

Strategi Pemasaran Menggunakan Metoda *Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT)*

Irwan Sukendar¹, Nuzulia Khoiriyah², Putra Tri Yuli Arta³

^{1,2,3}Universitas Islam Sultan Agung

Jl. Raya Kaligawe km 4 Semarang, telp.024-6583584 fax.024-6582455

e-mail: irwan@unissula.ac.id¹

Abstract

CV. Aneka Leather is a manufacturer engaged in the field of cowhide and other animal skins which is located in Tahunan Jepara, Central Java and has been around for 11 years. The problem that occurs at CV. Aneka Leather is that there is a decrease in sales caused by competition in similar businesses and a lack of promotion at CV. Aneka Leather. Determining the marketing strategy using the SWOT method produces an alternative marketing strategy, namely Strength Opportunity (SO). While determining the marketing strategy using the AHP method produces strategies that are (SO3), (SO4), (SO5), with a weight of 0,27,0,27,0,27 so that the marketing strategy chosen to be applied to CV. Aneka Leather is (SO3), (SO4), (SO5), namely maintaining product quality, adding employees for the promotion section, adding employees to process leather waste.

Keywords: SWOT, IFAS, EFAS, IE

Abstrak

CV. Aneka Kulit adalah salah satu produsen yang bergerak di bidang kulit sapi dan kulit hewan lainnya yang terletak di Tahunan Jepara, Jawa Tengah dan sudah berdiri selama 11 tahun. Permasalahan yang terjadi pada CV. Aneka Kulit yaitu terjadi penurunan penjualan di sebabkan karena Persaingan usaha sejenis dan Kurangnya promosi pada CV. Aneka Kulit. Penentuan strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT menghasilkan alternatif strategi pemasaran yaitu Strength Opportunity (SO). Sedangkan penentuan strategi pemasaran dengan menggunakan Metode AHP menghasilkan strategi adalah (SO3), (SO4), (SO5), dengan bobot 0,27,0,27,0,27 sehingga strategi pemasaran yang terpilih untuk diterapkan pada CV. Aneka Kulit yaitu (SO3), (SO4), (SO5) yaitu Mempertahankan kualitas produk, Menambah karyawan untuk bagian promosi, menambah karyawan untuk mengolah limbah kulit.

Kata kunci: SWOT, IFAS, EFAS, IE

1. Pendahuluan

CV. Aneka Kulit merupakan satu dari beberapa industri yang bergerak dalam bidang usaha kulit hewan sapi serta kulit dari hewan lainnya. CV. Aneka Kulit ini berlokasi di desa Tahunan wilayah Jepara provinsi Jawa Tengah dan berdiri sejak 11 tahun. CV. Aneka Kulit merupakan salah satu perusahaan kulit dan furnitur yang sudah dikenal bagi kalangan pengusaha industri furnitur di kota Jepara. CV tersebut menghasilkan produk furnitur diantaranya kursi, sofa, sandaran untk dipan hingga pigura. Dalam kurun sehari mampu memproduksi produk kulit sebanyak 20 lembar untuk digunakan sebagai bahan material kursi dan sofa untuk keperluan ekspor ataupun keperluan sendiri.

Berdasarkan keterangan pihak perusahaan, perusahaan sedang mengalami penurunan penujalan. Penurunan tersebut disebabkan antara lain adanya mantan karyawan CV. Aneka kulit yang buka toko sendiri, persaingan dari usaha yang mirip ataupun sejenis dan merupakan bentuk

tantangan bisnis yang nyata serta akan senantiasa ada sampai waktu kedepan. Dalam suatu pasar yang dimana persaingan bisnis tidak dapat dihindari maka harus dituntut membekali pengetahuan kita melalui berbagai inovasi agar usaha yang kita miliki tidak gulung tikar oleh persaingan dalam bisnis. Selain itu karena kurang memaksimalkan promosi. melalui dengan wujud promosi, semua produsen dan distributor berharap adanya pertambahan dari angka *sales*. Dilain sisi, CV. Aneka Kulit perlu mempertimbangkan aspek seperti lingkungan. Dalam mengkaji aspek dari lingkungan maka tentu dapat meimplementasikan pendekatan seperti menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). "Analisis dari SWOT merupakan suatu analisis terkait kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki serta dihadapi suatu perusahaan [1]. Hal tersebut tentu membuat suatu perusahaan harus mampu menjalankan operasionalnya dengan efektif serta efisien dalam bidang terkait dengan *sales* [2].

