

PERENCANAAN PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA CV. PUTRA GALUH

¹Nicky Amanda Indriyani, ²Citra Savitri, ³Syifa Pramudita Faddila
¹mn17.nickyindriyani@mhs.ubpkarawang.ac.id, ²citra.savitri@ubpkarawang.ac.id,
³syifa.faddila@ubpkarawang.ac.id
Program Manajemen FEB Universitas Buana Perjuangan Karawang
Korespondensi : citra.savitri@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan pemasaran pada CV. Putra Galuh menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Perusahaan yang bergerak di bidang industri perdagangan ini menjual kapur tohor atau kalsium oksida. Perusahaan ini mengalami penurunan penjualan saat pandemi kemarin, dikarenakan perusahaan hanya mengandalkan penjualannya kepada vendor yang sudah bekerjasama.

Maka dari itu dilakukan penelitian dengan menggunakan metode analisis SWOT, yang diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang timbul di CV. Putra Galuh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan yang dilakukan dengan cara melakukan kerja praktik di CV. Putra Galuh yaitu mengumpulkan informasi, mencatat apa saja kendala yang dihadapi selama kerja praktik itu berlangsung. Kerja praktik yang dilakukan selama periode bulan Februari 2021 sampai dengan bulan April 2021.

Hasil dari penelitian dengan analisis matrik SWOT dapat disimpulkan bahwa CV. Putra Galuh perlu memperluas pangsa pasar untuk meningkatkan penjualan, memperbaiki kualitas produk, meningkatkan jumlah konsumen dengan penjualan, memperbaiki kualitas produk, meningkatkan jumlah konsumen dengan promosi atau semacamnya dan juga menggunakan bahan baku sebaik mungkin untuk meminimalisir kegagalan produksi. Dengan strategi pemasaran yang telah disebutkan perusahaan bisa memperbaiki permasalahan yang dihadapi.

Kata kunci : perencanaan pemasaran, analisis swot, strategi pemasaran

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out marketing planning in CV. Putra Galuh using a SWOT analysis (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). The company engaged in the trade industry sells limestone or calcium oxide. The company has decreased sales during the pandemic yesterday, because the company only relied on sales to vendors who had collaborated.

Therefore, research is carried out using the SWOT analysis method, which is expected to be able to overcome problems that arise in CV. Son of Galuh. The method used in this study is a qualitative descriptive research method. The approach is done by doing practical work on the CV. Putra Galuh is collecting information, recording what are the obstacles faced during the practical work. Practical work carried out during the period from February 2021 to April 2021.

The results of the study with swot matrix analysis can be concluded that CV. Putra Galuh needs to expand market share to increase sales, improve product quality, increase the number of consumers with sales, improve product quality, increase the number of consumers with promotions or the like and also use raw materials as well as possible to minimize production failures. With the marketing strategies that have been mentioned, the company can fix the problems faced.

Keywords : marketing plan, swot analysis, marketing strategy

PENDAHULUAN

Bertahan dimasa pandemi seperti ini bukanlah hal yang mudah, pasalnya bukan hanya umkm saja yang terkena dampak dari pandemi ini melainkan perusahaan atau kemitraan yang memang sudah mempunyai nama pun ikut berjuang ditengah pandemi ini. Bertahan atau mundur setiap pengusaha memiliki pilihan masing – masing. Oleh sebab itu, jika tanpa adanya perencanaan strategi yang matang maka perusahaan harus bisa menerima konsekuensi kegagalan yang akan dihadapi. Membuat perencanaan strategi pemasaran merupakan sebuah awal menuju perubahan, dimulai dari menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal.

Semua strategi memerlukan tinjauan konstan dan dapat berubah dimasa depan. Hal ini terutama disebabkan oleh fakta bahwa kondisi kerangka kerja perusahaan terus berubah baik secara internal maupun eksternal. (Widiyarini & Hunnusalela, 2019). Menurut (Yulianti et al., 2019) Strategi Pemasaran adalah pengambilan keputusan – keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.

