ANALISIS SWOT PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA TOKO JOSHUA COLLECTION

Author

Yuda Aditya

Universitas Indraprasta PGRI

Rita Sugiarti

Maskhur Dwi Saputra

Abstract

The objective of this study is to analyze the application of SWOT analysis in enhancing the competitiveness of the Joshua Collection store. The research employs both SWOT analysis and descriptive analysis. The study's sources consist of the store owner, Mr. Yafet, and two of his employees, with sampling conducted using the saturated sampling technique. Data collection methods included a preliminary survey, observation, and interviews, supplemented by documentation. The findings indicate that the strategies adopted by Joshua Collection involve promoting products via social media and prioritizing product quality alongside affordable pricing. The SWOT analysis reveals that the store's marketing strategy is an SO (Strengths-Opportunities) strategy; this approach leverages internal strengths—specifically the diversity and comprehensive range of clothing products and the store's long-standing presence—to capitalize on available opportunities. Consequently, the store can readily meet consumer demand and is expected to expand its existing market share.

Keywords

Penjualan Online, Daya Saing

2024

Page

42 - 49

DOI

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini ialah untuk menganalisis penerapan analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing pada Toko Joshua *Collection*. Metode penelitian yang digunakan analisis SWOT dan analisis deskriptif. Sumber dalam penelitian ini pemilik toko Joshua *Collection* yaitu Bapak Yafet dan dua karyawannya. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampel jenuh. Metode pengumpulan data yang di awali dengan survey awal, observasi, *interview* (wawancara), yang disertai dokumentasi. Hasil penelitian menunjukan strategi yang ditetapkan oleh toko Joshua *collection* ini mempromosikan barang atau produk melalui sosial media dan mengutakan kualitas produk, serta harga yang terjangkau. Hasil bedasarkan analisis SWOT menunjukan strategi pemasaran toko Joshua Collection adalah SO (*strenght and Opportunity*) yang mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki, yaitu keanekaragaman dan kelengkapan produk pakaian, telah lamanya toko tersebut berdiri, sehingga kebutuhan masrakat akan produk tersebut dapat dengan mudah terpenuhi dan diharapkan dapat memperluas pangsa pasar yang telah ada saat ini.

Kata kunci

Penjualan Online, Daya Saing

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi semakin pesat, apalagi di era industri 4.0 ini membuat manusia dituntut untuk dapat bertindak agar tidak kalah bersaing dengan manusia lainnya. Tidak hanya manusia, dalam dunia bisnis pun persaingan untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen semakin kompetitif. Perusahaan atau pebisnis tidak hanya bertujuan untuk dapat menjual barang atau jasa, namun memiliki produk atau jasa yang memliki daya jual dn keunggulan bersaing dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Selain itu pebisnis harus memahami apa yang sedang trend di pasaran dan apa yang dinginkan konsumen saat ini.

Menurut Angela (2014), yang menyatakan arti dari revolusi industri 4.0 sebagai sebuah transformasi komprehensif dari segala aspek produksi yang terjadi di dunia industri melalui penggabungan antara teknologi digital serta internet dengan industri konvensional.Perkembangan teknologi saat ini serta hampir semua hal sudah berbasis online, para pebisnis atau pengusaha dapat menggunakan teknologi yang ada,untuk memperkenalkan dan memasarkan barang atau jasa kepada konsumen melalui media online. Selain itu dengan adanya media online ini para pelanggan atau konsumen dimudahkan dengan dapat membeli barang atau jasa yang mereka inginkan tanpa harus datang ke toko sehingga lebih praktis dan efisien.

Hampir setiap orang menggunakan internet, di zaman yang serba online seperti sekarang ini nampaknya pemasaran online lebih menguntungkan dibanding pemasaran tradisonal. Hal ini karena biaya yang dikeluarkan relatif lebih terjangkau, serta tidak perlu susah payah untuk membangun sebuah tempat usaha. Pemasaran online ini dijelaskan lebih lanjut oleh Boone dan Kurtz (2005), *e-marketing* adalah salah satu komponen dalam *e-commerce* dengan kepentingan khusus oleh *marketer*, yakni strategi proses pembuatan, pendistribusian, promosi, dan penetapan harga barang dan jasa kepada pangsapasar internet atau melalui peralatan digital lain.

