



PT SARI MAKMUR SANJAYA'S DISTRIBUTION BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DISTRIBUSI PT SARI MAKMUR SANJAYA

Daniel Teguh¹, Masine Slahanti²

S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang

E-mail: daniel@usm.ac.id¹, masine_slahanti@usm.ac.id²

ARTICLE INFO

Correspondent

Daniel Teguh
daniel@usm.ac.id

Key words:

Strategy, Business Development, SWOT, Distribution

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 1099 – 1109

ABSTRACT

PT. Sari Makmur Sanjaya (SMS) is a food and beverage distribution company facing intense competition in the market, with challenges such as limited warehouse space and fluctuations in raw material prices. The purpose of this study is to formulate business strategies that can enhance the company's competitiveness through SWOT and TOWS analysis. The research design used is qualitative, with in-depth interviews conducted with five informants consisting of the owner and employees of PT. SMS. The data analysis method employed is the TOWS matrix to identify appropriate strategies based on the company's internal and external factors. The research findings indicate that PT. SMS has strengths in its wide customer network and stringent quality control. However, the company needs to address weaknesses such as limited warehouse space and the need for technology adoption in operations. There are significant opportunities in developing high-quality products and utilizing digital platforms, while threats from competitors and fluctuations in raw material prices require special attention. The implications of these findings emphasize the importance of adopting technology and improving resource management to maintain the company's position in the market. The originality of this study lies in the use of the TOWS matrix to formulate strategies that can be directly applied to a food and beverage distribution company in Indonesia.

Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden Daniel Teguh <i>daniel@usm.ac.id</i> Kata kunci: Strategi, Pengembangan Bisnis, SWOT, Distribusi Website: <i>https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</i> Hal: 1099 – 1109	PT. Sari Makmur Sanjaya (SMS) merupakan perusahaan distribusi makanan dan minuman yang menghadapi persaingan ketat di pasar, dengan tantangan keterbatasan ruang gudang dan fluktuasi harga bahan baku. Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan melalui analisis SWOT dan TOWS. Desain penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan wawancara mendalam kepada lima informan yang terdiri dari pemilik dan karyawan PT. SMS. Metode analisis data yang digunakan adalah matriks TOWS untuk mengidentifikasi strategi yang tepat berdasarkan faktor internal dan eksternal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. SMS memiliki kekuatan pada jaringan pelanggan yang luas dan pengendalian mutu yang ketat. Namun, perusahaan perlu mengatasi kelemahan seperti keterbatasan ruang gudang dan kebutuhan akan adopsi teknologi dalam operasional. Peluang besar ada dalam pengembangan produk berkualitas tinggi dan pemanfaatan platform digital, sementara ancaman dari pesaing dan fluktuasi harga bahan baku memerlukan perhatian khusus. Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya penerapan teknologi dan pengelolaan sumber daya yang lebih efisien untuk menjaga posisi perusahaan di pasar. Orisinalitas penelitian ini terletak pada penggunaan matriks TOWS untuk merumuskan strategi yang langsung dapat diterapkan pada perusahaan distribusi makanan dan minuman di Indonesia. <i>Copyright © 2025 JSER. All rights reserved</i>

PENDAHULUAN

Perusahaan distribusi di Indonesia sering menghadapi tantangan besar dalam hal efisiensi operasional dan pengelolaan rantai pasokan. Salah satu permasalahan utama adalah ketergantungan pada infrastruktur transportasi yang masih terbatas, yang menghambat distribusi barang ke daerah-daerah terpencil (Bank Indonesia, 2024). Selain itu, banyak perusahaan distribusi yang belum memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk mengoptimalkan proses logistik dan inventarisasi, menyebabkan ketidaksesuaian antara pasokan dan permintaan. Kurangnya koordinasi antar perusahaan distribusi juga sering menyebabkan duplikasi usaha dan pemborosan sumber daya. Semua permasalahan ini berdampak pada ketepatan waktu pengiriman dan meningkatnya biaya operasional yang akhirnya mempengaruhi daya saing perusahaan (Mas'ari et al., 2019).

