

**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI DAN MENGADAPI PERSAINGAN
(Studi Kasus Pada Gemilang Art Glass Di Modo)**

Zulkifli Lubis
Kemal Farouq Mauladi
Mohammad Rizal Nur Irawan
Universitas Islam Lamongan
Email : zulkiflilubis@unisla.ac.id, kemalfarouqmauladia@unisla.ac.id,
mohammadrizalnurirawan@unisla.ac.id

ABSTRACT

Appropriate marketing strategies are needed to increase sales and achieve the goals of a company. This research was conducted to determine marketing strategies using SWOT analysis so that a company is able to maintain its existence and face competition and what is the most appropriate strategy that can be applied to a company. The research was conducted at Gemilang Art Glass Company in Modo. From the results of the SWOT analysis showed that the strength (strength) 3.66, and weakness (weakness) 0.76, opportunity (opportunity) 2.86, and the threat (threat) 1.28. From the SWOT diagram above can be seen from the difference in strength (strength) and weakness (weakness) score higher strength (strength) with a difference (+) 2.9, while the difference in the opportunity (opportunity) and threat (threat) score value is higher the opportunity (opportunity) with a difference (+) 1.58. So that it clearly shows that Gemilang Art Glass has been dealing with the right path by continuing to carry out aggressive strategies to increase sales. Based on the above results it can be concluded that an aggressive strategy that can be done is the S-O strategy. The strategy includes improving quality and service so that consumers feel satisfied and comfortable and attract new customers, increase company capacity by utilizing the ability of teamwork and company experience to reach potential markets, provide information about new products to consumers by using internet technology, and by treating employees well and establish a sense of brotherhood will make employees always professional and disciplined in carrying out the work.

Keywords: marketing strategy, swot, maintain existence and face competition

ABSTRAK

Strategi pemasaran yang tepat guna dibutuhkan untuk meningkatkan penjualan dan mencapai tujuan suatu perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT agar sebuah perusahaan mampu mempertahankan eksistensi dan menghadapi persaingan serta strategi apa yang paling tepat yang dapat diterapkan pada sebuah perusahaan. Penelitian dilakukan di Perusahaan Gemilang Art Glass di Modo. Dari hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan (strength) 3,66, dan kelemahan (weakness) 0,76, peluang (opportunity) 2,86, dan ancaman (threat) 1,28. Dari diagram SWOT diatas bisa dilihat dari selisih kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) nilai skor lebih tinggi kekuatan (strength) dengan selisih (+) 2,9, sedangkan selisih peluang (opportunity) dan ancaman (threat) nilai skor lebih tinggi peluang (opportunity) dengan selisih (+) 1,58. Sehingga sangat jelas menunjukkan bawasannya Gemilang Art Glass telah beradapan dengan jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi agresif guna meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil di atas dapat diambil kesimpulan bahwa strategi agresif yang dapat dilakukan yaitu dengan strategi S-O. Strategi tersebut meliputi meningkatkan kualitas dan pelayanan agar konsumen merasa puas dan nyaman serta menarik konsumen baru, meningkatkan kapasitas perusahaan dengan memanfaatkan kemampuan kerja sama tim dan pengalaman

perusahaan untuk meraih pasar potensial, memberikan informasi mengenai produk baru kepada konsumen dengan menggunakan teknologi internet, dan dengan memperlakukan karyawan dengan baik serta menjalin rasa persaudaraan akan membuat para karyawan selalu profesional dan disiplin dalam menjalankan pekerjaan.

Kata Kunci: *strategi pemasaran, swot, mempertahankan eksistensi dan menghadapi persaingan*

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran atau dalam dunia ilmu komunikasi biasa disebut strategi komunikasi pemasaran memegang peranan penting terhadap keberlangsungan sebuah bidang usaha. Sunyoto, (2015) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, didalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan. Persaingan dalam industri kerajinan kaca polos atau grafir dan alumunium menuntut pengusaha harus dapat berkompetisi dalam meningkatkan kualitas hasil produksi dalam memenuhi kebutuhan permintaan pasar secara tepat waktu, sehingga perusahaan harus melakukan perbaikan secara berkesinambungan untuk dapat bersaing dan mempertahankan eksistensi perusahaan dalam pasar. Eksistensi industri kecil maupun besar dilihat dari adanya pengaruh industri tersebut terhadap lingkungan sekitar. Eksistensi bisa menjadi nilai yang sangat penting karena eksistensi merupakan sebuah pembuktian akan hasil kerja individu atau perusahaan didalam suatu lingkungan Menurut Zaenal (2014).

