



ANALISIS SWOT STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO “HERRY PARABOLA” DI KABUPATEN SUBANG

SWOT ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY AT THE "HERRY PARABOLA" SHOP IN SUBANG DISTRICT

¹⁾Annisa Putri A, ²⁾Euis Apriliana, ³⁾Hariman Vega, ⁴⁾Nova Nursafitri, ⁵⁾Yuli Agisna .

Program Studi Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja
Jl. Otto Iskandarinata No.76, Karanganyar, Subang, Jawa Barat 41211, Indonesia.

Email korespondensi: euisapriliana@stiesa.ac.id
No hp: +6281395601712

ABSTRAK

Histori Artikel:

Diajukan:
19/06/2024

Diterima:
29/06/2024

Diterbitkan:
30/06/2024

This research is entitled "SWOT Analysis of Marketing Strategy at the "Herry Parabola" Store in Subang Regency". This research aims to analyze the internal and external conditions that influence the marketing strategy at the "Herry Parabola" Store in Subang Regency. The research method used is SWOT analysis which includes analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats at the "Herry Parabola" Store. The research results show that the "Herry Parabola" shop has several advantages such as product quality, strategic location and good reputation. However, this shop also has weaknesses such as limited capital, lack of product innovation, and ineffective promotions. Meanwhile, there are opportunities that can be exploited, such as the growth of the satellite dish industry, technological developments and customer loyalty. On the other hand, this store also faces threats such as intense competition, fluctuations in raw material prices, and changes in consumer preferences. Based on the SWOT analysis, this research produces several business strategies that can be implemented, namely market penetration, product development and diversification strategies. These strategies are expected to help the "Herry Parabola" Store increase its competitiveness and achieve sustainable growth in the future.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong pertumbuhan industri elektronik, termasuk di dalamnya bisnis penjualan perangkat parabola. Toko Herry Parabola, yang berlokasi di Kabupaten Subang, merupakan salah satu

pelaku bisnis yang menyediakan berbagai kebutuhan perangkat parabola bagi masyarakat setempat. Sebagai sebuah toko yang telah beroperasi selama beberapa tahun, Toko Herry Parabola telah berhasil menarik perhatian konsumen dengan menyediakan produk berkualitas serta layanan yang memuaskan.

Strategi pemasaran merupakan salah satu aspek fundamental dalam menentukan keberhasilan sebuah perusahaan. Strategi ini

melibatkan pengambilan keputusan-keputusan penting terkait biaya, bauran, dan alokasi sumber daya pemasaran, dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan persaingan yang dihadapi (Agus et al., 2017).

Pertama, strategi pemasaran dapat dipandang sebagai deklarasi maksud yang mendefinisikan cara untuk mencapai tujuan perusahaan, dengan memperhatikan alokasi sumber daya jangka panjang dan mencocokkannya dengan kondisi eksternal. Kedua, strategi juga dapat dilihat sebagai perspektif di mana isu-isu kritis atau faktor keberhasilan dibicarakan, serta keputusan strategis yang bertujuan untuk memberikan dampak besar dan jangka panjang pada perilaku dan kinerja organisasi. Ketiga, strategi pada dasarnya merupakan penetapan tujuan strategis dan pengalokasian atau penyesuaian sumber daya dengan peluang, sehingga tercapai kesesuaian strategis dan basis sumber daya yang kuat.

Dalam praktiknya, tiga faktor utama yang dapat menyebabkan perubahan strategi pemasaran adalah daur hidup produk, posisi persaingan perusahaan di pasar, serta situasi ekonomi yang dihadapi. Strategi pemasaran yang tepat sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat, membangun persepsi yang baik, dan pada akhirnya mendorong pembelian produk-produk tersebut (Supeni Wiwik & Ningsih, n.d.).

Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Toko Herry Parabola perlu melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran yang telah diterapkan. Salah satu pendekatan yang efektif untuk mengevaluasi dan merumuskan strategi pemasaran adalah melalui analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis ini akan membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal toko, serta peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis secara keseluruhan.

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut: 1) Bagaimana strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Toko Herry Parabola selama ini? 2) Apa saja kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi Toko Herry Parabola dalam

menjalankan bisnisnya? 3) Strategi pemasaran apa yang perlu diterapkan oleh Toko Herry Parabola untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri penjualan perangkat parabola?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Menganalisis strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Toko Herry Parabola selama ini. 2) Mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi Toko Herry Parabola dalam menjalankan bisnisnya. 3) Merumuskan strategi pemasaran yang perlu diterapkan oleh Toko Herry Parabola untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri penjualan perangkat parabola.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat: 1) Mendapatkan analisis komprehensif mengenai strategi pemasaran yang telah diterapkan selama ini. 2) Memperoleh identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam menjalankan bisnis. 3) Mendapatkan rekomendasi strategi pemasaran yang lebih tepat untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar di masa mendatang.

