

# **STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI TOKO X-TREME COMPUTER SLAWI**

**Berliani Andini<sup>1</sup>, Bahri Kamal<sup>2</sup>, Fitri Amaliyah<sup>3</sup>**  
*Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,*  
email: [berlianiandini6@gmail.com](mailto:berlianiandini6@gmail.com)

## **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menentukan dan menganalisis strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan yang dilakukan oleh toko X-Treme Computer Slawi dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini dilakukan pada toko X-Treme Computer Slawi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Teknik analisis data adalah analisis SWOT dan metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (matriks SWOT) untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh toko. Hasil dari analisis matriks SWOT menunjukkan bahwa kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh toko X-Treme Computer lebih besar jika dibandingkan dengan kelemahan dan ancamannya itu ini menandakan bahwa toko X-Treme Computer Slawi adalah sebuah toko yang baik dan berkualitas. Dengan demikian kesimpulannya adalah toko harus mampu mengembangkan kekuatan yang dimiliki dan meningkatkan serta mempertahankan peluang yang ada.*

**Kata kunci:** Strategi pemasaran, Volume Penjualan, SWOT.

## **MARKETING STRATEGY USING SWOT ANALYSIS TO INCREASE SALES VOLUME AT THE X-TREME COMPUTER SLAWI STORE**

### **Abstract**

*This study was aimed to determine and analyze marketing strategies to increase sales volume carried out by the X-Treme Computer Slawi store using SWOT analysis. This research was conducted at the X-Treme Computer Slawi store. Data collection techniques were observation, interviews, and literature study. Data analysis techniques were SWOT analysis and qualitative descriptive methods. The data obtained from the data collection then analyzed using SWOT analysis (SWOT matrix) to find out what are the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the marketing strategy carried out by the store. The results of the SWOT matrix analysis showed that the strengths and opportunities possessed by the X-Treme Computer store are greater than the weaknesses and threats, this indicates that the X-Treme Computer Slawi store is a good and quality store. Thus the conclusion is that the store must be able to develop its strengths and improve and maintain existing opportunities.*

**Keywords:** Marketing strategy, Sales Volume, SWOT

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia industri begitu pesat, setiap perusahaan harus selalu melakukan peningkatan secara bertahap dan berkelanjutan agar mampu bersaing di era globalisasi. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk produk yang akan dijual. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima oleh konsumen sehingga konsumen membeli produk yang akan dijual. Adanya pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan.

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai komonitas (Rangkuti, 2002)<sup>[1]</sup>. Adapun tujuan dari pemasaran adalah untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa sesuai bagi konsumen sehingga produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan sendirinya.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi toko dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu toko. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran toko dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan toko dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Tidak dapat di pungkiri bahwa keberlangsungan dan kesuksesan sebuah usaha adalah suatu hal yang tidak diperoleh dengan

mudah, butuh analisis yang teliti dan benar. dalam menetapkan sebuah strategi usaha dibutuhkan banyak faktor yang harus dipertimbangkan dan dianalisis, sehingga akan menghasilkan keputusan yang tepat untuk keberlangsungan sebuah usaha. Oleh karena itu kebanyakan seorang pengusaha akan menggunakan analisis SWOT untuk dapat mengarahkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang merupakan hal yang kritis bagi keberhasilan sebuah usaha.

X-Treme Computer merupakan usaha dagang yang menjual laptop bekas, laptop baru, aksesoris computer seperti *keyboard* laptop, *mouse*, layar monitor, charger laptop, flashdisk, kabel power laptop dan masih banyak lagi, X-Treme Computer juga bergerak di bidang jasa *service* komputer. Usaha ini dimulai pada tahun 2009 yang awal mulanya usaha ini adalah warnet (warung internet) dan mulai berkembang pesat pada tahun 2013 lalu menjadi sebuah toko komputer dan jasa *service* komputer. Saat ini usaha jual beli *computer*, laptop, aksesoris *computer* dan jasa *service* sudah menjamur di Slawi, sehingga terjadi persaingan sangat ketat di pasar. Untuk tetap mempertahankan eksistensi toko X-Treme Computer Slawi harus mempunyai strategi usaha yang baik dan tepat. Sebuah usaha harus mengetahui kelemahan dan ancaman, memanfaatkan peluang serta mempertahankan kekuatan. Jadi, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan juga dengan strategi para pesaingnya.

