

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN
USAHA PADA PERUSAHAAN KAIN DAN SARUNG TENUN IKAT
CAP SINAR BAROKAH KEDIRI**

Oleh: Ustadus Sholihin

ABSTRAK

Pada dasarnya perusahaan harus memiliki strategi dalam menjalankan setiap aktifitas usahanya agar dapat tercapainya tujuan yang diinginkan perusahaan. Melihat kondisi perusahaan di masa lalu dan banyaknya ancaman yang timbul dari pesaing maka dapat di analisis aspek-aspek internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) untuk mengatur strategi dimasa yang akan datang dengan menggunakan analisis swot. Rumusan dalam penulisan ini adalah "bagaimana strategi yang harus dilakukan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan tenun yang lain". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan tenun yang lain.

Perhitungan analisis SWOT pada penelitian ini menggunakan rumusan analisis SWOT dengan pendekatan matrik SWOT : S-W/2 : O-T/2. Dari hasil penelitian dapat dilihat total bobot pada masing-masing faktor dimana total bobot untuk faktor kekuatan (3,22), kelemahan (2,82), peluang (3,82) dan ancaman (3,02). Setelah di hitung menggunakan analisis SWOT di peroleh hasil (0,20: 0,40). Hasil ini menggambarkan titik koordinat pada diagram analisis SWOT.

Kata kunci : Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman) dan Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

Basically the company should have a strategy in running any business activities in order to achieve the desired goals of the company. Seeing the condition of the company in the past and the many threats that arise from a competitor, it can be in the internal aspects of the analysis (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) to set future strategies using SWOT analysis. The formulation in this paper is "how to do enterprise strategy to compete with other weaves". The purpose of this study was to determine the marketing strategy will be carried out by the company to compete with other weaves.

SWOT analysis calculations in this study using a formulation with a SWOT analysis SWOT matrix approach: SW / 2: OT / 2. From the research results can be seen on the total weight of each factor where the total weight for the power factor (3.22), weakness (2.82), opportunities (3.82) and threats (3.02). Having calculated using SWOT analysis results obtained (0.20: 0.40). These results illustrate the point coordinates in the diagram SWOT analysis.

Keywords: SWOT Analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) and Strategic Marketing.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bagi perusahaan kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana pemasaran. Perusahaan harus lebih baik lagi memperhatikan tingkat kepuasan pelanggannya. Karena apabila perusahaan tidak memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan, pelanggan akan menyebarkan berita buruk tentang perusahaan tersebut karena tidak memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan

Dalam menjalankan sebuah usaha tentu ada sebuah permasalahan yang mengganggu jalannya usaha tersebut baik dari segi internal maupun eksternal usaha itu sendiri. Oleh sebab itu setiap perusahaan diharuskan memikirkan dan menentukan strategi apa yang akan dijalankan untuk menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin kompleks ini agar usaha yang mereka jalankan selama ini tidak mengalami kerugian yang menyebabkan kemunduran pada usaha tersebut. Penerapan strategi bisnis ini tentu tidak semudah yang dibayangkan karena memang dalam menjalankan sebuah usaha tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen melainkan juga untuk lebih mempertimbangkan apa-apa yang sudah dilakukan dan dapat mengevaluasi kinerja selama ini. Strategi yang umum digunakan dalam penentuan kebijakan strategi pemasaran adalah SWOT atau biasa disebut Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang), serta Threats (Ancaman)

Pada Perusahaan kain dan sarung tenun ikat Sinar Barokah penerapan strategi SWOT sangat 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.

Rumusan Masalah

Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan tenun yang lain.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan tenun yang lain.

Pengertian Pemasaran

Menurut Freddy Rangkuti (2002) pemasaran adalah “Suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing – masing individu atau kelompok mendoatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.”

Pengertian Analisis SWOT

Cara yang sistematis sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk menilai situasi dan kondisi disekitar perusahaan. Dari kebutuhan ini lahirlah konsep analisis SWOT yang memiliki peranan penting dalam proses perencanaan strategi. Menurut Fredy (2002) :

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal strength dan weaknesses serta lingkungan eksternal opportunities dan threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses).