METODE

Eksistensi Bisni

Toko "Herry Parabola" merupakan sebuah entitas bisnis yang bergerak di bidang jasa dan barang, khususnya barang elektronik, parabola, dan kamera CCTV yang bertempat di Jalan Pejuang No 45 Subang. Entitas ini berdiri pada tahun 2010 dan didirikan langsung oleh pemiliknya, yaitu Bapak Heri Hermana.

Metode Pelaksanaan

Pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini kami mulai mewawancarai Bapak Herry di bulan April 2024 kembali mendiskusikan hasil dari analisis SWOT ini pada bulan Juni 2024. Adapun alur dari pengabdian kepada masyarakat ini sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan

- Melakukan studi literatur terkait strategi pemasaran dan analisis SWOT.

- Menyusun pedoman wawancara untuk mengumpulkan data primer dari Toko Herry Parabola.
- 2. Tahap Pengumpulan Data
 - Melakukan wawancara dengan pemilik dan manajemen Toko Herry Parabola.
 - Mengumpulkan data sekunder terkait industri penjualan perangkat parabola.
- 3. Tahap Pengolahan dan Analisis Data
 - Melakukan transkripsi dan pengkodean hasil wawancara.
 - Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) Toko Herry Parabola.
 - Menyusun matriks SWOT untuk merumuskan alternatif strategi pemasaran.
- 4. Tahap Penyusunan Rekomendasi
 - Menganalisis dan mengevaluasi alternatif strategi pemasaran berdasarkan matriks SWOT.
 - Menyusun rekomendasi strategi pemasaran yang paling sesuai bagi Toko Herry Parabola.
- 5. Tahap Presentasi dan Diskusi
 - Mempresentasikan hasil analisis dan rekomendasi strategi pemasaran kepada pemilik dan manajemen Toko Herry Parabola.
 - Berdiskusi untuk mendapatkan masukan dan memastikan pemahaman bersama.
- 6. Tahap Implementasi
 - Membantu Toko Herry Parabola dalam menyusun rencana strategis pemasaran.
 - Mendampingi implementasi strategi pemasaran yang telah disepakati.
 - Melakukan pemantauan dan evaluasi berkala atas pelaksanaan strategi.
 - Memberikan rekomendasi pengembangan strategi pemasaran di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

Berdasarkan informasi yang diberikan, dapat dilakukan analisis SWOT terhadap entitas bisnis "Herry Parabola" sebagai berikut:

1. Kekuatan (Strengths)

- Tenaga Kerja yang Terampil
Tenaga kerja yang terampil merujuk kepada individu yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang relevan dalam suatu bidang tertentu. Mereka biasanya memiliki kemampuan untuk menyelesaikan

tugas-tugas yang kompleks dengan baik dan efisien.

- Kemampuan Memasarkan Produk
Kemampuan memasarkan produk merujuk pada keterampilan untuk mengidentifikasi, menargetkan, dan mempengaruhi pasar sehingga produk atau layanan yang ditawarkan dapat sukses dijual.

• Berkomunikasi dengan Baik

Para teknisi yang akan memberikan pelayanan selalu dipastikan dapat menjelaskan detail produk kepada konsumen agar komunikasi dapat dilakukan secara dua arah antara konsumen dan teknisi.

• Menghargai Waktu

Pemilik dan pegawai maupun teknisi yang bekerja dapat menghargai waktu, mulai dari buka toko hingga menepati janji dengan konsumen.

• Pasokan Barang yang Terpercaya

Pemilik memiliki relasi untuk pasokan barang yang terpercaya sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen dengan cepat dan sesuai tren pasar yang beredar.

2. Kelemahan (Weaknesses)

• Keterbatasan Manajemen

Kurangnya pengalaman atau keterampilan manajemen yang diperlukan untuk mengelola bisnis secara efektif seperti laporan keuangan yang masih manual dan pencatatan yang sederhana.

• Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Kurangnya jam terbang (jam kerja) dalam melayani konsumen, sehingga harus mendapatkan pelatihan dan pendampingan secara extra.

• Kurangnya Sumber Daya Keuangan

Dapat terjadi apabila saat permintaan sedang naik diikuti dengan kenaikan harga pada produk utama yang sedang tren.

3. Peluang (Opportunities)

- Perluasan Konsumen melalui Media Sosial (Onlineshop)

Memanfaatkan pemasaran dan penjualan secara online.

- Menghadiri Konferensi Pemasaran dengan Tujuan untuk Menambah Relasi

Untuk menambah relasi dengan pemasok atau penjual lainnya bertujuan untuk menambah ilmu dan berbagi pengalaman.

