

PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIE BASUDARA

Oldri Oktavian¹, Elimawaty Rombe²

Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Ekonomi, Universitas Tadulako

Jl. Soekarno Hatta No.KM. 9, Tondo, Kec Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi Tengah

Email: oktaviantakawean@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya pengusaha kecil yang dalam menjalankan bisnisnya tidak menerapkan strategi penjualan yang sistematis. Sehingga pengusaha perlu mengenali kekuatan dan kelemahan usaha serta mengetahui peluang serta ancaman yang dapat mempengaruhi kegiatan usaha. Dengan mengevaluasi faktor internal dan eksternal perusahaan, akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta dapat digunakan untuk menyusun strategi untuk meningkatkan omzet penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal perusahaan yang akan digunakan untuk membuat strategi pemasaran usaha guna meningkatkan omzet penjualan “Mie Basudara”.

Kata Kunci: Pengolahan Mie Basah Mentah, Analisis SWOT, Strategi Pemasaran

Abstract: This research is motivated by the large number of small entrepreneurs who in running their business do not implement a systematic sales strategy. So entrepreneurs need to recognize the strengths and weaknesses of the business and know the opportunities and threats that can affect business activities. By evaluating the company's internal and external factors, it will really help the company to recognize itself, and can be used to develop strategies to increase sales turnover. The purpose of this research is to determine the company's internal and external factors that will be used to create a business marketing strategy to increase sales turnover of "Mie Basudara".

Keywords: Raw Wet Noodle Processing, SWOT Analysis, Marketing Strategy

PENDAHULUAN

Mie basah adalah produk pangan yang terbuat dari terigu dengan atau tanpa penambahan bahan pangan lain dan bahan tambahan pangan yang diizinkan, berbentuk khas mie yang tidak dikeringkan (SNI 2987-2015). Di Indonesia mie banyak digemari oleh masyarakat luas baik anak-anak, remaja, maupun orang tua hal ini dikarenakan mie sebagai sumber karbohidrat dan menjadi pangan alternatif utama setelah nasi.

Bahan baku utama dalam pembuatan mie basah adalah tepung terigu yang diformulasikan dengan bahan lain. Tepung terigu ini berfungsi untuk membentuk struktur mie, sumber protein dan karbohidrat. Kandungan protein utama tepung terigu berperan



dalam pembuatan mie adalah gluten. Pembuatan mie basah harus dengan tepung terigu dalam jumlah yang cukup tinggi supaya mie menjadi elastis dan tahan terhadap penarikan sewaktu proses produksinya. Produk Mie Basudara ini, berkembang dalam bidang produksi jenis makanan dasar yang dapat dijual kembali untuk olahan makanan. Mie Basudara ini dikategorikan sebagai bahan setengah jadi yang dijual dengan target kepada pembeli untuk diolah dalam jenis makanan jadi.

Berikut beberapa informasi terkait produk Mie Basudara:

a. Dimensi Produk

Produk Mie Basudara memproduksi olahan Mie Basah yang biasanya digunakan sebagai bahan utama olahan makanan jenis Mie Goreng dan Mie Bakso. Bentuknya sama seperti umumnya mie, tetapi lebih lurus dan tidak keriting, serta berwarna kuning. Mie basah ini sebenarnya sudah matang dan dapat disantap secara langsung, tetapi kebanyakan digunakan untuk bahan dasar olahan jenis makanan, seperti Mie goreng, Mie Kuah, dan lainnya. Mie Basudara dijual berdasarkan harga satuan kilogram (Kg).

b. Manfaat Produk

Manfaat yang terkandung dalam produk Mie Basudara yaitu berisi manfaat inti, yakni sebagai sumber energi tubuh karena mengandung karbohidrat dan kalori.

c. Kegunaan Produk

1. Produk Konsumsi, Mie Basudara yang dijual merupakan kategori *Convenience Goods* yang merupakan produk yang dibutuhkan sehari-hari dan mudah didapat.
2. Produk Industri, Mie Basudara juga memberikan manfaat *Business to business* bagi pelaku usaha lainnya, sebagai bahan baku setengah jadi yang akan diproses lebih lanjut.

d. Sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha

Dalam menunjang kegiatan produksi mie basudara, beberapa faktor pendukung sebagai sarana dan prasarana yaitu terdapat prasarana berupa tempat bangunan $3 \times 6 \text{ m}^2$ dengan biaya sewa tahunan, aliran listrik, air, serta aplikasi media sosial promosi. Kemudian terdapat pula beberapa sarana yang tergolong sebagai penunjang, yaitu 3 (tiga) buah mesin, kipas angin, kual, kompor, timbangan duduk, bahan baku dan banhan pembantu lainnya, serta tenaga kerja 3 (tiga) orang dengan masing-masing pembagian tugas dalam

proses pelaksanaan produksi hingga pengantaran. Dalam hal ini untuk setiap sarana dan prasarana memerlukan perawatan dan dilakukan perawatan secara rutin dalam kurun waktu tertentu.