Analisis SWOT adalah analisis berbasis logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang pada saat yang bersamaan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). (Rangkuti, 2013) Identifikasi yang bersifat sistematis dari faktor kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan luar

strategi yang menyajikan kombinasi terbaik diantara keempatnya. Menurut (Septiari, 2018) analisis SWOT merupakan pembantu dalam pembuatan strategi untuk lebih memahami bagaimana mengubah kelemahan menjadi kekuatan dengan memanfaatkan kesempatan yang ada dan mengubah ancaman menjadi kesempatan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan.

Analisis SWOT memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi faktor – faktor yang memiliki dampak positif dan negatif pada analisis SWOT, baik didalam maupun diluar organisasi. Peran kunci SWOT adalah untuk meningkatkan kesadaran yang komprehensif dari semua faktor yang dapat mempengaruhi perencanaan strategis dan pengambilan keputusan dan tujuan yang dapat diterapkan pada hampir setiap aspek industri. (Aprianti, 2017)

Beberapa manfaat yang bisa didapat dari Analisis SWOT yaitu sebagai panduan bagi perusahaan untuk menyusun berbagai kebijakan strategis terkait rencana dan pelaksanaan dimasa depan, menjadi bentuk bahan evaluasi kebijakan strategis dan sistem perencanaan sebuah perusahaan, bisa memberikan tantangan ide – ide bagi pihak manajemen perusahaan, bisa memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan. (Suryatama, 2014)

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi

perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan. (Rangkuti, 2013)

Penelitian ini dilakukan di CV. Putra Galuh, perusahaan yang bergerak dibidang industri perdagangan kapur tohor atau kalsium oksida. CV. Putra Galuh ini merupakan perusahaan yang memproduksi kapur tohor yang berbahan baku batu kapur (*limestone*) untuk kemudian menjadi kapur aktif atau kapur tohor ini dikenal sebagai calsium oxyda. Perusahaan ini sudah lama menjadi vendor dari perusahaan keramik, bata hebel dan juga batako.

Ditengah pandemi kemarin perusahaan mengalami penurunan penjualan karena berkurangnya permintaan dari pihak vendor. Hal ini membuat perusahaan harus membuat perencanaan strategi pemasaran agar bisa mengembalikan penjualan di perusahaan sehingga perusahaan bisa tetap menjalankan kegiatan pemasarannya dengan tidak hanya mengandalkan permintaan dari pihak vendor.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, yang merupakan usaha penulis untuk mengumpulkan informasi berdasarkan topik dan pembahasan masalah yang sedang diteliti berdasarkan informasi yang dikumpulkan selama kerja praktek berlangsung. Kegiatan kerja praktek ini berlangsung selama 3 bulan di CV. Putra Galuh dengan metode penelitian deskriptif kualitatif yang digambarkan melalui teks.

Waktu penelitian selama kerja praktek dilaksanakan pada bulan Februari 2021 sampai dengan bulan April 2021. Dengan sasaran penjualan barang di CV. Putra Galuh.

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. (Sugiyono, 2015)

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. (Sugiyono, 2015)

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difaharni, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. (Sugiyono, 2015)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinei. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. (Sugiyono, 2015)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Untuk mengetahui strategi apa saja yang bisa digunakan untuk menunjang keberhasilan CV. Putra Galuh dalam memasarkan produknya maka dilakukannya analisis SWOT yang mengacu pada kata Strengths (Kekuatan Perusahaan), Weaknesses (Kelemahan Perusahaan), Opportunities (Peluang Perusahaan) dan Threats (Ancaman Perusahaan).

	10.000.000,- (tergantung tingkat kerusakannya) itu hanya untuk perbaikan sedangkan untuk membuat yang baru kurang lebih membutuhkan biaya Rp. 40.000.000,-
--	---

Tabel 1 Analisis SWOT

Faktor Internal	
Strengths	Weaknesses
- Tenaga kerja yang berpengalaman dan memiliki keahlian di bidang pembakaran, penambangan batu kapur.	- Peralatan yang digunakan untuk produksi masih menggunakan tungku manual yang mengandalkan SDM.
- Adanya mesin penggiling kapur yang bisa memperoleh hasil produksi sesuai dengan permintaan vendor.	- Polusi udara yang dihasilkan atas proses produksi kapur tohor ini mengganggu aktifitas pengguna jalan karena asap yang dihasilkannya sangat gelap.
- Bahan baku batu kapur (<i>limestone</i>) yang dihasilkan dari pertambangan memiliki tingkat <i>mesh</i> yang relatif tinggi sehingga sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh perusahaan.	- SOP kerja belum dilaksanakan secara baik.
	- Belum menyediakan asuransi untuk meng <i>cover</i> biaya kecelakaan atau kematian meskipun tingkat pekerjaan karyawan sangat beresiko.
	- Biaya perbaikan tungku relatif sangat tinggi sekitar Rp.