Dengan begitu menganalisis sebuah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan memberikan peran yang besar terhadap keberlangsungan sebuah perusahaan. Dan pada bulan februari sampai bulan mei 2021 diketahui bahwa tingkat penjualan pada X-Treme Computer mengalami penurunan. Penurunan tersebut disebabkan karena strategi pemasaran yang dilakukan oleh X-Treme Computer kurang tepat, seperti penjualan hanya dilakukan secara *offline*/ pembeli datang

langsung ke toko, tidak pernah ada promosi di sosial media yang dilakukan oleh X-Treme Computer, stok barang yang tidak mencukupi kebutuhan, harga juga kadang terlalu tinggi jika dibanding dengan toko komputer lainnya.

X-Treme Computer perlu ada upaya atau strategi baru dalam meningkatkan penjualan. Perlu adanya penggantian strategi pemasaran yang selama ini digunakan dengan strategi pemasaran yang menerapkan strategi bersaing yang tepat yakni dengan menggunakan analisis SWOT. Dengan menggunakan analisis SWOT toko memilih strategi dengan melihat faktor internal yang dimiliki toko yakni keunggulan atau kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*) serta memperhatikan faktor eksternal yang ada dan akan dihadapi toko yakni peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Sehingga dengan menggunakan analisis SWOT toko dituntut untuk berinovasi mencari strategi pemasaran yang tepat dengan menyesuaikan dan melihat secara objektif kondisi faktor internal yang dimiliki dan faktor eksternal yang muncul, jadi toko akan lebih mudah mengontrol adanya perubahan dari luar dan mampu meningkatkan penjualan secara signifikan yang sesuai dengan harapan toko.

## **METODE**

### **Jenis Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kualitatif menurut Sugiyono (2017:10) yaitu data yang berbentuk kata-kata, kalimat, narasi, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan (transkrip). Bentuk lain data kualitatif adalah gambar yang diperoleh melalui pemotretan, seperti gambar banner toko X-Treme Computer dan gambar barang yang dijual di toko X-Treme Computer.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, terhitung dari Maret 2021 sampai dengan Juni

2021. Lokasi penelitian ini di toko X-Treme Computer Slawi beralamat di jalan. Prof. Moh. Yamin no 27 Slawi.

### **Target/Subjek Penelitian**

Target/Subjek penelitian ini yaitu strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di toko X-Treme Computer Slawi.

### **Prosedur**

Penelitian ini pertama kali dilakukan dengan cara memberikan surat permohonan untuk melakukan penelitian pada toko X-Treme Computer Slawi. Peneliti melakukan analisis permasalahan yang ada di toko khususnya dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di toko X-Treme Computer Slawi.

### **Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2017:220), untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut:

1. Observasi  
Observasi 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 toko X-Treme Computer Slawi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.
2. Wawancara  
Wawancara 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 tugas akhir ini.
3. Studi Pustaka  
Studi pustaka merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi

kepuustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literature ilmiah.

### **Teknik Analisis Data**

Dalam melakukan penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau pengubahan pada data yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara observasi, wawancara dan studi pustaka. Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis data untuk memperoleh alternatif strategi.

### **Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2017:219) adalah sebagai berikut :

#### **1. Data Primer**

Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data utama. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil observasi dan wawancara kepada pemilik toko X-Treme Computer Slawi.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat berupa catatan-catatan penjualan harian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil Analisis SWOT toko X-Treme Computer Slawi**

Toko X-Treme Computer Slawi dalam menjalankan usahanya ini mampu memanfaatkan kondisi internal maupun

eksternal dalam perkembangan usaha. Prospek suatu usaha tidak terlepas dari pemahaman tentang lingkungan yang ada, baik di dalam maupun di luar lingkungan usaha.

