

ANALISIS PANGSA PASAR MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA USAHA UMKM DI USAHA PENYEDIA JASA LAUNDRY

Iqvi Nurhidayati
iqvinurhidayati@gmail.com
Universitas Pamulang

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan jasa laundry atau setrika. Analisis yang digunakan adalah metode analisis Strengths Weaknesses Opportunities Threats (SWOT). Hal ini menandakan bahwa perusahaan berada dalam posisi kompetitif untuk mampu bersaing atau berada pada posisi yang kuat sehingga memerlukan strategi yang tepat untuk mengembangkan usahanya agar dapat berkembang. Strategi pemasaran harus diterapkan dalam bentuk promosi dan inovasi produk untuk mempertahankan posisi tersebut.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Analisis Faktor Internal, Analisis Faktor Internal, Strategi Bersaing.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine and analyze the right strategy to increase sales of laundry or ironing services. The analysis used is the Strengths Weaknesses Opportunities Threats (SWOT) analysis method. This indicates that the company is in a competitive position to be able to compete or is in a strong position so that it requires the right strategy to develop its business in order to grow. Marketing strategies must be implemented in the form of promotions and product innovations to maintain that position.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Internal Factor Analysis, Internal Factor Analysis, Competitive Strategy.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis di Indonesia saat ini sangat dinamis dan penuh ketidakpastian. Persaingan yang semakin ketat, meningkatnya jumlah produk dan jasa, serta perkembangan teknologi yang pesat memaksa perusahaan untuk terus beradaptasi. Dalam kondisi seperti ini, perusahaan perlu memiliki strategi pemasaran yang matang. Seperti yang dijelaskan oleh Kurtz (2008), strategi pemasaran merupakan suatu rencana menyeluruh yang bertujuan untuk mengidentifikasi target pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen melalui kombinasi yang tepat dari elemen-elemen pemasaran, seperti produk, distribusi, promosi, dan harga. Strategi pemasaran pada umumnya memegang peranan yang sangat penting untuk menghadapi lingkungan yang dinamis, dan pada akhirnya memperoleh keberhasilan untuk meningkatkan laba tertentu. Strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan dilingkungan perusahaan tersebut.

Dengan menggunakan analisis SWOT perusahaan dapat menganalisis lingkungan internalnya yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan dan analisis lingkungan eksternalnya yang bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman bagi perusahaan. Analisis SWOT adalah proses perencanaan yang memungkinkan perusahaan dapat mengatasi tantangan dan menentukan apa yang ditelusuri. laundry adalah usaha penyedia jasa cuci setrika yang mengandalkan hasil pengerjaan yang rapih bersih dan wangi bagi konsumen dengan menambahkan berbagai macam pelayanan seperti, gratis antar jemput, cuci kilat 2 jam dan lain- lain, sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan jasa laundry tersebut secara terus-

menerus. Strategi yang jelas dapat merumuskan perkiraan terhadap perubahan lingkungan secara cepat dan tepat, baik yang menyangkut aspek internal maupun eksternal perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi terhadap perubahan-perubahan tersebut.

Penentuan strategi yang baik dalam menghadapi persaingan perusahaan adalah salah satu kunci sukses perusahaan dalam memasarkan suatu produk jasa yang dimilikinya. Tujuan dalam penelitian ini adalah

1. Mengetahui kondisi faktor internal dan eksternal pada penjualan jasa laundry
2. Mengetahui kondisi perusahaan dengan matriks IFA dan IFE pada jasa laundry

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode gabungan antara kuantitatif dan kualitatif, Data kuantitatif berupa angka-angka yang akan dianalisis secara statistik. Misalnya, skor, rating, atau nilai dari suatu penilaian. Data kualitatif berupa kata-kata atau deskripsi, seperti sejarah singkat perusahaan, visi misi, atau tugas-tugas yang dilakukan. Data kualitatif ini akan membantu memahami lebih dalam mengenai permasalahan yang sedang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber utama yaitu Ada data primer dan data sekunder. Data Primer, Data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, yaitu dari pihak laundry (pemilik atau karyawan) dan konsumennya. Data ini diperoleh melalui berbagai cara, seperti: Wawancara langsung dengan pemilik laundry atau konsumen untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci dan mendalam, Memberikan Kuesioner daftar pertanyaan kepada konsumen untuk diisi, Observasi langsung kegiatan yang terjadi di laundry, Mengumpulkan beberapa konsumen untuk berdiskusi mengenai suatu topik tertentu. Data Sekunder, Data yang sudah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh orang lain. Data ini bisa diperoleh dari berbagai sumber, seperti: Informasi yang ada di website laundry terkait dengan layanan, harga, dan lainnya, Penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data

Setelah data dikumpulkan, peneliti melakukan analisis data dalam tiga tahap, mengikuti metode Miles dan Huberman:

1. Merangkum Data, Data yang didapatkan dari wawancara dan kuesioner diringkas menjadi poin-poin penting. Peneliti mencari pola dan tema umum dari data tersebut.
2. Menyajikan Data, Data yang sudah diringkas disajikan dalam bentuk yang mudah dipahami, seperti tabel, grafik, atau narasi. Tujuannya adalah untuk melihat hubungan antar data dan mendapatkan gambaran yang jelas.
3. Menarik Kesimpulan, Berdasarkan data yang sudah disajikan, peneliti menarik kesimpulan awal. Kesimpulan ini bisa berubah jika ditemukan bukti baru saat pengumpulan data selanjutnya. Namun, jika didukung oleh bukti yang kuat, kesimpulan awal ini bisa menjadi kesimpulan akhir.

