

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI *MARKETING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI TOKO DIFA SUKSES

Dilla Fitriana¹, Bahri Kamal², Krisdiyawati³

Email : dillafitrina425@gmail.com

DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama

Jln. Mataram No. 09 Tegal

Telp (0283) 352000

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di toko Difa Sukses menggunakan analisis SWOT dan untuk mengetahui strategi *marketing* yang sebaiknya diterapkan toko Difa Sukses untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *marketing* yang sebaiknya digunakan untuk meningkatkan penjualan pada toko Difa Sukses berada di kuadran 1 yaitu mendukung strategi agresif (SO) dengan melakukan beberapa strategi seperti melakukan *update* produk-produk terbaru supaya dapat terus berkembang dan menguasai pangsa pasar, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen, memberikan harga yang lebih terjangkau untuk menarik minat beli konsumen, membuka cabang baru dengan lokasi yang strategis dan produk yang lengkap, tetap melakukan pemberian diskon dan bonus untuk menarik konsumen dan supaya pelanggan tetap setia membeli produk toko.

Kata kunci : Analisis SWOT, Strategi *Marketing* dan Penjualan

Abstract

The purpose of this study was to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats that exist in the Difa Sukses store using SWOT analysis and to find out which marketing strategies should be applied by the Difa Sukses store to increase sales. This study used a qualitative type of research using SWOT analysis techniques. The types of data used in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques were carried out using observation, interviews, literature studies and documentation techniques. The results of the study indicated that the marketing strategy that should be used to increase sales at the Difa Sukses store is in quadrant 1 which is to support an aggressive strategy (SO) by carrying out several strategies such as update the latest products in order to continue to grow and dominate market share, maintain and improve the quality of products and services to consumers, providing more affordable prices to attract consumer buying interest, opening new branches with strategic locations and complete products, continue to give discounts and bonuses to attract consumers and keep customers loyal to buy store products.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy and Sales

PENDAHULUAN

UMKM adalah jenis usaha kecil milik rakyat yang memiliki batas tertentu dalam kepemilikan kekayaan. Jenis usaha ini sedang gencar disosialisasikan karena memberikan banyak kontribusi bagi perekonomian. UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang (UU No 20 Tahun 2008). Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap *marketing* untuk mampu melaksanakan kegiatan *marketing* dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan *marketing* tersebut membutuhkan sebuah konsep *marketing* yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Menurut *American Marketing Association* dalam Kotler dan Keller (2009:5), *marketing* adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Penjualan menurut Moekijat (2011:488) adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan

kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Semua kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, guna mencapai keuntungan yang optimal. Tujuan penjualan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti apa yang telah direncanakan. Dalam penjualan ini, ada tiga faktor yang harus diperhatikan yaitu: mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu serta menunjang pertumbuhan perusahaan.

Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus menerapkan strategi *marketing* yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi dan perlu adanya cara untuk memajukan penjualan melalui periklanan dan penggunaan promosi secara luas guna mempengaruhi publik. Menurut Assauri (2013:15), strategi *marketing* adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Toko Difa Sukses merupakan usaha

yang bergerak di bidang perdagangan yang sudah berdiri sejak tahun 2019 di pimpin oleh Bapak Mudzakir. Toko Difa Sukses merupakan toko yang menjual berbagai macam produk mulai dari alat tulis, kebutuhan sekolah, perabotan, elektronik, fotocopy dll. Dalam memasarkan produknya toko Difa Sukses menggunakan konsep konvensional dimana penawaran produk kepada calon pelanggan dilakukan secara langsung (*offline*) dengan menggunakan cara normal yang biasa dilakukan sedari dahulu. Wujud dari pemasaran yang dilakukan secara langsung misalnya dengan menggunakan *tools advertising* seperti brosur, spanduk, *direct sales*, *personal selling*, *public relation* (PR), serta bisa juga dengan cara memberikan diskon maupun hadiah atas pembelian yang dilakukan oleh pelanggan dengan tujuan utama dalam penjualan adalah mencapai laba yang optimal. Namun nyatanya selama menggunakan strategi konvensional ini toko Difa Sukses belum mampu mencapai tingkat penjualan yang optimal dikarenakan keterbatasan strategi yang digunakan sehingga menyebabkan jangkauan pasar yang kurang luas.

