

## **PERAN SWOT DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN OLEH OLEH KHAS DAERAH RUMAH KUE VIERA KOTA PEKANBARU**

**Wahyudi Zikri**

<sup>1)</sup> Program Studi Agribisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri  
Jl. Raya Suprpto No.14, Sekip Hilir, Kec. Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau  
e-mail : [wahyudizikri1190@gmail.com](mailto:wahyudizikri1190@gmail.com)<sup>1</sup>

### **ABSTRACT**

*This research is focused on SWOT Analysis for SME development strategy in culinary tourism of Pekanbaru city (a study on viera cake house), where the method used is designed to facilitate the data collection process until the existing information is sufficiently refined to be used in making interpretations. Pekanbaru City is a destination that has many different perspectives that are influenced by various conditions that exist in the area, ranging from astronomical, geographical, administrative, social, and even religious aspects. This causes Pekanbaru City to have a wide variety of food and beverage products based on culinary concepts that are not inferior to the surrounding areas. The characteristics of food lovers who have been pursuing their business for several years have made them increasingly recognized as high-quality food vendors and can be used to improve the quality of souvenirs of an area, especially those in Pekanbaru. Pekanbaru City souvenirs have the potential to strengthen and expand the existing tourism industry, whether it operates secretly or not.*

**Keywords:** *Souvenir Potential, SWOT Analysis, Tourists*

### **ABSTRACK**

Penelitian ini difokuskan pada Analisis SWOT untuk strategi pengembangan UKM di wisata kuliner kota Pekanbaru (suatu studi pada rumah kue viera), di mana metode yang digunakan dirancang untuk memfasilitasi proses pengumpulan data hingga informasi yang ada cukup disempurnakan untuk digunakan dalam membuat interpretasi. Kota Pekanbaru merupakan sebuah destinasi yang memiliki banyak perspektif berbeda yang dipengaruhi oleh berbagai kondisi yang ada di daerah tersebut, mulai dari aspek astronomis, geografis, administratif, sosial, dan bahkan agama. Hal ini menyebabkan Kota Pekanbaru memiliki berbagai macam produk makanan dan minuman berdasarkan konsep kuliner yang tidak kalah dengan daerah-daerah sekitarnya. Karakteristik dari para pecinta makanan yang telah menekuni bisnisnya selama beberapa tahun ini membuat mereka semakin dikenal sebagai penjaja makanan yang berkualitas tinggi dan dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas oleh-oleh suatu daerah, khususnya yang ada di Pekanbaru. Oleh-oleh Kota Pekanbaru memiliki potensi untuk memperkuat dan memperluas industri pariwisata yang sudah ada, baik yang beroperasi secara diam-diam maupun tidak.

**Kata Kunci:** Potensi Oleh-oleh, Analisis SWOT, Wisatawan

### **PENDAHULUAN**

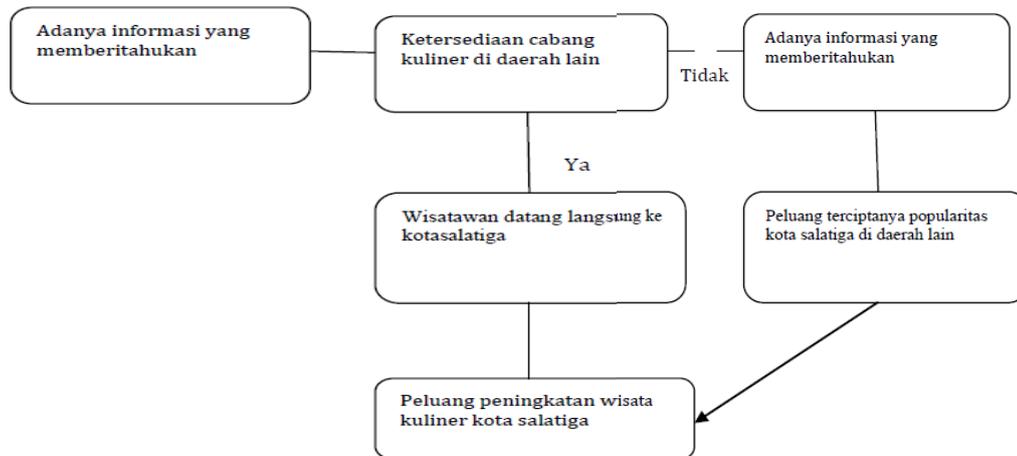
Wisata oleh-oleh yang mengubah makanan dan wisata menjadi sarana untuk meningkatkan kualitas hidup penduduk asli sering digunakan sebagai alat politik. Tidak hanya untuk tujuan peningkatan status secara langsung, tetapi juga sebagai sumber daya implisit yang dapat digunakan untuk mengungkap aspek-aspek lain yang sedikit banyak terkait dengan status yang dimaksud. Inilah sebabnya mengapa makanan dan minuman yang dibuat dengan

