

ANALISIS SWOT DALAM BAURAN PEMASARAN PADA TOKO MELATI KOTA PASURUAN

Muchamad Badru T¹⁾, Ratna A. Pudyansih²⁾, Nurul Akramiah³⁾

Universitas Merdeka Pasuruan

e-mail: encikomi@yahoo.com¹⁾, ratnahend@gmail.com²⁾, nurul.aidan04@gmail.com³⁾

Abstrak

Perusahaan harus mengetahui kekuatan dan kelemahan internal, juga peluang serta ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan sehingga dapat memasarkan produknya di pasar dan bila memungkinkan, jadi pemimpin pasar. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif pada penelitian ini. Penelitian tersebut dilakukan di Toko Melati yang berlokasi di Jl. KH. Wachid Hasyim No.84, Bangilan, Panggungrejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur. Pembahasan pada penelitian ini dibatasi pada peranan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) pada Toko Melati untuk menyusun strategi yang tepat bagi perusahaan. Jenis dan sumber data di peroleh dari data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif Kualitatif. Berdasarkan penelitian yang telah di lakukan melalui matriks SWOT, diperoleh hasil Strategi SO (Strengths Opportunities) Toko Melati adalah meningkatkan kualitas bahan produk, memperbarui desain produk mengikuti update fashion terbaru, meningkatkan kerja sama dengan reseller. Dari strategi ST (Strengths Threats) adalah menetapkan harga yang bersaing, mengutamakan kualitas produk, meningkatkan variasi produk yang ditawarkan, memperbarui model dan desain produk secara berkala. Dari strategi WO (Weakness Opportunities) adalah efisiensi dalam perputaran modal, memanfaatkan sosial media sebagai media pemasaran produk, memperbaiki kualitas pelayanan melalui tenaga kerja yang ada, menambah opsi pembayaran. Dan strategi WT (Weakness Threats) adalah menjalin hubungan baik dengan pelanggan, memperhatikan keamanan dan kenyamanan bekerja kepada karyawan, mempelajari dunia usaha yang lebih mendalam secara spesifik.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks SWOT.*

Abstract

Companies must know the strengths and weaknesses of the internal, as well as opportunities and threats from the company's external environment so that they can market their products in the market and if possible, become a market leader. Researchers used this type of qualitative research in this study. The research was conducted at the Melati Shop located on Jl. KH. Wachid Hasyim No.84, Bangilan, Panggungrejo, Pasuruan City, East Java. The discussion in this study is limited to the role of the SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) at the Melati Shop to develop the right strategy for the company. Types and sources of data obtained from primary and secondary data. The data analysis method used in this study is a Qualitative Descriptive Analysis. Based on research done through the SWOT matrix, the results obtained by the Melati Shop SO (Strengths Opportunities) Strategy are improving product quality, updating product designs following the latest fashion updates, increasing collaboration with resellers. The ST (Strengths Threats) strategy is to set competitive prices, prioritize product quality, increase the variety of products offered, update models and design products regularly. The WO (Weakness Opportunities) strategy is efficiency in capital circulation, utilizing social media as product marketing media, improving service quality through existing workforce, adding payment options. And the strategy of WT (Weakness Threats) is to establish good relations with customers, pay attention to the safety and comfort of working with employees, to study the business world more specifically.

Keywords : *Marketing Mix, SWOT Analysis, SWOT Matrix.*

PENDAHULUAN

Pada iklim pasar yang semakin kompetitif saat ini, tumbuh suatu kesadaran bahwa keberhasilan di masa depan hanya akan datang dari perencanaan yang sangat cermat serta adanya persiapan terhadap pasar. Perusahaan harus mengetahui kekuatan dan kelemahan internal, juga peluang serta ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan sehingga dapat memasarkan produknya di pasar dan bila memungkinkan, jadi pemimpin pasar. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, perusahaan hendaknya menyusun strategi bauran pemasaran dalam teknis pelaksanaannya. Analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan,

kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan (Kotler, 2012:88)^[1].

Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, perusahaan hendaknya menyusun strategi bauran pemasaran dalam teknis pelaksanaannya. Menurut kotler (2000:15)^[2] definisi bauran pemasaran / *marketing mix* adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan merancang taktik jangka pendek.

