan<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Program Studi, Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Teknologi Informasi,

Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

e-mail: <sup>1</sup>shierly.saffa03@gmail.com, <sup>2</sup>ariswahyu@unjaya.ac.id, <sup>3</sup> reef1881@gmail.com

Correspondence author email \*

### Abstrak

Usaha toko roti skala kecil menghadapi tantangan dalam mengelola proses bisnis agar efisien dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses bisnis pada Toko Roti Pak Joyo Roti Maryono di Sleman, Yogyakarta, yang masih menghadapi kendala pencatatan manual, keterlambatan produksi dan promosi yang belum optimal. Metode yang digunakan adalah Business Process Improvement (BPI) dengan pemodelan Business Process Model and Notation (BPMN) serta analisis SWOT untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal. Hasil perhitungan SWOT menunjukkan skor kekuatan 1,72; kelemahan 0,82; peluang 1,23; dan ancaman 0,86, sehingga posisi strategi berada pada Kuadran I ( $x = 0,90$ ;  $y = 0,37$ ) yang menandakan strategi pertumbuhan (growth strategy). Melalui BPI, sejumlah perbaikan diusulkan, meliputi digitalisasi pencatatan, pemanfaatan media sosial, penyampaian informasi stok melalui WhatsApp, kerja sama dengan jasa pengiriman, serta penambahan tenaga kerja cadangan. Perubahan tersebut meningkatkan efisiensi dengan percepatan proses kerja, pengurangan waktu tunggu, dan minimnya kesalahan pencatatan, serta meningkatkan efektivitas pelayanan dan jangkauan promosi. Penelitian ini menegaskan pentingnya penerapan pendekatan sistematis dalam perbaikan proses bisnis agar usaha kecil menengah lebih kompetitif.

**Kata kunci**— Business Process Improvement, BPMN, SWOT, Proses Bisnis

### 1. PENDAHULUAN

Industri kuliner, khususnya usaha toko roti, menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan proses bisnis agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara efisien. Salah satu contohnya adalah Toko Roti Pak Joyo Roti Maryono yang telah berdiri sejak tahun 1970-an di Sleman, Yogyakarta. Meskipun memiliki resep turun-temurun dan basis pelanggan tetap, toko ini masih mengalami kendala seperti keterlambatan produksi, pencatatan manual, pengelolaan stok, dan sistem pemesanan serta distribusi yang belum terstruktur optimal. Kondisi ini berdampak pada kepuasan pelanggan dan daya saing usaha, padahal pelanggan merupakan komponen yang sangat penting dalam sebuah bisnis karena memiliki pengaruh besar terhadap tingkat penjualan, keuntungan, dan pangsa pasar [1].

Proses bisnis merupakan elemen kunci dalam pengelolaan berbagai aktivitas serta hubungan antaraktivitas di dalam suatu organisasi. Pengelolaan proses bisnis yang tepat dan efisien memungkinkan organisasi untuk meningkatkan produktivitas, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, serta memperbaiki kinerja secara menyeluruh demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan [2]. Pengelolaan proses bisnis yang tidak optimal dapat menyebabkan keterlambatan, kesalahan, dan pembengkakan biaya operasional [3]. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap alur kerja, penggunaan sumber daya, serta koordinasi antar bagian. *Business Process Improvement* (BPI) menjadi salah satu metode yang relevan karena mampu mengidentifikasi permasalahan inti dan merancang perbaikan yang terstruktur. Pemodelan proses bisnis menggunakan *Business Process Model and Notation* (BPMN) mempermudah visualisasi proses, sehingga hambatan yang ada bisa teridentifikasi secara lebih jelas, dengan begitu dapat mempermudah untuk mengetahui mana proses yang sudah mencapai sasaran dan mana yang masih perlu diperbaiki [4]. Untuk merumuskan strategi yang efektif dalam suatu usaha, dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknik analisis terhadap faktor internal dan eksternal perusahaan. Teknik ini dikenal sebagai analisis SWOT (*Strengths*,

*Weaknesses, Opportunities, Threats*), yang memiliki peran penting dalam proses perencanaan dan pengembangan bisnis secara menyeluruh [5].

Penelitian mengenai analisis dan perbaikan proses bisnis dengan metode *Business Process Improvement* (BPI) telah banyak dilakukan dalam lima tahun terakhir, termasuk pada industri makanan. Penelitian oleh Pertiwi et al. menerapkan *Business Process Improvement* (BPI) pada UMKM Mak Pookies untuk meningkatkan efisiensi proses produksi kue pukis, mengurangi aktivitas dari 16 menjadi 12, dan mempersingkat waktu siklus lebih dari 21 jam [6]. Penelitian oleh Saputro dan Kustanto menggunakan BPI pada Solo Bakery untuk mengoptimalkan pengadaan barang dan penggajian, yang menghasilkan percepatan proses hingga 35% [7]. Selanjutnya, penelitian oleh Rakhman Nanda et al. menerapkan BPI dan simulasi Bizagi Modeler pada industri perikanan lele untuk mempersingkat waktu pemrosesan pesanan rata-rata 61 menit dan merekomendasikan penambahan metode pembayaran [8]. Penelitian oleh Negara dan Doni memanfaatkan BPI dan *Business Process Model and Notation* (BPMN) pada Fika Crispy Mushroom untuk mempercepat transaksi persediaan sebesar 60% dan pemesanan sebesar 70% [9]. Penelitian oleh Rahmawati et al. menerapkan BPI pada Toko Tiga Dara dan berhasil mengurangi aktivitas dari 15 menjadi 12, menurunkan waktu siklus dari 33,85 menit menjadi 20,92 menit, serta meningkatkan efisiensi dari 71,95% menjadi 92,73% [10].

Penelitian-penelitian tersebut, sebagian besar studi terdahulu fokus pada perbaikan teknis atau proses tunggal. Penelitian ini berbeda karena dilakukan pada usaha toko roti skala kecil dengan ruang lingkup, mencakup produksi, pengelolaan pesanan, distribusi, dan promosi. Selain menggunakan BPI dan BPMN, penelitian ini juga mengintegrasikan analisis SWOT untuk memetakan kondisi strategis usaha dan menyusun strategi perbaikan proses yang lebih komprehensif.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Business Process Improvement* (BPI) untuk menganalisis dan meningkatkan proses bisnis pada toko roti. Metode BPI digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan dalam alur bisnis yang ada, mengevaluasi efisiensi proses, serta merancang perbaikan yang dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan.

