

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA UMKM ANUGERAH COLLECTION BREBES

Amita Sari¹, Ida Farida², Hikmatul Maulidah³

^{1,2} *Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,*
email: amitasari58@gmail.com@gmail.com

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk pemilik UMKM Kabupaten Brebes yaitu UMKM Anugerah Collection yang belum mengetahui tentang strategi pemasaran yang terjadi di industri Kecil Menengah untuk mempertahankan penjualan dan Omset Penjualan di tengah persaingan yang ketat tersebut diperlukan usaha berupa Analisis SWOT yaitu Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat. Sumber data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan Observasi, Wawancara dan Observasi. Jenis data yang digunakan adalah data Kualitatif yaitu berupa uraian atau pembahasan mengenai Strategi Pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan. Hasil penelitian menunjukkan Analisis SWOT dapat memberikan alternatif pilihan pada strategi untuk pengembangan UMKM Anugerah Collection Brebes adalah *Strength-Opportunities* atau kekuatan peluang, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang ada dengan sebesar besarnya. Adapun strateginya adalah meningkatkan promosi dengan mengandalkan teknologi internet selain Facebook, memperhatikan hubungan baik dengan pelanggan, dan memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik untuk mempertahankan pelanggan lama.

Kata kunci: UMKM, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

Analysis of Marketing Strategies to Increase Sales Turnover using SWOT Analysis on UMKM Anugerah Collection Brebes

Abstract

This study was aimed for UMKM owner in Brebes Regency, namely UMKM Anugerah Collection who do not know about the marketing strategies that occur in the Small and Medium Industry to maintain sales and Sales Turnover in the midst of intense competition, a business is needed in the form of a SWOT analysis, namely Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Treat. Sources of data carried out in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques using Observation, Interview and Observation. The type of data used is qualitative data in the form of a description or discussion of Marketing Strategy to increase sales turnover. The results show that SWOT analysis can provide an alternative choice in the strategy for developing UMKM Anugerah Collection Brebes is Strength-Opportunities or the power of opportunity, namely by utilizing all the strengths they have to seize and take advantage of the opportunities that exist as much as possible. The strategy is to increase promotion by relying on internet technology other than Facebook, pay attention to good relations with customers, and provide quality products and good service to retain old customers.

Keywords: UMKM, Marketing Strategy. Analysis SWOT.

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki *income* perkapita yang rendah (Primiana, 2009)^[1]

Dalam krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia sejak beberapa waktu yang lalu, banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi, akan tetapi sektor UKM terbukti tangguh dan memiliki daya tahan yang relatif kuat dalam menghadapi krisis tersebut

Penerapan strategi SWOT diperlukan untuk dapat mengetahui kelemahan dan ancaman yang dialami usaha ini serta memanfaatkan segala kekuatan menjadi sebuah peluang agar dapat bertahan dan berkompetisi di dunia usaha. Perkembangan dunia usaha yang terus berkembang dari waktu ke waktu tentu membuat para pengusaha agar lebih jeli dan teliti dalam melihat sebuah kekurangan dan kekuatan usahanya, sehingga usaha yang sudah dijalankan cukup lama tidak mengalami kemunduran yang berakibat pada matinya usaha itu sendiri. Penelitian ini diambil karena masih banyak pelaku UMKM di Kabupaten Brebes khususnya UMKM Anugerah Collection Brebes yang belum mengetahui tentang strategi pemasaran yang terjadi di industri Kecil Menengah mulai dari bidang sandang pangan maupun papan, sehingga untuk mempertahankan penjualan dan Omset Penjualan di tengah persaingan yang ketat tersebut di perlukan usaha berupa Analisis SWOT yaitu Strength, Weakness, Opportunities, dan Treat

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian

mengenai Strategi pemasaran serta dituangkan dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran menggunakan Analisis SWOT untuk meningkatkan Omset Penjualan pada UMKM Anugerah Collection Brebes**”

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan data Kualitatif. Pengertian data kualitatif menurut Sugiyono (2015)^[10] adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif dalam penelitian ini berupa uraian atau pembahasan mengenai Strategi Pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan pada UMKM di Kabupaten Brebes.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 3 bulan, terhitung dari tanggal 1 Maret 2021 sampai 1 Mei dengan 2021. Lokasi penelitian ini bertempat pada UMKM Anugerah Collection yaitu di Desa Kemurang-Wetan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2014: 145)^[10] yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

1. Wawancara

Wawancara menurut Suliyanto (2004 : 137)^[9] yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab

secara langsung dengan pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini.

2. Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sugiyono (2012:291)^[10] merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literatur ilmiah.

Teknik Analisis Data

Metode pengumpulan data ini menggunakan Deskriptif Kualitatif.

Menurut Sugiyono (2008:15)^[10] bahwa penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrumen kuncinya. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data ini yaitu menjelaskan tentang Faktor Internal seperti Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weaknesses*) dan Faktor Eksternal seperti Peluang (*Opportunity*), Ancaman (*Treath*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treath*). Dalam mengidentifikasi lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan dan lingkungan eksternal yang meliputi peluang dan ancaman pada Usaha Toko Anugerah Collection, maka disajikan data-data yang diperoleh mengenai Analisis Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Omset

Penjualan menggunakan Analisis SWOT pada UMKM Anugerah Collection Brebes

Berikut hasil wawancara kepada Ibu Heni Rostiana selaku pemilik UMKM Anugerah Collection:

4.1.1 Produk yang dipasarkan

Menurut hasil wawancara dengan pemilik Usaha UMKM Anugerah Collection yaitu Ibu Heni Rostiana produk yang dikembangkan yaitu Kartu Perdana, Pulsa all Operator, Paket Data, Token Listrik, Tagihan Listrik, BPJS, Aksesoris HP, dan juga menyediakan barang Ready dan PO seperti Pakaian dewasa maupun anak-anak, Fashion, Hijab dll.

4.1.2 Cara untuk mengenalkan produk

Dalam mempromosikan hasil dagangan Usaha Anugerah Collection Ibu Heni Rostiana menggunakan 2 cara, yaitu cara offline dan online. Cara ini dianggap ampuh untuk mengenalkan produk dagangan kepada konsumen. Cara offline yang dilakukan yaitu dengan membuka toko yang berada di Desa Kemurang Wetan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes seperti menjual Kartu Perdana, Pulsa all Operator, Paket Data, Token Listrik, Tagihan Listrik, BPJS, Aksesoris HP, Pakaian dewasa maupun anak-anak, Fashion, Hijab dll. Sedangkan untuk cara online yaitu dengan menggunakan media sosial yaitu Facebook dan WhatsApp

4.1.3 Harga yang ditetapkan dalam usaha

Dalam menetapkan harga, Ibu Heni Rostiana mengikuti harga pasaran yang ada. Tujuannya agar tidak terjadi perang harga terhadap pesaing.

4.1.4 Tambahan modal

Pemilik umkm Anugerah Collection Ibu Heni Rostiana Bapak Akhmad memperoleh tambahan modal dari lembaga Keuangan yang ada di Desa Kemurang-Wetan, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Brebes yaitu PNM Mekaar cabang Tanjung dan pinjaman kepada keluarga atau saudara yang di rasa mampu untuk membantu keuangan.

4.1.5 Stok barang dagang

Ibu Heni Rostiana Menjelaskan bahwa stok barang yang ada di Toko biasanya 2 minggu sekali untuk pengisian Saldo Pulsa dan Voucher pulsa sebesar Rp 1.700.000,-, dan 1 bulan untuk stok barang dagangan yang ada di toko seperti Hijab, Pakaian anak-anak hingga orang dewasa sebesar Rp 1.000.000,- karena Ibu Heni Rostiana mengambil barang dagangan kepada Pemasok sehingga sebagian barang dagangan menjual sesuai permintaan pelanggan

4.2 Pembahasan

4.2.1 Fator Internal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor internal usaha toko Anugerah Collection yaitu faktor kekuatan internal yang terdiri dari kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness).

a. Kekuatan (Strength) adalah kondisi internal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan yang dimiliki adalah:

- 1) Untuk stok pulsa maupun Kuota dapat bertahan lama tanpa kadaluarsa
- 2) Dapat bertahan secara jangka panjang, karena semakin kedepan banyak pengguna Handpone
- 3) Dapat memberikan transaksi selain pulsa maupun kuota, seperti pembayaran tagihan listrik, PAM, transfer uang ataupun lainnya
- 4) Pelayanan pemilik toko maupun karyawan sangat ramah
- 5) Harga yang ditawarkan cukup terjangkau dikalangan masyarakat apalagi di perdesaan
- 6) Produk yang onlineshop maupun Offline yang ditawarkan sangat beragam
- 7) Selalu mengadakan Giveaway kepada pelanggan-pelanggan setia Toko Anugerah Collection melalui media sosial

b. Kelemahan (Weakness)

- 1) Kurangnya sistem pencatatan keuangan yang ada di Toko Anugerah Collection karena masih menggunakan sistem manual

2) Banyak pesaing dengan penjualan produk yang sama yaitu di penjualan online seperti pakaian anak-anak hingga orang dewasa

3) Kurangnya promosi penjualan yang dilakukan oleh Toko Anugerah Collection karena menggunakan media Facebook dan WA saja

4) Jauhnya akses menuju jalan besar atau jalan raya

4.2.2 Faktor Eksternal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor internal usaha toko Anugerah Collection yaitu faktor kekuatan internal yang terdiri dari Peluang (Opportunity) dan Ancaman (Treath)

a. Peluang (Opportunity)

1. Mengatur strategi pemasaran media sosial selain facebook dan WA

2. Mengikuti banyaknya permintaan konsumen yang ada di masyarakat sekitar maupun di media sosial

3. Mengikuti kemajuan teknologi untuk menciptakan pemasaran produk yang maksimal

4. Mengatur tata letak produk penjualan yang ada di etalase Toko Anugerah Collection

b. Ancaman (Treath)

1) Promosi penjualan perusahaan lain yang cukup baik

2) Munculnya pesaing baru karena sudah mengerti peluang bisnis tersebut

3) Jaringan yang kadang tidak stabil dalam melayani konsumen melalui media sosial

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka yang dilakukan di

UMKM Anugerah Collection Brebes Maka Analisis SWOT dapat memberikan alternatif pilihan pada strategi untuk pengembangan UMKM Anugerah Collection Brebes adalah *Strength-Opportunities* atau kekuatan-peluang, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang ada dengan sebesar-besarnya. Adapun strateginya adalah meningkatkan promosi dengan mengandalkan teknologi internet selain Facebook, Memperhatikan hubungan baik dengan pelanggan, dan Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik untuk mempertahankan pelanggan lama.

Saran

Saran yang dapat peneliti kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Pelaku UMKM Anugerah Collection Brebes lebih meningkatkan promosi agar lebih dikenal masyarakat umum dan menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat bersaing dengan industri yang sejenis dari daerah lain.
2. Perlu adanya sistem pencatatan keuangan supaya pelaku UMKM Anugerah Collection lebih paham mengenai posisi keuangan yang ada, seperti pengeluaran, pendapatan, modal, kas, laba dan rugi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA selaku Ka.Prodi Akuntansi Politenik Harapan Bersama Tegal.

Ibu Ida Farida, SE, M.Si sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan penelitian ini. Ibu Hikmatul Maulidah, S.Pd, M.Ak, CAAT selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk

hingga terselesaikannya penyusunan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

Jogiyanto. (2005). Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.

Diyanti, Yulihar. *Analisis swot sebagai strategi meningkatkan daya saing usaha tahu di desa hajoran kecamatan sungai kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan*. Diss. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.

Prastiwi, Qorry. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Pabrik roti Alfaris Bakery Medan*. Diss. 2019.

ULVY TRI, AYU AGUSTIN. *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DENGAN ANALISIS SWOT STUDI KASUS INDUSTRI KNALPOT BAPAK AKHMAD SULTONI (MUSCLE POWER) DESA PESAYANGAN PURALINGGA LOR*. Diss. IAIN Purwokerto, 2020.