Perancangan sistem kerja yang baik sangat penting untuk dilakukan, sehingga tercipta sistem kerja yang ergonomis. Ergonomi yaitu suatu bidang ilmu yang mempelajari informasi-informasi pada manusia mengenai sifat, kemampuan, dan keterbatasan manusia dalam merancang sistem kerja sehingga dapat tercipta lingkungan kerja yang baik dan mencapai tujuan yang diinginkan melalui pekerjaan itu dengan

efektif, aman dan nyaman. Perbaikan secara berkesinambungan dalam meningkatkan produktivitas perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor diantaranya yaitu pemanfaatan sumber daya, peralatan dan teknologi, dan lingkungan kerja. Selain faktor-faktor tersebut agar produktivitas kerja meningkat maka diperlukan analisis terhadap waktu kerja dan eliminasi gerakan-gerakan yang tidak memberikan nilai tambah.

Usaha kaca polos atau grafir dan alumunium merupakan salah satu pemberdaya usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang dimana usaha produktif yang memiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Usaha kaca polos atau grafir dan alumunium merupakan salah satu agenda pembangunan Indonesia dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pengembangan UMKM di harapkan dapat menyerap kesempatan kerja sekaligus meningkatkan pendapatan pelakunya. Usaha kaca polos atau grafir dan alumunium sebagai usaha yang memiliki nilai seni yang cukup tinggi. Dalam rangka memenuhi permintaan kaca polos atau grafir dan alumunium yang semakin melonjak.

Perkembangan Usaha kaca polos atau grafir dan alumunium tidak bisa lepas dari keadaan sosial ekonomi yang masih kurang memadai dilihat dari segi pendapatan dan pengeluaran. Peningkatan kesejahteraan penduduk dapat dilakukan apabila pendapatan penduduk mengalami peningkatan yang cukup hingga mampu memenuhi kebutuhan dasar untuk kehidupannya. Pemilik usaha kaca polos atau grafir dan alumunium

melakukan pekerjaan dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan demi kebutuhan hidup. Untuk pelaksanaannya diperlukan beberapa perlengkapan di pengaruhi oleh banyak faktor guna mendukung keberhasilan kegiatan, faktor yang mempengaruhi pendapatan dan usaha kaca polos atau grafir dan alumunium meliputi sektor sosial dan ekonomi yang terdiri dari besarnya modal, jumlah tenaga kerja, pengalaman kerja, teknologi. Pendapatan usaha kaca polos atau grafir dan alumunium berdasarkan besar kecinya kemampuan produksi sehingga semakin besar modal dan usaha semakin besar pula kemampuan usaha tersebut, akan tetapi sekalipun industri kaca polos atau grafir dan alumunium ini didukung dengan modal usaha yang besar akan tetapi tidak didukung tenaga kerja yang berpengalaman. Sebagaimana kita ketahui bahwa dalam teori faktor produksi, jumlah output/produksi sangat berkaitan pendapatan produksi. Hal ini berarti dengan adanya modal usaha maka usaha kaca polos atau grafir dan alumunium dapat memproduksi sesuai dengan modal kerja tersebut. Makin besar modal kerja maka makin besar pula peluang pendapatan dan produksi kaca polos atau grafir dan alumunium.

Gemilang Art Glass merupakan usaha yang memproduksi barang dari bahan kaca polos atau grafir dan alumunium dan juga merupakan salah satu komoditi hasil kerajinan tangan yang mempunyai peran cukup penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan Gemilang Atr Glass juga mempunyai cara untuk mempertahankan eksistensi dengan cara menjadi solusi total bagi permasalahan para konsumen. Ketika telah berhasil merebut kepercayaan para konsumen maka selanjutnya meningkatkan loyalitasnya dengan memenuhi kebutuhan yang di cari oleh konsuen. Mengikuti perkembangan pasar untuk mempertahankan kesuksesan bisnis. Mengikuti perkembangan trend pasar yang diminati para konsumen. Dengan mengikuti perkembangan trend terbaru

maka kita bisa mengetahui minat para konsumen saat ini dan berusaha memenuhinya untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Semakin sering kita melakukan inovasi maka semakin besar pula peluang yang kita ciptakan untuk memenangkan persaingan pasar.