Dalam menghadapi fakta yang terjadi menunjukkan bahwa toko Difa Sukses telah berupaya membuat strategi *marketing* dan bentuk promosi yang bertujuan untuk menarik minat beli konsumen. Namun

pada kenyataannya strategi *marketing* yang dilakukan belum optimal sehingga belum berhasil mencapai target dalam penjualan. Artinya penerapan strategi *marketing* pada toko Difa Sukses saat ini belum sesuai dengan target pasar yang ada. Hal ini mengakibatkan bentuk strategi yang dilakukan menjadi kurang optimal dan kurang efektif sehingga mengakibatkan nilai penjualan belum mencapai target, sehingga perlu adanya upaya atau strategi baru dalam meningkatkan penjualan. Perlu adanya penggantian strategi *marketing* yang selama ini digunakan dengan strategi *marketing* yang menerapkan strategi bersaing yang tepat yakni, dengan menggunakan analisis SWOT.

Menurut Jogiyanto (2005:46) SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi. Dengan menggunakan analisis SWOT, toko memilih strategi dengan melihat faktor internal yang dimiliki toko yakni kekuatan atau keunggulan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) serta memperhatikan faktor eksternal yang ada dan yang akan dihadapi toko yakni peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), sehingga dengan menggunakan analisis SWOT, toko dituntut untuk selalu berinovasi mencari strategi *marketing* yang

tepat dengan menyesuaikan dan melihat secara objektif kondisi-kondisi faktor internal yang dimiliki dan faktor eksternal yang muncul, sehingga toko akan lebih mudah mengontrol adanya perubahan dari luar dan mampu meningkatkan penjualan secara signifikan yang sesuai dengan harapan toko. Dari sinilah peneliti tertarik untuk mengangkat judul “ANALISIS PENERAPAN STRATEGI *MARKETING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI TOKO DIFA SUKSES”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif

Tempat dan waktu penelitian

Toko Difa Sukses Jalan Beringin Desa Kepunduhan Kecamatan Kramat Kabupaten Tegal.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif.

Sumber data

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, studi pustaka dan studi dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko Difa Sukses adalah perusahaan dagang yang bergerak dibidang ritel dengan menjual berbagai macam barang seperti, alat tulis, keperluan sekolah, perabotan, elektronik dan jasa fotokopi, yang telah dibuka dari tahun 2019 dan berlokasi di Jalan Beringin Desa Kepunduhan Kecamatan Kramat Kabupaten Tegal. Toko Difa Sukses menawarkan produknya dengan harga yang terjangkau dan usaha yang berlokasi di tempat yang cukup strategis.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) faktor *strength* (kekuatan) mempunyai total skor 2,07 sedangkan faktor *weakness* (kelemahan) mempunyai total skor 0,83. Sementara hasil analisis pada tabel EFAS (*External Factors Analysis Summary*) faktor *opportunity* (peluang) mempunyai total skor 1,86 sedangkan faktor *threat* (ancaman) mempunyai total skor 0,95. Penelitian ini memiliki bobot nilai yang baik dari sisi internal yaitu kelengkapan dan kualitas produk, harga, lokasi, pelayanan dan pemberian diskon/bonus pembelian.

