

STRATEGI PROGRESIF DALAM MENINGKATAN DAYA SAING USAHA KELAPA TUA UD RUSBANDI DI KECAMATAN BANJARMASIN BARAT KOTA BANJARMASIN

Surti¹ & Zainal Helmi²

^{1,2}Universitas Achmad Yani Banjarmasin

e-mail: surti.uay@gmail.com

Abstract: Implementing the right marketing strategy is one way for companies to increase sales so they can win business competition. Companies must focus internally on serving customers regarding their needs and expectations consumers want. The form of service can be in the form of providing discounts to improve product quality. However, UD Rusbandi, which operates in the field of selling old coconuts, apart from being related to customer service, also has challenges in terms of facing competitors who offer more attractive prices for customers. Apart from that, UD Rusbandi's marketing area is still limited compared to its competitors, which also poses a threat to the sustainability of this business. So, a progressive strategy is needed to maintain the company's existence amidst the onslaught of competitors.

Keywords: *Progressive Strategy, Swot Analysis, Marketing Strategy, Business Competitiveness*

Abstrak: Menerapkan strategi pemasaran yang tepat merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan sehingga mampu memenangkan persaingan bisnis. Perusahaan harus fokus secara internal melayani pelanggan mengenai kebutuhan dan harapan yang diinginkan konsumen. Bentuk pelayanan ini dapat berupa pemberian diskon hingga meningkatkan kualitas produk. Namun UD Rusbandi yang bergerak di bidang penjualan kelapa tua selain terkait dengan pelayanan pelanggan juga mempunyai tantangan dalam menghadapi kompetitor yang menawarkan harga lebih menarik bagi pelanggan. Selain itu, wilayah pemasaran UD Rusbandi yang masih terbatas dibandingkan kompetitor juga menjadi ancaman bagi keberlangsungan usaha ini. Maka diperlukan strategi progresif untuk mempertahankan eksistensi perusahaan di tengah gempuran pesaing.

Kata kunci: *Strategi Progresif, Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Daya Saing Usaha*

PENDAHULUAN

Perkembangan daya saing antar perusahaan semakin tinggi menuntut setiap perusahaan harus mampu mempertahankan eksistensinya dengan berbagai cara seperti meningkatkan kualitas produk, tempat penjualan yang strategis, harga yang bersaing dan memperluas jangkauan pemasaran. Suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya harus memiliki strategi- strategi yang tepat untuk digunakan dalam usahanya. Menurut Gultinan dan Gordon (2019) dalam Sunyoto (2019:2) bahwa strategi pemasaran diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pasar target tertentu. Strategi pemasaran memiliki peranan sangat penting untuk keberhasilan usaha di bidang pemasaran khususnya. Strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar serta lingkungan pasar tersebut.

Strategi pemasaran harus dilakukan dengan perencanaan yang matang dan komprehensif. Perencanaan di definisikan sebagai suatu proses berkesinambungan yang mencakup keputusan-keputusan atau pilihan alternatif penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dimasa mendatang (Surti, 2018). Dengan demikian, strategi pemasaran harus bisa memberikan gambaran yang jelas juga terarah tentang apa yang akan dilakukan dalam menggunakan setiap peluang. Salah satu strategi yang banyak digunakan yaitu strategi bauran pemasaran. Menurut Swastha (1999:74) mengemukakan bahwa bauran pemasaran (marketing mix) merupakan variabel-variabel yang dipakai untuk perusahaan sebagai sarana untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen. Variabel-variabel yang terdapat di dalamnya adalah produk, harga, distribusi, dan promosi.