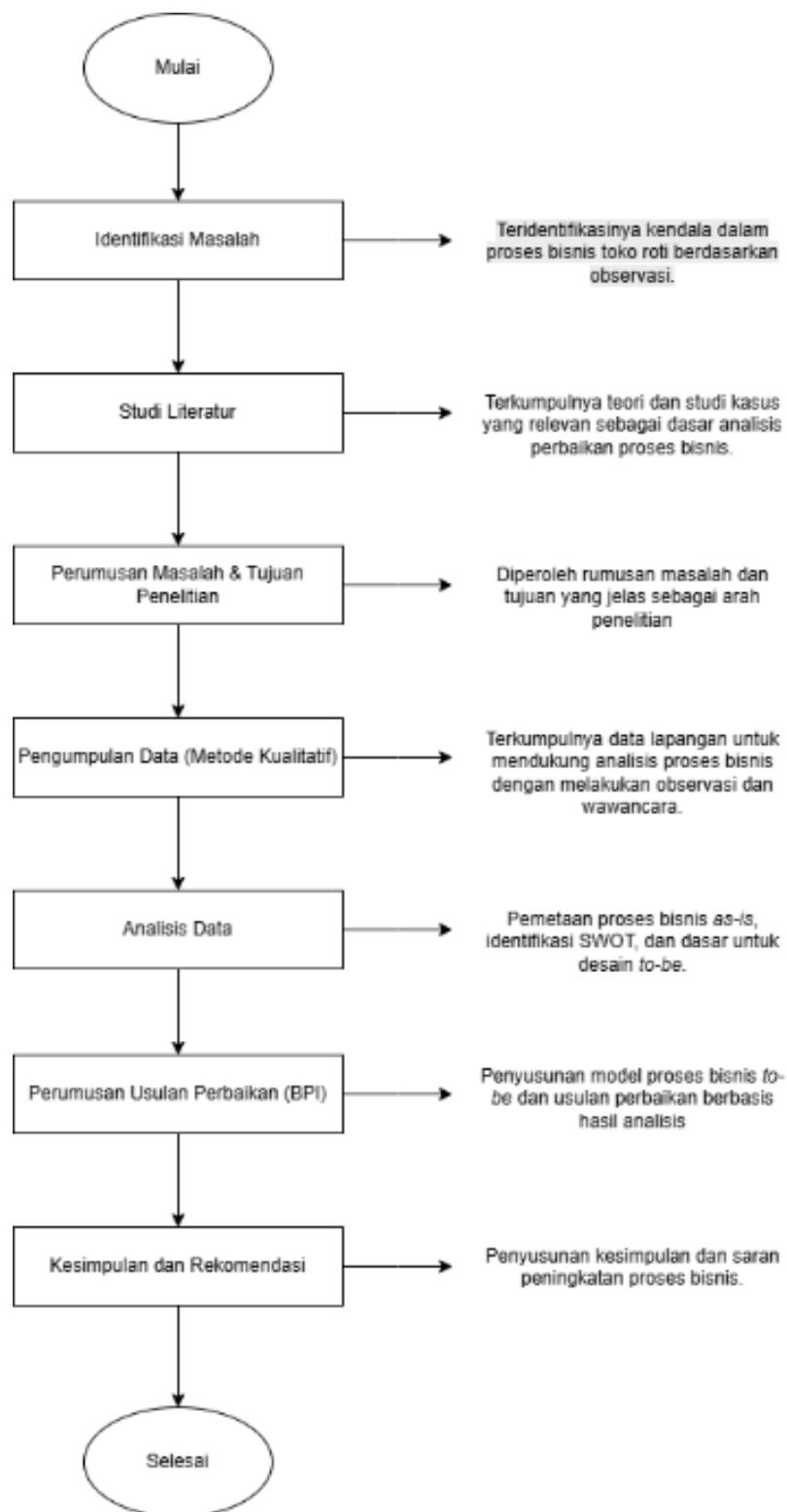
Berikut adalah alur penelitian dalam bentuk *flowchart* pada Gambar 1.

### *Mengidentifikasi Proses Bisnis yang Sedang Berjalan*

Pada tahap ini dilakukan pemetaan terhadap proses bisnis toko roti untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai alur kerja yang berjalan. Proses pemetaan dimulai dengan observasi langsung terhadap operasional toko, mencakup aktivitas penerimaan pesanan, proses produksi, hingga distribusi produk kepada pelanggan. Selain itu, wawancara dengan pemilik dan karyawan juga dilakukan guna menggali informasi terkait permasalahan yang kerap muncul dalam pelaksanaan alur kerja. Informasi yang diperoleh kemudian digunakan sebagai dasar dalam pemodelan awal proses bisnis menggunakan notasi *Business Process Model and Notation* (BPMN), sehingga setiap tahapan operasional toko roti dapat digambarkan secara lebih jelas dan terstruktur. Hasil dari tahap ini adalah model BPMN yang menggambarkan kondisi proses bisnis sebelum dilakukan perbaikan.

### *Analisis Permasalahan*

Setelah proses bisnis terdokumentasi, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap potensi permasalahan yang mungkin muncul. Analisis ini dilakukan dengan mengevaluasi setiap aktivitas untuk mengidentifikasi tahapan yang membutuhkan perbaikan, sekaligus menelusuri kendala yang sering terjadi seperti keterlambatan produksi, kesalahan pencatatan pesanan, maupun hambatan dalam proses distribusi. Selain itu, pemanfaatan sumber daya juga dianalisis untuk mengetahui apakah alokasinya sudah optimal atau masih terdapat ketidakseimbangan yang dapat memengaruhi efisiensi proses bisnis.

**Gambar 1.** Alur Penelitian

Selain pendekatan di atas, analisis juga dilengkapi dengan metode SWOT untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi proses bisnis. Hasil dari analisis ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi perbaikan proses agar lebih efisien dan efektif.

### *Perancangan Perbaikan dengan BPI*

Setelah tahap analisis dilakukan dan permasalahan dalam proses bisnis berhasil diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah merancang perbaikan menggunakan pendekatan *Business Process Improvement* (BPI). Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menyusun alur proses bisnis yang lebih efisien, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan operasional toko roti.

Dalam proses ini, perbaikan dirancang berdasarkan temuan-temuan sebelumnya. Seluruh rancangan perbaikan dituangkan ke dalam bentuk model proses bisnis baru menggunakan *Business Process Model and Notation* (BPMN). Model BPMN ini menggambarkan proses bisnis yang telah disederhanakan dan dioptimalkan, sehingga diharapkan mampu mengatasi kendala yang sebelumnya terjadi.

### *Evaluasi Kualitas Perbaikan*

Setelah perancangan proses bisnis yang baru selesai dilakukan, evaluasi secara kualitatif dilaksanakan untuk menilai efektivitas usulan perbaikan. Evaluasi ini mencakup perbandingan antara model proses bisnis *as-is* dan *to-be* guna melihat perbedaan tahapan serta alur kerja yang dihasilkan. Selain itu, dilakukan identifikasi terhadap potensi perbaikan, seperti pengurangan jumlah langkah, penyederhanaan alur, dan penghilangan aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah. Proses evaluasi juga dilengkapi dengan diskusi dan validasi informal bersama pemilik maupun karyawan toko, sehingga usulan perbaikan yang diajukan benar-benar sesuai dengan kebutuhan serta kondisi operasional yang ada.