bahan-bahan segar sering digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan budaya dan perdagangan sosial antar daerah atau kota besar. Sukerti, Marsiti, dan Suriani (2016) makanan tradisional merupakan bentuk warisan dari nenek moyang terdahulu dengan mengelompokkan jenis makanan, lauk, sayur, makanan ringan, dan minuman yang berwarna-warni. Karena makanan tidak hanya dikonsumsi, tetapi menjadi media dalam menjalin hubungan antara manusia dengan Tuhan atau roh leluhur, sesama manusia, dan dengan alam. Makanan juga dapat dilihat sebagai bentuk pencampuran lebih dari satu budaya (akulturasi). Dalam pembuatan makanan tradisional, bagian dari budaya sangatlah penting, yaitu dalam bentuk potongan, kreativitas, jejak budaya, tradisi, dan selera. Semakin maju budaya suatu masyarakat, maka semakin beragam pula bentuk makanan dan semakin kompleks cara pembuatannya serta semakin rumit pula cara penyajiannya. Soekarto (dalam Harsana dkk., 2018) daya tarik makanan seperti rasa, warna, bentuk, dan tekstur memegang peranan penting dalam menilai makanan siap saji.

Pengembangan oleh-oleh di Kota Pekanbaru dapat dilakukan dengan memanfaatkan situasi ini untuk mendatangkan magnet dan penggerak dalam masyarakat. Ketika masyarakat mengetahui bahwa ada beberapa oleh-oleh khas yang hanya bisa dijumpai langsung di Kota Pekanbaru, maka masyarakat akan tertarik untuk mencari tahu di mana mereka bisa mendapatkan makanan tersebut. Begitu pula dengan kenyataan bahwa kuliner tersebut tidak bisa didapatkan di tempat lain selain Kota Pekanbaru sendiri, maka masyarakat yang ingin mencoba kuliner tersebut pada akhirnya harus memilih untuk singgah dan berkunjung langsung ke Kota Pekanbaru. Hal inilah yang pada akhirnya menyebabkan meningkatnya pariwisata di Kota Pekanbaru. Selain informasi yang diperoleh Peneliti dari sudut pandang pedagang oleh-oleh khas Pekanbaru, Peneliti juga mempertimbangkan informasi yang diperoleh masing-masing wisatawan yang ditemui saat berbelanja kuliner di tempat tersebut.