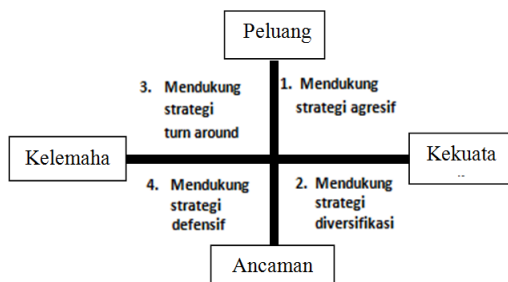
Laju pertumbuhan para pesaing perlu diamati agar pelaku usaha bisa mengetahui seberapa besar ancaman yang ada di sekitarnya dan strategi apa yang bisa kita gunakan agar bisnis kita tidak tenggelam di tengah gempuran persaingan yang ada. Ketika pergerakan para pesaing telah diketahui maka secara tidak langsung akan termotivasi untuk mencari ide-ide baru dan menciptakan inovasi produk yang unik guna mengatasi ancaman kompetitor yang semakin sengit rencana bisnis. Dan dampaknya juga lebih fokus untuk mengembangkan usaha. Ketika dikelilingi para pesaing maka tidak takut dan berusaha untuk menentukan satu prioritas utama yang menjadi target bisnis baik untuk rencana jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan menentukan prioritas utama yang ingin dicapai maka secara tidak langsung kita bisa lebih fokus membawa bisnis tersebut semakin ke depan dan meninggalkan para pesaing kita. Strategi tersebut cukup efektif untuk mempererat hubungan dengan para konsumen dengan memberikan total solution bagi permasalahan yang mereka hadapi dan tentunya konsumen pun semakin enggan untuk berpaling ke produk yang lain. Oleh karenanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apakah yang terbaik yang dapat digunakan untuk mempertahankan eksistensi dan menghadapi persaingan lawan terhadap UMKM Gemilang Art Glass di Modo.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian penulis merupakan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT yang dimaksud analisis SWOT adalah merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan) dan

Weaknees (kelemahan) lingkungan internal dan *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) lingkungan eksternal dalam dunia bisnis (Rangkuti, 2014), Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan cara menganalisis faktor eksternal berupa peluang dan ancaman serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2016) adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang bekerja di Gemilang Art Glass dan konsumen Gemilang Art Glass. Sedagkan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan tehnik *purposive sampling* yaitu pemilik, semua karyawan dan 10 kosumen Gemilang Art Glass. Metode penelitian data yang dilakukan yaitu dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Analisis data yang digunakan adalah dengan melakukan analisis IFAS *Internal Factor Analysis Summry*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)



Sumber : Rangkuti (2017)
Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

HASIL

Dari proses pengumpulan data yang telah dilakukan penelitian pada lokasi penelitian dan dari sumber-

sumber lain yang relevan dengan menggunakan metode-metode pengumpulan data yang telah ditentukan sebelumnya didapatkan data-data yang diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Setelah dilakukan pengkajian terhadap produk Gemilang Art Glass diperoleh faktor-faktor yang menjadi pendukung/kekuatan berkembangnya produk. Faktor kekuatan tersebut berasal dari dua sumber yaitu internal, artinya berasal dari keberadaan Gemilang Art Glass itu sendiri dan faktor eskternal, yaitu berasal dari aspek diluar keberadaan Gemilang Art Glass tersebut atau berasal dari aspek-aspek lain yang mendukung aspek internal tersebut, faktor-faktor kekuatan tersebut antara lain:

- a. Gemilang Art Glass yang sudah dikenal masyarakat Gemilang Art Glass adalah perusahaan yang memproduksi barang dari bahan kaca polos atau grafir dan alumunium dan perusahaan ini sudah berdiri sekitar 5 tahun yang lalu awal mulai berdirinya tahun 2014, bukan hanya pengalaman yang dimiliki tapi juga kualitas dan pelayanan yang membuat perusahaan ini dikenal masyarakat luas terutama di kecamatan Modo. Salah satu nilai lebih atau keunggulan yang dimiliki Gemilang Art Glass adalah proses pelayanan yang tepat waktu dan harga sesuai dengan kualitas dan tingkat kesulitan barang yang diinginkan pelanggan sehingga karyawan perlu telaten dalam proses pembuatan barang yang diinginkan pelanggan, Dan disitu juga yang membuat Gemilang Art Glass sampai saat ini memiliki pelanggan yang dikenal masyarakat luas, Sejak awal berdiri Gemilang Art Glass sudah memberikan pelayanana dan kualitas produk yang terbaik bagi para pelanggannya.
- b. Produk yang berkualitas

Gemilang Art Glass merupakan perusahaan yang dalam proses produksinya menggunakan mesin modern sehingga produk yang dihasilkan tidak perlu diragukan lagi kualitasnya.

c. Pelayanan yang berkualitas

Demi memberikan pelayanan yang prima dan memuaskan konsumen Gemilang Art Glass memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas sehingga produk yang diinginkan oleh pelanggan selesai tepat waktu dan harga sesuai dengan kualitas dan tingkat kesulitan pengerjaan barang yang diinginkan pelanggan, sehingga karyawan perlu telaten dalam proses pembuatan barang yang diinginkan pelanggan. Dimana Gemilang Art Glass mempunyai karyawan yang berkualitas dan memiliki pengalaman bekerja pada bidang yang sama yaitu dalam pembuatan kaca polos dan alumunium.

d. Delivery barang yang tepat waktu

Gemilang Art Glass bukan hanya memberikan pelayanan yang baik tapi juga memperhitungkan proses waktu dan pengiriman yang tepat dimana salah satu keberhasilan dan kesuksesan Gemilang Art Glass adalah kepercayaan.

e. Harga yang murah tetapi berkualitas

Berdasarkan analisis pada perusahaan, Gemilang Art Glass memberikan harga murah bagi konsumen dan kualitas produk yang bagus dimana strategi itu sudah diterapkan saat awal perusahaan berdiri dan sampai saat ini masih diterapkan dan berhasil menarik para konsumen. Dengan menerapkan harga yang murah dengan produk yang berkualitas Gemilang Art Glass memiliki banyak keuntungan lain yakni tempat yang strategis sehingga mudah di akses.

f. Hubungan Pemimpin dengan para karyawan yang baik

Untuk membangun hubungan yang harmonis antara pimpinan dan karyawan membutuhkan banyak kecerdasan, mulai dari kecerdasan intelektual, emosional, spiritual, kecerdasan komunikasi dan kecerdasan tanggung jawab. Pimpinan berfungsi untuk mengkoordinasi semua kekuatan organisasi untuk mencapai visi, misi, strategis, dan tujuan organisasi, sedangkan karyawan berfungsi membantu tanggung jawab pimpinan dengan sepenuh hati agar visi, misi, strategis, dan tujuan organisasi dapat diwujudkan sesuai rencana dan harapan. Persoalannya, sering sekali pimpinan dan karyawan tidak selalu mampu menyatu dan mencair dalam satu kekuatan yang utuh pasti dalam meraih semua impian organisasi. Gemilang Art Glass terutama pimpinan memperlakukan para karyawan seperti saudara sendiri dimana hubungan dalam suatu organisasi/perusahaan sangat mempengaruhi proses produksi dan menjadi kekuatan khusus yang dimiliki perusahaan.

Beberapa kondisi yang menjadi indikator kelemahan (*weaknesses*) produk Gemilang Art Glass, diantaranya:

a. Tidak begitu banyak kegiatan promosi terhadap pelanggan baru.

Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan peran informasi bernilai biaya, baik untuk merk yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat-manfaat baru dari merk yang telah

ada. Dengan mengetahui kualitas produk yang diberikan kepada konsumen maka secara tidak langsung akan memberikan informasi ke pelanggan-pelanggan baru.

b. Harga komponen mesin yang mahal
Gemilang Art Glass dalam kegiatan produksi menggunakan mesin serba modern sehingga perlu perawatan khusus terhadap mesin agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan berjalan terus menerus kegiatan produksi.