PT. Sari Makmur Sanjaya (SMS) adalah perusahaan distribusi makanan dan minuman di Semarang yang telah beroperasi dengan melayani berbagai jenis pelanggan, mulai dari modern trade seperti hipermarket, supermarket, dan minimarket, hingga usaha-usaha seperti restoran, hotel, rumah sakit, dan katering. Dalam kondisi pasar yang semakin kompetitif, PT. SMS menghadapi tantangan besar terkait dengan terbatasnya ruang gudang dan pentingnya pengendalian kualitas serta kebersihan persediaan makanan dan minuman yang ada di gudang. Di sisi lain, tuntutan pelanggan yang semakin tinggi untuk memastikan kualitas produk dan layanan yang lebih baik, serta

keberagaman merek yang muncul sebagai pesaing, mendorong PT. SMS untuk mencari solusi yang dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar. Oleh karena itu, pengembangan strategi bisnis yang tepat menjadi kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi perusahaan. Dalam penelitian ini, pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) akan digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman eksternal yang ada, sehingga dapat dirumuskan strategi yang efektif untuk menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat di industri distribusi makanan dan minuman (Namugenyi et al., 2019).

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi suatu organisasi atau perusahaan (David et al., 2023). Dalam analisis ini, kekuatan dan kelemahan merujuk pada faktor internal, seperti sumber daya, proses operasional, dan kinerja perusahaan, sementara peluang dan ancaman berkaitan dengan faktor eksternal, seperti tren pasar, persaingan, dan kondisi ekonomi. Dengan memahami masing-masing aspek tersebut, perusahaan dapat merumuskan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengeksplorasi peluang, mengatasi kelemahan, dan memitigasi ancaman. Pendekatan ini membantu perusahaan dalam membuat keputusan yang lebih informasional dan strategis untuk mencapai keunggulan kompetitif serta meningkatkan kinerja jangka panjang (Aulia & Widodasih, 2023).

Penelitian Safitri, El, Sitorus, & Noviyanti (2024) menganalisis strategi bisnis Warung Makan Asyik di Desa Balunujuk menggunakan metode analisis SWOT. Hasilnya menunjukkan bahwa warung tersebut memiliki kekuatan seperti pelayanan yang baik, harga terjangkau, dan bahan segar, tetapi juga menghadapi kelemahan seperti kurangnya promosi digital dan pengelolaan keuangan yang belum optimal. Peluang yang dapat dimanfaatkan termasuk lokasi strategis dekat kampus dan tren pemesanan online, sedangkan ancaman datang dari persaingan bisnis kuliner yang ketat. Peneliti merumuskan strategi pengembangan dengan menggabungkan kekuatan dan peluang (strategi SO), seperti mengadakan event lokal dan inovasi menu. Kesimpulannya, analisis SWOT membantu warung tersebut dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha.

Penelitian Natan, Abdi, Kurniadi, & Putri (2021) membahas pengelolaan dan pengembangan usaha distribusi makanan dan minuman pada CV. Inti Jaya di Pekanbaru dengan pendekatan studi kasus kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun telah mempekerjakan tenaga profesional, fungsi keuangan dan SDM belum berjalan optimal karena masih adanya intervensi pemilik. Persaingan bisnis yang ketat dan layanan produk alternatif yang lebih baik menjadi ancaman utama, sementara peluang seperti pasar yang belum tergarap dan loyalitas pelanggan tinggi belum dimaksimalkan. Strategi yang direkomendasikan adalah peningkatan standar pelayanan pelanggan, promosi yang lebih agresif, dan penetapan standar pendidikan minimum bagi calon karyawan. Penelitian ini menekankan pentingnya perbaikan internal dan pemanfaatan peluang eksternal untuk menunjang pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Dalam industri distribusi makanan dan minuman di Indonesia, sudah banyak penelitian yang membahas efisiensi operasional, pengendalian kualitas, dan strategi distribusi. Namun, sebagian besar penelitian yang ada lebih fokus pada analisis umum terkait efisiensi dan pengelolaan rantai pasokan tanpa mempertimbangkan secara mendalam tantangan spesifik yang dihadapi oleh distributor dengan karakteristik pasar yang sangat beragam (Harahap & Ramadhani, 2019), seperti yang dimiliki oleh PT. Sari