### *Kesimpulan dan Rekomendasi*

Tahap terakhir meliputi penyusunan kesimpulan serta pemberian rekomendasi sesuai dengan temuan penelitian. Setelah penelitian ini selesai, diharapkan toko roti dapat mengoptimalkan proses bisnisnya agar lebih kompetitif dan efisien dalam operasionalnya.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menyajikan hasil analisis proses bisnis Toko Roti Pak Joyo Roti Maryono untuk mengidentifikasi kelemahan operasional dan merumuskan strategi perbaikan dengan metode *Business Process Improvement* (BPI). Analisis berfokus pada produksi, penyediaan stok, dan promosi, menggunakan metode IFE, EFE, IE Matrix, SWOT, serta pemodelan BPMN. Data diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pemilik serta karyawan.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa proses pemesanan roti dilakukan langsung di toko atau melalui pemesanan sebelumnya, dengan pencatatan detail pesanan dan pembayaran. Bahan baku dibeli dari pemasok terdekat dan diproses pada hari pengambilan.

Kendala utama meliputi keterlambatan produksi (45–60 menit per batch), pengantaran tidak tepat waktu, dan pengelolaan stok bahan baku yang belum optimal, baik kekurangan karena pesanan mendadak maupun kelebihan stok. Pencatatan transaksi masih manual, dan pengantaran menggunakan jasa pihak ketiga maupun sendiri.

Masalah pelayanan yang sering dikeluhkan adalah ketidaksesuaian waktu pengambilan dan ketersediaan stok. Upaya peningkatan kepuasan pelanggan dilakukan dengan menjaga kualitas produk, memberi potongan harga kecil, dan bonus pembelian bagi pelanggan setia.

Tenaga kerja direkrut dari lingkungan sekitar, namun absensi karyawan dapat menghambat produksi karena pekerja lain harus merangkap tugas.

### *Analisis SWOT*

Setelah observasi dan wawancara, dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi operasional toko roti. Analisis ini menggunakan *Internal Factor Evaluation* (IFE) Matrix dan *External Factor Evaluation* (EFE) Matrix guna menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, yang dipaparkan dalam Tabel 1.

**Tabel 1.** Elemen Internal dan Eksternal

<b>Kekuatan (strengths)</b>	<b>Kelemahan (weaknesses)</b>
Produk tradisional dengan resep turun-temurun	Sistem pencatatan masih dilakukan secara manual di buku
Fleksibilitas dalam pemesanan (langsung atau melalui telepon)	Terjadinya keterlambatan dalam proses produksi
Strategi promosi berupa diskon dan bonus	Minimnya promosi melalui media online
Visibilitas awal melalui Google Maps	Ketersediaan stok roti yang terbatas
Harga yang kompetitif	Kapasitas produksi terbatas
Opsi pengantaran yang fleksibel	Pengantaran yang tidak tepat waktu
<b>Peluang (opportunities)</b>	<b>Ancaman (threats)</b>
Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi	Persaingan dengan toko roti modern yang lebih variatif
Peluang kerja sama dengan jasa pengiriman	Perubahan selera dan preferensi konsumen
Digitalisasi sistem pencatatan	Munculnya keluhan pelanggan
Optimalisasi fitur di Google Maps	Ketidakpastian tenaga kerja
Permintaan roti untuk acara tertentu	Dampak kondisi ekonomi terhadap daya beli konsumen

**Analisis IFAS dan EFAS**

Langkah berikutnya Adalah melakukan analisis faktor internal dan eksternal untuk mengetahui kondisi usaha secara keseluruhan, apa saja kekuatannya, kelemahannya, peluang yang bisa dimanfaatkan, dan ancaman yang harus diwaspadai. Tujuannya agar strategi yang diambil nanti bisa lebih tepat sasaran. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode analisis SWOT kuantitatif, yaitu dengan mengidentifikasi setiap faktor, memberi bobot, rating, dan menghitung skor totalnya. Hasil dari analisis ini dapat dilihat pada Tabel 2 dan Tabel 3.

**Tabel 2.** Analisis IFAS

Faktor Internal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor BxR
<b>KEKUATAN (strengths)</b>			
Produk tradisional dengan resep turun-temurun	0,11	4	0,44
Fleksibilitas dalam pemesanan (langsung atau melalui telepon)	0,06	3	0,18
Strategi promosi berupa diskon dan bonus	0,06	3	0,18
Visibilitas awal melalui Google Maps	0,08	3	0,24
Harga yang kompetitif	0,11	4	0,44
Opsi pengantaran yang fleksibel	0,08	3	0,24
<b>Total</b>	<b>0,5</b>		<b>1,72</b>
<b>KELEMAHAN (weaknesses)</b>			
Sistem pencatatan masih dilakukan secara manual di buku	0,08	1	0,08
Terjadinya keterlambatan dalam proses produksi	0,08	2	0,16
Minimnya promosi melalui media online	0,1	1	0,1
Ketersediaan stok roti yang terbatas	0,1	2	0,2
Kapasitas produksi terbatas	0,08	2	0,16
Pengantaran yang tidak tepat waktu	0,06	2	0,12
<b>Total</b>	<b>0,5</b>		<b>0,82</b>

Dari hasil analisis yang didapatkan dari Tabel 2, total skor untuk faktor kekuatan (*strengths*) adalah 1,72, sementara total skor untuk kelemahan (*weaknesses*) adalah 0,82, sementara itu, pada Tabel 3, total skor untuk peluang (*opportunities*) adalah 1,23, sedangkan total

skor untuk ancaman (*threats*) adalah 0,86. Hasil tersebut nantinya akan digunakan untuk melihat dimanakah posisi strategi bisnis pada toko roti Pak Joyo Roti Maryono.

**Tabel 3.** Analisis EFAS

Faktor Internal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor BxR
<b>PELUANG (<i>opportunities</i>)</b>			
Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi	0,13	2	0,26
Peluang kerja sama dengan jasa pengiriman	0,1	3	0,3
Digitalisasi sistem pencatatan	0,07	1	0,07
Optimalisasi fitur lokasi di Google Maps	0,1	3	0,3
Permintaan roti untuk acara tertentu	0,1	3	0,3
<b>Total</b>	<b>0,5</b>		<b>1,23</b>
<b>ANCAMAN (<i>threats</i>)</b>			
Persaingan dengan toko roti modern yang lebih variative	0,14	1	0,14
Perubahan selera dan preferensi konsumen	0,1	2	0,2
Munculnya keluhan pelanggan	0,1	2	0,2
Ketidakpastian tenaga kerja	0,06	2	0,12
Dampak kondisi ekonomi terhadap daya beli konsumen	0,01	2	0,2
<b>Total</b>	<b>0,5</b>		<b>0,86</b>

#### *Pemetaan Posisi Strategi Bisnis*

Setelah diperoleh hasil total skor dari analisis faktor internal dan eksternal, langkah berikutnya adalah memetakan posisi strategi bisnis dalam diagram kuadran strategi. Pemetaan ini dilakukan untuk menentukan arah strategi yang paling relevan dengan kondisi usaha berdasarkan kombinasi kedua faktor tersebut. Diagram kuadran membagi strategi ke dalam empat kategori utama.