Dalam wawancara, Peneliti memperoleh hasil informasi faktual yang semuanya menyatakan bahwa informan bersedia dan bersedia merekomendasikan oleh-oleh khas Kota Pekanbaru yang diperolehnya kepada orang yang dikenalnya. Selain itu, narasumber juga menyatakan bahwa sebagian dari mereka tidak hanya membeli oleh-oleh tersebut untuk dirinya sendiri, tetapi juga untuk orang lain. Hal ini sendiri menjadi peluang bagi wisatawan yang berkunjung untuk dapat dijadikan sarana memperkenalkan produk oleh-oleh Kota Pekanbaru kepada relasinya di luar daerah. Hal ini dapat menjadi jawaban atas pertanyaan bahwa jika pedagang oleh-oleh tidak membuka cabang di daerah lain, bagaimana pula masyarakat dapat mengetahui bahwa Kota Pekanbaru memiliki oleh-oleh khas tersebut? Hal ini dijawab langsung oleh para wisatawan sendiri dalam wawancara, yaitu bersedia merekomendasikan oleh-oleh tersebut. Hal inilah yang dapat dijadikan kendala untuk terus mempromosikan kuliner khas Kota Pekanbaru kepada masyarakat luas meskipun terdapat keterbatasan dalam pencapaian kuliner tersebut di daerah lain.

Kenyataan ini juga dapat menjadi faktor dalam menarik minat masyarakat luar daerah untuk turut serta menambah peluang yang dimilikinya sebagai wisatawan untuk berkunjung ke Kota Pekanbaru di kemudian hari. Terlihat bahwa pola keterkaitan yang terjadi, baik ketika pedagang kuliner membuka cabang di daerah lain maupun tidak membuka cabang di daerah lain, tetap dapat dijadikan sebagai instrumen untuk meningkatkan potensi wisata oleh-oleh di Kota Pekanbaru. Putra dkk (dalam Syarifuddin, 2018) menyatakan bahwa wisata kuliner merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan menggugah selera. Dengan kata lain, wisatawan bukan hanya sekedar keinginan untuk mencicipi makanan yang lezat, tetapi yang lebih penting adalah kebersamaan dan kenangan yang timbul setelah menikmati makanan tersebut.



Gambar 1. Skema Hubungan Penyedia Kuliner Dengan Peningkatan Pariwisata Kota Pekanbaru

Keragaman oleh-oleh sangat mendukung terwujudnya sebagai magnet wisatawan (Harsana dkk, 2018). Potensi oleh-oleh didukung oleh keberadaan daya tarik wisata di suatu daerah. Wisatawan merupakan komoditas yang bersifat eksklusif dan mewah. Wisatawan menekankan pada pengalaman gastronomi yang unik dan tidak hanya menekankan pada kemewahan atau kemutlakan jenis oleh-oleh makanan dan minuman yang tersedia. Salah satu destinasi wisata adalah Riau tepatnya Kota Pekanbaru yang menawarkan keindahan daya tarik wisatanya, Kota Pekanbaru juga menyimpan budaya dan warisan budaya yang sangat menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis dan potensi oleh-oleh khas Pekanbaru di wilayah Kota Pekanbaru, strategi penanganan permasalahan dalam pengembangan oleh-oleh khas Pekanbaru dalam mendukung potensi wisatawan di Kota Pekanbaru.

## **METODE**

Menurut Sugiyono (2013) sistem eksplorasi kualitatif merupakan suatu sistem eksplorasi yang berlandaskan pada ajaran post-positivisme, digunakan untuk menyelidiki pada kondisi objek alamiah, (berlawanan dengan percobaan) dimana peneliti merupakan instrumen yang krusial, cara pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (kombinasi), analisis data bersifat kualitatif induktif, dan hasil eksplorasi kualitatif lebih menekankan pada makna daripada konsepsi. Menurut Siyoto dan Sodik (2015) Sistem kualitatif Karena sifatnya yang elaboratif, eksplorasi kualitatif secara masih dapat membantu peneliti untuk menggali informasi lebih dalam terkait dengan suatu isi eksplorasi yang selanjutnya informasi yang diperoleh dapat digunakan untuk menentukan objek eksplorasi dan pengalaman peneliti dimana sistem ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi di balik keajaiban yang terkadang merupakan komoditas yang sulit dipahami secara memuaskan. Narasumber yang diambil adalah pemilik Pusat Oleh-oleh Kota Pekanbaru, wisatawan yang ada di Kota Pekanbaru. Fokus penelitian ini adalah menggali informasi tentang peran oleh-oleh dalam pengembangan kawasan wisata kuliner untuk mendukung pariwisata di Kota Pekanbaru, serta mengkaji kemungkinan wisatawan dapat mendukung pengembangan pariwisata di Kota Pekanbaru. Penulisan ini menggunakan beberapa metode, yaitu wawancara, observasi dan atestasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL**