Makmur Sanjaya (SMS). Penelitian sebelumnya cenderung lebih banyak dilakukan di industri distribusi barang konsumsi pada umumnya, atau berfokus pada satu segmen pasar tertentu, seperti modern trade atau restoran. Namun, penelitian yang lebih terfokus pada dinamika internal perusahaan distribusi makanan dan minuman yang melayani berbagai segmen pasar dengan tuntutan kualitas yang sangat tinggi, serta pengelolaan distribusi yang kompleks, masih sangat terbatas. Selain itu, kebanyakan penelitian yang ada belum mengintegrasikan pendekatan SWOT secara khusus untuk mengatasi tantangan internal dan eksternal yang dihadapi oleh distributor makanan dan minuman, terutama dalam hal pengelolaan kualitas dan efisiensi operasional dengan ruang gudang terbatas (Kuan et al., 2020). Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kebaruan (novelty) dengan fokus pada analisis SWOT yang mendalam untuk merumuskan strategi bisnis yang relevan bagi perusahaan distribusi dengan karakteristik unik seperti PT. SMS, yang memiliki jaringan pelanggan beragam dan tuntutan yang tinggi terkait pengendalian mutu dan kebersihan.

Penelitian ini memberikan kontribusi kebaruan dengan menggabungkan analisis SWOT yang lebih mendalam dengan konteks perusahaan distribusi makanan dan minuman yang melayani berbagai jenis pelanggan, dari modern trade hingga sektor perhotelan, katering, dan restoran. Fokus utama penelitian ini adalah pada pengelolaan gudang yang terbatas, pengendalian mutu produk, serta analisis persaingan yang lebih spesifik di pasar distribusi makanan dan minuman, di mana penelitian sebelumnya sering kali lebih general atau terfokus pada satu segmen pasar saja. Melalui pendekatan ini, penelitian ini berupaya untuk memberikan strategi bisnis yang lebih tepat guna dan dapat diterapkan untuk mengatasi masalah-masalah operasional yang unik dalam distribusi makanan dan minuman (Dwi et al., 2021).

Penelitian ini sangat penting dilakukan mengingat persaingan di industri distribusi makanan dan minuman semakin ketat, dengan banyaknya merek baru yang masuk ke pasar dan meningkatnya tuntutan kualitas dari pelanggan. Untuk perusahaan seperti PT. SMS, yang memiliki ruang gudang terbatas dan beragam jenis pelanggan, pemahaman yang mendalam tentang kondisi internal dan eksternal perusahaan sangat diperlukan untuk merumuskan strategi bisnis yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing. Dengan menggunakan pendekatan SWOT, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi praktis yang tidak hanya mengatasi permasalahan saat ini, tetapi juga mempersiapkan PT. SMS untuk menghadapi tantangan pasar yang terus berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan bisnis distribusi dari PT. Sari Makmur Sanjaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja PT. Sari Makmur Sanjaya (SMS) dalam menghadapi persaingan dan mengembangkan strategi bisnis. Sampling atau informan penelitian terdiri dari lima orang yang meliputi pemilik dan karyawan perusahaan yang terlibat langsung dalam operasional distribusi dan pengambilan keputusan bisnis. Pemilihan informan ini didasarkan pada pengetahuan mendalam mereka mengenai kondisi internal perusahaan serta tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis distribusi makanan dan minuman di pasar yang kompetitif. Wawancara mendalam akan menjadi metode utama dalam pengumpulan data, di mana setiap informan akan diberikan kesempatan untuk berbagi pandangan dan pengalaman mereka terkait

masalah yang ada, serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut (Schindler, 2019).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan matriks TOWS, yang membantu dalam merumuskan strategi berdasarkan hasil analisis SWOT. Matriks TOWS akan mengidentifikasi hubungan antara faktor internal dan eksternal perusahaan untuk merancang strategi yang paling efektif (David et al., 2023). Penelitian ini dilakukan di Semarang, dengan pengumpulan data yang berlangsung pada bulan April dan Mei 2025. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam dan menyeluruh mengenai kondisi PT. SMS, serta memberikan rekomendasi strategi yang sesuai dengan tantangan dan peluang yang ada di pasar distribusi makanan dan minuman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil wawancara kepada 5 orang informan penelitian didapatkan hasil sebagai berikut:

