

**STRATEGI PEMASARAN SERTA MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM ANGKRINGAN
SEMBHURAT DI DAERAH GEMBONG KOTA SURABAYA**

Arilus Adi Mardhani

Email : arilusar20@gmail.com

Program Studi Manajemen

18 Februari 2021

STIE MAHARDHIKA SURABAYA

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan agar para pelaku usaha khususnya umkm mengetahui bahwa ada suatu cara untuk meningkatkan strategi serta daya saing suatu bisnis usaha dengan analisis swot seperti yang dilakukan penulis/peneliti di warung angkringan sembhurat kelurahan kapasan kecamatan simokerto kota surabaya. penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada berupa keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Sampel mengambil dari 15 % dari populasi pengunjung selama rata-rata seminggu. Penulis memakai analisis swot dengan landasan matrik IFAS dan EFAS. Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat. Sudah tentu bahwa dalam EFAS Matrik, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal. Pada hasil analisis Matrik IFAS Angkringan Sembhurat, diperoleh hasil untuk faktor kekuatan adalah 2,65 dan nilai untuk faktor kelemahan adalah 0,4. Sementara itu, hasil analisis Matrik EFAS, diperoleh bahwa nilai skor untuk peluang adalah 2,4 dan nilai skor untuk ancaman adalah 0,6. Nilai skor kekuatan ternyata diatas nilai skor kelemahan dengan selisih nilai (+) 2,25, sedangkan untuk selisih nilai skor peluang dan ancaman (+) 1,8. Berdasarkan diagram kartesius SWOT Angkringan Sembhurat di atas, hasil menunjukkan bahwa perhitungan menunjukkan hasil kearah kuadran I. yaitu kuadran yang mendukung strategi agresif. Tabel kombinasi Matrik SWOT ini juga menunjukkan bahwa jumlah nilai skor terbesar di dapat pada strategi SO yaitu 5,05. Strategi SO (Strengths – Opportunities) ini memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang dengan sebaik-baiknya dan juga sebesar-besarnya. Hal tersebut dapat menjadi kesimpulan bahwa penerapan analisis SWOT tersebut bisa berhasil dikarenakan adanya variasi produk yang banyak, harga yang terjangkau, rasa yang enak tanpa melupakan kesehatan dari produk itu sendiri. Dan juga pelayanan antar untuk menutupi ancaman pandemic dengan kebijakan sesuai protokol kesehatan. Hal tersebut sangat didukung dengan banyaknya pemukiman para pekerja di sekitar, serta menjadi tempat lalu lalang para pekerja saat beraktifitas.

Keywords : Pemasaran, Strategi, Daya saing

PENDAHULUAN

Kondisi arus perekonomian yang makin sulit pada masa pdaemi covid-19 Menjadi pemicu keluarnya suatu gagasan masyarakat untuk tetap produktif. Salah satu caranya adalah berwirausaha. Wirausaha definisinya sama dengan kegiatan bisnis maupun bisnis berdikari pada mana segala sumber daya serta upaya dibebankan pada pelaku (disebut sebagai wirausahawan) didalam mengenali produk baru, memilih cara produksi baru, memilih cara produksis baru, serta menyusun alur operasinya, memasarkan serta mengatur permodalannya sendiri. Wirausaha secara umum ketika ini lebih dikenal dengan Istilah Usaha Mikro (Kecil serta Menengah) (UMKM).

Penelitian ini dilakukan pada daerah Gembong, yang termasuk didalam daerah Kelurahan Kapasan, serta Kecamatan Simokerto, Kota Surabaya. Dari hasil observasi serta wawancara yang penulis lakukan di daerah Gembong yang lebih banyak didominasi dihuni pekerja berdasarkan luar daerah itu sendiri (penghuni sementara). Iantaran itu penduduk asli wilayah tersebut banyak yang menjadi pelaku bisnis, salah satunya pelaku usaha Warung Angkringan Sembhurat.