METODOLOGI PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan maksud dan tujuan penelitian ini, penelitian dilakukan di perusahaan kain dan sarung tenun ikat Sinar barokah Kediri. Adapun alasan memilih rencana ini karena memusatkan perhatian pada suatu masalah secara

intensif dan mendetail. Dari rencana tersebut akan diperoleh pemecahan mengenai perkembangan maupun perubahan yang dihadapi oleh perusahaan.

Definisi Operasional

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan singkatan dari Strengths, weakness, opportunity dan threats. Dari analisis tersebut dapat digolongkan menjadi dua faktor yaitu intern dan ekstern. Faktor intern yaitu strength dan weakness sedangkan faktor ekstern yaitu opportunity dan threats.

2. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu strategi yang digunakan perusahaan untuk menentukan kebijakan jangka panjang.

Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan peneliti adalah analisis deskriptif, yaitu merinci dan menjelaskan secara panjang lebar dalam bentuk kalimat keterkaitan dari data penelitian. Data tersebut biasanya tercantum dalam bentuk tabel dan analisis dilakukan berdasarkan data pada tabel tersebut. Setelah data diperoleh dari perusahaan terkumpul, maka untuk mencapai strategi pemasaran diperlukan penyusunan dan penerapan strategi yang tepat yaitu melalui penyusunan lingkungan intern dengan keadaan perubahan lingkungan ekstern. Oleh karena itu didalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah :

1. Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari strength, weakness, opportunity, dan threats. Yaitu analisis yang digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman yang ada pada perusahaan. Analisis ini juga sangat membantu perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan yang bersifat sebagai strategi bagi perusahaan dalam mengarungi dunia usaha. Dengan adanya analisis SWOT, perusahaan

akan bisa mengalahkan para pesaing karena mengetahui kekuatan yang dimiliki perusahaan dan mengetahui kelemahan yang masih ada didalam perusahaan. Selain itu juga dapat mendeteksi apa saja yang menjadi peluang bagi perusahaan dan adanya ancaman yang mungkin timbul.

Adapun penjelasan tentang SWOT sebagai berikut :

a. Kekuatan (Strength)

Adalah analisis yang membantu perusahaan dalam mencari dan mengetahui apa saja yang menjadi keunggulan perusahaan sehingga bisa menjadikan perusahaan tetap dapat bersaing dengan para pesaing perusahaan dibidang yang sama.

Tujuan analisis ini adalah untuk membantu perusahaan dalam merumuskan strategi-strategi apa yang nantinya bisa memperkuat posisi perusahaan berkat adanya keunggulan tersebut dan sebagai alat dalam mengukur apakah manajemen perusahaan sudah bekerja secara tepat.

b. Kelemahan (Weakness)

Adalah analisis terhadap lingkungan internal perusahaan dimana membantu untuk mengetahui adanya kelemahan-kelemahan atau penyimpangan dalam perusahaan yang membuat posisi perusahaan menjadi tidak menguntungkan dan tidak bisa bersaing dengan para pesaing dalam industri.

Tujuan analisis ini adalah untuk membantu perusahaan dalam mengetahui apakah kebijakan perusahaan sudah dilaksanakan secara benar dan menghilangkan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi dalam perusahaan. Sehingga diharapkan nantinya bisa membantu tercapainya tujuan utama perusahaan.

c. Peluang (Opportunity)

Adalah analisis yang membantu perusahaan dalam mencari dan

mengetahui apa saja yang menjadi peluang bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya sehingga perusahaan dapat bersaing dengan para pesaingnya dibidang industri.

Tujuan analisis ini adalah untuk membantu perusahaan dalam memutuskan strategi-strategi apa saja yang akan diambil perusahaan dalam peluang ini guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

d. Ancaman (Threat)

Adalah analisis yang membantu perusahaan dalam mengatasi ancaman-ancaman apa yang akan timbul dalam perusahaan, sehingga bisa menjadikan perusahaan tetap dapat bersaing dengan para pesaing dalam industri.

Tujuannya adalah membantu perusahaan dalam mengetahui apa saja kebijaksanaan perusahaan telah dilaksanakan dengan tepat dalam mengatasi mempertahankan apa yang menjadi tujuan dari perusahaan.