#### **1. Kekuatan (Strenght) toko X-Treme Computer Slawi**

Toko X-Treme Computer Slawi memiliki kekuatan yang secara umum dimiliki oleh toko dalam menjalankan usahanya, antara lain:

- a. Produk yang disediakan cukup lengkap
- b. Lokasi toko yang mudah di jangkau atau strategis.
- c. Bebas biaya pengiriman barang area Slawi.
- d. Terdapat purna jual atau garansi.
- e. Keahlian teknisi dalam *service* komputer.
- f. Ketepatan waktu dalam menyelesaikan *service* sesuai waktu yang dijanjikan.

#### **2. Kelemahan (Weaknesses) toko X-Treme Computer Slawi**

Kelemahan adalah salah satu faktor internal menjadi penghalang bagi toko dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya yang mengganggu pencapaian tujuan perusahaan. Adapun kelemahan toko X-Treme Computer Slawi yang secara umum di miliki oleh toko dalam menjalankan usahanya, antara lain:

- a. Adanya tugas ganda bagi karyawan toko sehingga lambat dalam melayani konsumen.
- b. Promosi belum memanfaatkan media online.
- c. Sparepart komputer atau laptop inden (harus pesan dulu).
- d. Harga barang sedikit lebih mahal dari toko komputer lain.

#### **3. Peluang (Opportunities) toko X-Treme Computer Slawi**

Peluang adalah suatu kesempatan yang dapat di dimanfaatkan oleh pemilik usaha dalam mencapai tujuannya untuk mendapatkan keuntungan, antara lain:

- a. Memiliki pasar yang luas.
  - b. Semakin meningkatnya kebutuhan akan laptop atau komputer di berbagai kalangan pelajar, mahasiswa dan guru.
  - c. Semakin meningkatnya penjualan aksesoris komputer atau laptop dimasa sekarang.
4. Ancaman (Treats) toko X-Treme Computer Slawi
- Ancaman adalah faktor eksternal negatif yang dapat menghambat toko X-Treme Computer Slawi dalam mencapai tujuan, antara lain:
- a. Munculnya banyak pesaing baru.
  - b. Harga barang dari sales cenderung naik – turun (tidak stabil).

## 2. Hasil Analisa Lingkungan Internal toko X-Treme Computer Slawi

Analisis lingkungan internal adalah mengidentifikasi apa-apa saja yang menjadi kelemahan dan kekuatan dari dalam yang dimiliki oleh toko, agar dapat merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk mencapai tujuan toko. Lingkungan internal meliputi beberapa aspek antara lain:

### 1. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan aspek yang paling penting dalam menjalankan suatu usaha. Ada empat unsur yang harus diperhatikan dalam aspek pemasaran yaitu: *Price* (harga), *Product* (produk), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), dan *Price* (harga)

#### a. *Price* (harga)

Toko X-Treme Computer Slawi menetapkan tarif produk laptop, aksesoris komputer/laptop dan jasa *service* laptop komputer dengan harga yang relatif terjangkau di area Slawi. Adapun harga produk aksesoris komputer/laptop variasi harga mulai dari Rp 25.000, Rp50.000 sampai dengan Rp 250.000. Untuk harga produk laptop mulai dari Rp3.000.000 sampai dengan Rp6.5000.000. dan untuk jasa *service* laptop/komputer tergantung dari kerusakan nya berkisar sekitar Rp50.000 sampai

dengan Rp750.000.

#### b. *Product* (Produk)

Toko X-Treme Computer Slawi termasuk usaha yang menyediakan laptop dan aksesoris laptop mulai dari laptop berbagai merek, *mouse*, keyboard, charger laptop, kabel power, flashdisk dan masih banyak lagi. Dari beberapa produk yang ditawarkan, aksesoris komputer/laptop yang menjadi andalan di toko X-Treme Computer Slawi.

#### c. *Place* (Tempat)

Toko X-Treme Computer memiliki lokasi yang cukup strategis, karena mudah dijangkau dan mudah diakses oleh berbagai kendaraan angkutan umum karena berada di pinggir jalan raya yang seering di lewati oleh banyak orang dan toko X-Treme Computer ini berada dekat dengan kawasan sekolahan dan tempat bimbel yang berada di Kabupaten Tegal. Lokasi ini menjadikan aspek pemasaran yang menargetkan pada karyawan, pelajar, dan pegawai dll.