METODE

Metode Penelitian adalah penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan yang dilakukan di tempat atau lokasi untuk mendapatkan informasi yang akurat.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan, melalui hasil wawacara yang ditambah dengan observasi. Teknik wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara mendalam, artinya dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang bersangkutan, yang berkaitan dengan analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing. Sehingga data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dapat terkumpul secara maksimal dan kemudian hasil wawancara dicatat dalam bentuk transkip wawancara.

HASIL

Pengumpulan data menggunakan metode wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang dipahami subjek yang berkaitan analisis SWOT penjualan *online* dalam meningkatkan daya saing pada toko joshua collection. Wawancara ini ini dilakukan secara terstruktur dengan mempersiapkan pernyataan sebelum mewancarai narasmber.

Saat proses wawancara subjek menggunakan bahasa yang tidak baku, kemudian peneliti mengubah ke bahasa Indonesia yang baku dalam penelitian. Adapun berikut ini hasil wawanca dan observasi yang digunakan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Wawancara Pak Yafet selaku Owner Toko Joshua *Collection*

Pertanyaan	Jawaban
Apasajaproduk yang dijualditokoini?	Ditoko ini kami menjual berbagai pakaian mulai kaos, celana, kerudung, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.
Bagaimanakualitasproduk yang dijual?	Produk yang kami jual sudah sangat bagus, karena kami mengutamakan kualitas. Apalagi sebagian barang yang kami jual kita produksi melalui konveksi milik kami sendiri.
Dimana lokasitokoini?	Lokasi toko ini berada di jln Raya Bulak Timur No.41 RT 01/09 Kec. Cipayung Kota Depok Jawa Barat
Sejak Tahun berapa toko joshua collection memasarkan barang melalui media online?	Kira-kira sekitar tahun 2014 kami mulai memasarkan dan mempromosikan barang kami melalui facebook. Lalu barulah beberapa tahun kebelakang ini kita mulai ke media sosial lain nya seperti instagram, tiktok dan platfrom shopee

Menurutandasebagai owner, apakah penjualan online ini menguntungkan bagi toko joshua collection	Menurut saya dengan adanya penjualan ini toko kami sangat terbantu, khusus nya untuk menjangkau pelanggan yang jaraknya jauh dari toko offline kami. Selain itu juga dengan adanya penjualan online ini, dapat memperkenalkan kepada konsumen barang apa saja yang kita jual.
Bagaimana harga yang anda tawarkan kepada konsumen?	Harga yang saya tawarkan kepada konsumen adalah harga yang sangat terjangau, mulai dari 10ribuan sampai 100 ribuan. Tergantung jenis pakaian dan kualitas apa yang konsumen beli.
Menurut anda sebagai owner, apakah toko joshua collection masih memiliki kelemahan?	Tentunya kekurangan pasti ada, terutama saat ini kami masih keurangan karyawan untuk bekerja disini. Kami masih menyeleksi beberapa kandidat karyawan untuk bekerja disini

PEMBAHASAN

Prinsip pokok penelitian kualitatif adalah menemukan teori dari data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman yang menggunakan langkah-langkah seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2015:347), yaitu sebagai berikut:

1. Data Reduction (Reduksi data)

   Pengumpulan data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci, yang selanjutnya di analisis dan melaui reduksi data yang merupakan merangkum.