Komponen SWOT PT. Sari Makmur Sanjaya (SMS)

1. Kekuatan (Strengths)

PT. Sari Makmur Sanjaya (SMS) memiliki kekuatan utama dalam hal pengalaman dan reputasi sebagai distributor makanan dan minuman yang telah lama beroperasi di Semarang. Perusahaan ini memiliki jaringan pelanggan yang luas, mencakup berbagai segmen pasar mulai dari modern trade (hipermarket, supermarket, minimarket), restoran, hotel, katering, hingga sektor kesehatan seperti rumah sakit dan gym. Keanekaragaman pelanggan ini memberikan PT. SMS stabilitas dan potensi untuk terus berkembang di berbagai lini pasar. Selain itu, kemampuan perusahaan untuk menjaga hubungan yang baik dengan pemasok memungkinkan mereka untuk terus mendapatkan pasokan produk berkualitas, yang menjadi daya tarik bagi pelanggan setia mereka.

Kekuatan lainnya adalah komitmen PT. SMS terhadap kualitas produk dan pengendalian mutu yang tinggi. Meskipun memiliki ruang gudang yang terbatas, perusahaan ini berhasil menjaga kebersihan dan kualitas barang yang ada di gudang, sebuah faktor penting yang sangat dihargai oleh pelanggan mereka, terutama yang berada di sektor makanan dan minuman. Proses distribusi yang terorganisir dengan baik dan karyawan yang berpengalaman juga menjadi kekuatan perusahaan dalam menghadapi tuntutan pasar yang semakin berkembang. Hal ini memberi PT. SMS keunggulan dalam memberikan layanan yang tepat waktu dan menjaga kualitas produk selama proses distribusi.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Salah satu kelemahan utama PT. SMS adalah keterbatasan ruang gudang yang dapat menahan jumlah persediaan yang lebih besar. Hal ini dapat menghambat kapasitas distribusi perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat, terutama jika ada lonjakan pesanan mendadak. Dengan ruang gudang yang terbatas, PT. SMS juga mungkin kesulitan dalam mengelola stok secara efisien, yang dapat berisiko menurunkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, terutama dalam hal ketepatan waktu pengiriman dan ketersediaan barang. Keterbatasan ini juga dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk merespons kebutuhan pasar yang cepat berubah.

Selain itu, meskipun PT. SMS memiliki karyawan yang berpengalaman, terdapat tantangan dalam pengembangan dan penerapan teknologi untuk mengoptimalkan manajemen rantai pasokan dan pengelolaan gudang. Kurangnya adopsi teknologi terkini dalam hal manajemen inventaris dan pelacakan produk dapat menyebabkan ketidaktepatan dalam stok barang, yang pada akhirnya mempengaruhi efektivitas operasional perusahaan. Hal ini menjadi kelemahan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, di mana perusahaan-perusahaan distribusi lainnya mungkin telah mengimplementasikan sistem teknologi yang lebih efisien dan terintegrasi.