Hal yang primer yang dilakukan usahawan Angkringan Sembhurat pada mempertahankan hidup dari bisnis usahanya adalah mengatasi tantangan suatu persaingan, yang khususnya di wilayah Gembong, kelurahan Kapasan, kecamatan Simokerto, kota Surabaya. Persaingan yang semakin ketat serta tajam khususnya menggunakan adanya pdaemi ini mengdampakkan bisnis ini membutuhkan antisipasi yang sempurna serta akurat. Sampai bisnis ini bisa memasarkan produknya ke para konsumen sinkron regulasi yang berlaku dari pemerintah.

Usaha ini wajib menjalankan seluruh operasinya secara efektif serta efisien namun jua cermat sinkron regulasi,. dibutuhkan adanya suatu taktik bersaing, tidak terkecuali di bisertag pemasaran. Tujuannya adalah agar suatu bisnis bisa menaikkan penjualan serta pengembangan

usaha tercapai secara best tanpa mengindahkan regulasi terkait pdaemi Covid-19 itu sendiri.

Atas kondisi tersebut, pelaku usaha dituntut patut sanggup memanfaatkan kondisi lingkungan serta teknologi tersebut didalam perkembangan usahanya. Salah satu bentuk buat mempermudah pada memanfaatkan syarat tadi ialah dengan melakukan maupun menggunakan penerapan suatu analisis lingkungan maupun disebut jua dengan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu metode buat mengevaluasi suatu bisnis bisnis buat mencari Strategy bisnis apa yang sempurna akan dilakukan buat mendominasi persaingan. Analisis SWOT nantinya akan membuat adanya beberapa alternatif taktik buat pengambilan keputusan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat Kualitatif Deskriptif. Penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan model saat ini, yaitu keadaan gaya pada saat pencarian, tanpa mengidentifikasi atau memanipulasi variabel yang digunakan. Juga bertujuan untuk menciptakan penjelasan, penjelasan dan ilustrasi yang sistematis, realistik dan akurat tentang fakta, ciri, dan interaksi antara fenomena yang dipelajari.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan beberapa teknik, yaitu sebagai berikut :

- a. Penelitian Lapangan (*field work research*)

Yaitu pengumpulan berbagai macam data langsung yang menjadi objek penelitian untuk melihat dari dekat hal yang di teliti, dengan menggunakan metode :

1. Kuesioner
2. Wawancara
3. Observasi

Tabel 3.1
Pengukur Variabel Penelitian

Alternatif	Keterangan	Nilai
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
L	Lumayan	2
TS	Tidak Setuju	1

Sumber : Data yang diolah penulis

b. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Yaitu mengumpulkan informasi yang diperoleh setelah melengkapi data awal dari perspektif yang berbeda. Sebagai data, materi tambahan berbasis materi tertulis dapat dibagikan dengan materi dari buku, kajian ilmiah, arsip, arsip pribadi dan dokumen resmi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT meliputi faktor internal yang terdiri dari kekuatan (*Strength*) dan juga kelemahan (*Weakness*) serta faktor eksternal yaitu peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*).

Angkringan semburat sendiri memiliki beberapa faktor yang sudah diuraikan untuk mendukung analisis SWOT. Faktor Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats faktor tersebut terdiri di didalam. Di didalam faktor – faktor tersebut, penulis sudah menguraikan hal yang bisa menjadi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, maupun Ancaman.

Setelah menemukan faktor-faktor tersebut, dilakukan prosedur IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) berdasarkan David (2017) sebagai berikut :

a) Identifikasi elemen yang mencerminkan kekuatan dan kelemahan Anda.

b) Tentukan tingkat bobot / kualitas antara 1.0 (sangat penting) dan 0.0 (penting).

c) Tentukan Rating / level ~ 4 elemen yang sama. (kekuatan yang bear diberikan nilai 4 dan terkecil nilai 1. Sebaliknya, kelemahan yang besar diberikan nilai 1 dan kelemahan terbesar bernilai 4.)

d) Lakukan perkalian bobot dan rating sehingga diperoleh nilai untuk setiap faktor

e) Evaluasi setiap atribut untuk hasilnya. Tambahkan skor total untuk setiap variabel. Terlepas dari jumlah faktor dalam matriks IFAS. Nilai ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor internalnya.

