



ANALISIS SWOT DAN PENERAPAN STRATEGI MARKETING PADA GOKS JALAN ARU PADANG

Adinda Ramadhani¹ , Ferdion Marantika² , Maria Florella³, Zhilan Syabrila Permata Rafine⁴, Ramdani Bayu Putra⁵

¹Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI YPTK Padang

²Jurusan Manajemen Ekonomi dan Bisnis UPI YPTK Padang

ABSTRAK

Usaha kecil dan menengah UKM GOKS merupakan bisnis usaha yang bergerak pada bidang makanan. Dalam usaha goks memiliki kelebihan (weakness), Kekurangan (weaknesses), Peluang (Opportunity), dan ancaman (Thereats) serta marketing Mix yang digunakan dalam menjalankan usaha bisnis. Salah satu permasalahan yang ada di UKM GOKS adalah keterbatasan bahan baku yang dimiliki yang terkadang menjadi penghalang dalam melakukan pembelian dari costumer. Upaya yang dilakukan GOKS dalam hal ini yaitu dengan cara mencari distributor cadangan yang membuat GOKS tidak terpaku dalam satu distributor saja dan juga GOKS selalu mengadakan visit dan pengarahan bagi karyawannya. Perkembangan yang cepat dan tantangan dari pesaing bisnis dapat menjadikan peluang sekaligus menjadi ancaman bagi seorang pengusaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT dan strategi yang diterapkan dalam UKM GOKS. Untuk mencapai tujuan ini dilakukan identifikasi terlebih dahulu. Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki UKM GOKS. Penelitian dilakukan dengan metode survey dan wawancara terhadap karyawan UKM GOKS.. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat untuk dilakukan oleh UKM GOKS adalah dengan memberikan varian harga yang relatif murah dan memiliki varian menu yang beragam sehingga akan menarik banyak pelanggan. Dan tentunya hal tersebut dapat meningkatkan omset GOKS.

Kata kunci : UKM, SWOT, Marketing Mix

ABSTRACT

GOKS small and medium SME businesses are businesses operating in the food sector. In the GOKS business, it has advantages (weaknesses), weaknesses (weaknesses), opportunities (Opportunities), and threats (threats) as well as the marketing mix used in running the business. One of the problems that exist in UKM GOKS is the limited raw materials they have which sometimes becomes a barrier to making purchases from customers. The efforts made by GOKS in this case are by looking for backup distributors which means GOKS is not stuck with just one distributor and also GOKS always holds visits and briefings for its employees. Rapid developments and challenges from business competitors can create opportunities as well as threats for an entrepreneur. This research aims to determine the SWOT analysis and strategies

implemented in UKM GOKS. To achieve this goal, identification is carried out first. SWOT analysis is used to evaluate opportunities and threats as well as the strengths and weaknesses of UKM GOKS. The research was carried out using survey methods and interviews with UKM GOKS employees. The results of this research show that the right marketing strategy for UKM GOKS is to provide relatively cheap price variants and have a variety of menu variants so that it will attract many customers. And of course this can increase GOKS turnover.

Keywords: SMEs, SWOT, Marketing Mix

PENDAHULUAN

Analisis SWOT merupakan suatu analisis yang mencakup didalamnya upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menentukan kinerja dari organisasi/perusahaan (Kurniasih et al., 2021). Secara umum setiap perusahaan melakukan penentuan strategi pemasaran yang tepat dengan di mulai melakukan analisis SWOT, Analisis SWOT merupakan instrument perencanaan strategis yang klasik, Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrument ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi (Kurniasih et al., 2021).

Perubahan yang berdampak negatif memang merugikan dunia usaha, namun perubahan yang berdampak positif juga dapat menunjang keberlangsungan perusahaan, Oleh karena itu perusahaan harus mampu mengevaluasi semua faktor yang mungkin berdampak negatif terhadap kemampuan mereka untuk melanjutkan keberlangsungan bisnis, baik faktor internal maupun eksternal. Salah satu strategi untuk menghadapi lingkungan eksternal adalah dengan memahami apa yang menjadi ancaman (Threats) dan apa yang menjadi peluang (Opportunities) bagi perusahaan Setelah mengetahui lingkungan eksternal yang diamati, maka perlu dilakukan analisis lingkungan internal untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan (Strengths) dan apa yang menjadi kelemahan (Weaknesses) dari perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat selalu menyesuaikan diri dengan lingkungannya, Sehingga upaya untuk mencapai tujuannya pada akhirnya akan terwujud. Jurnal penelitian (Putra, 2017) mengemukakan bahwa SWOT adalah sebagai berikut

Pertama kekuatan (Strengths) adalah sumber daya, keterampilan, dan keunggulan kita dalam para pesaing perusahaan dan faktor-faktor apa yang menjadi keuntungan bagi perusahaan, Kekuatan menggambarkan keunggulan kompetitif dan apa yang membedakannya dari kompetitor.