Hasil Analisis Kekuatan dan Kelemahan Usaha Laundry

No	Strategi internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan				
1	Merek yang cukup dikenal	0,08	3	0,24
2	Pelayanan yang baik	0,10	4	0,4
3	Standar oprasional yang jelas	0,09	4	0,36
4	Tempat yang strategis	0,07	3	0,21
5	Harga yang terjangkau	0,09	4	0,36
Total		0,43		1,57
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Nilai
1	Memperluas outlet	0,04	2	0,08
2	Layanan pesan antar	0,07	3	0,21
3	Promosi	0,05	2	0,1
Total		0,18		0,39
Total keseluruhan		0,53		1,69

Hasil analisis menunjukkan bahwa: Kekuatan utama, Usaha laundry memiliki merek yang cukup dikenal, pelayanan yang baik, standar operasional yang jelas, dan harga yang terjangkau. Ini adalah hal-hal positif yang membuat usaha laundry ini unggul dibandingkan pesaing. Kelemahan utama, Usaha laundry masih perlu meningkatkan promosi, dan perluasan jaringan outlet. Ini adalah hal-hal yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kinerja usaha. Secara keseluruhan, usaha laundry ini memiliki lebih banyak kekuatan dibandingkan kelemahan. Ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan sejauh ini cukup efektif dalam memanfaatkan potensi yang ada. Namun, masih ada beberapa area yang perlu ditingkatkan untuk mencapai kinerja yang lebih optimal.

Hasil Analisis Peluang dan Ancaman Usaha Laundry

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor dari luar perusahaan terhadap usaha laundry, dengan menggunakan Matriks EFA. Matriks ini membantu mengidentifikasi peluang dan ancaman yang bisa mempengaruhi bisnis kita.

No	Strategi eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang				
1	Gaya hidup masyarakat	0,06	3	0,18
2	Perkembangan teknologi	0,06	4	0,24
3	Semakin meningkatnya jumlah masyarakat sekitar	0,06	4	0,24
4	Memiliki pelanggan yang loyal	0,07	3	0,21
Total		0,25		0,87
No	Ancaman	Bobot	Rating	Nilai
1	persaingan yang semakin ketat	0,05	3	0,15
2	Kenaikan tarif dasar listrik	0,06	3	0,18
3	Cuaca yang tidak menentu pada musim hujan	0,06	2	0,12
Total		0,17		0,45
Total keseluruhan		0,42		1,32

Hasil analisis menunjukkan bahwa: Peluang besar, Usaha laundry memiliki beberapa peluang, seperti perubahan gaya hidup masyarakat, Semakin meningkatnya jumlah masyarakat sekitar, perkembangan teknologi, dan Memiliki pelanggan yang loyal. Peluang-peluang ini bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan bisnis. Ancaman yang

perlu diwaspadai, Ada beberapa ancaman yang perlu diperhatikan, seperti persaingan yang semakin ketat, Kenaikan tarif dasar Listrik, dan Cuaca yang tidak menentu pada musim hujan. Ancaman ini bisa menghambat pertumbuhan bisnis.

Diagram SWOT



Keterangan gambar: Nilai kekuatan dikurangi nilai kelemahan ($1,57 - 0,39 = 1,18$) dan nilai peluang dikurangi nilai ancaman ($0,87 - 0,45 = 0,42$). Maka, titik perpotongan faktor internal dan faktor eksternal berada di kuadran 1 (1,18 dan 0,42)

Berdasarkan hasil analisis SWOT, usaha laundry menggunakan strategi SO saat ini berada dalam posisi yang cukup baik. Meskipun memiliki beberapa kekuatan, perusahaan belum sepenuhnya memanfaatkan peluang yang ada di pasar.

Kuadran I, Posisi ini menunjukkan bahwa usaha laundry memiliki potensi untuk tumbuh lebih besar lagi. Namun, perusahaan perlu melakukan upaya yang lebih agresif untuk memanfaatkan peluang yang ada.

KESIMPULAN

Strategi yang paling cocok adalah dengan meningkatkan penjualan dan layanan yang sudah ada, Caranya adalah dengan melakukan kegiatan pemasaran yang lebih gencar. Fokus pada Usaha laundry memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan kelemahan, dan juga memiliki lebih banyak peluang dibandingkan ancaman. Oleh karena itu, strategi yang ideal adalah dengan memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meraih peluang yang tersedia di pasar. Usaha laundry disarankan untuk fokus pada strategi penetrasi pasar. Artinya, perusahaan harus lebih agresif dalam mempromosikan produk dan layanannya kepada konsumen yang sudah ada maupun calon konsumen baru. Dengan begitu, perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih keuntungan yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Dr. Fajar Supanto, S. (2019). Manajemen Strategi Organisasi Publik Dan Privat. Strategi Evaluasi Diri Berbasis Analisis Swot.
- Eko, J. A. (N.D.). Strategi Keunggulan Bersaing Pada Diva Laundry.
- Mutiara, P. B. (2021). Analisis Matriks Ifas Dan Efas Pt Unilever Tbk Pada.
- Sari, D. (2020). Analisis Strength Weakness Opportunity Threat, 7-14.