Dari hasil total skor tersebut menunjukkan bahwa posisi toko Difa Sukses pada Diagram Analisis SWOT menempati Kuadran 1, yaitu strategi yang sebaiknya diterapkan adalah strategi agresif yang mendukung pertumbuhan

(*growth oriented strategy*). Hal ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi toko Difa Sukses yang berarti bahwa toko memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk merebut peluang yang ada sehingga hal itu dapat meningkatkan penjualan toko Difa Sukses dan mampu bersaing dalam dunia bisnis. Dalam hal ini, toko Difa Sukses sebaiknya melakukan strategi SO. Dimana dalam strategi SO, penulis memadukan berbagai kekuatan dengan peluang yang dimiliki oleh toko. Namun kendati demikian toko Difa Sukses juga tidak boleh mengesampingkan faktor-faktor lainnya yang mungkin akan menjadi keuntungan ataupun ancaman bagi toko. Maka dari itu selain menerapkan strategi SO, toko juga diharapkan dapat menjalankan strategi-strategi lainnya seperti strategi WO, ST dan WT.

Lokasi toko Difa Sukses cukup strategis, hal ini dapat dilihat dari kawasan yang berada di jalan utama desa yang dekat dengan sekolah seperti sekolah SD, TK, PAUD, Madrasah dan dekat dengan kantor seperti Bumdes dan Kantor Kepala Desa. Faktor ini menjadi peluang besar bagi toko Difa Sukses dengan menargetkan pangsa pasar para masyarakat sekitar, pelajar dan pegawai. Apalagi dengan banyaknya jenis produk yang dijual dan harganya yang terjangkau untuk semua kalangan.

Peningkatan penjualan merupakan pencapaian target yang utama dalam pencapaian laba maksimal. Oleh karena itu toko Difa Sukses menetapkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan beberapa pesaing. Toko Difa Sukses menetapkan harga murah dan terjangkau agar produknya bisa dinikmati semua kalangan dan pelayanan terbaik dengan memberikan keramahan dan pemberian diskon atau bonus pada pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dilihat peluang (*opportunity*) dan kekuatan (*strength*) bagi toko Difa Sukses terhadap pesaing.

Peluang (*Opportunity*) dan Kekuatan (*Strength*) toko Difa Sukses sebagai tolak ukur untuk semakin melakukan pertumbuhan usaha kedepannya dengan terus memperhatikan dari segi faktor internal dan eksternal usaha. Toko Difa Sukses juga perlu lebih memperhatikan Kelemahan (*Weakness*) usaha yang berdampak pada Ancaman (*Threats*) yaitu dilihat dari promosi yang belum luas dan belum memanfaatkan media online, display barang yang tidak rapi, lahan parkir yang sempit, kurangnya fasilitas pendukung serta keterbatasan tenaga ahli atau SDM.

Penerapan strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan toko Difa Sukses dan peningkatan laba maksimal perusahaan sehingga menjadikan toko Difa Sukses ini berkembang kedepannya

sehingga mampu bertahan ditengah-tengah maraknya pengusaha bisnis dibidang yang sama.

Berkaitan dengan hasil penelitian, pada penelitian sebelumnya, peneliti hanya berfokus dan menyarankan hasil penelitian pada satu strategi *marketing* saja sebagai hasil dari analisis SWOTnya. Namun pada penelitian ini, peneliti menambahkan hasil penelitian bahwa strategi *marketing* tidak hanya berfokus pada satu strategi saja yaitu strategi SO. Namun perlu juga memperhatikan faktor dan strategi lainnya seperti strategi WO, ST dan WT untuk menunjang penjualan dan pertumbuhan toko.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian pada toko Difa Sukses, maka dapatdikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari identifikasi SWOT toko Difa Sukses dapat diketahui bahwa kekuatan yang dimiliki yaitu produk yang disediakan cukup banyak dan lengkap, kualitas produk yang terjamin, harga produk mampu bersaing, lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, pelayanan yang ramah pada konsumen dan adanya pemberian diskon dan bonus pada pelanggan. Kelemahan yang dimiliki yaitu promosi yang dilakukan belum luas masih sederhana dan