Faktor Eksternal	
Opportunities	Threats
- Perusahaan kapur yang masih relatif jarang di Karawang ini.	- Bahan baku yang mulai dibatasi seperti batu kapur yang merupakan hasil penambangan dari batuan gunung kapur.
- Beberapa perusahaan keramik dan bata hebel masih membutuhkan supply kapur tohor yang banyak untuk membantu proses produksinya.	- Adanya komplain dari warga setempat untuk menutup perusahaan karena merugi atas polusi udara yang dihasilkan dari proses produksi.
- Dukungan dari masyarakat dan juga pemerintah karena sebagian penghasilan warga setempat bekerja di perusahaan kapur ini.	- Perlu adanya penyusunan pola penambangan bertanggung jawab terhadap lingkungan agar tidak terjadinya erosi.
- Terjalannya kerjasama antar sesama perusahaan kapur sehingga bisa saling membantu ketika perusahaan membutuhkan orderan banyak tetapi tidak bisa meng <i>cover</i> produksi dalam waktu yang cepat.	

Sumber : Hasil analisis peneliti

Berdasarkan analisis SWOT diatas, maka digambarkan matrik SWOT dengan penjelasan dibawah ini :

Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk, mengefisienkan biaya produksi, memberdayakan karyawan perusahaan, mempererat jalinan kerjasama dengan sesama pengusaha kapur, memperluas pangsa pasar untuk meningkatkan penjualan.

Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) Membangun hubungan baik dengan karyawan, memperbaiki kualitas produk dan menambah tungku, memberikan pelatihan kepada karyawan.

Strategi ST (*Strengths-Threats*) mengimbangi kebutuhan bahan baku yang diperlukan, merespon dan menangani komplain dari warga setempat, membuat perjanjian antara perusahaan dengan penambang, meningkatkan jumlah konsumen dengan promosi atau semacamnya.

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) membuat cerobong asap agar polusi udara tidak langsung ke jalanan menghalangi penglihatan pengendara motor atau mobil, menggunakan bahan baku sebaik mungkin untuk meminimalisir kegagalan produksi.

Analisis faktor internal dan eksternal yang dilakukan dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk mengetahui sejauh mana mereka berinteraksi satu sama lain.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Setelah dilakukan beberapa analisis untuk penelitian ini, perusahaan bisa memperbaiki beberapa faktor – faktor baik itu secara internal maupun eksternal. Untuk bisa memperbaiki penjualan yang ada di CV. Putra Galuh, perusahaan bisa mulai memperbaikinya lewat produksi dan juga bahan baku yang digunakan seperti yang sudah dijelaskan didalam matrik swot. Beberapa pilihan alternatif strategi pemasaran yang bisa digunakan oleh CV. Putra Galuh seperti memperluas pangsa pasar untuk meningkatkan penjualan, memperbaiki kualitas produk, meningkatkan jumlah konsumen dengan promosi atau semacamnya dan juga menggunakan bahan baku sebaik mungkin untuk meminimalisir kegagalan produksi.

Bagi peneliti selanjutnya bisa menggunakan strategi pemasaran yang lain agar hasil dari penelitiannya sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianti, E. (2017). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Studi pada PT. Pasific Motor 1 Cikarang,. In *Skripsi* (p. 29). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Septiari, E. D. (2018). *Perencanaan Strategi Pemasaran Batik di Prawirotaman Menggunakan Analisis SWOT*. *September*, 5–6.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*

Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (22nd ed.). Alfabeta.

Suryatama, E. (2014). *Lebih memahami Analisis SWOT dalam Bisnis*. Kata Pena.

Widiyarini, & Hunnusalela, Z. F. (2019). *Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QPSM dalam Peningkatan Penjualan PT. Primavista Solusi*. 5(4), 384–397.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.