KAJIAN PUSTAKA

Analisis SWOT

Rangkuti (2008:19)^[3] mengemukakan bahwa: "Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*)." Berikut ini merupakan penjelasan dari SWOT (David,Fred R.,2005:47)^[4] yaitu :

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan,kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan – kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

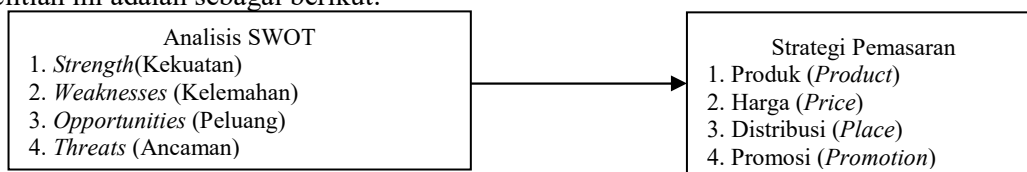
Bauran Pemasaran

Menurut Kotler (2012:101) ^[1] menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan suatu perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan alat yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, agar dapat mempengaruhi respon sasaran. Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat yang dikenaal dalam istilah 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), dan *promotion* (promosi).

Kerangka Pikir

Rangkuti (2008:19)^[3] mengemukakan bahwa: "Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*)." Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan,peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Oppurtunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesess*) dan ancaman (*Threats*).

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Melati yang berlokasi di Jl. KH. Wachid Hasyim No.84, Bangilan, Panggunrejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur 67116. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif pada penelitian ini. Menurut Sugiyono (2009:15)^[5] penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel dan sumber data yang dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Data yang berbentuk kata, skema, dangambar. Pengambilan data atau penjaringan fenomena dilakukan dari keadaan yang sewajarnya. (Arikunto, 2006:55)^[6].

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif Kualitatif. Analisis Deskriptif Kualitatif adalah metode analisis yang mencari hubungan secara menyeluruh dan teliti dari suatu keadaan. Dalam hal ini data aktual dikumpulkan, disusun, diklasifikasikan, dan dianalisis untuk kemudian diinterpretasikan yang memungkinkan dilakukan pemecahan masalah yang diselidiki, sehingga memberikan gambaran dan informasi mengenai masalah tersebut. Penelitian deskriptif dibuat berdasarkan fenomena atau populasi tertentu yang diperoleh peneliti dari subjek berupa individu, organisasional, industri atau perspektif yang lain. Penelitian deskriptif dilakukan untuk menjawab pertanyaan tentang: apa; siapa; kapan; dimana; dan bagaimana; yang berkaitan dengan karakteristik populasi atau fenomena tersebut. Pendekatan yang dilakukan pendekatan kualitatif dengan menganalisis data dan kesimpulan data dengan perhitungan non numerik, situasional deskriptif, interview mendalam kepada subjek untuk menerima atau menolak teori. Pembahasan pada penelitian ini dibatasi pada peranan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada Toko Melati untuk menyusun strategi yang tepat bagi perusahaan.

Tahapan Analisis Data

Tahapan penelitian ini akan menerangkan bagaimana analisis dilakukan, mulai dari data mentah yang ada sampai pada hasil penelitian yang dicapai. Dalam penelitian ini, langkah-langkah analisis data dilakukan sebagai berikut:

- Melakukan pengklasifikasian data, faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal dari Toko Melati, peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal dari Toko Melati. Pengklasifikasian ini akan menghasilkan tabel informasi SWOT.
- Melakukan analisis SWOT yaitu membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal dari Toko Melati Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weakness*).
- Dari hasil analisis kemudian diinterpretasikan dan dikembangkan menjadi keputusan pemilihan strategi *marketing mix* yang memungkinkan untuk dilaksanakan. Strategi yang dipilih biasanya hasil yang paling memungkinkan (paling positif) dengan resiko dan ancaman yang paling kecil.

Matriks SWOT

	IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
EFAS		Tentukan 5-10 faktor internal	Tentukan 5-10 faktor internal
Peluang (<i>opportunity</i>)		Strategi SO	Strategi WO
Tentukan 5-10 faktor eksternal		Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)		Strategi ST	Strategi WT
Tentukan 5-10 faktor eksternal		Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Matriks SWOT Toko Melati Pasuruan