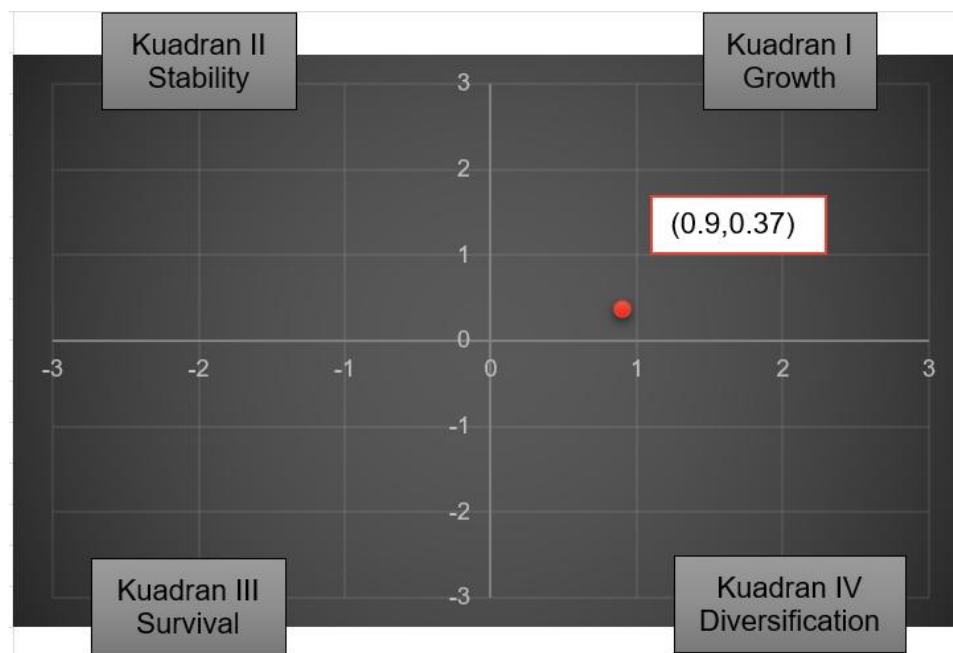
Kuadran pertama menggambarkan kondisi usaha dengan kekuatan internal yang tinggi serta peluang eksternal yang besar. Pada posisi ini strategi pertumbuhan (*growth strategy*) menjadi pilihan yang tepat, baik melalui pendekatan pertumbuhan cepat (*rapid growth strategy*) yang menekankan pengembangan maksimal dalam waktu singkat, maupun melalui pertumbuhan stabil (*stable growth strategy*) yang dilakukan secara bertahap dengan menyesuaikan target dan ritme perkembangan usaha.

Kuadran kedua menunjukkan usaha yang berada dalam posisi relatif stabil, sehingga strategi difokuskan pada pemeliharaan kondisi. Pendekatan yang dapat digunakan meliputi strategi pemeliharaan agresif (*aggressive maintenance strategy*), yaitu mempertahankan posisi stabil dengan tindakan aktif dan intensif, atau strategi pemeliharaan selektif (*selective maintenance strategy*) yang berfokus hanya pada aspek-usaha yang dianggap prioritas.

Kuadran ketiga menggambarkan kondisi usaha yang menghadapi tekanan baik dari sisi internal maupun eksternal. Pada situasi ini strategi yang diterapkan bersifat bertahan (*survival strategy*). Upaya perbaikan cepat dapat dilakukan melalui strategi perputaran balik (*turnaround strategy*), sementara strategi gerilya (*guerrilla strategy*) memungkinkan usaha bertahan secara fleksibel dan taktis sambil mencari solusi jangka panjang untuk mengatasi masalah yang dihadapi.

Kuadran keempat menunjukkan usaha yang mengarah pada diversifikasi. Strategi diversifikasi dapat ditempuh dengan pendekatan konsentrasi (*concentric strategy*), yaitu mengembangkan beberapa bagian usaha dalam satu koordinasi yang terintegrasi, atau pendekatan konglomerasi (*conglomerate strategy*), di mana setiap bagian usaha dikembangkan secara independen namun tetap berada dalam kerangka koordinasi yang saling mendukung.

Koordinat diperoleh dari hasil perhitungan skor total elemen yang sudah didapatkan pada Tabel 2. dan Tabel 3. Titik koordinat yang didapatkan tersebut akan digunakan untuk menentukan dimanakah posisi kuadran toko roti Pak Joyo Roti Maryono seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Posisi Toko Roti Pak Joyo Roti Maryono

Berdasarkan Gambar 2. posisi titik berada di Kuadran I, yang merepresentasikan strategi *growth* atau pertumbuhan. Artinya, usaha memiliki kekuatan internal yang kuat serta peluang eksternal yang mendukung, sehingga direkomendasikan untuk mengambil langkah pengembangan usaha. Visualisasi ini memperjelas posisi strategis bisnis yang sedang berjalan saat itu, selain itu berikut adalah visualisasi dari faktor SWOT dapat dilihat pada Gambar 3.:

#### *Strategi Matriks SWOT*

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, langkah selanjutnya adalah merumuskan strategi yang dapat diterapkan oleh toko roti untuk mengembangkan usahanya sekaligus menghadapi berbagai tantangan. Strategi ini disusun dengan mempertimbangkan kombinasi antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang telah diidentifikasi sebelumnya. Adapun strategi yang dimaksud dikelompokkan ke dalam empat kategori utama, yaitu strategi SO (*Strength-Opportunity*), WO (*Weakness-Opportunity*), ST (*Strength-Threat*), dan WT (*Weakness-Threat*).