Wisatawan yang menjadikan makanan/minuman khas suatu daerah menjadi sesuatu

yang sesuai untuk meningkatkan kinerja pariwisata di tempat tersebut sering kali digunakan sebagai alat politik. Tidak hanya untuk memvulgarisasi tempat tersebut secara harfiah, tetapi juga sebagai suatu kemungkinan yang dapat digunakan untuk memperkenalkan aspek-aspek lain yang masih terkait dengan tempat tersebut. Dengan demikian, makanan/minuman melalui oleh-oleh khas sering kali digunakan sebagai ladang dalam serangkaian peninggian artistik dan sosial terhadap latar belakang suatu daerah/kota besar. Dalam aspek ini, dikenal istilah Gastrodiplomasi. Hal ini bermula dari banyaknya negara yang berkonsentrasi pada kuliner sebagai ladang untuk melakukan tactfulness. Oleh-oleh dijadikan sebagai instrumen yang digunakan dalam menjalin hubungan politik, memperkenalkan keberadaan masyarakat dan sistem sosial, sehingga dapat mendunia dan memiliki citra positif dari masyarakat di seluruh negara lain. (Nabilah, R.Z.G., Bintoro, D.K., Indrawan, Y.R., & Hariyanti, 2020), kuliner yang memiliki citra khas dan unik seperti itu dapat menjadi media iklan (kreasi) dan bermanfaat bagi sektor unggulan daerah, khususnya dalam mendukung pembangunan pariwisata. Meskipun tidak memiliki jangkauan yang begitu luas dalam praktik hubungan antarnegara, gastrodiplomasi juga dapat dilakukan pada posisi indigenous antar daerah. Pola hubungan yang lebih rendah ini dimaksudkan agar suatu daerah dapat memiliki citra yang lebih baik di mata daerah lain. Sebagai ilustrasi adalah Kota Pekanbaru sendiri, dimana Kota Pekanbaru memiliki ciri khas dan karakteristik tersendiri dengan keadaan dan kondisi yang berwarna-warni, baik dari segi astronomi, medan, maupun sosial budaya masyarakatnya. Kondisi yang unik ini membentuk karakter tersendiri yang jelas berbeda dan tidak terdapat pada daerah lain. Melalui pengantar oleh-oleh ini, diharapkan akan tercipta rasa ingin tahu bagi orang lain dari luar daerah, agar tertarik untuk berkunjung dan mencoba langsung oleh-oleh tersebut. Gastrodiplomasi dalam lingkup kecil inilah yang dapat dimanfaatkan oleh Kota Pekanbaru sebagai upaya untuk meningkatkan potensi pariwisata di daerahnya. Menurut Symons sebagaimana dikutip dalam (Suteja, I.W., & Wahyuningsih, 2019), kuliner khas yang terbentuk dari masing-masing daerah merupakan unsur pengantar/unsur atribut destinasi, dan dapat dijadikan berbagai daya tarik wisatawan dari daerah yang dikunjungi. Hal ini juga dapat bersifat memberikan pengalaman menyeluruh yang akan didapatkan wisatawan selama berkunjung, dengan sekadar mencoba oleh-oleh tersebut. Ciri khas oleh-oleh seperti ini tidak hanya dimanfaatkan oleh manusia dalam skema individu agar sesuai untuk memenuhi kebutuhan fisiologis, tetapi lebih jauh dari itu, sebagai sarana dalam skema sosial untuk memunculkan berbagai keaslian suatu budaya.