IFAS	Strengths (S)	Weakness (W)
	<ul style="list-style-type: none"> a. Bahan produk kualitas standar nasional. b. Desain produk yang di jual selalu update dan mengikuti perkembangan jaman. c. Desain produk yang ditawarkan bervariasi d. Desain produk yang di sediakan mengikuti kondisi pangsa pasar dari masyarakat kota Pasuruan. e. Harga dapat dijangkau oleh berbagai segmen masyarakat baik segmen menengah ke atas maupun segmen menengah kebawah. f. Lokasi strategis , mudah di cari , dan berada pada pusat kota. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Memerlukan modal yang besar untuk mengembangkan usaha b. Kurangnya media pemasaran di bandingkan dengan pesaing seperti online shop. c. Banyaknya pesaing yang menjual produk yang hampir sama dengan produk yang dijual oleh Toko Melati d. Kurangnya tenaga kerja khususnya pada pelayanan penjualan e. Terbatasnya stok dan pengadaan barang baru yang terhambat karena kondisi penjualan yang naik turun. f. Kurangnya opsi metode pembayaran dalam pembelian produk
EFAS	Strategi SO	Strategi WO
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> a. Mendapatkan pelanggan baru yang potensial dan dapat dijadikan sebagai pelanggan yang loyal. b. Memiliki pelanggan yang setia. c. Mendiversifikasikan (menganeka ragamkan) desain produk d. Memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai media pemasaran salah satunya memanfaatkan sosial media yang ada. e. Meningkatkan tenaga kerja atau SDM yang lebih memadai. f. Mengajak kerjasama para ReSeller yang akan memasarkan produk melalui online shop. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan kualitas bahan produk b. Memperbarui Desain Produk Mengikuti Update Fashion Terbaru c. Meningkatkan Kerjasama dengan Reseller d. Meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal mempertahankan kualitas produk e. Memberikan promo dan diskon harga yang bervariasi dan menarik 	<ul style="list-style-type: none"> a. Efisiensi dalam perputaran modal b. Memanfaatkan Sosial Media sebagai media pemasaran produk c. Memperbaiki kualitas pelayanan melalui tenaga kerja atau SDM yang ada d. Menambah opsi metode pembayaran e. Meningkatkan kemampuan membaca pasar dalam pengadaan barang dan stok
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> a. Banyaknya pesaing dengan usaha yang sejenis b. Kehilangan pelanggan, karena berpindah kepada pesaing c. Munculnya produk palsu atau tiruan yang harganya lebih terjangkau d. Banyaknya pesaing baru dengan harga yang lebih terjangkau e. Strategi bisnis mudah ditiru oleh pesaing 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menetapkan harga yang bersaing b. Mengutamakan kualitas produk c. Meningkatkan variasi produk yang ditawarkan d. Memperbarui model dan desain produk secara berkala e. Menjaga relasi dan hubungan baik kepada pelanggan dengan memberikan harga khusus untuk pelanggan tetap 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan b. Memperhatikan keamanan dan kenyamanan bekerja kepada karyawan toko c. Mempelajari dunia usaha yang lebih mendalam secara spesifik d. Memberikan jaminan terhadap produk yang di tawarkan e. Membuat promosi yang lebih menarik

Pembahasan**Strategi SO (Strengths Opportunities) Toko Melati**

a. Meningkatkan kualitas bahan produk

Kualitas bahan produk yang dimiliki oleh Toko Melati sudah standarnasional yang semua bahan produknya menggunakan bahan yang berkualitas. Hal itu yang merupakan kekuatan dari Toko Melati itusendiri. Misalnya sepatu yang di jual menggunakan bahan dari kulit pilihan yang dapat bertahan lama jika di gunakan sehingga konsumen merasa nyaman dan

puas yang pada akhirnya konsumen tersebut memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang di Toko Melati Pasuruan.

b. **Memperbarui Desain Produk Mengikuti Update Fashion Terbaru**

Toko Melati Pasuruan menawarkan desain produk yang sangat bervariasi. Desain tersedia dari untuk konsumen laki-laki maupun wanita. Maka untuk menghindari rasa bosandari pelanggan, Toko Melati melakukan perubahan terhadap produk yang di tawarkan dengan mengikuti perkembangan mode terbaru sehingga konsumen merasa tertarik untuk memperbarui fashion mereka dan menjadi pelanggan tetap di Toko Melati Pasuruan.

c. **Meningkatkan Kerjasama Dengan Reseller**

Toko Melati melakukan hubungan kerja sama dengan para Reseller dengan penawaran harga khusus sehingga para reseller merasa tertarik untuk selalu mengambil produk dari Toko Melati. Dengan banyaknya reseller yang bekerja sama, akan sangat membantu Toko Melati untuk memasarkan produknya melalui promosi yang di lakukan oleh pihak reseller.