3. Peluang (Opportunities)

Dengan semakin berkembangnya tren belanja online dan meningkatnya permintaan terhadap produk makanan dan minuman berkualitas, PT. SMS memiliki peluang besar untuk memperluas pasar mereka. Perusahaan dapat memanfaatkan perkembangan e-commerce dan platform digital untuk memperluas jangkauan distribusi, menjangkau pelanggan baru, dan memperkenalkan produk-produk baru yang lebih inovatif. Kemitraan dengan perusahaan logistik atau platform online dapat memberikan keuntungan kompetitif dalam hal pengiriman yang lebih cepat dan efisien, serta meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Peluang lainnya terletak pada peningkatan kesadaran konsumen terhadap produk yang sehat dan berkualitas tinggi. Seiring dengan tren gaya hidup sehat, PT. SMS dapat fokus pada distribusi produk makanan dan minuman yang lebih bergizi dan ramah lingkungan, yang dapat menarik perhatian pelanggan dari kalangan individu maupun bisnis yang berfokus pada kesehatan. Dengan memperkenalkan produk-produk seperti organik, rendah kalori, atau bebas bahan pengawet, PT. SMS dapat memperluas pasar mereka dan meningkatkan daya tarik di mata konsumen yang semakin peduli dengan kualitas produk yang mereka konsumsi.

4. Ancaman (Threats)

Ancaman terbesar yang dihadapi PT. SMS adalah persaingan yang semakin ketat di industri distribusi makanan dan minuman. Banyaknya merek baru yang bermunculan, baik di pasar lokal maupun internasional, memberikan tekanan besar bagi PT. SMS untuk tetap relevan dan kompetitif. Perusahaan pesaing yang lebih besar dan lebih mapan mungkin memiliki sumber daya yang lebih banyak untuk melakukan investasi dalam teknologi, distribusi, dan pemasaran, yang memungkinkan mereka untuk menawarkan harga lebih rendah dan layanan lebih cepat. Hal ini dapat mempengaruhi pangsa pasar PT. SMS jika perusahaan tidak cepat beradaptasi dengan perubahan pasar.

Selain itu, faktor eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku dan perubahan kebijakan pemerintah mengenai regulasi distribusi makanan dan minuman juga menjadi ancaman yang signifikan bagi PT. SMS. Ketidakstabilan harga bahan baku dapat menyebabkan biaya operasional meningkat, yang pada gilirannya mempengaruhi harga jual produk dan margin keuntungan. Perubahan regulasi yang terkait dengan keamanan pangan atau kebijakan impor juga dapat memengaruhi kelancaran pasokan barang dan menambah kompleksitas dalam operasional perusahaan. Oleh karena itu, PT. SMS perlu selalu waspada terhadap ancaman-ancaman eksternal ini dan menyesuaikan strategi bisnis mereka agar tetap dapat bertahan dan berkembang.

Berdasarkan dari hasil tersebut, maka dapat dibentuk matriks TOWS sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks TOWS

MATRIS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Strategi S-O • Memanfaatkan jaringan pelanggan yang luas untuk memperluas distribusi produk makanan dan minuman secara online • Fokus pada produk berkualitas tinggi untuk menarik pasar yang peduli terhadap kesehatan dan gaya hidup sehat	Strategi W-O • Mengadopsi teknologi untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan gudang dan distribusi, mengatasi keterbatasan ruang gudang • Melakukan pelatihan dan pengembangan karyawan dalam penggunaan sistem teknologi terbaru untuk meningkatkan pengelolaan inventaris.
Ancaman (T)	Strategi S-T • Menggunakan pengendalian mutu yang ketat untuk menghadapi persaingan harga dan kualitas dari pesaing besar. • Memanfaatkan pengalaman dan reputasi untuk tetap relevan dan mempertahankan pangsa pasar meskipun ada banyak pesaing baru.	Strategi W-T • Meningkatkan kerjasama dengan pemasok untuk menjaga kestabilan harga bahan baku yang dapat terpengaruh fluktuasi pasar. • Meningkatkan sistem pengendalian mutu internal agar tetap dapat memenuhi regulasi pemerintah terkait kualitas produk.

Sumber: Data primer, 2025

Pembahasan

PT. SMS memiliki kekuatan besar dalam jaringan pelanggan yang beragam, mulai dari hipermarket, supermarket, restoran, hotel, hingga katering dan usaha kecil lainnya. Dengan memanfaatkan kekuatan ini, perusahaan dapat memperluas distribusinya melalui platform e-commerce dan online market. Trend belanja online yang semakin berkembang memberi peluang besar bagi PT. SMS untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, terutama di era digital ini di mana banyak konsumen lebih memilih berbelanja secara online. Dengan memanfaatkan platform digital, PT. SMS dapat meningkatkan efisiensi distribusi dan mempercepat waktu pengiriman, menjadikan produk mereka lebih mudah diakses oleh pelanggan di berbagai daerah.