2. Metode Penelitian

Metode dair penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

- a. Studi terkait pendahuluan
- b. Studi terkait lapangan
- c. Studi terkait literatur
- d. Perumusan terkait masalah
- e. Tujuan terkait penelitian
- f. Pengumpulan dari data, yang terdiri dari:
 - a. Analisis lingkungan terhadap perusahaan untuk memilih variabel dari internal hingga variabel dari eksternal
 - b. Penyusunan instrument kuesioner variabel dari internal serta variabel dari eksternal.
 - c. Penentuan subjek responden
 - d. Penyerahan instrument kuesioner kepada semua responden
- g. Pengolahan dari data dan analisa, yang terdiri dari:
 - a. Perancangan perangkat matriks IFE & EFE
 - b. Penentuan dari bobot serta rating
 - c. Penentuan nilai skor
 - d. Perancangan perangkat matriks SWOT
 - e. Penentuan bentuk strategi dari pemasaran
- h. Kesimpulan

3. Hasil dan Analisis

3.1. Identifikasi matrik SWOT

Berikut merupakan tahapan analisis matrik SWOT [3].

3.1.1. Matrix Kekuatan (*Strengths*).

Terdiri dari:

- 1) Pengerjaan sesuai target
- 2) Pengerjaan barang rapi
- 3) Memiliki tenaga kerja yang sudah berpengalaman
- 4) Memiliki izin yang diakui pemerintah
- 5) Tempat strategis dan mudah di akses
- 6) Memiliki garansi 1 bulan.

3.1.2. Matrix Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Memiliki harga yang cukup mahal.
- 2) Kegiatan promosi kurang.
- 3) Tempat Terlalu Kecil (10x15)
- 4) Kekurangan angkutan kirim barang.

3.1.3. Matrix Peluang (*Opportunities*)

- 1) Meningkatkan promosi untuk meningkatkan penjualan.
- 2) Memiliki beberapa pelanggan tetap.
- 3) Limbah kulit yang dapat di manfaatkan kembali.

3.1.4. Matrix Ancaman (*Threats*)

- 1) Persaingan perusahaan sejenis.
- 2) Pembeli yang tidak segera

3.2. Matriks IFAS

Matrix IFAS adalah Matriks Faktor Strategi Internal [4]. Tabel 3.1 merupakan rekapitulasi hasil matrik IFAS.

Tabel 1. Rekap Hasil Matrik IFAS

No	Kekuatan	Bobot	Normalisasi Bobot	Rating	Skor
1	Pengerjaan sesuai target	0,90	0,12	4	0,48
2	Pengerjaan barang rapi	0,80	0,10	4	0,40
3	Memiliki tenaga kerja yang sudah berpengalaman	0,80	0,10	3	0,30
4	Memiliki izin yang di akui pemerintah	0,70	0,08	2	0,16
5	Tempat strategis dan mudah akses	0,70	0,08	3	0,24
6	Memiliki garansi 1 bulan	0,70	0,08	3	0,24
Total		4,60	0,56	19	1,82
Kelemahan					
1	Memiliki harga cukup mahal	0,90	0,12	3	0,36
2	Kegiatan promosi kurang	0,90	0,12	3	0,36
3	Tempat terlalu kecil (10x15)	0,70	0,11	3	0,33
4	Kekurangan angkutan kirim barang.	0,70	0,11	3	0,33
Total		3,20	0,46	12	1,38
Total IFAS		7,80	1	31	3,20