d. **Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dalam Hal Mempertahankan Kualitas Produk**

Toko Melati fokus terhadap mempertahankan kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggannya agar selalu mempertahankan kepuasan pelanggannya. Karena kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor yang sangat penting agar selalu mendapat kepercayaan dari konsumen dan dapat meningkatkan jumlah pelanggan tetap.

e. **Memberikan Promo Dan Diskon Harga Yang Bervariatif Dan Menarik**

Toko Melati memberikan promo dan diskon harga yang bervariasi dan menarik agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Cara tersebut dapat membantu pemasaran produk yang ada pada Toko Melati. Selain itu Toko Melati dapat bersaing dengan kompetitor yang ada dalam mendapatkan pelanggan baru.

Strategi ST (Strengths Threats) Toko Melati

a. **Menetapkan Harga Yang Bersaing**

Harga yang bersaing bukan berarti memberikan harga di bawah harga pasar, karena dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat selain itu juga dapat menurunkan citra Toko Melati, yang dimaksud dengan harga bersaing di sini adalah dengan memberikan harga tertentu pada jenis produk yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Misalnya untuk produk premium dengan desain yang eksklusif memiliki harga yang tidak sama seperti produk regular. Dengan menetapkan harga yang bersaing dapat membuat konsumen merasa puas dan akan memiliki keinginan untuk berkunjung kembali.

b. **Mengutamakan Kualitas Produk**

Kualitas produk Toko Melati selama ini sudah cukup baik, akan tetapi hal itu tidak menjamin pelanggan tidak berpindah kepada pesaing, persaingan yang ketat pada saat ini sangat ketat, tetapi tidak membuat para pengusaha bersaing secara tidak sehat. Toko Melati lebih mengutamakan kualitas produknya. Nilai jual yang utama dari Toko Melati bukan hanya dari harganya yang bersaing di pasar tetapi juga karena kualitas produknya yang cukup baik. Dengan demikian kualitas produk yang diberikan Toko Melati menjadi daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Melati. Sehingga memberikan kesan yang baik pada konsumen dan pada akhirnya konsumen merasa puas, sehingga konsumen tetap menjadi pelanggan yang potensial dan kemungkinan akan datang kembali Toko Melati.

c. **Meningkatkan Variasi Produk Yang Ditawarkan**

Pihak Toko Melati meningkatkan variasi dari produk yang di tawarkan sehingga memiliki banyak pilihan produk yang di tawarkan. Dengan banyaknya variasi dan pilihan dari produk yang di tawarkan, para konsumen akan lebih merasa tertarik untuk mengunjungi Toko Melati, dan bukan hanya konsumen saja para reseller pun akan merasa senang bekerja sama dengan Toko Melati karena mereka memiliki banyak pilihan produk yang di tawarkan.

d. **Memperbarui Model dan Desain Produk Secara Berkala**

Banyak toko fashion yang menggunakan strategi bisnis yang sama yaitu menjual produk yang sama. Untuk mengatasi hal tersebut Toko Melati harus selalu memperbarui model dan desain produk yang di tawarkan secara berkala sesuai dengan musim pasar yang ada di Kota Pasuruan. Misalnya pada saat musim tahun ajaran baru sekolah, Toko Melati perlu menyediakan perlengkapan sekolah mulai dari sepatu, tas, dan lainnya dengan memperhatikan

model terbaru dan menarik. Sehingga konsumen akan merasa tertarik untuk membeli produk di Toko Melati.

e. **Menjaga Relasi Dan Hubungan Baik Kepada Pelanggan Dengan Memberikan Harga Khusus Untuk Pelanggan Tetap**

Toko Melati fokus dalam menjaga relasi dan hubungan baik kepada pelanggannya, dikarenakan mempertahankan pelanggan tetap sangatlah sulit ditengah persaingan yang sangat ketat. Salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan tetap adalah memberikan harga khusus kepada pelanggan tetap akan selalu mendapatkan kesan positif serta kepuasan dalam membeli produk di Toko Melati sehingga akan memiliki keinginan kembali untuk membeli produk di Toko Melati.

Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*) Toko Melati

a. **Efisiensi Dalam Perputaran Modal**

Berusaha untuk mengefisiensi dengan melakukan pembelanjaan barangseperlunya dengan memperhatikan musim pasar di Kota Pasuruan, sehingga tidak ada terjadinya over persediaan barang yang akan mengakibatkan kerugian dan lambatnya perputaran modal pada Toko Melati.

b. **Memanfaatkan Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Produk**

Walaupun Toko Melati memiliki tempat yang strategis dalam menjalankan bisnisnya. Tanpa adanya media promosi yang mendukung akan menyulitkan Toko Melati untuk bersaing dalam memasarkan produknya. Sehingga Perlunya Toko Melati memanfaatkan sarana media social yang ada untuk melakukan promosi, mengingat media social saat ini marak di gunakan bukan hanya oleh kalangan muda saja melainkan orang tua pun sudah banyak yang menggunakan social media. Toko Melati dapat memanfaatkan social media seperti : Instagram , Facebook , atau WhatsApp, untuk menawarkan kepada masyarakat hanya dengan memanfaatkan jejaring social online tanpa harus konsumen dating langsung ke Toko Melati.

c. **Memperbaiki Kualitas Pelayanan Melalui Tenaga Kerja (SDM) Yang Ada**

Pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam memperoleh kepuasan konsumen, apabila konsumen merasa puas maka tidak menutup kemungkinan mereka akan berkunjung kembali, Oleh karena itu Toko Melati harus memperhatikan dan memperbaiki kualitas pelayanan melalui tenaga kerja yang ada agar lebih baik lagi dengan tujuan mengedepankan kepuasan pelanggan.

d. **Menambah Opsi Pembayaran**

Dengan majunya dunia teknologi di Indonesia yang semakin canggih, masyarakatpun semakin di mudahkan untuk melakukan metode pembayaran dengan menggunakan uang elektronik (non tunai). Untuk dapat mengikuti kemajuan teknologi Toko Melati harus menyediakan opsi pembayaran yang mudah untuk menunjang masyarakat yang ingin melakukan transaksi non tunai. Semisal Toko Melati dapat menyediakan pembayaran melalui transfer atau melalui debit card yang di sediakan di kasir. Sehingga konsumen akan merasa di mudahkan dalam melakukan transaksi pembelian produk di Toko Melati.

e. **Meningkatkan Kemampuan Membaca Pasar Dalam Pengadaan Barang Dan Stok**

Naik turunnya penjualan produk sangat berpengaruh terhadap pengadaan stok barang sehingga dapat mengganggu berjalannya penjualan produk yang terkadang kurang ataupun terkadang berlebihan sehingga Toko Melati sangat sulit dalam melakukan efisiensi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut Toko Melati Harus meningkatkan kemampuan membaca pasar dalam pengadaan barang. Sehingga tepat sasaran dalam melakukan persediaan barang/stok sesuai dengan trend pasar yang ada agar tercapainya perputaran modal yang baik dan tercapainya efisiensi.

Strategi WT (*Weaknesses Threats*) Toko Melati

a. **Menjalin Hubungan Baik Dengan Pelanggan**

Memiliki pelanggan yang loyal sangatlah menguntungkan oleh setiap pebisnis. Selain menguntungkan karena akan tetap setia membeli produk di suatu toko, pelanggan loyal juga akan membantu kita dalam memasarkan produk dengan mereferensikan produk kita kepada orang terdekatnya sehingga akan menjadi calon konsumen yang bisa menjadi pelanggan yang

loyal juga. Oleh karena itu Toko Melati harus selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang ada guna dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

b. Memperhatikan Keamanan dan Kenyamanan Bekerja Kepada Karyawan

Karyawan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat membuat konsumen merasa puas dan dapat menjadi pelanggan setia. Apabila pekerja toko di suatu tidak ada yang tetap atau selalu terjadi keluar masuk karyawan, maka toko sulit focus untuk meningkatkan pelayanannya sehingga hanya focus dalam melatih. Toko Melati harus mempertahankan karyawannya yang loyal sehingga dapat meningkatkan pelayanan toko. Salah satu cara untuk membuat karyawan betah dan loyal bekerja, Toko Melati harus memperhatikan keamanan dan kenyamanan karyawan seperti, mengikutkan karyawan dalam jaminan kesehatan, member bonus kinerja, dan sebagainya.

c. Mempelajari Dunia Usaha Yang Lebih Mendalam Secara Spesifik

Toko Melati harus lebih sering mempelajari dunia usaha untuk kelangsungan dan kemajuan usahanya. Mempelajari strategi-strategi pemasaran yang baik, dan mempelajari strategi-strategi yang dilakukan oleh toko atau perusahaan ternama lainnya. Hal ini bertujuan untuk dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat di dunia usaha. Untuk menghadapikemungkinan tersebut, dengan mengetahui strategi-strategi pemasaran yang baik, mencari jenis produk baru dan update fashion yang sesuai dengan pasar di kota Pasuruan. Pengetahuan yang luas akan membuat pemilik usaha lebih cermat dalam melihat peluang-peluang yang ada.