Dengan ciri dan karakter yang melekat pada keberadaan Gemilang Art Glass jaya dimasyarakat senantiasa menciptakan peluang baginya untuk terus berkembang. Diantara peluang-peluang tersebut adalah:

a. Gemilang Art Glass memiliki pelanggan-pelanggan tetap
Gemilang Art Glass yang memiliki pengalaman, kurang lebih 5 tahun melayani permintaan konsume dan memiliki pelanggan-pelanggan tetap dimana kebanyakan pelanggan tersebut dari sekitar kecamatan Modo sendiri karena mengetahui Gemilang Art Glass memiliki produk kualitas yang bagus.

b. Masih terbukanya banyak peluang karena adanya pelanggan yang potensial. Pelanggan yang potensial diperoleh melalui sistem pemasaran dan *relative value* yang berupa nilai produk yang ditawarkan yang seimbang dengan harga yang harus dibayar pelanggan. Selain itu, pertumbuhan pelanggan juga dapat didorong dengan adanya mekanisme pemasaran dari mulut ke mulut. Konsep *relative value*, juga dapat dikembangkan pada sumber daya potensial lainnya,

misalnya penghargaan terhadap karyawan atas prestasinya dalam perusahaan. Dengan memberikan pelayanan dan kualitas produk kepada para konsumen sehingga konsumen puas, dengan demikian secara tidak langsung akan memberikan informasi kepada calon-calon konsumen baru yang akan menjadi konsumen kedepan.

c. Terjadinya pengembangan internet yang bertujuan meningkatkan komunikasi dengan *klien* dan pemasok yang akan membantu meningkatkan penjualan.

Untuk mendapatkan klien atau pelanggan baru dan menciptakan basis klien tidak selalu dapat diperoleh dengan mudah. Internet merupakan salah satu alternative wadah yang tepat untuk dijadikan sebagai tempat untuk basis pertemuan jutaan orang diseluruh dunia. Dengan demikian untuk mendapatkan pelanggan baru lebih mudah dengan adanya kelompok yang besar di internet tersebut. Internet memberikan informasi mengenai produk yang dihasilkan Gemilang Art Glass.

Berdasarkan observasi dan wawancara terhadap beberapa konsumen Gemilang Art Glass ancaman-ancaman yang mungkin saja terjadi diantaranya:

a. Banyaknya pesaing yang dekat dengan perusahaan
Persaingan antar perusahaan merupakan hal yang wajar terjadi, karena suatu produk yang ditawarkan oleh satu perusahaan sangat memungkinkan ditawarkan pula oleh perusahaan lain, dengan tipe dan karakteristik yang *relative* sama. Apalagi masing-masing perusahaan tersebut takhenti-hentinya berupaya untuk senantiasa meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya, Namun perlu kita ingat, bahwa sumberdaya dan kapabilitas

perusahaan sangat dimungkinkan berbeda dari satu dengan yang lain. Berdasarkan penelitian bahwa disekitar juga terdapat usaha kaca polos atau granfir dan almunium yang membuat Gemilang Art Glass mengalami penurunan tingkat produksi sehingga pesaing-pesaing tersebut akan menjadi ancaman yang serius bagi perusahaan.

b. Pesaing yang memiliki kapasitas dan daya jangkau yang luas

Berdasarkan penelitian bahwa pada perusahaan-perusahaan yang menjadi pesaing bagi Gemilang Art Glass, mereka memiliki kemampuan yang lebih baik dan daya jangkau pasar yang luas. Selama ini penentuan media promosi di Gemilng Art Glass dilakukan manajemen secara manual dengan menggunakan standarisasi penentuan yang telah ditetapkan perusahaan. Hal ini banyak mempunyai kekurangan antara lain dalam hal efektifitas dan efisiensi waktu serta dana yang disediakan perusahaan untuk promosi suatu produk. Apabila terjadi kesalahan dan pemilihan media promosi, dimana daya jangkau dari media promosi yang dipilih tidak sesuai dengan sasaran perusahaan, maka akan merugikan perusahaan itu sendiri.