#### d. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah usaha yang dilakukan pemasar untuk mempengaruhi pihak lain agar berpartisipasi dalam kegiatan pertukaran. Promosi yang dilakukan toko X-Treme Computer hanya Banner yang di pasang di depan toko dan kadangkala membagikan brosur untuk mempromosikan produk yang dijual di toko tersebut.

### 2. Keuangan dan Akuntansi

Toko X-Treme Computer ini merupakan usaha kecil, sehingga menerapkan sistem laporan keuangan yang sederhana dimana 1 karyawan yang wanita sebagai pemegang keuangan, lalu di setor langsung setiap harinya kepada pemilik usaha, yang kemudian pemilik usaha melakukan pencatatan untuk penghitungan laba setiap bulannya.

### 3. Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia dalam perusahaan merupakan faktor lingkungan internal yang menjalankan aktivitas-aktivitas perusahaan. SDM memiliki peran penting dalam menjalankan aktivitas perusahaan.

Toko X-Treme Computer memiliki 1

pemilik usaha dan 2 orang karyawan. Pemilik usaha yang bijaksana dan orang yang humoris membuat karyawan betah bekerja dan membuat karyawan lebih lepas dan luwes dalam melayani konsumen.

### 3. Hasil Analisa Lingkungan Eksternal toko X-Treme Computer Slawi

Analisis Lingkungan Eksternal adalah mengidentifikasi aspek-aspek yang terdapat pada lingkungan untuk mendapatkan deskripsi tentang peluang dan ancaman yang dihadapi oleh toko. Menurut Jatmiko (2004:38) analisis lingkungan eksternal dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu:

#### 1. Lingkungan Eksternal Makro

##### a. Lingkungan Fisik

Lingkungan fisik adalah lingkungan yang sengaja dibuat atau diciptakan sebagai dukungan atas layanan yang diberikan kepada konsumen. Lingkungan fisik juga merupakan lingkungan dimana di dalamnya terjadi pertemuan jasa dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap lingkungan fisik dan selanjutnya pada respon internal (tingkat kepuasan konsumen) dan respon eksternal (perilaku berlangganan dan membeli kembali). Toko X-Treme Computer Slawi memberikan tampilan usaha yang sederhana namun tetap mementingkan kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas dan beragam membuat konsumen nyaman untuk membeli di toko X-Treme Computer.

##### b. Lingkungan Sosial Budaya

Faktor sosial budaya yang dapat mempengaruhi aktivitas dan kinerja perusahaan mencakup keyakinan, nilai-nilai, sikap, pandangan serta gaya hidup manusia sebagai akibat perkembangan dan perubahan kondisi kebudayaan.

Lingkungan sosial dan budaya memberikan tanggapan positif atas dibukanya toko X-Treme Computer Slawi, karena kawasan toko X-Treme Computer Slawi ini memiliki lokasi

yang strategis dimana berada dekat dengan sekolah, tempat bimbingan belajar, dan rumah penduduk.

#### c. Lingkungan Demografi

Penduduk di Indonesia terkhusus di kabupaten Tegal, saat ini semakin bertambah, hal ini memberikan kesempatan besar bagi toko X-Treme Computer Slawi, karena wilayah pemasaran akan semakin luas, dan kemungkinan jumlah pelanggan akan bertambah apalagi Laptop dan aksesoris laptop/komputer merupakan produk yang hampir semua orang butuhkan di masa sekarang.

#### 2. Lingkungan Eksternal Mikro

##### a. Ancaman Pendetang Baru (*Threat of Entry*)

Pendetang baru dalam suatu toko biasanya membawa dan menambah kapasitas baru, keinginan mendapatkan pangsa pasar (market share), dan juga sumber daya baru. Kondisi ini mendorong para pengusaha yang sudah memasuki dunia industri terlebih dahulu harus mempertahankan karakteristik produknya seiring peningkatan kualitas produk.

Pendetang baru saat ini begitu mempengaruhi kegiatan usaha. Agar para pendatang baru tidak terlalu menjadi ancaman, toko X-Treme Computer Slawi tetap menjaga kualitas produk dan menjaga loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Ancaman pendatang baru yang membuka usaha disekitar daerah toko X-Treme Computer Slawi juga mempengaruhi jalannya toko ini dan mempengaruhi konsumen. Menghindari hal tersebut toko X-Treme Computer Slawi tidak melakukan apa-apa hanya saja mereka tetap menjaga kualitas produk yang di jual mereka.