Kedua Kelemahan (weakness) adalah keterbatasan, juga dikenal sebagai kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan dapat menghambat optimalisasi kinerja suatu perusahaan, kelemahan menghalangi suatu perusahaan untuk mencapai potensi maksimalnya.

Ketiga Peluang (Opportunities) adalah kondisi eksternal yang menguntungkan yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan, salah satu sumber peluang seperti apa yang membedakan perusahaan dari kompetitor, mencari tau kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi dan bisa memanfaatkan kemitraan.

Keempat Ancaman (Threats) adalah sesuatu yang dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Seperti peraturan-Peraturan pemerintah yang di revisi atau peraturan baru menjadi suatu ancaman bagi kesuksesan perusahaan, serta faktor eksternal apa yang mungkin merugikan perusahaan. Kedua faktor ini perlu diperhatikan dalam analisis SWOT, Kekuatan dan kelemahan dalam lingkungan internal serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan. Analisis SWOT dapat di terapkan dengan menganalisis dan mengevaluasi banyak faktor yang mempengaruhi ke 4 faktornya dengan menggunakan matrix SWOT. Setiap perusahaan sangat membutuhkan Analisis SWOT yang dapat membantu perusahaan untuk

menentukan tujuan strategi pemasaran, dapat dilakukan sebelum menentukan tujuan dari pemasaran yang ingin dicapai dan perusahaan dapat menganalisis kekuatan, kelemahan, bagaimana peluang bisnis yang ada, hingga berbagai ancaman dan hambatan yang mungkin timbul nantinya (Kusmiati & Arviani, 2022).

UKM GOKS merupakan bisnis usaha yang bergerak dalam bidang minuman dan icecream. Dalam menjalankan usahanya, UKM GOKS saat ini memproduksi berbagai macam varian minuman ice cream yang beragam yang menarik minat pembeli. Pemasaran UKM GOKS sudah tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Persaingan usaha pada UKM GOKS semakin lama semakin ketat. Hal ini menuntut UKM untuk merancang strategi bersaing yang sesuai dengan kemampuan internal UKM dan tuntutan eksternal lingkungan persaingan. Salah satu strategi untuk menghadapi persaingan tersebut adalah UKM harus dapat menyesuaikan terhadap perubahan-perubahan baik dari perancangan maupun permintaan pasar terhadap produk dan keterkaitan juga dengan selera pembeli. Untuk mengatasi hal ini perlu adanya upaya meningkatkan strategi pemasaran produk pada UKM. Strategi pemasaran yang saat ini diterapkan UKM GOKS yakni dengan cara memberikan varian harga yang relatif murah dan memiliki varian menu yang beragam sehingga akan menarik banyak pelanggan. Dan tentunya hal tersebut dapat meningkatkan omset GOKS.

Sehingga dengan demikian, UKM GOKS memerlukan suatu strategi yang lebih efektif dalam memasarkan produknya yaitu dengan cara diskon, promo dan lain sebagainya. Maksud dari penelitian ini adalah memberikan alternatif pemecahan permasalahan yang dihadapi UKM dalam hal strategi pemasaran produk dan solusi terhadap permasalahan yang terjadi pada UKM GOKS dan Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan analisis terkait kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman terkait UKM.

METODE PELAKSANAAN

Lokasi tempat pelaksanaan Pbl ini adalah GOKS jalan Aru, kota Padang, Sumatra Barat. Harapan Kami dalam kegiatan PBL ini adalah untuk dapat menjadi evaluasi terkait analisis SWOT yang telah dilakukan dan juga mengamati strategi yang digunakan dalam menjalankan bisnis. Selain itu juga untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman terkait kegiatan PBL yang telah dilakukan. Penyusunan Artikel ini dilakukan dengan metode penelitian melalui observasi dan wawancara dengan karyawan GOKS tersebut. Prosedur Kegiatan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Persiapan

Kegiatan Persiapan ini mencakup beberapa prosedur:

- Menyiapkan materi
- Survei lokasi
- Mengurus surat-surat perizinan
- Membuat proposal dan proses persetujuan lokasi pengabdian kepada masyarakat.

2. Screening

Setelah memaksimalkan persiapan, screening kemudian menjadi agendaselanjutnya. Ada beberapa tahap yang dilakukan :

- Menyiapkan pembicara dan panitia sebelum acara
- Memastikan semua alat-alat siap dibawa ke lokasi
- Memastikan semua kebutuhan acara seperti transportasi, cendramata.