Dengan semakin meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya gaya hidup sehat, PT. SMS memiliki peluang untuk mengembangkan lini produk berkualitas tinggi, seperti makanan dan minuman sehat, organik, atau bebas pengawet. Kekuatan utama perusahaan dalam pengendalian mutu dapat dimanfaatkan untuk menghadirkan produk-produk yang lebih bernilai di pasar. Dengan memanfaatkan reputasi baik yang sudah terbangun, perusahaan dapat menarik perhatian pasar yang semakin peduli terhadap kualitas dan sumber bahan baku makanan yang mereka konsumsi. Fokus pada produk-produk sehat ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang mencari kualitas terbaik dan memperluas pangsa pasar PT. SMS di segmen yang lebih spesifik namun berkembang pesat.

Salah satu kekuatan utama PT. SMS adalah pengendalian mutu yang sudah teruji. Dengan kualitas yang terjaga, perusahaan dapat menghadapi ancaman dari pesaing besar yang mungkin menawarkan harga lebih murah namun dengan kualitas yang

kurang terjamin. Pengendalian mutu yang ketat dapat menjadi daya tarik utama bagi pelanggan yang lebih mementingkan kualitas daripada harga murah. PT. SMS bisa lebih menonjolkan aspek kualitas dalam strategi pemasaran mereka untuk menanggapi ancaman persaingan, dan menegaskan posisi mereka sebagai penyedia produk yang terpercaya di pasar distribusi makanan dan minuman.

Dengan pengalaman panjang di industri distribusi makanan dan minuman, PT. SMS memiliki posisi yang kuat untuk tetap bertahan di tengah persaingan yang ketat. Reputasi yang telah dibangun seiring waktu menjadi aset berharga yang bisa dimanfaatkan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada, serta menarik pelanggan baru. Dalam menghadapi banyak pesaing baru yang mungkin lebih besar atau lebih inovatif, PT. SMS dapat menonjolkan nilai-nilai seperti kepercayaan dan reliabilitas dalam melayani pelanggan. Keunggulan ini akan membantu perusahaan mempertahankan pangsa pasarnya dan terus berkembang, meskipun banyaknya pesaing baru yang bermunculan.

Keterbatasan ruang gudang yang dimiliki oleh PT. SMS merupakan salah satu kelemahan yang perlu segera diatasi. Untuk itu, mengadopsi teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi operasional adalah langkah penting yang perlu dilakukan. Sistem manajemen gudang dan distribusi berbasis teknologi dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan ruang penyimpanan dan mempercepat proses pengelolaan inventaris. Teknologi ini juga dapat meningkatkan akurasi dalam pemesanan dan pengiriman produk kepada pelanggan, sehingga mengurangi kesalahan operasional dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan mengurangi ketergantungan pada proses manual, PT. SMS dapat menanggulangi tantangan keterbatasan ruang gudang dan meningkatkan efisiensi biaya operasional.

Pengadopsian teknologi yang efisien hanya bisa berhasil jika didukung oleh keterampilan dan pemahaman yang memadai dari karyawan. Oleh karena itu, PT. SMS perlu melakukan pelatihan bagi karyawan untuk memastikan mereka dapat mengoperasikan sistem teknologi terbaru dalam pengelolaan gudang dan rantai pasokan. Pelatihan ini tidak hanya akan meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat kemampuan karyawan dalam menangani masalah yang lebih kompleks yang mungkin timbul selama proses distribusi. Dengan memperkuat kapabilitas sumber daya manusia melalui pelatihan yang tepat, PT. SMS dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan pasar dan mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Fluktuasi harga bahan baku menjadi ancaman yang tidak dapat dihindari dalam industri distribusi makanan dan minuman. PT. SMS perlu menjaga hubungan yang baik dengan pemasok agar dapat memastikan kestabilan harga dan kelancaran pasokan bahan baku. Dengan membangun kemitraan jangka panjang dengan pemasok, perusahaan dapat menciptakan perjanjian yang saling menguntungkan, seperti harga tetap atau sistem pengiriman yang lebih terjamin. Hal ini juga dapat membantu PT. SMS mengurangi risiko yang timbul dari ketidakpastian pasar, dan memastikan kualitas produk yang terus terjaga tanpa adanya gangguan yang berarti pada rantai pasokan.