2. Analisis strategi internal dan eksternal

a. Analisis strategi internal (IFAS)

Suatu metode analisis yang menyajikan analisis yang sistematis namun diperuntukkan bagi analisis kondisi lingkungan intern untuk menentukan faktor-faktor keunggulan strategi yang dimiliki oleh perusahaan. Faktor-faktor yang diteliti antara lain:

- 1) Struktur organisasi
- 2) Pemasaran
- 3) Personalia / sumber daya manusia
- 4) Sumber corporate

b. Analisis strategi eksternal (EFAS)

Metode analisis yang digunakan untuk menyajikan hasil analisis kondisi eksternal dalam bentuk profile yang diberi bobot tertentu atau faktor eksternal yang menunjukkan seberapa besar

peluang dan ancaman yang ada . faktor-faktor yang diteliti antara lain:

- a. Kondisi demografi
- b. Kondisi ekonomi
- c. Kondisi sosial budaya
- d. Perkembangan teknologi
- e. Persaingan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil Analisis SWOT yang dilakukan pada perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah dengan pendekatan Matriks SWOT di peroleh total skor untuk setiap faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman dari perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah sebagai berikut :

1. Faktor Kekuatan

Total bobot dari faktor kekuatan perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah adalah 3,00. Angka ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah berpengaruh sangat besar terhadap usaha ini. Hal ini juga di buktikan dari rating untuk faktor kekuatan yang dominan pada rating 3 yang berarti faktor tersebut memiliki faktor yang sangat besar.

2. Faktor Kelemahan

Total bobot dari faktor kelemahan perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah adalah 2,67. Angka ini menunjukkan bahwa faktor kelemahan yang dimiliki perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah tidak berpengaruh secara keseluruhan terhadap usaha ini. Namun masih ada kelemahan dari pengelolaan usaha ini di buktikan dengan banyaknya rating 3. Hal ini berarti faktor kelemahan tidak berpengaruh secara menyeluruh terhadap usaha ini.

3. Faktor Peluang

Total bobot dari faktor peluang pada perusahaan kain dan sarung tenun ikat

cap Sinar Barokah adalah 3,62. Angka ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah sangat besar. Hal ini di buktikan dari rating yang paling dominan 3 dan 4. Hal ini berarti faktor peluang memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perusahaan dan membuat usaha ini dapat bertahan hingga saat ini.

4. Faktor Ancaman

Total bobot dari faktor ancaman pada perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah adalah 2,89. Hal ini menunjukkan bahwa faktor ancaman yang dimiliki perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap sinar barokah berpengaruh terhadap usaha ini, tetapi pengaruh yang ditimbulkan tidak secara keseluruhan. Ini terlihat dari rating yang dominan yaitu 2 dan 3. Hal ini berarti faktor ancaman dan kelemahan memang berpengaruh terhadap usaha ini akan tetapi pengaruh yang ditimbulkan tidak sebesar pengaruh faktor peluang dan kekuatan.

Kemudian dari total skor tersebut di masukan ke dalam rumus analisis SWOT, maka di peroleh nilai sebagai berikut :

$$\begin{aligned} &= S - W : O - T \\ &= 3,00 - 2,67/2 : 3,62 - 2,89/2 \\ &= 0,17 : 0,37. \end{aligned}$$

Ada analisis SWOT yang telah dilakukan pada sumbu Matriks SWOT (0,17 : 0,37). Posisi perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah berada pada Kuadran I pada Matriks SWOT. Dari perhitungan di atas menunjukkan hasil positif pada faktor peluang perusahaan, hal ini membuktikan bahwa perkembangan usaha perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah cukup baik dengan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa faktor peluang sangat besar pengaruhnya terhadap perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah. Dengan kondisi seperti ini pelaku usaha di sarankan untuk

melakukan strategi Growth Oriented Strategy, di mana dalam strategy pelaku usaha ini di harapkan agar bisa mempertahankan keadaan usaha yang sudah mulai berkembang dengan tetap menawarkan produk-produk yang menarik dan harga terjangkau.

Perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah berada pada kuadran I. yang merupakan suatu kondisi yang menguntungkan bagi perusahaan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah Growth Oriented Strategi. Berdasarkan siklus suatu produk hubungan kebijakan pertumbuhan yang agresif adalah dimana sekarang kondisi perusahaan sedang berada pada kondisi keamanan produk. Dengan menggunakan strategi yang ada pada product life cycle akan membuat kondisi perusahaan akan tetap berada pada tahap keamanan. Sedangkan hubungan kebijakan pertumbuhan yang agresif dengan Marketing mix adalah untuk produk akan menciptakan suatu produk yang akan di trima dipasaran dan perusahaan akan tau mana produk yang sudah tidak menarik untuk konsumen. Sedangkan untuk harga akan lebih mempengaruhi kebijakan perusahaan untuk harga yang pantas untuk produknya. Untuk saluran distribusi kebijakan tersebut akan mengetahui distribusi mana yang tidak efektif dalam pemasaran produk. Sedangkan hubungan untuk promosi adalah supaya promosi yang dilakukan perusahaan lebih efektif dan efisien. Untuk mendukung agar perusahaan tetap berada pada masa keamanan sehingga mengurangi resiko kemunduran lebih sedikit. Perusahaan harus menggunakan inovasi di mana perusahaan memunculkan sesuatu yang baru dan berbeda. Sehingga perusahaan akan tetap berada pada masa keamanan karena pasar setia kepada dengan perusahaan karena produk-produk yang lebih menarik pangsa pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN**Kesimpulan**

1. Setelah dilakukan perhitungan maka di dapat total skor dari faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah. Di mana di peroleh total kekuatan 3,00, total kelemahan 2,67, total peluang 3,62 dan total ancaman 2,89. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan dan peluang yang terdapat pada perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah berpengaruh besar terhadap usaha yang dijalankan sedangkan faktor kelemahan dan ancaman berpengaruh terhadap usaha tersebut, tetapi pengaruh yang di timbulkan tidak secara menyeluruh.
2. Setelah di evaluasi menggunakan matriks SWOT maka dapat diketahui bahwa perusahaan kain ndan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah berada pada kuadran I dengan titik kordinat (0,17 : 0,37). Dalam kuadran ini terlihat bahwa pelaku usaha berada dalam tahap

perkembangan maju karena faktor peluang dan kekuatan yang sangat berpengaruh terhadap usaha ini meskipun ancaman dan kelemahan yang selalu ada dalam usaha ini.

3. Strategi yang di gunakan perusahaan kain dan sarung tenun ikat cap Sinar Barokah pada kuadran I adalah Strategi Growth Oriented Strategy, di mana dalam strategi ini pelaku usaha di harapkan agar bisa mempertahankan keadaan usaha yang sudah mulai berkembang.

Saran

Dengan usaha yang berkembang pelaku usaha di harapkan tetap mempertahankan produk dengan kualitas dan motif yang di minati konsumen. Dan tetap menawarkan produk dengan harga terjangkau. Perusahaan di sarankan agar menerapkan strategi Growth Oriented Strategy atau Strategy yang bersifat agresif (perkembangan maju).

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan (2011), *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, cetakan ke 11, PT. Rajawali Persada, Jakarta.
- Joseph, P. G dan Gordon , W. P (1994), *Strategi dan Program Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Jumingan, (2009), *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Lane, Kevin. K (2008), *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, PT. Indek.Jakarta
- Muttaqin, (2013), *Analisis SWOT Pada Pelaku Kerajinan Khas Daerah Di Area Komplek Citra Niaga Samarinda*, Samarinda : Fakultas Ekonomi Mulawarman.
- Pabundu, M. T (2006), *Metodologi Riset Bisnis*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Rangkuti, F (2002), *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sunarto, (2003), *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Amus, Yogyakarta.
- Sumarsono, S (2004), *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Andi, Yogyakarta.
- Wahyudi, S (2004), *Peranan Analisis SWOT Sebagai Dasar Dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Perusahaan Muti Level Marketing" Shopie Martin" Di Kediri*, Kediri: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri.
- Yati, Sri. P (2010), *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing*, Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.