   Analisis SWOT adalah metode untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Analisis ini berguna untuk menentukan strategi dan arah perusahaan pada masa depan serta melakukan perencanaan strategis sebelum menjalankan aktivitas bisnis. Analisis SWOT dilakukan melalui proses identifikasi sejumlah faktor yang memengaruhi kinerja perusahaan.

   a. Kekuatan dan kelemahan Toko Joshua Collection

      1) *Strenghths* (kekuatan) Toko Joshua Collection berikut ini:

         a) Keanekaragaman dan kelengkapan produk pakaian

            Pakaian yang dijual ditoko joshua collection cukup lengkap, mulai dari anak-anak hingga dewasa ada disini.Bedasarkan hasil wawancara dilakukan oleh peneliti dengan Bapak Yafet selaku owner dari toko joshua collection sebagai berikut: “Ditoko ini kami menjual berbagai pakaian mulai kaos, celana, kerudung, kemeja, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa”.Pemilik toko memilih untuk memperbanyak stok barang agar konsumen dapat memilih produk atau barang yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan sekala ekonomis,

efisiensi, dan daya saing dengan jalan berspeliasisasi pada satu jenis produk saja. Strategi produk tunggal mensyaratkan suatu usaha dapat memperbarui produk secara berkesinambungan dan selalu dapat menyesuaikan dengan pasar. Strategi ini memiliki keunggulan diantaranya meningkatnya produktivitas, manajemen operasional lebih efisien karena menyediakan banyak jenis pakaian, dapat menciptakan reputasi konsistensi terhadap usaha yang dijalani.

b) Harga produk yang terjangkau dan permainan harga barang

Dari hasil wawancara dengan Bapak Yafet selaku owner dari toko joshua collection sebagai berikut: "Harga yang saya tawarkan kepada konsumen adalah harga yang sangat terjangau, mulaidari 10ribuan sampai 100 ribuan. Tergantung jenis dan kualitas pakaian apa yang konsumen beli." Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting dalam usaha. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos atau bahkan mendapatkan keuntungan. Dalam usaha ini, pemilik toko memilih harga lini produk, dengan memberikan tingkatan harga yang harus mempertimbangkan perbedaan biaya antar model, evaluasi pembelian konsumen, dan harga para pesaing. Pemilik toko juga melakukan permainan harga, permainan harga disini bukan berarti menjual dengan harga tinggi tetapi kualitas rendah. Tetapi dengan menyesuaikan dengan kualitas barang dengan harga yang sesuai dengan konsumen inginkan.

Bedasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada Bapak Yafet selaku owner sebagai berikut: "Produk yang kami jual sudah sangat bagus, karena kami mengutamakan kualitas. Apalagi sebagian barang yang kami jual kita produksi melalui konveksi milik kami sendiri." Pemilik usaha juga harus mampu melihat keadaan, penawaran, permintaan, persaingan, biaya dan perekonomian untuk menentukan harga. Dalam toko joshua collection ini selalu mengedepankan kualitas yang baik dan harga yang baik pula, hal ini tentunya dilakukan supaya produk yang dijual dapat bersaing dan konsumen pun puas dengan produk yang mereka beli, sehingga penjualan terus meningkat.

c) Lamanya *online shop* toko joshua collection ini berdiri

Bedasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada Bapak Yafet selaku owner sebagai berikut: "Kira-kira sekitar tahun 2014 kami mulai memasarkan dan mempromosikan barang kami melalui facebook. Lalu barulah beberapa tahun kebelakang ini kita mulai ke media sosial lain nya seperti instagram, tiktok dan platfrom shopee." Dengan cukup lama nya online shop toko joshua collection ini berdiri, sudah banyak orang yang mengenali dan percaya dengan produk yang toko joshua collection jual. Alasan tesebutlah yang membuat nama toko tersebut terus di ingat oleh konsumen karena lamanya berdiri dan memiliki rasa percaya terhadap tersebut sehingga dapat menjadi langganan bahkan menjadi reseller.