### **Pembahasan**

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan temuan yang diperoleh Peneliti dalam konten ini, terdapat korelasi antara landasan teori, eksplorasi sebelumnya, dan informasi yang diperoleh saat ini secara terkini. Ketahanan ini nantinya akan digunakan oleh Peneliti untuk mewujudkan hasil eksplorasi dalam pembahasan selanjutnya. Selain melakukan wawancara dengan pemilik usaha oleh-oleh di Kota Pekanbaru, Peneliti juga melakukan wawancara dengan informan dari wisatawan pembeli yang sedang berkunjung ke masing-masing usaha oleh-oleh tersebut saat itu. Wawancara dengan informan tersebut dilakukan untuk mendapatkan informasi faktual tentang bagaimana tanggapan mereka terhadap produk yang ditawarkan, sejauh mana mereka mengetahui ketekunan wisatawan selama berwisata di Kota Pekanbaru, dan peluang usaha penciptaan wisata yang dilakukan oleh mereka ketika telah meninggalkan Kota Pekanbaru untuk kembali ke kota asal masing-masing. Peneliti melakukan wawancara dengan 3 (tiga) informan yang disebutkan secara tidak sengaja dan tepat pada saat berkunjung ke masing-masing usaha oleh-oleh tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, Peneliti juga melanjutkan hasil eksplorasi terhadap proposisi dan pustaka yang telah dikumpulkan sebelumnya. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran singkat tentang isi eksplorasi

yang didasarkan pada kajian teori terhadap proposisi yang digunakan oleh Peneliti. Selain itu, langkah ini juga dimaksudkan untuk memberikan aspek-aspek pendukung terhadap hasil eksplorasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan temuan yang diperoleh

Peneliti pada konten ini, terdapat korelasi antara landasan teori, eksplorasi sebelumnya, dan informasi yang diperoleh saat ini secara terkini. Ketahanan ini nantinya akan digunakan oleh Peneliti untuk mewujudkan hasil eksplorasi dalam pembahasan selanjutnya. Wisata kuliner yang menjadikan makanan/minuman khas suatu daerah menjadi sesuatu yang sesuai untuk meningkatkan kinerja pariwisata di tempat tersebut sering kali digunakan sebagai alat politik

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber maka berikut ini tabel 4.1 mengenai informasi yang dapat diperoleh mengenai analisis SWOT pada rumah kue viera.

**Tabel Analisis SWOT (strength, weakness, opportunities, threats)**

No	Indikator	Reduksi data	Data display	Penarikan simpulan/verifikasi
1	<i>Strength</i> (Kekuatan)	Informan 1: Lokasi strategis, tersedia banyak jenis jajanan Informan 2: Lokasi strategis, mudah dijangkau banyak orang Informan 3: Harga relatif murah, lokasi strategis, banyak pilihan jajanan	Menurut informan, intensitas merupakan sesuatu yang penting yang perlu dijaga dan ditingkatkan untuk mencapai tujuan bersama	Strategi usaha kecil dan menengah untuk memajukan konsumen dan pelanggan adalah dengan menciptakan lokasi yang sempurna yang mudah diakses oleh banyak orang, menawarkan berbagai makanan ringan, dll, dan menunjukkan daya tarik unik mereka.
2	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	Informan 1 : Parkir sempit, kondisi cuaca, SDM kurang memadai Informan 2 : Banyak pesaing baru, SDM kurang Informan 3 : Kekurangan SDM berarti kualitas tetap optimal artinya tidak	Menurut sumber, kerentanan UKM menjadi salah satu pemicu ketidakstabilan atau kesulitan bertahan di lapangan .	Setiap usaha kecil pasti memiliki kelemahan dalam implementasinya. Kelemahan usaha kecil menengah di rumah kue viera adalah kurangnya staf, tempat parkir yang tidak cukup luas sehingga membingungkan konsumen saat memarkir mobilnya, dan konsep yang sama dengan rumah kue viera yang ada beberapa baru pesaing dengan kemampuan yang kuat.
3	<i>Opportunities</i> (Peluang)	Informan 1 : Karena namanya sudah diketahui maka akan ada acara selanjutnya. Informan 2 : Terkait acara tahunan. Informan 3 : Namanya sudah dikenal di berbagai kalangan khususnya di kota Pekanbaru karena adanya peristiwa lain.	Menurut informan kami, peluang merupakan salah satu tujuan bisnis yang harus selalu diperhatikan. Peluang ini akan menjadi katalis bagi pengembangan usaha kecil dan menengah saat ini dan di masa depan	Rumah kue viera sudah dikenal banyak kalangan sehingga memiliki image yang sangat baik sehingga selalu bisa dikunjungi, dan peluang pemasaran yang lebih besar bagi usaha kecil dan menengah yang berlokasi disana. Selain itu, banyak acara diadakan setiap tahun untuk memberikan lebih banyak peluang bagi usaha kecil dan menengah.