#### *Pemodelan Proses Bisnis*

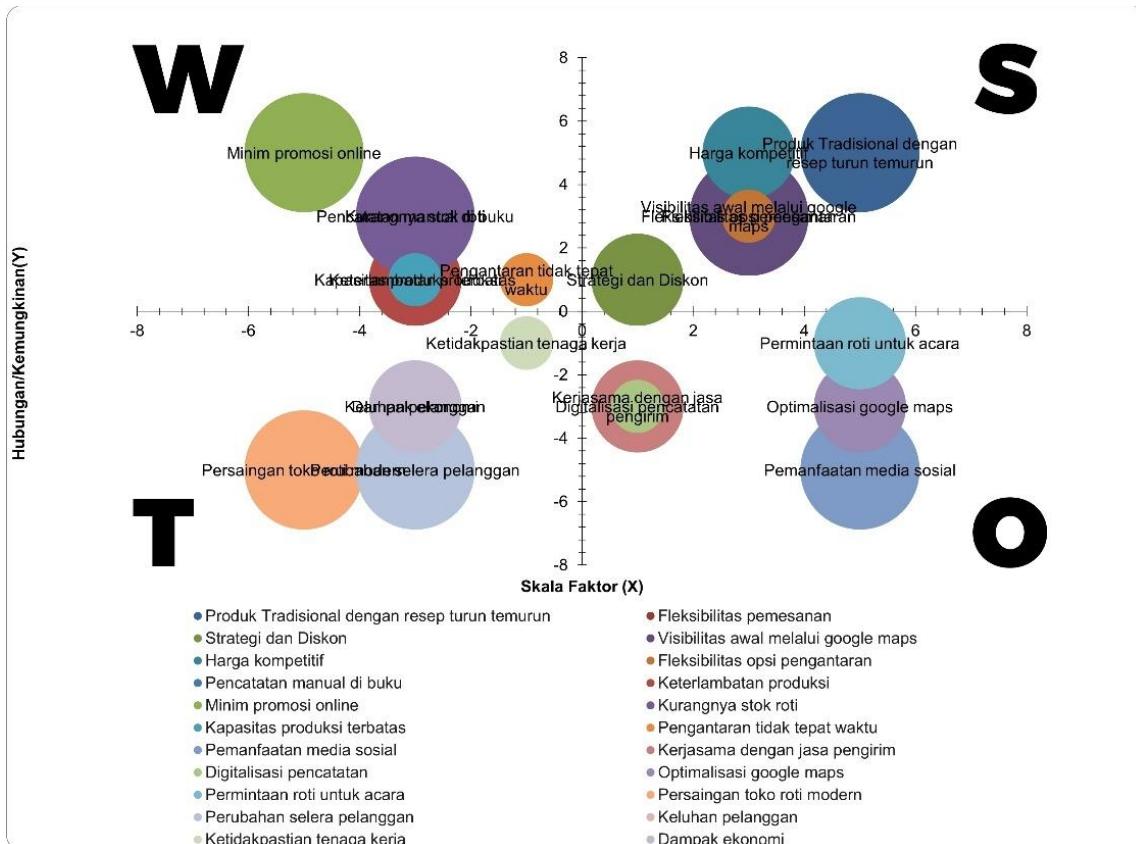
Pemodelan proses bisnis merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan dan memvisualisasikan alur kerja atau aktivitas yang terjadi dalam sebuah organisasi atau usaha. Mengidentifikasi dan memodelkan proses bisnis merupakan langkah awal yang penting dalam upaya meningkatkan efisiensi dan daya saing suatu usaha.

#### *Pemodelan Proses Bisnis Saat Ini (as-is)*

Untuk memahami alur kerja yang sedang berlangsung di toko roti Pak Joyo Roti Maryono, dilakukan pemodelan proses bisnis saat ini (*as-is*) menggunakan notasi Business Process Model and Notation (BPMN). Model ini memberikan gambaran visual mengenai urutan aktivitas mulai dari proses pencatatan pesanan, pembelian bahan baku, produksi roti, hingga pengantaran kepada pelanggan. Gambar alur proses dapat dilihat pada Gambar 4 dan Gambar 5.

Dalam proses bisnis Toko Roti Pak Joyo Roti Maryono, aktivitas utama dimulai dari pencatatan pesanan, pengadaan bahan baku, produksi, hingga pengantaran roti ke pelanggan.

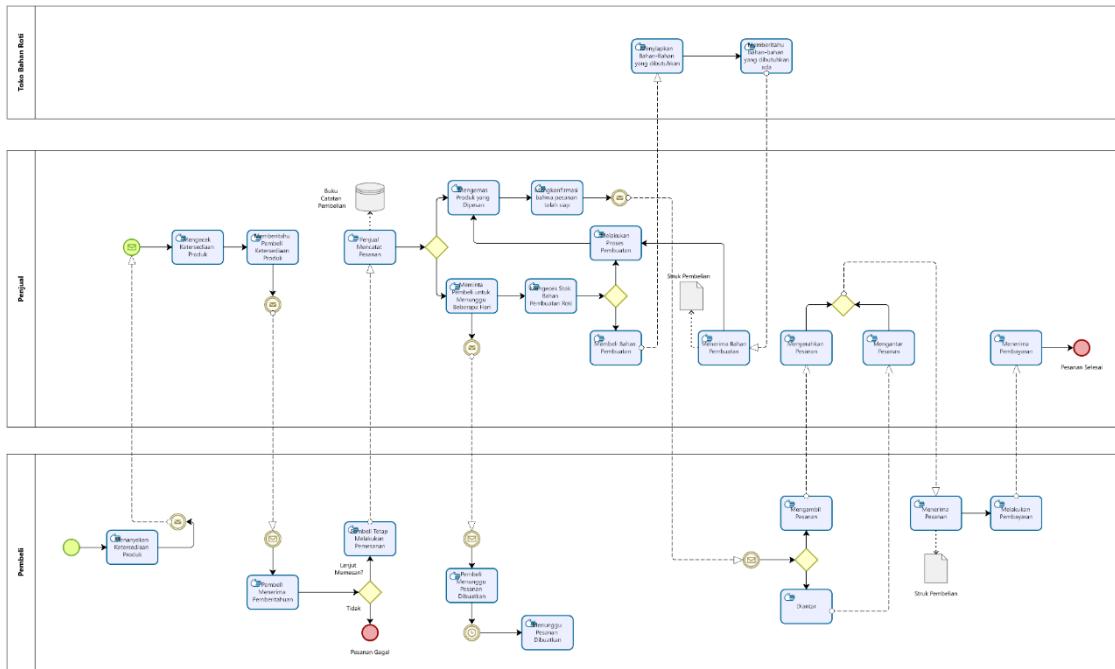
Akan tetapi, berdasarkan observasi dan wawancara, ditemukan sejumlah permasalahan yang mempengaruhi kelancaran bisnis. Salah satu yang paling terlihat adalah kurangnya promosi melalui media online, sehingga toko mengalami kesulitan menjangkau pelanggan baru. Selain itu, pencatatan pesanan yang masih dilakukan secara manual juga berisiko menyebabkan kesalahan dan kurang tertata dengan rapi. Proses produksi yang terkadang terlambat serta pengantaran yang tidak tepat waktu juga menambah tantangan dalam menjaga kepuasan pelanggan.



