



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (1) 2024: 266-269

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Pada Usaha Soto Pakde Yo

Anisa Rahmawati¹, Ariqah Marsha Fahira^{2*}, ³ Syahwa Nurhazizah Safitri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

* Corresponding author: e-mail: anisarhmwt89@gmail.com, syahwahazizah29@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima 1 Oktober 2023 Disetujui 20 Oktober 2023 Diterbitkan 4 Nopember 2023</p>	<p>Analisis SWOT merupakan salah satu ukuran yang dapat digunakan untuk melihat aspek-aspek dalam menjalankan usaha Soto Pakde Yo. Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor penting untuk melihat kemampuan usaha bisnis dalam menjalankannya. Salah satu cara untuk menganalisis strategi pemasaran suatu usaha adalah dengan melakukan analisis Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman). Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer berupa wawancara internal usaha Soto Pakde Yo. Hasil penelitian analisis menunjukkan bahwa harga yang terjangkau dan kekuatan lokasi yang strategis dapat menjadi modal untuk mengembangkan usahanya, walaupun tidak memiliki cabang dan bersaing cukup ketat dengan warung lainnya.</p>
<p>Kata Kunci: Analisis, SWOT, Strategi, Pemasaran, Soto</p>	<p style="text-align: center;"><i>ABSTRACT</i></p> <p><i>SWOT analysis is a measure that can be used to look at aspects of running a Soto Pakde Yo business. Marketing strategy is one of the important factors to see the ability of a business to run it. One way to analyze the marketing strategy of a business is to analyze Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. The type of data used is qualitative data. The data source used is primary data in the form of internal interviews with the Soto Pakde Yo business. The results of the analytical research show affordable prices and the strength of its strategic location can be capital to develop its business, even though it doesn't have branches and competes quite fiercely with other stalls.</i></p>
<p>Keywords: Analysis, SWOT, Strategy, Marketing, Soto</p>	

PENDAHULUAN

Di era modern, di mana segala sesuatu harus di lakukan dengan praktis dan efisien, banyak orang yang memiliki kesibukan lalu mengalami masa yang tidak ingin repot untuk memasak sendiri di rumah, karena di era sekarang sudah banyak restoran, *café*, dan tempat makan lain yang dapat membuat para konsumen agar memilih sendiri makanan yang sesuai dengan selera masing-masing. Banyak juga yang menjadikan tempat makan sebagai tempat untuk berkumpul, meeting bersama keluarga, teman untuk berkumpul bersama sembari makan untuk mempererat ikatan kekeluargaan mereka. Bagi kalangan eksekutif yang menggunakan tempat makan mengambil kesempatan sebagai ajang untuk berbisnis, penyelenggaraan pesta dan lain lain. Di masa saat ini yang sedang mengalami krisis moneter semua pihak merasakan dampaknya tidak terkecuali bisnis rumah makan. Maka sangat diperlukan cara maupun strategi agar rumah makan bisa tetap bertahan dan bisa bersaing dalam masa krisis moneter saat ini. Rumah makan juga harus memposisikan dirinya secara benar dalam lingkungan pesaingnya. Layaknya sebuah perusahaan, rumah makan juga memerlukan suatu alat untuk menganalisis lingkungan

Perusahaan menjadi secara internal maupun eksternal. Salah satu alat atau model yang bisa dipakai adalah analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities and threats analysis).

Analisis SWOT merupakan suatu metode untuk mengevaluasi suatu bisnis usaha yang berupaya dalam mencari strategi usaha apa yang tepat yang akan dilakukan untuk kedepannya untuk memenangkan persaingan. Sebuah rumah makan perlu melakukan perencanaan yang strategis supaya apa yang menjadi tujuan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Analisis SWOT dibagi menjadi dua bagian: analisis *strengths* and *weaknesses* (kekuatan dan kelemahan). Sedangkan analisis *opportunities* dan *threats* (peluang dan ancaman). Salah satu bentuk cara untuk mempermudah adalah dengan melakukan atau menggunakan penerapan suatu analisis lingkungan atau yang disebut juga dengan analisis SWOT.

KAJIAN LITERATUR

Definisi Analisis

Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan kembali menurut kriteria tertentu (Wiradi:2007). Menurut Gorys Keraf (2004:67) Analisis adalah sebuah proses untuk memecahkan masalah sesuatu ke dalam bagian-bagian yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. demikian juga menurut Abdul Majid (2013:54) Analisis adalah kemampuan menguraikan satuan menjadi unit-unit yang terpisah, membagi satuan menjadi sub-sub atau bagian, membedakan antara dua yang sama, dan mengenai perbedaan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi tempat usaha. Analisis ini dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat didalam suatu organisasi termasuk satuan bisnis tertentu sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor – faktor lingkungan yang di hadapi perusahaan atau satuan bisnis tertentu.

Menurut A. Wijaya Tunggal (2005: 74-75) analisis SWOT merupakan identifikasi yang sistematis dari faktor faktor dan strategis yang menggambarkan pedoman terkait. Menurut Freddy (2013), analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Jadi dalam proses pengambilan keputusan dengan cara ini manajemen harus mengkaitkan dengan tujuan, strategi dan kebijakan yang telah ditetapkan dalam perusahaan.

Dalam prinsip SWOT terdapat lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman yang digunakan untuk menetapkan perumusan perencanaan dalam upaya penetapan strategi dalam jangka panjang.