d) Kualitas produk dan packing yang aman

Bedasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada Shella selaku admin online shop toko joshua collection sebagai berikut: “Kami selalu mengutamakan kualitas barang yang kami jual, agar pelanggan suka dengan barang yang kita jual. Selain itu kami juga memposting foto barang semenarik mungkin ke sosial media seperti instagram, tiktok, facebook, dan platfrom e-commerce seperti shopee.” Produk yang dijual oleh toko joshua collection selalu mengutamakan kuliatas agar barang yang dibeli oleh konsumen dapat digunakan dengan nyaman dan tentunya konsumen akan merasa puas akan produk yang mereka beli. Selain itu sebelum produk dikirim ke alamat tujuan, produk di packing terlebih dahulu. Bedasarkan dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Reza selaku staff packing toko joshua collection sebagai berikut: “Sudah sesuai, karena kami mengutamakan kenyaman konsumen, kami packing dengan aman. Karena kami menggunakan plastic *packaging* yang sudah kami siapkan sesuai SOP.” Toko joshua collectin selalu memperhatikan pengemasan produk sebelum dikirim menuju alamat konsumen. Hal ini tentunya dilakukan untuk menjaga produk yang dibeli konsumen agar tetap dalam keadaan utuh dan dan sesuai dengan produk yang diinginkan oleh pelanggan.

2) Weakness (kelemahan) Toko Joshua Collection berikut ini:

a) Keterbatasan sumber daya manusia

Bedasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada Bapak Yafet selaku owner sebagai berikut: “Tentunya kekurangan pasti ada, terutama saat ini kami masih keurangan karyawan untuk bekerja disini. Kami masih menyeleksi beberapa kandidat karyawan untuk bekerja disini.” Melihat dari jumlah karyawan yang ada, keterbatasan SDM disini bukan dalam bentuk banyaknya. Sebagian karyawan disini adalah keluarga dan orang yang mau untuk bekerja, sehingga pemilik toko masih memperdayakan yang sudah ada saat ini. Disamping itu dengan keterbatasan kualitas SDM usaha tersebut sulit ntuk meningkatkan daya saing, usaha ini sudah menghasilkan banyak keuntungan, padahal karyawan nya juga tidak berpendidikan tinggi. Kejujuran dan mau berusaha dalam bekerja adalah hal yang paling awal ketika seseorang menjalani usaha, skill yang dimiliki para karyawan dalam berjualan merupakan hal yang harus diperhatikan sedang melayani konsumen.

Sementara menurut wawancara yang dilakukan peneliti kepada Reza selaku *staff packing* sebgai berikut: “Menurut saya kelemahan dari toko ini adalah masih kurangnya karywan, khususnya di divisi packing masih sangat keteteran saat orderan sedang banyak.” Toko joshua collection ini masih butuh tambahan karyawan, terutama dibagian pengemasan barang yang merasa masih kewalahan jika pesanan dari pelanggan sedang banyak, khususnya di momen-momen tertentu seperti lebaran dan akhir tahun pengiriman barang akan menumpuk.

b) Promosi dan keterbatasan biaya

Bedasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada Shella

selaku admin online shop sebagai berikut: “Menurut saya kelamahan dari toko joshua collection ini adalah di promosi. Karena promosi yang kita lakukan belum segencar online shop lain, karena biaya yang dianggarkan untuk promosi terutama di sosial media menurut saya masih minim.” Hal ini tentunya menjadi suatu kelemahan karena promosi hanya berupa potongan, demonstrasi, terasa masih belum cukup untuk masyarakat yang sekarang lepas dari *gadget*. Perluasan pangsa pasar juga dapat terjadi dengan bantuan promosi melalui media online. Selain itu karena ketebatasan anggaran biaya yang di keluarkan minim, berdampak masih belum optimalnya promosi produk untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas.

c) *Brand* atau Merk yang belum terlalu dikenal

Bedasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada Shella selaku admin online shop sebagai berikut: “karena produk kita produksi sendiri sehingga blom terlalu dikenal, dibanding produk yang bermerek.” Produk pakaian toko joshua collection sudah tidak diragukan lagi karena melihat dari perjalanan usaha yang makin hari selalu meningkat keuntungannya. Namun belum adanya brand atau merk yang melekat pada konsumen karena faktor-faktor lainnya seperti masalah promosi. Konsekuensi dari globalisasi memunculkan banyak brand atau merk baru yang saling bersaing untuk mendapatkan tempat di hati para konsumen, belum lagi bersaing dengan produk-produk yang sudah memiliki *brand* atau merk yang terkenal yang lebih dulu memunculkan produk serupa.