c. Harga bahan baku yang fluktuatif

Jika terjadi kenaikan harga, produsen sering mendapat kesulitan bahkan mungkin terjadi kerugian. Bagi perusahaan pengolah bahan mentah atau bahan setengah jadi, Masalah yang timbul berhubungan dengan bahan baku. Bahan baku merupakan hal terpenting dalam proses produksi, mahalnya bahan baku membuat produsen harus

befikir ulang tentang biaya produksi dan laba yang akan didapat. Semakin melonjak pula harga produksi. Dengan keadaan seperti itu, produsen harus pintar-pintar memutar otaknya untuk memikirkan bagaimana cara untuk mengatasi masalah.

d. Pelanggan yang memiliki kepekaan terhadap harga dapat pindah kepesaing yang menawarkan harga murah.

Harga menjadi pertimbangan yang penting karna harga yang merupakan bagian yang sangat peka bagi konsumen. Konsumen melihat harga sebagai faktor yang harus disesuaikan yang dimiliki. Agar harga dapat memberikan keuntungan yang optimum maka dalam menetapkan harga suatu produk. Kepekaan pelanggan terhadap suatu produk itu biasanya bisa dilihat dari laju pembelian dan jumlah pembelian, di mana semakin tinggi harga suatu barang maka pelanggan cenderung membeli produk lain yang lebih murah atau dengan mengurangi jumlah barang yang dibeli. Dan sebaliknya semakin menurunnya harga pelanggan membeli produk dengan jumlah yang lebih dari biasanya. Hal ini menyebabkan produsen sulit bersaing dengan perusahaan besar yang mampu memberikan pelayanan dan harga yang lebih murah.

Setelah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Gemilang Art Glass. Berikut akan dianalisis terhadap faktor-faktor tersebut untuk mendapatkan gambaran lebih lanjut mengenai kondisi pada produk Gemilang Art Glass pada masyarakat sehingga dapat ditentukan strategi dan langkah-langkah yang dapat diterapkan dimasa-masa mendatang.

Tabel 1. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Strategi Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot dan Rating	Komentar
Kekuatan (<i>Strenght</i>)				
1. Gemilang Art Glass yang sudah dikenal Masyarakat	0,14	4	0,56	Karena mengutamakan kepuasan konsumen
2. Produk yang berkualitas	0,14	4	0,56	Inovasi yang terus dikemangkan untuk menarik konsumen
3. Pelayanan yang berkualitas	0,13	4	0,52	Upaya yang dilakukan agar konsumen puas
4. Delivery barang yang tepat waktu	0,12	3	0,36	Merupakan salah satu pelayanan yang dilakukan Gemilang Art Glass
5. Harga yang murah tetapi berkualitas	0,12	3	0,36	Produk yang dibuat Gemilang Art Glass Cukup diminati konsumen
6. Hubungan Pemimpin dengan para karyawan yang baik	0,13	4	0,52	Membuat karyawan nyaman dan kinerjanya semakin bagus sehingga dapat mencapai visi, misi tujuan perusahaan
Subtotal	0,78		2,88	
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1. Tidak begitu banyak kegiatan promosi terhadap pelanggan baru	0,09	3	0,27	Produk yang diperjualakan sulit laku dan jarang diketahui konsumen
2. Harga komponen mesin yang mahal	0,10	3	0,3	Gemilang Art Glass harus se efisien mungkin dalam memelihara mesin dan peralatan yang telah dimiliki
Subtotal	0,19		0,57	
Total	0,97		3,45	

Sumber : data diolah

Dari hasil analisis faktor internal pada tabel 1 IFAS, Kekuatan (*Strenght*) memiliki total nilai skor 2,88, sedangkan Kelemahan (*Weakness*) memiliki total nilai skor 0,57. Sehingga total nilai

IFAS yakni 3,45. Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 2. EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