- Mengikuti Trend Konsumen
Trend konsumen berkaitan dengan jumlah permintaan yang ada, dengan mengikutinya dapat ada peluang untuk penjualan yang ditargetkan.

- Pelatihan terhadap Sumber Daya Manusia
Memberikan pelatihan khusus terkait dengan tugas dan tanggung jawab pekerjaan, seperti pelatihan dalam penggunaan perangkat lunak atau peralatan khusus, prosedur operasional, atau teknik produksi yang baru.

4. Tantangan (Threats)

- Pesaing yang Banyak
Tantangan pesaing yang banyak dalam usaha dapat sangat mempengaruhi strategi dan kinerja bisnis.

- Perubahan Tren Konsumen yang Signifikan
Pengadaan barang yang sangat variatif dan membutuhkan biaya yang cukup besar.

- Kenaikan Biaya Produk
Menjadi tantangan dikarekan harus adanya penyediaan dana atau modal lebih untuk mencukupi permintaan konsumen bila harga naik.

Strategi Bisnis

Berikut ini merupakan hasil dari analisis SWOT bagaimana strategi bisnis yang dapat diaplikasikan menggunakan metode matriks swot :

Gambar 1
Matriks Swot

INTERNAL / EKSTERNAL	STRENGTH	WEAKNESS
	1. Tenaga Kerja yang Terampil 2. Kemampuan Memasarkan Produk 3. Berkomunikasi dengan Baik 4. Menghargai Waktu	1. Keterbatasan Manajemen 2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia 3. Kurangnya Sumber Daya Keuangan
OPPORTUNITIES	SO option : Dengan mengalokasikan sumber daya manusia yang berkualitas dalam menerapkan teknologi yang sesuai dengan tren pasar, "Herry Parabola" dapat memanfaatkan peluang perluasan konsumen melalui media sosial (online shop) dan mengikuti tren konsumen.	WO option : Melakukan pelatihan dan pengembangan kepada para pegawai dan teknisi toko untuk meningkatkan kemampuan dan kompetensi mereka. Hal ini dapat mengatasi keterbatasan sumber daya manusia dan membantu entitas bisnis dalam menghadapi peluang pasar yang ada.
THREATS	ST option : Dengan memanfaatkan kekuatan dalam berkomunikasi dengan baik dan menjaga hubungan yang baik dengan pemasok, "Herry Parabola" dapat menghadapi tantangan dari pesaing yang banyak dan kenaikan biaya produk.	WT option : Upaya peningkatan efisiensi operasional dan manajemen keuangan yang lebih baik. Hal ini dapat membantu entitas bisnis dalam menghadapi tantangan perubahan tren konsumen yang signifikan.

(Sumber : pengolahan pribadi)

SIMPULAN

Entitas bisnis "Herry Parabola" bergerak di bidang jasa dan barang elektronik, parabola, serta kamera CCTV. Bisnis ini berdiri sejak tahun 2010 dan dimiliki langsung oleh Bapak Heri Hermana. Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan utama "Herry Parabola" adalah tenaga kerja yang terampil, kemampuan memasarkan produk, komunikasi yang baik dengan pelanggan, penghargaan terhadap waktu, serta pasokan barang yang terpercaya. Kelemahan-kelemahan yang teridentifikasi antara lain keterbatasan dalam manajemen, sumber daya manusia yang terbatas, dan sumber daya keuangan yang terbatas.

Peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi perluasan konsumen melalui media sosial/online shop, menghadiri konferensi pemasaran untuk menambah relasi, serta mengikuti tren konsumen dan melakukan pelatihan untuk sumber daya manusia. Tantangan-tantangan yang dihadapi antara lain persaingan yang ketat dengan banyak pesaing, perubahan tren konsumen yang signifikan, serta kenaikan biaya produk.

Toko Herry Parabola bisa meningkatkan daya saing dengan memperluas pemasaran melalui media sosial dan e-commerce, serta melatih karyawan dalam manajemen, keuangan, dan layanan pelanggan. Menjalin kerja sama dengan pemasok, memantau tren konsumen, dan menjaga komunikasi baik dengan pelanggan juga penting. Implementasi ini akan memperluas pangsa pasar dan meningkatkan efektivitas operasional.

DAFTAR PUSTAKA

Agus, B., Prodi, P., Fakultas, M., Universitas, E., & Kadiri, I. (2017). PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN ANALISIS SWOT. *JMK*, 2, 89–100.

Supeni Wiwik, N., & Ningsih, F. (n.d.). *STRATEGI PENGEMBANGAN DAN ANALISIS SWOT PADA PT. GARUDA INDONESIA Tbk.*

<https://doi.org/10.32812/jibeka.v15i2.397>

LAMPIRAN