4	<i>Threats</i> (Ancaman)	Informan 1 : Munculnya beberapa pesaing yang memiliki konsep hampir mirip dengan rumah kue viera Informan 2 : Munculnya pesaing baru, kenaikan harga bahan baku berpengaruh buruk Informan 3 : Muncul pesaing baru, serta kesulitan jika harga bahan baku mengalami kenaikan	Menurut para informan, ancaman terhadap usaha kecil dan menengah kemungkinan besar akan menurunkan keuntungan dan usaha kecil dan menengah harus selalu waspada terhadap ancaman yang mungkin terjadi pada usaha kecil dan menengah.	Ancaman yang bersumber dari internal maupun eksternal sangat mungkin muncul, seperti munculnya pesaing baru, kenaikan harga bahan baku, dan lain-lain, yang tidak semua usaha kecil dan menengah rumah kue viera dapat menghindarinya.
---	-----------------------------	---	--	--

#### **Deskripsi strategi pengembangan ukm pada rumah kue viera**

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan maka berikut informasi yang dapat diperoleh mengenai strategi pengembangan pada UKM di rumah kue viera

No	Indikator	Reduksi data	Data display	Penarikan simpulan/verifikasi
1	Strategi pengembangan yang di terapkan usaha kecil menengah di rumah kue viera	Informan 1 : Memperkenalkan produk dan usaha melalui media sosial, spanduk dan menjalani kerjasama dengan pihak terkait, memberikan pelatihan pada SDM terkait Informan 2 : Tematik, juga melalui promosi sosial media Informan 3 : Melakukan promosi melalui media sosial seperti instagram, facebook dan memasang spanduk	Para pejabat mengatakan strategi pengembangan ini penting karena akan membawa kesuksesan bisnis yang berkelanjutan.	Strategi pengembangan yang di terapkan usaha kecil menengah di rumah kue viera berpacu pada media sosial dan media cetak
2	Efektivitas strategi yang digunakan	Informan 1 : Sangat efektif karena dapat mempengaruhi konsumen/pelanggan Informan 2 : Efektif, lebih banyak berpengaruh Informan 3 : Sangat efektif dapat memberikan informasi dengan baik dan cukup jelas	Menurut sumber, cara ini dapat berjalan dengan baik karena dapat memberikan informasi mengenai transaksi yang sedang berlangsung.	Efektivitas tersebut di perhatikan guna mempengaruhi pengembangan

Tidak hanya untuk memvulgarisasi tempat tersebut secara harfiah, tetapi juga sebagai suatu kemungkinan yang dapat digunakan untuk memperkenalkan aspek-aspek lain yang masih terkait dengan tempat tersebut. Dengan demikian, makanan/minuman melalui oleh-oleh kerap kali dijadikan ladang dalam serangkaian peninggian artistik dan sosial dari latar belakang suatu daerah/kota besar.