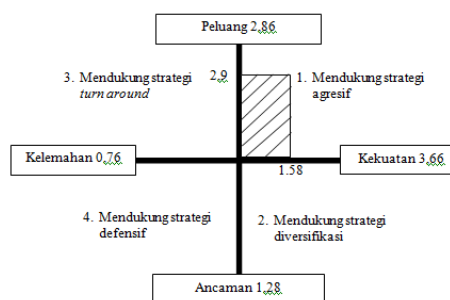
Strategi Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot dan Rating	Komentar
----------------------------------	-------	--------	------------------	----------

Peluang (<i>Opportunities</i>)					
1.	Gemilang Art Glass memiliki pelanggan-pelanggan tetap	0,22	4	0,88	Menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen
2.	Masih terbukanya banyak peluang karna adanya pelanggan yang potensial	0,20	4	0,8	Identifikasi produk dan targeting pelanggan potensial
3.	Terjadinya pengembangan internet	0,19	3	0,57	Peluang untuk mempromosikan produk yang dibuat agar lebih dikenal masyarakat
Subtotal		0,61		2,25	
Ancaman (<i>Threath</i>)					
1.	Banyaknya pesaing yang dekat dengan perusahaan	0,08	2	0,16	Banyaknya pesaing justru menjadi refensi untuk terus berinovasi
2.	Pesaing yang memiliki kapasitas dan daya jangkau yang luas	0,09	3	0,27	Strategi dalam bersaing harus ditinggkatakan lagi
3.	Harga bahan baku yang flukuatif	0,11	3	0,33	Membuat produksi belum menunjukkan peningkatan
4.	Pelanggan yang memiliki kepekaan terhadap harga dapat pindah ke pesaing yang menawarkan harga murah	0,08	2	0,16	Komitmen yang tinggi terhadap kualitas
Subtotal		0,36		0,92	
Total		0,97		3,17	

Sumber : data diolah

Dari hasil analisis EFAS pada tabel 2, maka Peluang (*Opportunities*) memiliki total nilai skor 2,23, sedangkan Ancaman (*Threath*) memiliki total nilai 0,92. Sehingga total nilai faktor eksternal yakni 3,17. Dari hasil faktor internal (IFAS) dan faktor eksternal (EFAS), maka dapat dirinci nilai skor sebagai berikut: Kekuatan (*Strenght*) memiliki total nilai skor 3,66, Kelemahan (*Weakness*) memiliki total nilai skor 0,76, Peluang (*Opportunity*) memiliki total nilai skor 2,86, dan Ancaman (*Threath*) memiliki total nilai 1,28. Maka dapat diketahui skor Kekuatan (*Strenght*) di atas Kelemahan (*Weakness*) selisih (+) 2,9. Sedangkan nilai skor Peluang (*Opportunity*) di atas Ancaman (*Threath*) selisih (+) 1,58. Dari identifikasi faktor-faktor tersebut

maka dapat diperoleh diagram SWOT di bawah ini:



Sumber : data diolah

Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

Dari skor analisis SWOT kekuatan (*strenght*) 3,66, kelemahan (*weakness*) 0,76, peluang (*opportunity*) 2,86, an ancaman (*threath*) 1,28. Dari diagram SWOT di atas bisa dilihat dari selisih kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*) nilai skor lebih

tinggi kekuatan (*strength*) dengan selisih (+) 2,9, Sedangkan selisih peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) nilai skor lebih tinggi peluang (*opportunity*) dengan selisih (+) 1,58. Sehingga sangat jelas menunjukkan bawasanya Gemilang Art Glass telah berada pada jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi agresif guna meningkatkan penjualan.

Selanjutnya untuk menyusun formulasi alternatif-alternatif strategi Gemilang Art Glass mempergunakan matrik SWOT. Alternatif-alternatif strategi disusun berdasarkan interaksi atas faktor internal dan eksternal perusahaan untuk memperoleh strategi pemasaran.

Berdasarkan analisis tersebut diatas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut:

a) Mendukung strategi S-O (mendukung strategi *agresif*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikir perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-sebesaranya. Strategi S-O yang ditempuh oleh Gemilang Art Glass yaitu:

1. Meningkatkan kualitas dan pelayanan agar konsumen merasa puas dan nyaman serta menarik konsumen baru.
2. Meningkatkan kapasitas perusahaan dengan memanfaatkan kemampuan kerja sama tim dan pengalaman perusahaan untuk meraih pascapotensial.
3. Memberikan informasi mengenai produk baru kepada konsumen dengan menggunakan teknologi internet .