PENUTUP

Bedasarkan hasil analisis SWOT penelitian yang telah dijelaskan pada bab IV disimpulkan:

1. Faktor internal yang dihadapi oleh Toko Joshua Collection diantaranya:
   a. Kekuatan dari Toko Joshua Collection yaitu keanekaragaman dan produk pakaian yang di tawarkan, memulai toko online shop yang sudah cukup lama berdiri, sehingga membuat para konsumen puas dan telah percaya dengan toko ini. Selain itu harga produk yang terjangkau dan kualitas produk yang bagus membuat para konsumen setia membeli ke toko ini.
   b. Kelemahan dari Toko Joshua Collection yaitu masih keterbatasan sumber daya manusia atau karyawan sehingga jika orderan masuk sedang banyak masih keteteran dalam menyiapkan dan packing barang. Selain itu karena produk yang dijual toko ini diproduksi sendiri brand atau merk belum terlalu dikenali oleh masyarakat luas, serta promosi yang dilakukan oleh toko joshua collection belum sepenuhnya optimal karena keterbatasan biaya oprasional.
2. Faktor Eksternal yang dihadapi oleh Toko Joshua Collection diantaranya:
   Peluang yang dimiliki Toko Joshua Collection yaitu kebutuhan masyarakat akan produk terbaru, daya beli konsumen yang cenderung konsumtif, pangsa pasar yang masih terbuka sehingga dapat memperluas pasar dan dapat menarik reseller yang ingin bergabung.

DAFTAR PUSTAKA

Sasono, E., & Rahayu, P. (2022). Pengaruh *E-Marketing* Terhadap Volume Penjualan UMKM Keprupuk Usek di Kelurahan Kesepuan Kabupaten Batang. *Jurnal STIE Semarang*, 14(2) hlm. 34-50.

Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri,* 13(1) hlm. 17-26.

Kurniawan, D. A., Ari, F. S., Rusli, L., Yudi, R., & Ika, A. (2020). Analisis SWOT dan BMC Pada Asosiasi UMKM Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Rakyat,* 2(1) hlm. 67-75.

Kusbandono, D. (2019). Analisis SWOT Sebagai Upaya Pengembangan dan Penguatan Strategi Bisnis Study Kasusnpada UD.Gudang Budi Kecamatan Lamongan. *Jurnal Ekonomi Unsila*, 12(3) hlm. 921-932.

Inayati, T., Evianah., & Prasetya, H. Perumusan Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT pada Usaha Mikri Kecil Menengah. *Jurnal Unej*, 15(4) hlm.217-231.

Reza, F., Santoso, B., & Dwi, E. (2020). Strategi Pemasaran bedasarkan Analisis SWOT pada Mini Market di Mutiara Mart Rowotengah Jember. *Journal of Social Science and Business.* 7(2) hlm. 301-307.

Abidin, Z., Bungsu, R., Djuddah, M., Alamsyah, M., & Maisah. (2020). Analisis Swot Pemetaan Strategi Pada STIE Syariah Al- Mujaddid Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*. 11(3) hlm. 160-170.

Arofah, N. Z., & Gamayanti, W (2021). Pengelolaan Sistem Pemasaran Online dalam Budidaya Ikan Cupang. *Jurnal Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung,* 21(4) hlm. 55-74.

Mardiani, E., & Imanuel, O. J., (2015). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing). *Jurnal ekonomi Esa Unggul*, 11(4) hlm. 153-16.

Pelengkahu, R.M., Tumbuan, J.f., Ferdy. R. (2021). Pengaruh Promosi, Phisical, Evidence, Harga Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Comerce Shoppe Di kota Manado. *Jurnal EMBA*, 3(12) hal. 786-797.

Winardi (1982:12), pendapatan ekonomi masyarakat Bandung : angkasa

Wiranatha, (2008). Pengelolaan Objek Wisata Berbasis Masyarakat (Debat Publik), Bali Post.

Wiratha, I Made. (2006:68). Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Yogyakarta: Andi.

Yoeti (1985:109&111). Pengantar ilmu pariwisata. Bandung : Angkasa

Yogyakarta: Penerbit Andi.