Pengembangan wisata di Kota Pekanbaru dapat dilakukan dengan memanfaatkan situasi tersebut untuk menjadi magnet dan penggerak dalam masyarakat. Ketika masyarakat mengetahui bahwa ada beberapa oleh-oleh khas yang hanya bisa disambangi langsung di Kota Pekanbaru, maka masyarakat akan tertarik untuk mencoba di mana mereka bisa mendapatkan makanan tersebut. Begitu pula dengan kenyataan bahwa oleh-oleh tersebut tidak bisa didapatkan di tempat lain selain Kota Pekanbaru sendiri, maka masyarakat yang ingin mencoba kuliner tersebut pada akhirnya harus memilih untuk singgah dan berkunjung langsung ke Kota Pekanbaru. Hal inilah yang pada akhirnya menyebabkan meningkatnya pariwisata di Kota Pekanbaru. Selain informasi yang diperoleh Peneliti dari sudut pandang pedagang oleh-oleh, Peneliti juga mempertimbangkan informasi yang diperoleh oleh setiap wisatawan yang ditemui ketika berbelanja oleh-oleh di tempat tersebut.

Dalam wawancara tersebut, Peneliti memperoleh hasil informasi faktual yang semuanya menyatakan bahwa informan bersedia dan bersedia untuk merekomendasikan oleh-oleh khas Kota Pekanbaru yang didapatkannya kepada orang yang dikenalnya. Selain itu informan juga menyatakan bahwa sebagian informan tidak hanya membeli oleh-oleh tersebut untuk dirinya sendiri, tetapi juga untuk orang lain. Hal ini menjadi kesempatan tersendiri bahwa ekskursi yang berkunjung dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengenalkan produk oleh-oleh khas Kota Pekanbaru kepada relasinya di luar daerah.

Hal ini dapat berakibat pada pertanyaan bahwa jika oleh-oleh tidak membuka cabang di daerah lain, bagaimana pula masyarakat dapat mengetahui bahwa Kota Pekanbaru mempunyai oleh-oleh khas tersebut? Hal ini dijawab langsung oleh ekskursi sendiri dalam wawancara, dimana mereka bersedia untuk merekomendasikan oleh-oleh tersebut. Hal inilah yang dapat dijadikan kendala untuk tetap mempromosikan oleh-oleh khas Kota Pekanbaru kepada masyarakat luas meskipun memang terdapat keterbatasan dalam perolehan cabang kuliner di daerah lain. Kenyataan ini pun dapat menjadi salah satu faktor yang dapat menarik minat masyarakat luar daerah untuk turut menambah peluang yang mereka miliki sebagai wisatawan untuk berkunjung ke Kota Pekanbaru nantinya.

Dalam melaksanakan strategi pengembangan usaha kecil menengah di wisata kuliner rumah kue viera memperhatikan berbagai hal sebagai berikut :

### **Produk**

Dari hasil wawancara, usaha kecil menengah berupaya untuk mempertahankan kualitas dari produknya juga selalui memperbarui produknya seusai dengan yang diinginkan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian mengenai produk jika dibandingkan dengan teori diatas, dapat dirumuskan suatu kesimpulan bahwa strategi produk yang dikeluarkan sudah baik. Hal ini menunjukkan adanya keseimbangan antara keinginan dan kebutuhan konsumen dengan kualitas produk pada rumah kue viera dalam memberikan kenyamanan pada konsumen.

### **Harga**

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi harga. Dengan

adanya strategi harga, dapat meminimalkan berbagai biaya yang akan memberikan kepuasan konsumen/pelanggan. Untuk mencapai tujuan penetapan harga yang diharapkan, maka harus digunakan strategi penetapan harga yang tepat.