Selanjutnya menemukan faktor eksternal, dilakukan prosedur EFAS (*External Factor Analysis Summary*) berdasarkan David (2017) sebagai berikut :

a) Identifikasi elemen yang mencerminkan kekuatan dan kelemahan Anda.

b) Tentukan tingkat bobot / kualitas antara 1.0 (sangat penting) dan 0.0 (penting).

c) Tentukan Rating / level ~ 4 elemen yang sama. (peluang yang besar diberikan nilai 4 dan terkecil nilai 1. Sebaliknya, ancaman yang besar diberikan nilai 1 dan kelemahan terbesar bernilai 4.)

d) Lakukan perkalian bobot dan rating sehingga diperoleh nilai untuk setiap faktor

e) Evaluasi setiap atribut untuk hasilnya. Tambahkan skor total untuk setiap variabel. Terlepas dari jumlah faktor dalam matriks EFAS. Nilai ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor internalnya.

	Faktor Strategis		Faktor Strategis
Strength	Variasi banyak	Weakness	Tempat sempit
	Harga terjangkau		Parkir terbatas
	Rasa enak		Lokasi di dalam kampung
	Produk Sehat		
	Pesan antar area sekitar		

Sumber : Data yang diolah penulis

	Faktor Strategis		Faktor Strategis
Opportunity	Pemukiman pekerja	Threats	Banyak Saingan
	Dilalui pekerja		Jam malam
			Pandemi

Sumber : Data yang diolah penulis

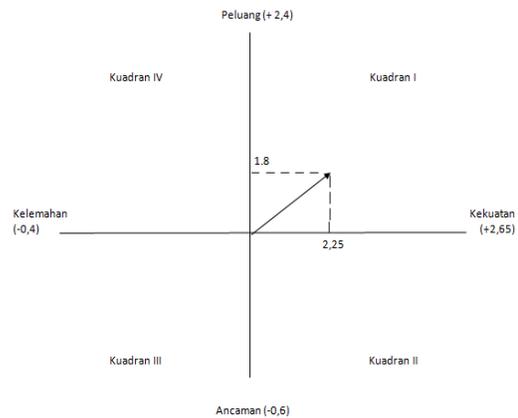
Faktor Internal (STRENGTH & WEAKNESS)				
	Faktor Strategis (Kolom 1)	Bobot (Kolom 2)	Rating (Kolom 3)	Skor (Kolom 4)
Strength	Variasi banyak	0.2	4	0.8
	Harga terjangkau	0.2	4	0.8
	Rasa enak	0.1	3	0.3
	Produk Sehat	0.15	4	0.6
	Pesan antar area sekitar	0.05	3	0.15
	sub total	0.7		2.65
Weakness	Tempat sempit	0.1	1	0.1
	Parkir terbatas	0.1	1	0.1
	Lokasi di dalam kampung	0.1	2	0.2
	sub total	0.3		0.4
	Total	1		3.05

Sumber : Data yang diolah penulis

Faktor Eksternal (OPPORTUNITY & THREATS)				
	Faktor Strategis (Kolom 1)	Bobot (Kolom 2)	Rating (Kolom 3)	Skor (Kolom 4)
Opportunity	Pemukiman pekerja	0.3	4	1.2
	Dilalui pekerja	0.3	4	1.2
	sub total	0.6		2.4
Threats	Banyak Saingan	0.2	1	0.2
	Jam malam	0.1	2	0.2
	Pandemi	0.1	2	0.2
	sub total	0.4		0.6
	Total	1		3

Sumber : Data yang diolah penulis

Berdasarkan Diagram Kartesius SWOT, Angkringan Sembhurat menunjukkan perhitungan hasil kepada Kuadran I. Yaitu kuadran yang mendukung strategi agresif.



Sumber : Data yang diolah penulis

Dari perhitungan matrik IFAS dan EFAS, penulis mencoba menguraikan hasil tersebut kedalam tabel kombinasi matriks SWOT. Dimana hasilnya Akan lebih membantu untuk mendapatkan Strategy bersaing yang lebih bagus untuk Angkringan Sembhurat.