3. Implmentasi Kegiatan

Kegiatan ini berkaitan dengan pelaksanaan PBL dengan waktu yang telah terjadwal. Adapun rencana kegiatan yang ada :

- a. Penyajian Materi PBL Team mahasiswa
- b. Meneliti Analisis SWOT dan strategi marketing yang digunakan oleh UKM
- c. Penutup (Dokumentasi dan Administrasi)

4. Evaluasi

Kegiatan ini bagian penting untuk menjadi inovasi dan perbaikan secara terus menerus di masa mendatang, sehubungan dengan capaian atau keterbatasan yang masih ada pada saat pelaksanaan PBL.

HASIL PEMBAHASAN

Dalam hasil penelitian yang dilakukan pada UKM GOKS didapatkan hasil bahwa :

- **Kekuatan (strengths):**

Dilihat dari segi kekuatan, usaha goks memiliki kelebihan atau kekuatan dalam menjalankan bisnis nya yaitu dengan cara penetapan harga yang murah dan terjangkau, memiliki banyak varian menu yang mampu bersaing dengan pesaing, dan juga goks memiliki tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat atau pelajar yang dapat meningkatkan omset GOKS.

- **Kelemahan (weaknessess)**

Dilihat dari segi kelemahannya adalah GOKS juga memiliki kelemahan yakni stok cone es krim yang terkadang habis, karena sistem ambil Es krim nya didalam ruangan maka terkadang kebersihan kurang terjaga, dan terkadang ada pelayanan yang kurang puas. Dan GOKS sudah memiliki cara untuk mengatasinya yaitu setiap hari diadakan visit dan juga pengarahan terhadap karyawan dan juga untuk bahan baku, Goks menyediakan distributor cadangan dan tidak terpaku pada satu distributor.

- **Peluang (opportunity)**

Peluang dari GOKS sendiri yaitu dari masyarakat sekitar dan pelajar atau mahasiswa karna lokasi GOKS dekat dengan pemukiman dan kampus jadi memungkinkan omset naik karna adanya peluang tersebut.

- **Ancaman (threats)**

Ancaman yang didapati seperti adanya pesaing dan cara GOKS untuk mengatasi ancaman tersebut yaitu dengan memberikan kualitas produk yang bagus dengan harga yang lebih terjangkau.

- **Marketing mix**

Goks juga memiliki marketing mix, dimana goks memberikan varian harga yang relatif murah sehingga akan menarik banyak pelanggan. Dan tentunya hal tersebut dapat meningkatkan omset GOKS.

Gambar 1. pelaksanaan kegiatan PBL



KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan sistem PBL diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat kekuatan,kelemahan,ancaman,peluang serta strategi marketing yang digunakan dalam usaha bisnis GOKS terebut.Dalam analisis SWOT yang dilakukan ,pihak GOKS sudah menangkai hal tersebut jika terjadi baik itu dalam segi ancaman ataupun kelemahan Penerapan strategi marketing yang digunakan GOKS sangatlah membantu dalam peningkatan minat pelanggan yang membuat omset GOKS naik.dalam meningkatkan penjualan GOKS menerapkan strategi yaitu menjual produk dengan harga yang relatif murah yang dapat dijangkau oleh kantong mahasiswa,anakanak,masyarakat sekitar dan lain lain.dan juga GOKS memiliki banyak varian menu yang beragam yang dapat meningkatkan minat pembeli.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami Mengucapkan Terima kasih kepada seluruh pendukung kegiatan ini yakni bapak Ramdani Bayu Putra SE,MM sebagai dosen pengampu mata kuliah Manajemen Strategis Universitas Putra Indonesia YPTK Padang dan Terima kasih juga kepada pihak GOKS yang sudah memberikan kami kesempatan untuk melakukan penelitian ,sehingga PBL pada GOKS ini dapat berjalan dengan lancar dan baik.Segala kekurangan dan ketidak sempurnaan pada artikel ini kami mohon masukan,kritikan yang mengarah kepada perbaikan yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013)
- Prawati, sri yati. (2010). ANALISIS SWOT S EBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BERDAYA SAING (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang). Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 75.
- Muhammad Ismail Yusanto, dkk, Manajemen Strategis Perspektif Syari'ah, (Jakarta:Khairul Bayaan, 2003)
- Dewi, R. (2021). Strategi Pemasaran Produk Minuman Lokal di Era Digital. Jakarta: Gramedia.
- Putra, B. (2020). Manajemen Strategis untuk UKM. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Khusnita, Amila. Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Bersaing (Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Syariah Jember). 2011.
- Suhartini, Jurnal Penelitian Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan. 2012.
- Arfianti & Nurinaya, A. (2018). Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT.

- Tri Mega Syariah Kantor Cabang Makassar. *Economix*, 6.
- Adhaghassani, F. S. (2016). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Di Cherryka Bakery . *Jurnal Pendidikan Teknik Boga* .
- Abigail Anastasia Soewanto. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Gudeg Bu Yul Surabaya. *Agora*, 7(2),1–6.
<http://journal.umsurabaya.ac.id/index.php/balance/article/view/1647>.