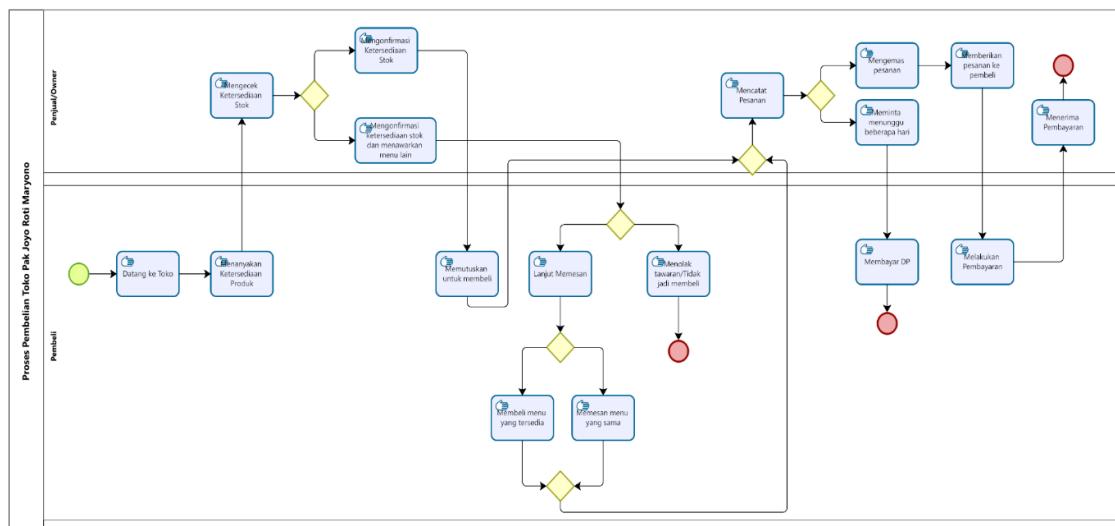
Gambar 3. Visualisasi Faktor SWOT

Temuan-temuan tersebut kemudian dipetakan ke dalam analisis SWOT untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal usaha. Melalui matriks IFE dan EFE yang disusun berdasarkan penilaian bobot dan rating masing-masing faktor, diperoleh total skor faktor internal sebesar 2,54 (1,72 *strengths* - 0,82 *weaknesses*) dan faktor eksternal sebesar 0,37 (1,23 *opportunities* - 0,86 *threats*). Koordinat ini menunjukkan bahwa posisi usaha berada pada Kuadran I, yaitu *strategi growth*. Dengan kata lain, toko berada dalam kondisi yang cukup kuat secara internal dan memiliki peluang pengembangan yang dari sisi eksternal.

Posisi ini menjadi dasar untuk mengarahkan strategi perbaikan proses bisnis ke arah pengembangan/pertumbuhan, yang bisa diwujudkan melalui beberapa langkah, seperti memperluas jangkauan promosi melalui media sosial, menerapkan sistem pencatatan digital, serta meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi. Strategi-strategi ini nantinya akan dituangkan dalam model proses bisnis *to-be* sebagai rekomendasi untuk meningkatkan kinerja toko secara keseluruhan.



Gambar 4. Alur Proses Bisnis Saat Ini (as-is)



Gambar 5. Alur Proses Pembelian dan Pemesanan Saat Ini (as-is)

#### Pemodelan Proses Bisnis Usulan (to-be)

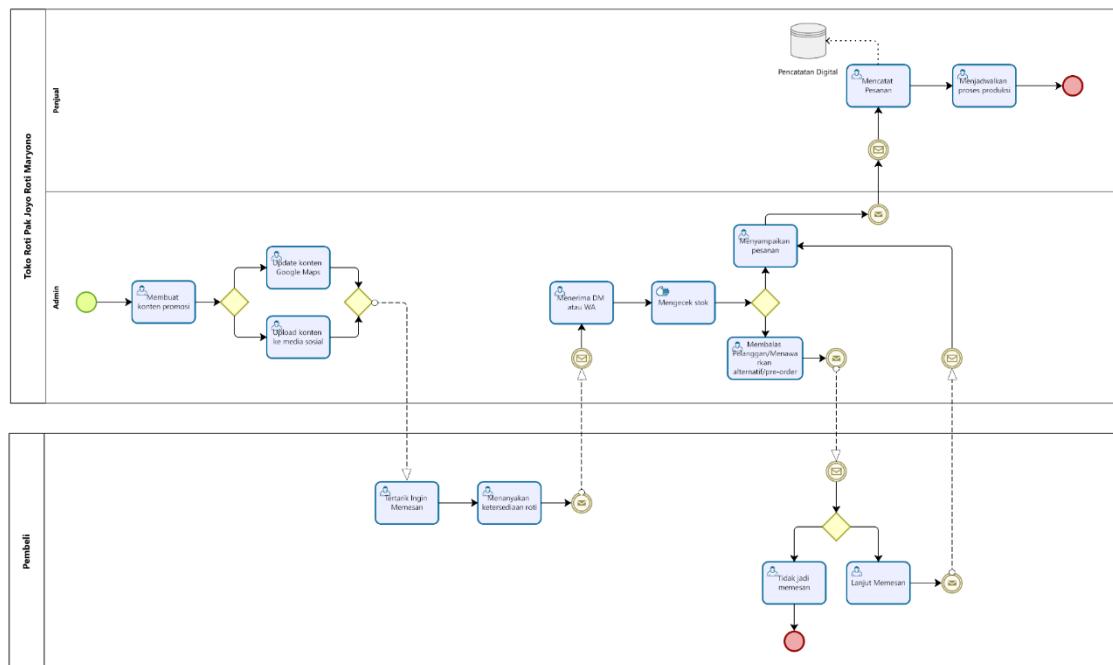
Setelah dilakukan analisis terhadap kondisi proses bisnis saat ini (*as-is*) dan mempertimbangkan hasil analisis SWOT yang menunjukkan posisi strategi berada pada Kuadran I (*growth*), maka dirancang proses bisnis usulan (*to-be*) yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan yang ada dan memanfaatkan peluang pengembangan.

Fokus utama dalam perancangan proses *to-be* ini adalah digitalisasi pencatatan pesanan, optimalisasi promosi melalui media sosial, serta perbaikan pada alur produksi dan pengantaran.

#### Promosi dan Pemesanan

Perbaikan proses bisnis pada tahap promosi dan pemesanan difokuskan pada pemanfaatan media sosial sebagai saluran utama untuk menjangkau pelanggan baru. Pada proses

*as-is*, promosi masih terbatas dan bersifat pasif, sementara pencatatan pemesanan dilakukan secara manual di buku. Dalam proses *to-be*, promosi dilakukan secara aktif dan rutin melalui media sosial, seperti Instagram atau WhatsApp, dan dilengkapi dengan *link* atau kontak yang memudahkan pelanggan melakukan pemesanan. Pemesanan selanjutnya langsung dicatat oleh penjual melalui aplikasi digital, yang memudahkan pelacakan dan mengurangi risiko kesalahan. Gambar proses tersebut dapat dilihat pada Gambar 6.



