



ANALISIS STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS (SWOT) PADA PENGEMBANGAN USAHA D'SRUPUT

Heru Rahardi¹, Elsa Aulia Rahmi², Luthfia Natasya Chania³

¹Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI YPTK Padang

²Jurusan Manajemen Ekonomi dan Bisnis UPI YPTK Padang

E-mail Korespondensi: elsaauliarahmi2004@gmail.com

ABSTRAK

Strategi merupakan rangkaian proses pengambilan keputusan yang bersifat jangka panjang dan sangat penting karena dapat mempengaruhi arah perusahaan secara keseluruhan. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui strategi-strategi kreatif dan inovatif yang dapat dilakukan oleh D'Sruput untuk mempertahankan ekstensi usahanya dalam meningkatkan kenyamanan dan ketertarikan minat beli konsumen terutama pada kalangan muda terhadap minuman kekinian. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Analisis SWOT untuk D'Sruput :1.Kekuatan (Strengths), lokasi strategis di area dengan lalu lintas tinggi atau di dekat sekolah dan kampus dapat menjadi keunggulan.2.Kelemahan (Weaknesses) Mungkin kekurangan dana untuk melakukan perluasan atau meningkatkan fasilitas. 3.Peluang (Opportunities) Peluang untuk memperluas pasar ke segmen yang lebih luas dengan menu minuman yang disesuaikan dengan preferensi lokal.4.Ancaman (Threats) Persaingan yang ketat lainnya di sekitar lokasi dan fluktuasi harga bahan baku.

Key Words: Strategi Pemasaran, Marketing mix

ABSTRACT

Strategy is a series of long-term decision-making processes and is very important because it can influence the company's direction as a whole. This research aims to find creative and innovative strategies that D'Sruput can use to maintain its business extension in increasing convenience and consumer buying interest, especially among young people, towards contemporary drinks. This type of research is qualitative research. SWOT analysis for D'Sruput: 1. Strengths, strategic location in high-traffic areas or near schools and campuses can be an advantage. 2. Weaknesses: Perhaps lack of funds to expand or improve facilities. 3. Opportunities: Opportunities to expand the market to a wider segment with a drink menu tailored to local preferences. 4. Threats: Other intense competition around the location and fluctuations in raw material prices.

Key Words: Marketing Strategy, Marketing mix

PENDAHULUAN

Industri minuman merupakan salah satu industri yang terus berkembang dan mengalami perubahan yang signifikan. Inovasi dalam pengembangan produk dan merek baru untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin beragam untuk menarik perhatian konsumen. Kementerian Perindustrian mencatat selama periode 2015-2019, adanya kenaikan kinerja industri minuman terhadap pertumbuhan dengan dorongan transformasi digital. Hal ini tentunya membantu perekonomian umkm untuk punya keyakinan bertahan dalam usahanya masing masing. Dalam hal ini, kementerian perindustrian terus melakukan upaya strategis untuk mendorong peningkatan industri minuman yang masih mampu tumbuh pada tahun 2020.

Peran pelaku usaha juga penting, dimana ia harus memiliki manajemen yang baik. Fungsi dari manajemen yaitu dilakukan oleh seorang manajer untuk mengatur, membimbing, dan memimpin perusahaan yang dijalankannya agar tujuan yang di inginkan oleh perusahaan yang dipimpinnya dapat tercapai. Pengaruh teknologi dan media sosial mempunyai peran penting dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek dan produk minuman. Para produsen minuman menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi, kualitas produk, dan distribusi. Tantangan yang dihadapi oleh industri minuman dihadapkan pada tantangan seperti persaingan yang semakin ketat. Para produsen minuman harus terus berinovasi dan beradaptasi untuk tetap relevan di pasar yang semakin kompetitif dan berubah-ubah. Didalam memenuhi kebutuhan konsumen pelaku usaha harus mampu bersaing seiring dengan perkembangan ketatnya persaingan sehingga harus memiliki strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut (Teddy Hikmat Fauzi, 2020) “Strategi merupakan rangkaian proses pengambilan keputusan yang bersifat jangka panjang dan sangat penting karena dapat mempengaruhi arah perusahaan secara keseluruhan”. Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk juga dipengaruhi oleh produk itu sendiri baik dari segi kualitas produk maupun harga. Konsumen sangat memperhatikan kualitas produk yang akan dibeli, apakah produk tersebut aman untuk di konsumsi atau berbahaya. Persaingan minuman di D’Sruput di Padang yang cukup ketat, membuat para pesaing berlomba-lomba untuk memberikan promosi agar konsumen tidak berpindah minat ke minuman lain. D’Sruput merupakan salah satu merek yang bergerak dibidang Food & Beverage yang terkenal dengan ciri khas rasa yang sangat cocok dengan lidah orang Indonesia dengan varian rasa yang menggugah selera dan harga yang sangat terjangkau. Pengelola merek d agang d 'Sruput Area Sumatera ad alah PT. Sumpitmas Berkah Amanah (PT. SBA). D’Sruput berdiri pada Agustus 2019, kini sudah ekspansi ke berbagai kota dan mempunyai 170 cabang di Indonesia. Saat mendirikan D’Sruput tujuan utamanya adalah menyajikan minuman minuman yang berkualitas dengan harga yang pas. D’Sruput Berawal dari satu outlet, bisa berkembang menjadi banyak cabang di beberapa kota Sumatera. Produk-produk D’sruput mempunyai Variants seperti: Variants Coffee, Variants Boba, Variants Cheese. Peneliti akan mengambil angket dari konsumen dan calon konsumen D’Sruput di Kota Padang.

METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2003: 11) yaitu penelitian yang digunakan yang digunakan untuk mengetahui variabel mandiri baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Sumber Data Penelitian merupakan aktifitas ilmiah yang sistematis, terarah dan bertujuan, maka dapat yang dapat

dikumpulkan relevan dengan masalah yang dihadapi. Untuk memperoleh data yang akurat dan komprehensif, maka penulis mendapatkan data dan informasi berbagai sumber data sebagai berikut:

1. Data primer yaitu data atau informasi yang diperoleh langsung dilapangan yang diperoleh dari narasumber yang terkait sesuai dengan permasalahan yang terkait.
2. Data sekunder yaitu data pendukung yang penulis peroleh dari dokumen, catatan, laporan-laporan, maupun arsip-arsip resmi serta literatur lainnya yang relevan dalam melegka data primer penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data induktif. Analisis data induktif adalah penarikan kesimpulan yang berangkat dari fakta-fakta khusus, untuk kemudian ditarik kesimpulan secara umum. Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah Pengumpulan Data, reduksi data, display data, pengambilan kesimpulan

HASIL PENELITIAN

1. Kekuatan (Strengths)

D'Sruput mungkin memiliki keunggulan dalam minuman yang autentik dan berbeda dari kompetitor. Lokasi strategis di area dengan lalu lintas tinggi atau di dekat sekolah dan kampus dapat menjadi keunggulan. Mungkin memiliki brand atau reputasi yang baik di kalangan pelanggan setia.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Mungkin kekurangan dana untuk melakukan perluasan atau meningkatkan fasilitas. Keterbatasan dalam hal manajemen operasional atau pengalaman dalam bisnis kuliner. Tergantung pada sumber daya manusia yang terbatas atau kemampuan untuk mengelola stok dan inventaris dengan efisien.

3. Peluang (Opportunities)

Peluang untuk memperluas pasar ke segmen yang lebih luas dengan menu minuman yang disesuaikan dengan preferensi lokal. Adanya tren meningkatnya minat pada minuman enak dan murah serta cepat saji yang dapat dimanfaatkan oleh D'Sruput. Dan D'Sruput ini telah berkolaborasi dengan aplikasi pengiriman makanan/minuman yang dapat meningkatkan jangkauan dan penetrasi pasar.

4. Ancaman (Threats)

Persaingan yang ketat lainnya di sekitar lokasi. Fluktuasi harga bahan baku. Perubahan regulasi atau kebijakan kesehatan masyarakat yang dapat mempengaruhi operasional atau penjualan.



KESIMPULAN DAN SARAN

Proses manajemen strategis D'Sruput melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan aktivitas organisasi untuk mencapai tujuannya. Proses ini melibatkan analisis lingkungan eksternal dan internal untuk menentukan strategi paling efektif untuk mengelola sumber daya dan memaksimalkan potensi. Bagi D'Sruput, hal ini mencakup faktor eksternal seperti tren pasar, persaingan, dan peraturan kesehatan. Faktor internal meliputi reputasi perusahaan, kualitas produk, kinerja karyawan, dan sistem manajemen operasional. Proses implementasi strategis melibatkan perolehan sumber daya yang sesuai, seperti pendanaan untuk proyek baru atau pelatihan karyawan, untuk memastikan efektivitas strategi. Evaluasi dan perencanaan juga penting untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi. Proses perencanaan strategis melibatkan identifikasi posisi pasar perusahaan, diversifikasi produk, daya saing, dan kemampuan operasional. Proses implementasinya meliputi penyiapan sumber daya yang diperlukan, penetapan target spesifik, dan evaluasi efektivitas strategi. Analisis SWOT membantu D'Sruput mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya. Analisis SWOT membantu D'Sruput mengidentifikasi kelemahan dan peluangnya, yang dapat digunakan untuk mengembangkan rencana strategis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, Opan (2021). "Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi."
Widayanto, Mutinda Teguh. "Analisis Penerapan Manajemen Strategik dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha." JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan) 5.3 (2020): 173-182.
<https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/article/download/153/74/753>
<https://www.scribd.com/document/648566170/Artikel-Manajemen-Strategis-Kekompok-The-Queen-manajemen-8>