### **Promosi**

Dari hasil penelitian dapat dirumuskan suatu kesimpulan bahwa promosi yang dilakukan dapat mempengaruhi produk yang ditawarkan bisa lebih dikenal oleh konsumen sehingga konsumen mengenali produk-produk tersebut sehingga muncul keinginan untuk membeli produk tersebut. Hasil dari observasi dan wawancara didapat peneliti beberapa hal, diantaranya kekuatan pada usaha kecil menengah di rumah kue viera terletak pada tempat yang strategis sehingga memudahkan konsumen untuk berbelanja, selain itu memiliki harga yang bersaing dan cukup terjangkau. Sehingga membuat daya tarik yang cukup baik bagi pengunjung yang datang agar dapat merasakan kepuasan. Kemudian kelemahan pada usaha kecil menengah di rumah kue viera yaitu banyaknya pesaing, kurangnya sumber daya manusia yang mengakibatkan sering terhambatnya usaha juga tempat parkir yang terbatas mempengaruhi daya tarik konsumen. Serta peluang yang dimiliki saat ini yaitu nama yang sudah banyak dikenal oleh banyak kalangan, ataupun ketika ada event tambahan sehingga meningkatkan penjualan yang ada. Itu merupakan peluang yang bisa digunakan bagi para pelaku usaha kecil menengah untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya. Termasuk ancaman merupakan hal yang dihadapi pelaku produsen dalam meningkatkan strategi pengembangan usaha kecil menengah di Pekanbaru. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Hal tersebut sejalan dengan pendapat Siagian (2010:172) yang menyatakan bahwa : “analisis SWOT merupakan salah satu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pola secara luas bahwa SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman)”.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penerapan analisis SWOT pada usaha kecil menengah Wisata Rumah Kue Viera sangat efektif. Hal ini dibuktikan dengan menganalisis faktor internal dan eksternal. Hal ini didukung oleh studi observasional dan wawancara dengan pemangku kepentingan yang menunjukkan hasil positif. Untuk mengembangkan usaha kecil menengah di kota wisata Pekanbaru, usaha kecil menengah bidang kuliner memerlukan strategi pengembangan yang solid dan berkelanjutan. Strategi pengembangan masalah menggunakan analisis SWOT. Strategi pengembangan yang pertama adalah “kekuatan”. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai kekuatan. Dua strategi pengembangan adalah kelemahan bisnis. Berdasarkan analisis ini, Anda harus memperhatikan kerentanan apa saja yang ada dalam bisnis kecil Anda. Strategi pembangunan yang ketiga adalah peluang. Usaha kecil atau bisnis perlu melihat peluang apa saja yang ada di pasar saat ini. Strategi pengembangan yang keempat adalah mengembangkan ancaman yang berdampak pada bisnis atau hal-hal yang terjadi secara eksternal di pasar yang lebih besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. F., Harianto, H., & Suharno, S. (2020). Dinamika Daya Saing Ekspor Furniture Rotan Indonesia ke Negara Tujuan Eropa. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 8(2), 152-163. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.2.152-163>
- Arman, S. P. (2018). Pengaruh push and pull motivations wisatawan terhadap gastro tourism di Sumatera Barat. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 1(1), 25-34.
- Besra, E. (2012). Potensi wisata kuliner dalam mendukung pariwisata di KotaPadang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1), 74–101.
- Dr. Ir. H. Suprpto, M.Sc. 2016. *Ekonomi Agribisnis Indonesia: Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Dr. Muhammad J. Aslam dan Dr. Witojo Siswanto. 2014. *Agribisnis: Konsep dan Praktik di Indonesia*. Bogor: Pusat Studi Pembangunan LP-IPB
- Fitriadi, Y., Novita, W., & Kelana, A. S. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner di Kota Padang. *Jurnal Ekobistek*, 10(1), 65–74. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i1.85>
- Harsana, M., Baiquni, M., Harmayani, E., & Widyaningsih, Y. A. (2018). Potensi makanan tradisional kue kolombeng sebagai daya tarik wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, 2(2), 40–47. <https://doi.org/10.21831/hej.v2i2.23291>
- Hartati, A. (2020). Distribusi Pendapatan Petani Padi Organik di Kota Pekanbaru Propinsi Riau. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 8(2), 95-105. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.2.95-105>
- Prof. Dr. Ir. A. Syafi'i, M.Sc.. 2015. *Manajemen Agribisnis: Teori dan Aplikasi*. Bogor: IPB Press.