Menghadapi ancaman dari regulasi pemerintah yang semakin ketat serta persaingan yang makin sengit, PT. SMS harus meningkatkan sistem pengendalian mutu mereka lebih jauh lagi. Pengawasan yang lebih ketat terhadap standar produk tidak hanya akan memastikan bahwa produk yang sampai ke pelanggan memenuhi harapan kualitas, tetapi juga dapat menghindarkan perusahaan dari potensi pelanggaran regulasi yang bisa merugikan perusahaan. Dengan memiliki sistem pengendalian kualitas yang lebih

baik, PT. SMS dapat mempertahankan citra merek yang kuat dan tetap dipercaya oleh pelanggan, meskipun tantangan eksternal semakin besar.

SIMPULAN

PT. Sari Makmur Sanjaya (SMS) memiliki kekuatan yang signifikan, seperti pengalaman bertahun-tahun di industri distribusi makanan dan minuman, serta jaringan pelanggan yang luas dan beragam. Perusahaan ini juga berhasil menjaga kualitas produk melalui pengendalian mutu yang ketat, meskipun menghadapi tantangan ruang gudang yang terbatas. Namun, keterbatasan tersebut serta kurangnya adopsi teknologi dalam manajemen rantai pasokan menjadi kelemahan yang perlu segera diperbaiki untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk mempertahankan daya saingnya, PT. SMS harus fokus pada peningkatan efisiensi operasional dan pengelolaan gudang yang lebih optimal, termasuk dengan memanfaatkan teknologi yang dapat mendukung proses distribusi dan pengelolaan inventaris.

Di sisi lain, PT. SMS memiliki berbagai peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan posisinya di industri ini. Dengan memanfaatkan tren belanja online dan meningkatnya permintaan terhadap produk makanan dan minuman berkualitas, perusahaan dapat memperluas jangkauan distribusinya dan menjalin kemitraan dengan platform digital. Meskipun persaingan semakin sengit dan ancaman eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku dan perubahan kebijakan pemerintah selalu ada, PT. SMS dapat mengurangi risiko ini dengan merumuskan strategi yang tepat berdasarkan analisis SWOT. Dengan demikian, PT. SMS memiliki potensi besar untuk berkembang dan mengatasi tantangan yang ada asalkan mampu beradaptasi dan memanfaatkan peluang yang ada dengan efektif.

Beberapa strategi utama telah dirumuskan dengan matriks TOWS, untuk membantu perusahaan menghadapi tantangan serta mengoptimalkan peluang. Strategi pertama yang diusulkan adalah memanfaatkan jaringan pelanggan yang luas untuk memperluas distribusi produk melalui platform digital dan e-commerce, serta fokus pada pengembangan produk berkualitas tinggi yang dapat menarik segmen pasar yang lebih peduli terhadap gaya hidup sehat. Selain itu, perusahaan dapat menggunakan pengendalian mutu yang ketat untuk menghadapi ancaman dari pesaing besar yang menawarkan harga lebih murah namun dengan kualitas yang lebih rendah, sambil memanfaatkan pengalaman dan reputasi perusahaan untuk memperkuat posisi pasar mereka.