d. Memberikan Jaminan Terhadap Produk Yang Di Tawarkan

Untuk meningkatkan keyakinan pelanggan untuk memilih produk yang di tawarkan, Toko Melati memberikan jaminan kepada pelanggan terhadap produk yang dibeli seperti jaminan untuk menukar produk jika ada ditemukan cacat atau rusak dalam produk yang di beli ataupun pengembalian uang jika produk yang dibeli tidak sesuai dengan yang ditawarkan kepada pembeli. Sehingga pelanggan akan merasa tenang jika membeli produk di Toko Melati tanpa ragu terhadap kualitas ataupun keaslian produk yang akan di beli.

e. Membuat Promosi Yang Lebih Menarik

Dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dalam bisnis penjualan produk. Toko Melati harus berani melakukan promosi yang lebih menarik untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat sekitar sehingga tertarik untuk berkunjung atau membeli produk di Toko Melati. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui lebih lanjut terhadap produk – produk yang ditawarkan oleh Toko Melati dan dapat membeli produk yang sedang mereka butuhkan serta dapat menjadi pelanggan tetap.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Toko Melati memiliki kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dapat disimpulkan, Toko Melati memiliki kekuatan kualitas produk yang cukup baik dan dapat dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan dalam usaha di sekitar kota Pasuruan. Toko Melati memiliki desain produk yang sesuai dengan selera konsumen disamping itu desain produk tersebut memiliki banyak variasi sehingga dapat menghindari rasa bosan dari konsumen. Toko Melati menawarkan produk dengan harga terjangkau dan bervariasi sehingga konsumen memiliki pilihan dalam membeli produk. Toko Melati memiliki lokasi toko yang sangat strategis, sehingga mudah di akses oleh masyarakat dan memiliki potensi yang sangat besar. Kelemahan yang dimiliki Toko Melati adalah banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama dan lokasinya saling berdekatan sehingga sulit dalam mempertahankan pelanggan tetap dan loyal.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas ada beberapa saran yang dapat berikan untuk diperhatikan oleh Pemilik Toko Melati. Dengan menggunakan strategi Diferensiasi, misalnya harus menjual produk dengan komponen terbaik, unik dan menarik, menempatkan produknya dengan tepat, memeriksa produknya dengan seksama, dan mengomunikasikan kualitas produknya secara efektif kepada pelanggan. Melakukan ekspansi pasar, dengan membuka cabang di daerah-daerah yang potensial, hal ini bertujuan untuk memperluas daerah pemasaran yang pada

akhirnya dapat meningkatkan omset penjualan. Pengelola harus terus meningkatkan kualitas produk dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan agar pelanggan tidak berpaling ke toko yang lain. Toko Melati sebaiknya memanfaatkan sarana media social yang ada untuk melakukan promosi. Memanfaatkan letak toko yang strategis agar pengunjung dapat tertarik untuk mengunjungi, dengan cara membuat tampilan unik yang dapat menarik perhatian pengunjung seperti banner atau papan nama yang mudah di lihat dan menarik perhatian masyarakat yang melintas. Melakukan hubungan kerja sama dengan para Reseller dengan penawaran harga khusus sehingga para reseller merasa tertarik untuk selalu mengambil produk dari Toko Melati. Untuk dapat mengikuti kemajuan teknologi Toko Melati harus menyediakan opsi pembayaran yang mudah untuk menunjang masyarakat yang ingin melakukan transaksi non tunai. Semisal Toko Melati dapat menyediakan pembayaran melalui transfer atau melalui debit card yang di sediakan di kasir. Sehingga konsumen akan merasa di mudahkan dalam melakukan transaksi pembelian produk di Toko Melati.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler. 2008. Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua, Edisi Keduabelas, Cetakan Kedua. Penerbit Indeks : Jakarta.
- Kotler, P. 2000. Manajemen Pemasaran & Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi 6. Erlangga : Jakarta.
- Rangkuti Freddy. 2008. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- David, Fred R. 2005. Manajemen Strategis. Penerbit Salemba Empat : Jakarta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta : Bandung.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Peneli-tian: Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta : Jakarta.