4. Dengan memperlakukan karyawan dengan baik serta menjalin rasan persaudaraan akan membuat para karyawan selalu profesional dan disiplin dalam menjalankan pekerjaan

b) Mendukung strategi S-T (mendukung strategi *diversifikasi*). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST ditempuh oleh Gemilang Art Glass yaitu:

1. Gemilang Art Glass yang sudah dikenal masyarakat akan memberikan nilai positif bagi perusahaan sehingga konsumen-konsumen tetap setia menjadi pelanggan.
2. Meningkatkan kualitas, layanan antar jemput serta memperluas daya jangkau sampai keluar kota dengan promosi dan layanan internet.
3. Meningkatkan promo dengan prinsip “harga murah berkualitas” untuk meraih pelanggan sebanyak-banyaknya.
4. Menjamin kualitas produk yang sempurna dengan mengecek secara manual dengan harga murah agar konsumen tidak pindah kepesaing.

c) Mendukung strategi W-O (mendukung strategi *turn around*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang ditempuh oleh Gemilang Art Glass yaitu:

1. Dengan lebih meningkatkan promosi lewat internet akan memberikan

informasi kepada konsumen baru.

2. Merekrut karyawan khusus untuk rutin melakukan maintenance untuk menghasilkan produk berkualitas agar produk tidak cacat serta mampu bersaing dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

d) Mendukung strategi W-T (mendukung strategi *defensive*). Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalakan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi W-T ditempuh oleh Gemilang Art Glass yaitu:

1. Menambah jumlah karyawan pemasaran yang bertugas untuk datang langsung ke konsumen.
2. Menekan adanya barang yang cacat untuk menghasilkan harga produk yang berkualitas dan murah.
3. Membuat situs website perusahaan untuk memperkenalkan produk-produk kepada konsumen.
4. Memberikan pelatihan khusus kepada karyawan tentang penguasaan mesin produksi.

Dari empat kemungkinan alternatif strategi yang diperoleh di atas, strategi yang paling tepat digunakan oleh Gemilang Art Glass guna tetap meningkatkan penjualan yaitu perumusan strategi yang efektif akhirnya diperoleh adalah strategi S-O yaitu strategi dengan menggunakan *Strength* untuk memanfaatkan *Opportunities* yang dimiliki perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Dari skor analisis SWOT kekuatan (*strength*) 3,66, kelemahan (*weakness*)

0,76, peluang (*opportunity*) 2,86, ancaman (*threat*) 1,28. Dari diagram SWOT di atas bisa dilihat dari selisih kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) nilai skor lebih tinggi kekuatan (*strength*) dengan selisih (+) 2,9, Sedangkan selisih peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) nilai skor lebih tinggi peluang (*opportunity*) dengan selisih (+) 1,58. Sehingga sangat jelas menunjukkan bawasanya Gemilang Art Glass telah berada pada jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi agresif guna meningkatkan penjualan. Strategi yang paling tepat digunakan oleh Gemilang Art Glass yang dapat meningkatkan penjualan adalah strategi SO yaitu strategi dengan menggunakan kekuatan (*Strength*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunities*) yang dimiliki perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Rangkuti, Freddy, 2015, SWOT Balanced Scorecard, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy, 2016, Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Edisi Dua puluh Dua, Cetakan Keduapuluh Dua. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2015. Perilaku Konsumendan Pemasaran. Yogyakarta : CAPS.
- Zaenal, Abidin, 2014. Analisis Eksistensi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Skripsi, Tesis dan Disertasi

- Badriyah, N. (2010). Pengaruh Karakteristik Individu, Sikap

dan Persepsi terhadap Perilaku Kewirausahaan (Studi pada Industri Kecil Kerajinan Tangan dan Handycraft di Kabupaten Lamongan) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Efendi, Y., & Hartono, J. (2010). Strategi peningkatan peran Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lamongan dalam pembiayaan usaha kecil dan menengah (UKM) di Kabupaten Lamongan (Doctoral dissertation, [Yogyakarta]: Universitas Gadjah Mada).