3.3. Matrix EFAS

Matriks EFAS adalah matrix Faktor Strategi External

Tabel 2. Rekap Hasil Matrik IFAS

No	Peluang	Bobot	Normalisasi Bobot	Rating	Skor
1	Meningkatkan promosi untuk meningkatkan penjualan	0,90	0,22	4	0,88
2	Memiliki beberapa pelanggan tetap	0,80	0,19	3	0,57
3	Limbah kulit yang dapat di manfaatkan kembali	0,80	0,19	4	0,76
Total		2,50	0,60	11	2,31
Ancaman					
1	Persaingan usaha sejenis	0,80	0,20	3	0,60
2	Pembeli yang tidak segera melunasi pembayaran	0,80	0,20	3	0,60
Total		1,60	0,40	6	1,20
Total EFAS		4,10	1	17	3,51

Melalui hasil analisis berdasarkan matriks IE pada Gambar 1, tentu dapat diidentifikasi posisi dari perusahaan CV. Aneka kulit yaitu berada dalam posisi sel I. Pada sel tersebut perusahaan CV. Aneka kulit memiliki kondisi faktor dari internal yang kuat serta memiliki pengelola dengan respon kategori baik untuk menghadapi faktor dari eksternal yang dihadapi oleh perusahaan CV. Aneka kulit yang tergolong kuat. Strategi yang ideal untuk diimplementasikan oleh perusahaan CV. Aneka kulit yang berada pada sel I adalah strategi untuk tumbuh dan kemudian berkembang (*Growth and Build*) untuk kemudian menghasilkan strategi SO.

		Skor Total Matriks IFAS (3,20)		
		Kuat: 3,0-4,0	Rerata: 2- 2,99	Lemah: 1-1,99
Skor Total Matrik EFAS (3,51)	Kuat: 3,0-4,0	I <i>Growth & build</i>	II <i>Growth & build</i>	III <i>Hold & maintain</i>
	Rerata: 2- 2,99	IV <i>Growth & build</i>	V <i>Hold & maintain</i>	VI <i>Harvest / divestiture</i>
	Lemah: 1-1,99	VII <i>Hold & Maintain</i>	VIII <i>Harvest / divestiture</i>	IX <i>Harvest / divestiture</i>

Gambar 1. Matriks IE

Strategi SO yang disusun berdasar dari kebutuhan dari perusahaan, yaitu melalui wujud pemanfaatan dari seluruh kekuatan dalam merebut serta memanfaatkan suatu peluang yang sebanyak mungkin, yaitu:

- a. Menambah waktu garansi.
- b. mengadakan pameran untuk promosi.
- c. Membuat produk yang berkualitas.
- d. Menambah karyawan untuk mengolah limbah kulit
- e. Menambah karyawan bagian promosi

4. Kesimpulan

Melalui hasil dari analisis menggunakan matriks IE di atas, maka dapat diketahui posisi perusahaan CV. Aneka kulit saat ini ada pada sel I. Pada sel tersebut perusahaan CV. Aneka kulit memiliki kondisi faktor dari internal yang kuat serta memiliki kepengelolaan dengan respon yang berkategori baik dalam menghadapi faktor dari eksternal yang saat ini dihadapi oleh perusahaan CV. Aneka kulit yang ternyata berkategori kuat. Simpulan strategi yang ideal untuk dapat diterapkan oleh perusahaan CV. Aneka kulit yang berada pada posisi sel I adalah strategi tumbuh serta berkembang (*Growth and Build*) dan kemudian dapat menghasilkan strategi SO.

Referensi

- [1] Rangkuti F. Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama; 1998.
- [2] Sánchez-Cambronero A, González-Cancelas N, Serrano BM. Analysis of port sustainability using the PPSC methodology (PESTEL, Porter, SWOT, CAME). World Sci News. 2020;146:121–38.
- [3] Rangkuti F. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI [Internet]. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 2013. 30 p. Available from: <http://oaji.net/articles/2015/1937-1429848752.pdf>
- [4] Wind Y, Saaty TL. Marketing applications of the analytic hierarchy process. Manage Sci. 1980;26(7):641–58.