Dalam analisis SWOT ini menganalisis adanya dua faktor lingkungan bisnis, dimana lingkungan itu berupa:

- a. Lingkungan internal merupakan faktor yang ada dalam perusahaan yang dipengaruhi oleh kekuatan dan kelemahan. Faktor ini berkaitan dengan suatu kondisi didalam perusahaan, dimana dipengaruhi oleh terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan.
- b. Lingkungan eksternal merupakan faktor yang ada diluar perusahaan yang dipengaruhi peluang dan ancaman. Faktor ini berkaitan dengan kondisi diluar perusahaan dimana akan mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan.

Definisi Strategi Pemasaran

Menurut Kurtz (2008:42) strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix, produk, distribusi, dan harga. Menurut Philip Kotler, strategi pemasaran adalah suatu keadaan pikiran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan, yang dapat berupa strategi khusus untuk pasar sasaran, positioning, bauran bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.

METODE

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023 dengan objek penelitian ini di rumah makan soto pakde Yo beralamat di Bambu Apus, Pamulang, Tangerang Selatan. Letak rumah makan yang strategis berada di pinggir jalan raya Bambu Apus.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif Kualitatif yaitu metode analisis yang mencari hubungan secara menyeluruh dan teliti dari suatu keadaan dalam hal ini data dikumpulkan, disusun dan di klasifikasikan untuk diinterpretasikan yang memungkinkan dilakukan pemecahan masalah yang diselidiki sehingga memberikan gambaran dan informasi mengenai masalah tersebut. Metode ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana kondisi lapangan, proses apa saja yang berlangsung dengan cara diagnosa dan menerangkan hubungan yang terjadi di lapangan dengan kajian teori untuk kemudian dapat ditarik kesimpulan dari masalah yang ada sekarang, yang kesemuanya disusun berdasarkan data yang dikumpulkan.

Teknik Pengumpulan Data

Menggunakan observasi dan wawancara. Sumber data utama adalah data primer berupa hasil wawancara mendalam (*depth interview*) dengan pemilik rumah makan soto Pakde Yo, pemasok bahan makanan, dan konsumen. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa literatur, artikel ilmiah, dan kumpulan data statistik.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, kemudian membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Kemudian peneliti menggunakan teori yang ada dengan kenyataan yang terjadi di lapangan guna mengambil sesuatu kesimpulan dari penelitian ini terhadap pelaksanaan teori dan praktik di lapangan. Setelah peneliti memperoleh data yang diperlukan, maka peneliti mengolah data dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis kualitatif, sehingga menjadi suatu hasil pembahasan berupa penjelasan mengenai Analisis SWOT dan kondisi yang ada di Percetakan Paradise Sekampung, dengan menggunakan cara berfikir induktif. Metode berfikir induktif adalah metode menerangkan dari data ke arah teori SWOT pada usaha percetakan Paradise yang kemudian digeneralisasikan dengan teori. Berdasarkan keterangan tersebut di atas, maka berfikir secara induktif dalam penelitian ini nantinya akan membahas secara khusus tentang Analisis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT yang digunakan pada penelitian ini mengelompokkan faktor pengembangan strategi perusahaan menjadi dua kelompok faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang dimaksud adalah kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal adalah peluang dan ancaman. Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui metode wawancara langsung dengan informan yaitu pemilik usaha, maka diketahui faktor internal dan eksternal dari usaha “Warung Soto Pakde Yo” adalah sebagai berikut:

Kekuatan (*strengths*). Harga yang ditawarkan cukup terjangkau, lokasi yang cukup strategis, memiliki menu soto ayam ceke dan soto ayam telur selain itu ada susu jahe original dan susu jahe gula merah.

Kelemahan (*weaknesses*). Hanya mempunyai 1 cabang, tidak adanya *brand awareness*.

Peluang (*opportunities*). Berada di lokasi strategis dekat dengan jalan besar, permintaan tinggi karena soto merupakan produk makanan yang disukai semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

Ancaman (*threats*). Kehilangan pelanggan karena berpindah kepada pesaing lain, tingkat persaingan yang ketat, adanya perubahan selera konsumen, persaingan yang kurang sehat.

KESIMPULAN

Banyaknya jumlah rumah makan yang ada membuat tingginya angka persaingan diantara usaha sejenis. Besarnya persaingan itu membuat pihak Warung Soto Pakde Yo perlu menerapkan cara pemasaran yang tepat. Melalui SWOT (*strengths, weakness, opportunities dan threats*) Warung Soto Pakde Yo memiliki peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan yang dapat disimpulkan sebagai berikut : Warung Soto Pakde Yo memiliki lokasi yang cukup baik yaitu dekat jalan besar yang dapat dilihat dengan mudah oleh calon pelanggan. Kelemahan yang dimiliki Warung Soto Pakde Yo ini adalah belum dikenal oleh masyarakat. Karena hanya berupa warung makan sederhana yang hanya memiliki beberapa kursi dan meja saja. Strategi yang diterapkan belum secara maksimal karena masih banyaknya kekurangan yang perlu dibenahi. Seperti kurangnya sumber daya manusia. Kehilangan pelanggan karena terdapat pesaing lain yang cukup ketat, sehingga warung Soto Pakde Yo harus memaksimalkan penjualan dari segi rasa makanan.

REFERENSI

- Ardila, Hidayat, Wati & Suriyanti. (2021). Analisis SWOT Pada Usaha Rumah Makan Simpang Tiga.
- Cicilia Tatimu. (2014). Analisis SWOT Terhadap Pemasaran Pada Rumah Makan Pondok Selera 88 IT Center.
- Ety Nurhayaty. Strategi Bisnis Rumah Makan HM. Nana Cianjur Melalui Pendekatan Analisis SWOT.