belum memanfaatkan media online, display barang tidak rapi sehingga toko terkesan kurang luas dan kurang menarik, lahan parkir yang sempit, kurangnya fasilitas pendukung, keterbatasan tenaga ahli atau SDM. Peluang yang ada yakni memiliki pelanggan yang setia, kebutuhan masyarakat terhadap produk yang cukup tinggi, pangsa pasar yang cukup luas, hubungan yang baik dengan konsumen dan pelanggan. Ancaman yang ada yaitu banyaknya pesaing yang menjual produk serupa, pesaing meluaskan wilayah usahanya, konsumen memiliki kekuatan dalam menentukan pilihan, akibat pandemi Covid-19 banyak konsumen yang lebih memilih belanja online.

2. Dari hasil total nilai atau skor tersebut menunjukkan bahwa posisi toko Difa Sukses pada bagian Diagram Analisis SWOT menempati Kuadran 1, yaitu strategi yang sebaiknya diterapkan adalah strategi agresif yang mendukung pertumbuhan. Penelitian ini memiliki bobot nilai yang baik dari sisi internal yaitu kelengkapan dan kualitas produk, harga, lokasi, pelayanan dan pemberian diskon atau bonus pembelian. Oleh sebab itu toko Difa Sukses harus dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang untuk

meningkatkan penjualan toko Difa Sukses. Strategi yang tepat diterapkan oleh toko Difa Sukses untuk meningkatkan penjualan adalah strategi agresif (SO) dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategi*), dengan tidak mengesampingkan strategi lainnya seperti strategi WO, ST, dan WT.

SARAN

Dengan mengacu pada kesimpulan yang dikemukakan di atas, maka saran yang dapat penulis berikan sebagai bahan pertimbangan pada toko Difa Sukses adalah sebagai berikut :

1. Melakukan strategi *marketing* yang telah penulis analisis dengan menggunakan analisis SWOT yakni strategi agresif (SO) sebagai strategi *marketing* yang paling tepat dilakukan berdasarkan hasil perhitungan dan juga diharapkan tetap menerapkan strategi lainnya seperti strategi WO, ST, dan WT untuk menghindari kelemahan dan ancaman serta meningkatkan pertumbuhan dan penjualan toko.
2. Mengingat pesatnya perkembangan dunia bisnis, maka strategi *marketing* yang penulis berikan hanya bisa digunakan untuk jangka pendek yang mana akan relevan untuk 1-2 tahun

kedepan. Toko Difa Sukses perlu melakukan kajian ulang untuk penentuan strategi *marketing* yang relevan dengan keadaan bisnis pada 1-2 tahun yang akan datang agar toko Difa Sukses dapat bertahan dan meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya serta meningkatkan penjualannya.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan, referensi dan dapat dijadikan salah satu sumber data untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Larasati, Novi Hardita. (2020). *Pengertian UMKM Menurut Para Ahli dan Undang-undang yang Harus Dipahami Sebagai Pebisnis.*(On-line).<https://www.diadona.id/career/pengertian-umkm-menurut-para-ahli-dan-undang-undang-yang-harus-dipahami-sebagai-pebisnis-200710y.html>, diakses 22 Juni 2021.
- Ghazzan, Faris. (2014). *Marketing Menurut Para Ahli.* (On-line).<https://catatanmarketing.wordpress.com/tag/marketing-menurut-para-ahli/>, diakses 22 Juni 2021.
- Ervina. (2019). *Pengertian Penjualan, Tujuan dan bentuknya dalam*

Perusahaan.(On-line). <https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/apa-itu-arti-tujuan-definisi-juga-pengertian-penjualan-adalah-berikut/>, diakses 22 Juni 2021.

Ayu, Widia Resti. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Bag Corner Ponorogo, Tbk.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo. 88 hal.

Sanjaya, Albertus Prakas. (2020). *Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Penjualan Mesin Diesel.* Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta. 100 hal.

Widharta, W.P. dan Sugiono, S. (2013). *Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai: Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.* 2(2013): 3.