METODE PENELITIAN

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian kegiatan ini dilaksanakan di penggilingan Mie Basudara yang bertempat di Pasar Tradisional Masomba, Kota palu.

2. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dalam peneliti- an ini dihasilkan melalui kuesioner, wawan- cara terhadap karyawan dan pemilik usaha. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka dan data dokumenter.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pemasaran memiliki arti yang beragam. “Dari sudut manajerial, pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi,dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi” (Kotler dan Keller, 2007:38). Pemasaran memiliki arti yang bera- gam. “Dari sudut manajerial, pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi,dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi” (Kotler dan Keller, 2007:38).

Pemasaran memiliki arti yang bera- gam. “Dari sudut manajerial, pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi,dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi” (Kotler dan Keller, 2007:38).

Hasil penelitian diatas merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti dengan pemenuhan persyaratan administrasi penelitian dari pengurusan surat izin penelitian mulai pada Universitas Tadulako Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen, Mie Basudara, hingga persetujuan Pemilik Mie Basudara sebagai informan.

1) Analisis Bahan

Baku Bahan baku yang digunakan adalah tepung terigu yang diformulasikan dengan bahan lain. Pemilik usaha tidak perlu bingung mendapatkan bahan baku karena sudah ada pemasok yang memenuhi kebutuhan bahan baku.

2) Analisis Kegiatan Produksi

Kegiatan produksi dilakukan setiap hari. Namun setiap harinya produk yang dihasilkan berbeda-beda. Hal ini dilakukan untuk memenuhi permintaan konsumen yang beragam. Setiap harinya Mie Basudara mampu menghasilkan antara 40-60 kg produk jadi perhari.

3) Analisis Sumber Daya Manusia

Jumlah tenaga kerja Mie Basudara adalah 3 orang. Dalam merekrut tenaga kerja tidak ada prosedur yang khusus. Selain itu juga tidak adanya standar operasional (Standart Operating Procedure) dalam kegiatan produksi. Padahal hal ini sangat penting dalam suatu kegiatan usaha. hal ini berguna untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

4) Analisis Pemasaran

Dalam memasarkan produk Mie Basudara sudah memiliki lapak di pasar sehingga mudah di jangkau oleh konsumen.

5) Analisis Modal Kerja

Modal usaha yang digunakan Mie Basudara sebesar Rp 25.000.000,- yang digunakan untuk membeli bahan baku, peralatan produksi dan sewa tempat. Selain itu “Mie Basudara” juga tidak melakukan pembukuan dengan baik. Sehingga pemilik usaha tidak dapat mengendalikan pemasukan dan pengeluaran yang ada. Padahal dengan adanya pembukuan ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian diatas munculah faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi jalannya kegiatan usaha. Faktor-faktor ini berisikan tentang kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki oleh “Mie Basudara”.

Pembahasan

1. Analsis Swot

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu unit usaha atau perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat

memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats).

2. Faktor Internal

a) *Strenght* (Kekuatan)

Kami sudah memiliki pelanggan tetap, Lokasi penjualan yang strategis dan Bebas dari bahan pengawet.

b) *Wakness* (Kelemahan)

Belum mempunyai lapak/toko sendiri dan Produk hanya bertahan sehari dalam suhu ruangan.

3. Faktor Eksternal

a) Opportunities (Peluang)

Harga dapat bersaing dengan competitor, Pesanan meningkat di hari tertentu, Adanya sistem online untuk menjangkau pelanggan baru.

b) *Threats* (Ancaman)

Kenaikan harga bahan baku yang meningkat dan Pesaing yang semakin banyak.

Berdasarkan identifikasi variabel – variabel internal dan eksternal maka dapat dibuat tabel analisis faktor internal dan tabel analisis faktor eksternal, dengan memberikan bobot dengan skala dari 0,0 sampai 1,0 berdasarkan pengaruh faktor – faktor tersebut terhadap perusahaan, semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi 1,00 (freddy Rangkuti, 2000:24). Sedangkan pemberian nilai berdasarkan data yang diperoleh dari perilaku konsumen / pengguna produk perusahaan.

1. Faktor Strategi Internal

Dengan menggunakan analisis internal, posisi “Mie Basudara” dijelaskan dalam tabel 1 berikut:

FAKTOR INTERNAL			
STRENGTH	BOBOT	RATING	SKOR
sudah memiliki pelanggan tetap	0,25	4,00	1,00
Lokasi penjualan yang strategis	0,17	4,50	0,75
Bebas dari bahan pengawet	0,17	5,00	0,83
TOTAL STRENGTH			2,58

WEAKNESS	BOBOT	RATING	SKOR
belum mempunyai lapak/toko sendiri	0,25	2,00	0,50
Tidak melakukan pembukuan dengan baik	0,17	1,00	0,17
TOTAL	1,00		
TOTAL WEAKNESS			0,67
TOTAL IFAS			1,91

Berdasarkan hasil analisis faktor internal pada Tabel menunjukkan bahwa faktor yang menjadi kekuatan memiliki skor **2,58**. Sedangkan kelemahan utama memiliki skor **0,67**. Dengan total skor sebesar 1,91