MATRIKS	IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
EFAS			
Peluang (O)		SO : $2,65 + 2,4 = 5,05$	WO : $0,4 + 2,4 = 2,8$
Ancaman (T)		ST : $2,65 + 0,6 = 3,25$	WT : $0,4 + 0,6 = 1$

Sumber : Data yang diolah penulis

Hasil di atas tersebut pula sekaligus memperkuat diagram Kartesius SWOT Angkringan Sembhurat yang berada di kuadran I. Tabel kombinasi Matrik SWOT ini juga menunjukkan bahwasanya jumlah nilai skor terbesar pada tabel didapat didalam taktik SO yaitu 5,05. Strategy SO (Strengths – Opportunities) ini memanfaatkan seluruh kekuatan buat merebut serta memanfaatkan peluang dengan sebaik-baiknya serta pula sebesar-besarnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Penulis didalam lingkungan internal maupun eksternal pada Angkringan Sembhurat, didapat hasil analisis SWOT berupa faktor kekuatan (Strengths) yaitu variasi produk yang banyak, harga yang terjangkau, produk sehat, serta adanya layanan antar di sekitar . Untuk faktor kelemahan (Weakness) terdiri dari tempat yang sempit, parkir hanya untuk roda dua serta itupun terbatas, disebabkan lokasi Angkringan Sembhurat berada di didalam gang. Faktor peluang (opportunity) yaitu adanya sejumlah pemukiman untuk para pekerja, yang tiap kali menjadikan area jalan Angkringan Sembhurat akses untuk lalu lalang saat beraktifitas. Serta Faktor Ancaman (threat) terdiri ,dari adanya saingan maupun kompetitor di sekitar, adanya Pandemic serta kebijakan pemerintah tentang jam malam.

Penerapan analisis SWOT pun mendapat hasil bahwasanya Angkringan Sembhurat ini berada pada Kuadran I, yaitu bersikap agresif yang juga pada tabs combinations matrik SWOT menerapkan Strategy SO yang menggunakan kekuatan yang dimiliki serta bisa memanfaatkannya. Hal tersebut dapat menjadi kesimpulan, bahwasanya penerapan analisis SWOT tersebut bisa berhasil disebabkan adanya variasi produk yang banyak, harga yang terjangkau, rasa yang enak tanpa melupakan kesehatan dari produk itu sendiri. Serta juga pelayanan antar untuk menutupi ancaman pandemic dengan sesuai kebijakan protokol kesehatan. Hal tersebut sangat didukung dengan banyaknya pemukiman para pekerja di sekitar, serta menjadi tempat lalu lalang para pekerja saat beraktifitas.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, Pratiwi, Sunarti dan M. Kholid Mawardi, 2017, Analisis SWOT pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan.

Astuti, Anissa Mayang Indri, 2020, Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran.

Dimas, Hendika Wibowo, Zainul Arifin dan Sunarti, 2015, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo)

Dina Amalia, 2020, Jenis – jenis Bahan Baku Dalam Industri, Jurnal entrepreneur, Jurnal.id.

Farida, Ida, Achmad Tarmizi dan Yogi November, 2016, Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online, (Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis; Vol 1, no. 1/juni)

Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi, 2016, Teknik Analisis SWOT, Yogyakarta: Quadrant.

HM, Rahmayati, 2015, Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Utara.

Ismaya, 2017, Analisis SWOT Untuk Mengetahui Positioning Perusahaan Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada UD. Rumecko Di Mojokerto, Universitas Bhayangkara Surabaya.

Kartika, 2020, Analisis SWOT Untuk Perusahaan, Jurnal.id.

Martijono, Ricky, dkk, 2016, Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan , Universitas Kristen Petra, Surabaya.

Maya, Siska, 2017, Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Guna Menghadapi Tantangan di Era MEA, (Jurnal: Ekonomika dan Manajemen Vol. 6 no. 2/oktober), hal 160.

Pak Guru, 2020, Pengertian Kerangka Berpikir, Pendidikan.co.id.

Putri, Arum Sutrisni, 2019, Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia, Kompas.com

Purnomo dan Yuswono Hadi, 2018, Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM Es Puter di Kota Malang.

Rangkuti, Freddy, 2018, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI, Cetakan kedua puluh empat, Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama.

Sulfati, Andi, 2018, Efektivitas Pengembangan Usaha Mikro di Indonesia, (Jurnal; Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Vol. 2 no. 2/April) hal 64.

Wicaksono, Arie, 2018, Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri pada PT X di Jakarta.