**Gambar 6.** Proses Binis Usulan (*to-be*) Promosi dan Pemesanan

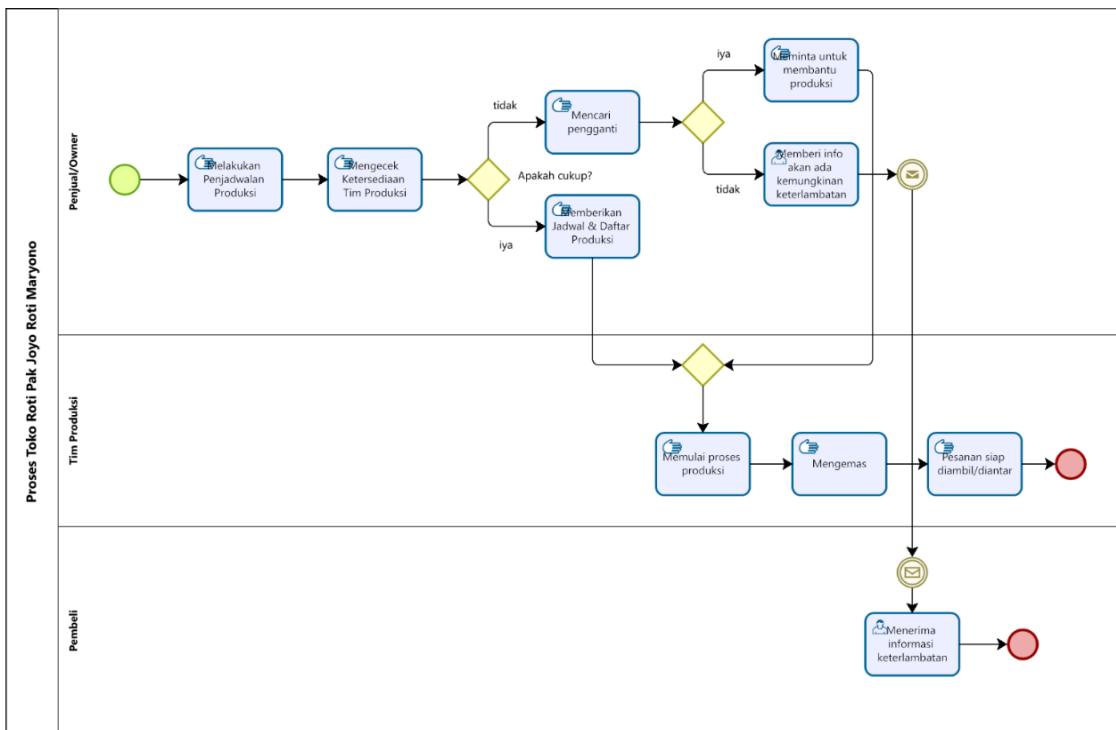
Gambar 6 menunjukkan alur proses *to-be* pada tahap promosi dan pemesanan. Proses dimulai dari admin yang membuat dan mengunggah konten promosi ke media sosial dan mengoptimalkan informasi yang berada di *Google Maps*. Ketika pelanggan melihat promosi dan tertarik, mereka akan menghubungi admin melalui *chat*. Admin kemudian menyampaikan pesanan kepada penjual, dan penjual akan mencatat pesanan pelanggan ke dalam aplikasi digital dan memberikan konfirmasi. Dibandingkan dengan proses sebelumnya, alur ini lebih praktis, memperluas jangkauan promosi, dan mengurangi beban pencatatan manual.

Proses Produksi

Untuk mengatasi kendala keterlambatan yang terjadi karena jumlah pekerja yang terkadang tidak selalu penuh, usulan berupa perbaikan alur produksi roti yang tetap mempertahankan sistem manual namun lebih adaptif terhadap kondisi di lapangan. Perancangan proses ini disusun agar produksi tetap bisa berjalan meskipun dalam keadaan tidak ideal, seperti saat ada pekerja yang berhalangan hadir. Selain mengatur ulang urutan produksi, proses ini juga memberikan alternatif seperti mencari pekerja pengganti atau melibatkan pemilik usaha untuk turun tangan secara langsung, dan jika tetap tidak bisa mengatasi kekurangan pekerja pada tim produksi, penjual bisa memberi info kepada pembeli jika akan ada kemungkinan keterlambatan pengiriman maupun pengambilan. Rancangan proses tersebut dapat dilihat pada Gambar 7.

Berdasarkan Gambar 7, proses produksi dirancang agar tetap berjalan meskipun ada kondisi tidak ideal seperti jumlah pekerja yang kurang. Jika hal tersebut terjadi, tim produksi akan menyesuaikan urutan produksi, dan penjual akan mempertimbangkan untuk mencari pengganti. Selain itu, pembagian tugas bisa disesuaikan sementara, artinya pekerja yang hadir mungkin perlu menangani bagian produksi di luar tugas biasanya dilakukan, dan jika tidak tepat waktu, penjual bisa memberikan informasi tersebut kepada pembeli. Langkah-langkah ini ditujukan agar pesanan

tetap bisa diselesaikan tepat waktu dan pelanggan mendapat informasi lebih awal jika ada potensi keterlambatan.



**Gambar 7.** Proses Bisnis Usulan (*to-be*) produksi

#### Proses Pengantaran

Proses pengantaran dimulai setelah seluruh tahapan produksi roti selesai dan produk telah melalui proses pengemasan dengan baik untuk menjaga kualitas dan kebersihannya. Setelah itu, penjual akan melakukan pengecekan terhadap pesanan yang masuk, termasuk jumlah, jenis roti, serta alamat tujuan pengiriman. Berdasarkan informasi tersebut, penjual kemudian menentukan metode pengiriman yang paling sesuai. Apabila kurir toko tersedia dan lokasi pengantaran masih berada dalam jangkauan layanan, maka kurir internal toko akan ditugaskan untuk mengantar pesanan secara langsung kepada pelanggan. Metode ini dinilai lebih efisien karena dapat menghemat biaya dan memudahkan koordinasi.

Namun demikian, apabila kurir toko sedang tidak tersedia atau jarak lokasi pengiriman cukup jauh dan membutuhkan waktu tempuh yang lebih lama, maka pengantaran akan dialihkan menggunakan jasa kurir dari pihak luar, seperti ojek online atau ekspedisi lokal yang telah bekerja sama. Pemilihan jasa kurir eksternal dilakukan dengan mempertimbangkan kecepatan, keamanan, serta ketepatan waktu pengiriman. Langkah ini bertujuan untuk memastikan setiap pesanan tetap dapat dikirimkan tepat waktu kepada pelanggan, menjaga kepuasan konsumen, serta meminimalkan risiko keterlambatan akibat kendala operasional yang mungkin terjadi.

#### Perbandingan Proses Bisnis *as-is* dan *to-be* Beserta Dampaknya

Setelah dilakukan pemodelan proses bisnis *as-is* dan *to-be*, disajikan perbandingan antara kondisi proses bisnis sebelum dan sesudah perbaikan di Toko Roti Pak Joyo Roti Maryono, beserta dampak yang diharapkan dari perubahan tersebut. Perbandingan ini ditunjukkan pada Tabel 4. Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa usulan perbaikan proses bisnis yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan layanan, serta memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam bertransaksi di Toko Roti Pak Joyo Roti Maryono.