Selanjutnya, PT. SMS perlu mengadopsi teknologi modern dalam pengelolaan gudang dan distribusi untuk mengatasi keterbatasan ruang dan meningkatkan efisiensi operasional. Pelatihan bagi karyawan juga sangat penting untuk memastikan mereka dapat mengoperasikan teknologi terbaru yang dapat meningkatkan produktivitas dan akurasi dalam manajemen inventaris dan distribusi. Untuk mengurangi ancaman dari fluktuasi harga bahan baku, perusahaan dapat membangun kemitraan jangka panjang dengan pemasok agar pasokan tetap stabil dan harga tetap terjangkau. Terakhir, penting bagi PT. SMS untuk terus meningkatkan sistem pengendalian mutu agar tetap sesuai dengan regulasi yang berlaku dan menjaga kualitas produk secara konsisten. Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara terintegrasi, PT. SMS dapat memperkuat daya saing, memperluas pasar, dan bertahan di industri distribusi makanan dan minuman yang sangat kompetitif.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas hanya pada lima orang pemilik dan karyawan PT. Sari Makmur Sanjaya, yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili pandangan atau kondisi keseluruhan perusahaan. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh mungkin tidak sepenuhnya menggambarkan keseluruhan dinamika di perusahaan tersebut. Kedua, penelitian ini hanya dilakukan di Semarang dalam periode waktu yang terbatas, yaitu bulan April dan Mei 2025, sehingga mungkin tidak mencakup variabilitas yang terjadi di luar waktu dan lokasi penelitian tersebut.

Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bergantung pada wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data, yang tentu saja dapat dipengaruhi oleh subjektivitas informan. Hal ini dapat mempengaruhi kesimpulan yang diambil, karena pandangan yang diungkapkan tidak selalu mencerminkan keseluruhan situasi perusahaan. Oleh karena itu, untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif dan representatif, penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar dan periode yang lebih panjang disarankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, L. N., & Widodasih, R. R. W. K. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Melalui Analisis SWOT Pada Toko Buku “ Demak ” Di Pilar Cikarang Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 697–703.
- Bank Indonesia. (2024). Inovasi Peningkatan Produksi & Jangkauan Distribusi Pangan, Dukung Pengendalian Inflasi Sumatera. Retrieved from Bank Indonesia website: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2610524.aspx
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2024). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach* (17th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- De Villiers, C. (2017). Business strategies and management accounting. *British Accounting Review*, 49(4), 403–415. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2017.05.003>
- Dwi, A. N. T., Rizal, M., Arifianti, R., & Husna, A. (2021). Analisis Strategi UMKM Jiwaku Ricebowl dalam Menghadapi Pandemi Covid -19. *Bahtera Inovasi*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.31629/bi.v5i1.3465>
- Harahap, A. R., & Ramadhani, S. A. (2019). Analisis Karakteristik Kewirausahaan Distributor Multi Level Marketing NU Skin pada Walk In Center Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 5(2). Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/322503197.pdf>
- Hitt, M. A. (2016). *Strategic management: Competitiveness & globalization* (12th ed.). Cengage Learning
- Hwy, T., & Moon, C. (2018). *The art of strategy: Sun Tzu, Michael Porter, and beyond*. Cambridge University Press.
- Kuan, N. Y., Yang, F. C., & Fei, L. K. (2020). An Application of Quantitative Strategic Planning Matrix for Small Business: A Case of a Beauty Salon. *Global Business and Management Research*, 12(2), 24–34. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/application-quantitative-strategic-planning/docview/2436415315/se-2?accountid=31562>
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau.

Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri, 5(2), 79–86.

- Namugenyi, C., Nimmagadda, S. L., & Reiners, T. (2019). Design of a SWOT analysis model and its evaluation in diverse digital business ecosystem contexts. *Procedia Computer Science*, 159(2), 1145–1154. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.283>
- Natan, T., Abdi, M., Kurniadi, R., & Putri, A. M. (2021). Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Distribusi Produk Makanan dan Minuman pada CV . Inti Jaya di Kota Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3366–3376. Retrieved from <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1398>
- Olson, D. L. (2021). Business strategy and management of digital marketing. *Business Horizons*, 64(3), 285–293. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.12.001>
- Safitri, Z., El, W., Sitorus, V. P., & Noviyanti, I. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 140–153. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967>
- Schindler, P. S. (2019). *Business Research Method*. New York: McGraw-Hill.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2023). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation, and sustainability* (16th ed.). Global Edition.