##### b. Kekuatan Pemasok (*Powerful of Suppliers*)

Toko X-Treme Computer Slawi memiliki pemasok barang yang terpercaya dan berkualitas yang ditanganin langsung pemilik usaha agar tetap menjaga kualitas produk yang akan di jual.

c. Kekuatan Pembeli/Pelanggan (*Power of Buyers*)

Pembeli merupakan faktor yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan usaha dan menyesuaikan apa yang akan diproduksi selanjutnya, serta harga/nilai produk atau jasa substitusi harus lebih terjangkau agar para konsumen dapat menyukainya tanpa harus melebihi dengan jumlah modal yang ada.

Toko X-Treme Computer Slawi menyediakan berbagai macam produk laptop dan aksesoris laptop/komputer mulai dari produk kecil sampai dengan produk besar.

d. Analisis Pesaing

Analisis pesaing memungkinkan suatu toko menilai apakah toko dapat bersaing dengan sukses di dalam suatu pasar yang memberikan peluang-peluang keuntungan. Persaingan di dalam industri mendorong toko lebih inovatif untuk menjual produk yang berkualitas dan menarik masyarakat baik itu dalam segi harga, kualitas, maupun manfaat produk.

Toko X-Treme Computer memiliki pesaing sejenis di beberapa tempat di Slawi, misalnya seperti persis di depan toko juga ada toko komputer, di jln Prof. Moh yamin Slawi, di jl. Flores baru Trayeman, di jl. Jendral Ahmad Yani Procot. Maka itu Pemilik toko X-Treme Computer seharusnya tetap menjaga kualitas untuk tetap bersaing di pasar dan harus meyakini bahwa rezeki sudah ada yang mengaturnya. Pemilik usaha mempunyai pendirian yang tetap.

#### 4. Hasil Analisa Meningkatkan Strategi Pemasaran toko X-Treme Computer Slawi

Pada akhirnya faktor intern dan ekstern (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) yang terjadi pada toko X-Treme Computer ini merupakan suatu keadaan benar-benar terjadi yang harus dihadapi untuk memaksimal keuntungan (laba). Oleh karena itu toko X-Treme Computer harus mencermati dengan baik keadaan tersebut baik yang bersifat positif maupun negatif, sehingga faktor tersebut menjadi sesuatu yang diinginkan sesuai dengan tujuan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, owner mengatakan bahwa awalnya tidak banyak orang yang tau jika di slawi ada toko jual beli komputer atau laptop dan jasa service komputer sehingga harus melakukan promosi dengan cara memasang banner yang cukup besar di depan toko dan menyebar brosur untuk memberitahu orang orang. Sehingga setelah orang orang mengetahui baru lah banyak konsumen yang datang untuk membeli aksesoris komputer, membeli laptop ataupun untuk menyervis komputer/laptopnya. pada awalnya lebih cepat adanya permintaan dari sekolah sekolah untuk bekerja sama dalam pengadaan komputer untuk UN (Ujian Nasional) di daerah Bojong dan Bumijawa. Owner juga mengatakan bahwa hal ini dilakukan sekaligus untuk mengubah persepsi konsumen yang berfikir bahwa toko X-Treme Computer hanya menjual aksesoris komputer, menjual laptop dan menyervis komputer tetapi juga bisa memasang jaringan atau setting jaringan dan pengadaan unit komputer untuk sekolah sekolah, ini menjadi suatu kelebihan dari toko X-Treme Computer Slawi. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai toko X-Treme Computer Slawi apakah saat ini toko berada dalam kondisi usaha yang baik atau tidak, berikut akan dijelaskan dalam perspektif SWOT sebagai berikut:

#### Tabel Faktor Internal dan Eksternal Toko

## X-Treme Computer dalam perspektif SWOT

<p><b>A. Faktor internal</b></p> <p>Strengths (kekuatan) &gt; Weaknesses (kelemahan) = kondisi perusahaan yang baik.</p> <p>Strengths (kekuatan) &lt; Weaknesses (kelemahan) = kondisi perusahaan yang tidak baik</p>
<p><b>B. Faktor Eksternal</b></p> <p>Opportunities (peluang) &gt; Threats (ancaman) = kondisi perusahaan yang baik</p> <p>Opportunities (peluang) &lt; Threats (ancaman) = kondisi perusahaan yang tidak baik</p>

- a. Sebuah perusahaan/toko yang baik adalah jika Strengths (kekuatan) lebih besar dibandingkan Weaknesses (kelemahan) dan begitu juga sebaliknya. Dalam penelitian ini kekuatan toko X-Treme Computer Slawi lebih besar dibandingkan dengan kelemahannya, ini menandakan bahwa toko X-Treme Computer Slawi adalah sebuah toko yang baik.
- b. Sebuah perusahaan/toko yang baik adalah jika Opportunities (peluang) lebih besar dibandingkan dengan Threats (ancaman) dan begitu juga sebaliknya. Dalam penelitian ini peluang toko X-Treme Computer Slawi lebih besar dibandingkan dengan ancamannya. Ini menandakan bahwa toko X-Treme adalah sebuah toko yang baik.

### SIMPULAN DAN SARAN

#### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan selama melaksanakan kegiatan penelitian Tugas Akhir di Toko X-Treme Computer Slawi, Penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Hasil dari identifikasi analisis SWOT toko X-Treme Computer Slawi dapat di ketahui bahwa:

- a. Kekuatan yang di miliki yaitu: Produk yang disediakan cukup lengkap, lokasi yang mudah dijangkau atau strategis, bebas biaya pengiriman barang area Slawi, terdapat purna jual atau garansi, keahlian teknisi dalam *service* computer, dan ketepatan waktu dalam menyelesaikan *service* sesuai waktu yang dijanjikan.
- b. Kelemahan yang di miliki yaitu: adanya tugas ganda bagi karyawan toko sehingga lambat dalam melayani konsumen, promosi belum memanfaatkan media online, sparepart komputer atau laptop inden (harus pesan dulu), dan harga barang sedikit lebih mahal dari toko komputer lain.
- c. Peluang yang ada yaitu: memiliki pasar yang luas, semakin meningkatnya kebutuhan akan laptop atau komputer di berbagai kalangan pelajar dan mahasiswa, dan Semakin meningkatnya penjualan aksesoris komputer atau laptop di masa sekarang.
- d. Dan ancaman dari toko X-Treme Computer yaitu: Munculnya banyak pesaing baru dan Harga barang dari sales cenderung naik – turun (tidak stabil).

#### Saran

1. Diharapkan kepada toko X-Treme Computer Slawi agar mampu mempertahankan kualitas produk dan mampu bekerja sama dengan partner atau distributor lainnya sehingga meningkatkan penjualan produk yang saat awal tahun ini sedang mengalami penurunan.
2. Melakukan strategi pemasaran yang telah penulis analisis menggunakan analisis SWOT yaitu;
  - a. Melakukan *update* stok barang terbaru yang sedang laku di pasaran dan banyak konsumen yang mencari. Baik untuk aksesoris laptop ataupun laptop.

- b. Mempromosikan produk/barang di toko X-Treme Computer melalui sosial media, seperti instagram, facebook dan bisa juga membuat toko di *marketplace* seperti shopee dan lazada.
- c. Menyesuaikan harga dengan toko komputer yang lain nya, agar seimbang
- d. Melakukan pemberian harga khusus untuk produk laptop di musim musim tertentu.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Nizar Suhendra, SE,M.PP selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama.
2. Ibu Yeni Priatna sari selaku Ka..Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Bapak Bahri Kamal, SE,MM selaku Dosen Pembimbing I.
4. Ibu Fitri Amaliyah, SE, M.Ak selaku Dosen Pembimbing II.
5. Bapak Lukman MT, ST, selaku pemilik toko X-Treme Computer Slawi.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*,(Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004).
- [2] Arif Yusuf Hamali. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [3] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- [4] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- [5] Pearch, John A. dan Robinson, Richard B. *Manajemen Strategi: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- [6] Jatmiko, RD. 2004. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: BPFE.