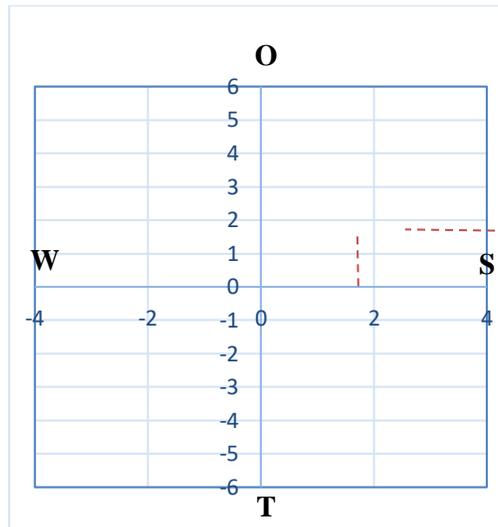
2. Faktor Strategi Eksternal

Dengan menggunakan analisis eksternal, posisi “Mie Basudara” dijelaskan dalam tabel 2 sebagai berikut:

FAKTOR EKSTERNAL			
OPPORTUNITIES	BOBOT	RATING	SKOR
Harga dapat bersaing dengan kompetitor	0,27	4,00	1,09
Adanya sistem online untuk menjangkau pelanggan baru	0,18	3,00	0,55
pesanan meningkat di hari tertentu	0,18	2,00	0,36
TOTAL OPPORTUNITIES			2,00
THREAT	BOBOT	RATING	SKOR
Kenaikan harga bahan baku yang meningkat	0,18	2,00	0,36
Pesaing yang semakin banyak	0,18	1,50	0,27
TOTAL	1,00		
TOTAL THREAT			0,64
TOTAL EFAS			1,36

Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal pada Tabel menunjukkan bahwa faktor yang menjadi kekuatan memiliki skor **2,00**. Sedangkan kelemahan utama memiliki skor **0,64**. Dengan total skor 1,36.

Matriks SWOT dan Analisanya



Berdasarkan gambar di atas dapat di jelaskan bahwa Mie Basudara berada dalam kondisi prima, hal ini di karenakan kekuatan yang di miliki perusahaan lebih baik dari kelemahan yang ada, serta perusahaan masih memiliki peluang yang lebih luas daripada ancaman yang akan di hadapi. Sehingga rekomendasi strategi yang dapat di terapkan pada usaha “Mie Basudara” adalah strategi progresif(Strength-Opportunity), yaitu strategi yang memungkinkan perusahaan melakukan ekspansi pasar, serta memperbesar pertumbuhan dan produksinya, dengan cara memanfaatkan kekuatan yg di miliki untuk memanfaatkan peluang eskternal yang masih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Pada usaha Mie Basah, maka ada beberapa kesimpulan yang diperoleh yaitu :

1. Berdasarkan dari hasil analisis matriks IFE,yang menjadi kekuatan Mie Basudara sudah memiliki pelanggan tetap, Lokasi penjualan yang strategis, bebas dari bahan pengawet. sedangkan yang menjadi kelemahan belum mempunyai lapak/toko sendiri,
2. Berdasarkan dari hasil penelitian analisis matriks EFE yang menjadi peluang dalam mengembangkan usaha Mie Basah adalah Harga dapat bersaing dengan kompetitor, Adanya sistem online untuk menjangkau pelanggan baru,pesanan meningkat pada hari tertentu. Sedangkan yang menjadi ancaman kenaikan harga bahan baku yang terus meningkat dan pesaing yang semakin bnyak.

3. Penentuan alternatif strategi berdasarkan matriks IE berupa strategi progresif yaitu:
 - a) Melakukan perluasan (ekspansi) pasar.
 - b) Melakukan *maintenance* (pemeliharaan) terhadap pelanggan yang telah ada.
 - c) Meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi.
 - d) Menambah tenaga marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Septiadi, D., & Mundiya, A. I. (2020). Strategi pengembangan usaha tani sayuran berbasis pertanian organik. *Agrifo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(1), 35-43.
- Ermaya, K. (2019). Strategi Pengembangan Koperasi dengan Analisis SWOT (Studi Kasus di KSU Maju Jaya). *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 86-100.
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). Formulasi strategi pengembangan bisnis menggunakan pendekatan business model canvas (BMC) dan SWOT analysis dalam upaya meningkatkan daya saing pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*, 5(2), 131-142.
- Suhaety, Y., Mulyati, M., & Fadillah, M. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mebel Samawa di Kandai 2 Kecamatan Woja. *Ainara Journal (Jurnal Penelitian dan PKM Bidang Ilmu Pendidikan)*, 2(3), 281-287.
- Anggreani, T. F. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619-629.
- Widowati, I., Riany, D. A., Andrianto, F., & Suhartini, S. (2022). Analisis Swot Untuk Pengembangan Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada UMKM Papat Sodara Food Purwakarta). *Jurnal Teknologika*, 12(1), 146-156.