**Tabel 4 As-Is To-Be beserta Dampaknya**

NO	AS-IS	TO-BE	DAMPAK
1	Pencatatan penjualan dan stok dilakukan secara manual di buku	Pencatatan dilakukan menggunakan pencatatan digital sederhana seperti spreadsheet	Mengurangi kesalahan dalam pencatatan, mempermudah dalam melakukan pencarian data
2	Promosi hanya dari mulut ke mulut dan spanduk	Promosi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial (WhatsApp, Instagram, dll)	Promosi lebih luas, dapat menarik pelanggan baru
3	Pemesanan datang langsung ke toko	Bisa melakukan pemesanan melalui media online seperti WhatsApp	Mempermudah pelanggan melakukan pemesanan, dan menghemat waktu
4	Pembeli tidak tahu stok tersedia atau tidak	Admin bisa memberikan info stok melalui WhatsApp, pembeli bisa menanyakan langsung melalui WhatsApp tanpa perlu datang langsung ke toko.	Meningkatkan pelayanan, mengurangi kemungkinan pelanggan kecewa karena stok habis karena sudah terlanjur datang ke toko.
5	Kekurangan tenaga kerja saat absen membuat proses menjadi lebih lambat	Mencari pengganti untuk menggantikan mengerjakan tugas sementara	Produksi lebih cepat selesai, tidak kewalahan mengerjakan tugas yang bukan tugasnya, pembeli tidak perlu menunggu lama
6	Pengiriman dilakukan oleh kurir sendiri	Bekerja sama dengan jasa pengiriman	Pengantaran bisa menjangkau ke tempat yang lebih luas lagi

#### 4. KESIMPULAN

Saat ini, proses bisnis di Toko Roti Pak Joyo Roti Maryono masih menghadapi kendala seperti pencatatan manual, keterlambatan produksi, dan promosi yang belum optimal. Analisis SWOT menunjukkan adanya kekuatan seperti resep tradisional dan harga bersaing, serta peluang dari sisi digitalisasi dan pemanfaatan media sosial. Berdasarkan hasil perhitungan SWOT kuantitatif, diperoleh total skor kekuatan sebesar 1,72 dan kelemahan sebesar 0,82, serta skor peluang sebesar 1,23 dan ancaman sebesar 0,86. Selisih nilai tersebut menghasilkan posisi strategi pada kuadran I ( $x = 0,90$  dan  $y = 0,37$ ), yang menandakan bahwa toko berada dalam kondisi yang mendukung penerapan strategi pertumbuhan (growth strategy).

Melalui pendekatan *Business Process Improvement* (BPI), titik-titik perbaikan berhasil diidentifikasi, meliputi digitalisasi pencatatan menggunakan spreadsheet, pemanfaatan media sosial untuk promosi dan pemesanan, penyampaian informasi stok melalui WhatsApp, kerja sama dengan jasa pengiriman, serta penambahan tenaga kerja pengganti saat karyawan tidak hadir. Perubahan-perubahan tersebut berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi, seperti mengurangi waktu tunggu pelanggan, mempercepat proses kerja, dan meminimalkan kesalahan pencatatan. Sementara itu, efektivitas meningkat melalui kemudahan pelayanan, jangkauan promosi yang lebih luas, serta kemampuan toko dalam memenuhi permintaan pelanggan dengan lebih baik. Dengan proses yang lebih tertata dan terkoordinasi, toko juga mampu menjaga kualitas produk, terutama dalam hal konsistensi rasa dan ketepatan waktu penyajian.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Rizki Fahreza, A. A. Putra, and I. G. N. A. Mahendra, “CRM di Era Media Sosial : Memanfaatkan Platform Sosial Untuk Meningkatkan Interaksi Pelanggan Sosial untuk Meningkatkan Interaksi Pelanggan,” *Neraca Manajemen, Ekon.*, vol. 6, 2024, doi: 10.8734/mnmae.v1i2.359.
- [2] Y. M. Maulana, “Tinjauan Naratif: Analisis dan Pemodelan Proses Bisnis sebagai Perbaikan Proses Bisnis pada Organisasi,” *J. Teknol. dan Inf.*, vol. 13, no. 1, pp. 1–16, 2023, doi: 10.34010/jati.v13i1.9038.
- [3] A. E. Nurhidayat, E. Suhendar, and D. Indrajaya, “Analisis dan Pemodelan Proses Bisnis Penyewaan Alat di PT . Putrajaya Sukses Makmur,” *J. Optimasi Tek. Ind.*, vol. 7, no. 1, pp. 43–51, 2025.
- [4] W. Rizaldy, L. Lesmini, and A. A. Suryobuwono, “Evaluasi Sop Penanganan Barang Berbahaya Pada Green Terminal Container Teluk Lamong Surabaya Tahun 2023,” *Pros. Semin. Nas. Manaj. Ind. dan Rantai Pasok*, vol. 4, no. 1, pp. 16–26, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.poltekapp.ac.id/index.php/SNMIP/article/view/1371%0Ahttps://jurnal.poltekapp.ac.id/index.php/SNMIP/article/viewFile/1371/259>
- [5] N. R. Zebua, “Analisis SWOT pada Usaha Rumah Makan Nasional,” vol. 7, no. 2, pp. 1–16, 2024, doi: <https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1855>.
- [6] S. L. Pertiwi, E. Chumaidiyah, and M. A. Pulungan, “Perancangan Perbaikan Proses Bisnis Pada UMKM Mak Pookies Dengan Menggunakan Metode Business Process Improvement,” *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, no. 2, pp. 8713–8724, 2023.
- [7] D. T. Saputro and K. Kustanto, “Peningkatan Proses Bisnis Menggunakan Business Process Improvement (BPI) Di Solo Bakery,” *JELIKU (Jurnal Elektron. Ilmu Komput. Udayana)*, vol. 11, no. 4, p. 1001, 2023, doi: 10.24843/jlk.2023.v11.i04.p31.
- [8] F. Rakhman Nanda, H. Tolle, and D. Priharsari, “Analisis dan Perbaikan Proses Bisnis Menggunakan Metode Business Process Improvement (BPI) (Studi Kasus : Bidang Usaha Perikanan Lele di PT. MaksiPlus Utama Indonesia),” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 4, no. 10, pp. 3364–3372, 2020, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [9] Y. D. P. Negara and A. F. Doni, “Business Process Improvement Using Business Process Modelling Notation ( BPMN ) at Fika Crispy Mushroom,” vol. 473, no. Icss, pp. 777–782, 2020.
- [10] M. Rahmawati, E. Chumaidiyah, and N. Suryana, “Perancangan Perbaikan Proses Bisnis Toko Tiga Dara Dengan Menggunakan Metode Business Process Improvement,” *Community Dev. J. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 4, no. 2, pp. 5186–5193, 2023, [Online]. Available: <http://jurnal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/16457>
- [11] A. Abdillah, “Strategi Pengembangan Peluang Pasar Tanaman Herbal Di Kabupaten Pasuruan,” *Optima*, vol. 3, no. 2, p. 8, 2020, doi: 10.33366/optima.v3i2.1753.