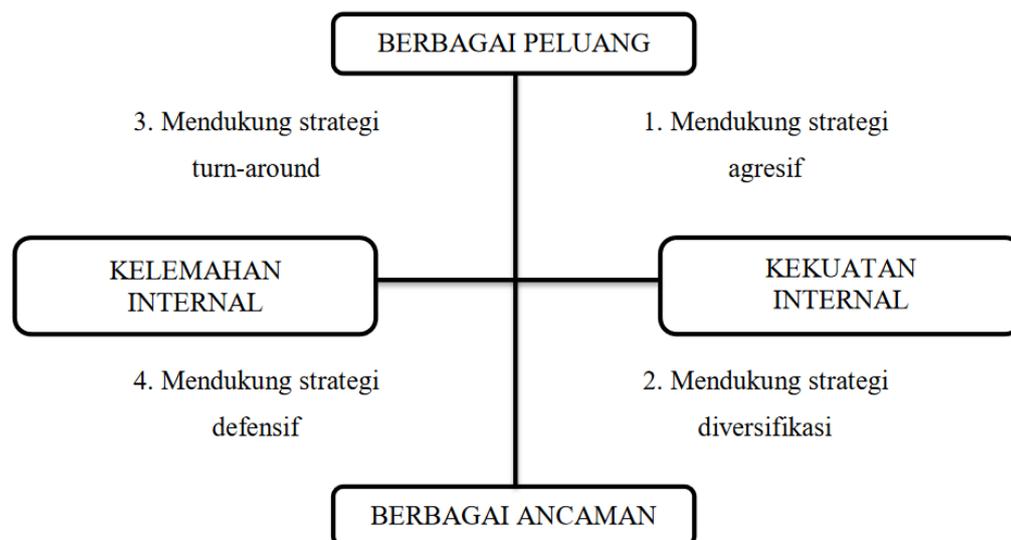
UD Rusbandi merupakan salah satu usaha dagang yang bergerak dibidang perdagangan kelapa tua, kopra dan batok kelapa. UD Rusbandi beroperasi sejak tahun 2014 dikelola oleh Bapak Rusbandi selaku pemilik dari UD Rusbandi yang bertempat di Jl. Teluk Tiram Ilir Laut RT.012 RW.001, Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin. Dari perkembangan usa-

hanya UD Rusbandi memasarkan produknya secara langsung dimana konsumen mendatangi secara langsung ke tempat penjualan, memesan via telepon, dan menggunakan jasa pengantaran sesuai kehendak konsumen. UD Rusbandi mengandalkan langganan tetap dan promosi mulut ke mulut, dengan sesekali pernah melakukan promosi melalui media cetak.

Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh UD Rusbandi masih belum memberikan dampak yang signifikan bagi penjualan produk. Selain itu, produk yang dijual UD Rusbandi memiliki kualitas yang cenderung standar, sehingga akan di khawatirkan Perusahaan ini tidak mampu bersaing dengan pesaing yang mulai berdatangan dengan menawarkan harga yang lebih menarik. Faktor lain adalah lokasi penjualan yang tidak strategis lantaran sulit diakses menggunakan kendaraan roda empat. Ditambah ancaman musim hujan yang kerap menurunkan penjualan produk. Kondisi ini memicu perlu adanya strategi pemasaran yang lebih baik berdasarkan analisis kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman yang dihadapi UD Rusbandi.

METODE

Penelitian ini dilakukan di UD Rusbandi, Jl. Teluk Tiram Ilir Laut RT.012 RW.001, Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai April 2023. Penelitian ini sudah melakukan survey lokasi, observasi tempat, dan wawancara secara langsung dengan pemiliknya. Data yang digunakan merupakan data primer yang dihimpun secara langsung di lapangan baik melalui observasi, wawancara dan kuisioner. Sementara digunakan pula data sekunder yakni berupa laporan penjualan dari UD Rusbandi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (opportunities) dan Ancaman (threats) dengan faktor internal Kekuatan (strengths) dan Kelemahan (weaknesses) (Rangkuti, 2016). Analisis data dengan metode SWOT adalah sebagai berikut:



Sumber : Rangkuti, 2016

Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Kemudian, dilakukan perhitungan Rating dan Bobot setelah indikator-indikator SWOT

ditentukan, yang pertama yaitu menentukan skor, bobot dan rating. Bobot ditentukan supaya tingkat kepentingan dan urgensi penanganan untuk angka 1-4 (1 artinya tidak penting dan 4 sangat penting). Kedua yaitu menghitung bobot kekuatan dan bobot kelemahan dijumlahkan masing-masing indikator yang memiliki kekuatan dan kelemahan kemudian dihitung bobot relatifnya sehingga nilai bobot menjadi 1 atau 100%. Cara yang digunakan sama seperti menghitung bobot peluang dan ancaman. Ketiga yaitu menghitung rating. Rating adalah suatu kemungkinan yang akan kita hitung dalam jangka waktu pendek (contohnya satu tahun). Untuk nilai rating pada variabel kekuatan diberi nilai 1-4 kemungkinan indikator kinerjanya melonjak turun dari lawan utama akan diberi nilai 1. Jika indikator kinerja lawan utamanya sama maka akan diberi nilai 2, sedangkan indikatornya lebih baik dari pesaing maka akan diberi nilai 3-4. Kinerja makin kuat nilainya artinya semakin bagus dari lawan untuk satu tahun kedepan. Nilai rating variabel kelemahan nilai 1-4. Diberi angka 1 apabila kelemahan semakin banyak daripada lawan utamanya. Kebalikannya diberi nilai 4 jika menurun daripada lawannya untuk satu tahun kedepan.

Pemberian nilai rating artinya variabel kekuatan atau peluang kebalikannya variabel kekurangan atau ancaman. Nilai skor untuk faktor internal yang menunjukkan bahwa semakin nilai mendekati 1, maka semakin banyak terlihat kelemahan internal dibanding dengan kekuatannya. Jika nilainya 4 maka semakin kuat dibanding dengan kelemahannya, sama halnya dengan penilaian eksternal, dan juga penilaian skor faktor eksternal jika skor mendekati 1, maka lebih banyak ancaman daripada peluang. Apabila nilai total mendekati 4, artinya lebih banyak peluang daripada ancamannya. Kedua kondisi eksternal dan internal kemudian digabungkan kedalam internal eksternal matriks, agar kita dapat mengetahui posisi yang terjadi dipersaingan pada unit bisnis, korporat ataupun produk yang sedang dianalisis. Melalui penentuan agar kita dapat mengetahui persaingan dan menang dalam persaingan satu tahun kedepan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum membuat faktor-faktor internal dan eksternal suatu perusahaan untuk dapat menggali mengenai suatu strategi IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary). Dimana, sebelumnya harus mengetahui cara bagaimana perhitungan disusun agar bisa merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka Strength and Weakness Perusahaan. Berikut hasil strategi IFAS UD Rusbandi.

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Relatif	Rating	Skor	Komentar
Kekuatan Produk					
1. Menyediakan produk yang berkualitas	4,50	0,34	1,70	0,58	Harus ditingkatkan
2. Mempunyai tiga jenis produk	3,90	0,29	1,80	0,52	Harus ditingkatkan
Jumlah rata-rata kekuatan	8,40	0,63	3,50	1,10	
Kelemahan Produk					
1. Keterlambatan menyortir produk	2,50	0,19	2,90	0,55	Harus dipercepat
2. Jenis produk mudah ditiru pesaing	2,40	0,18	2,80	0,50	Harus ditingkatkan
Jumlah rata-rata kelemahan	4,90	0,37	5,70	1,05	
Total	13,30	1,00	9,20	2,15	

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 1. Hasil IFAS Produk UD Rusbandi

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa jumlah rata-rata bobot kekuatan yaitu 8,40 dan kelemahan 4,90 dari jumlah rata-rata relatif kekuatan sebesar 0,63 dan kelemahan sebesar 0,37 serta jumlah rata-rata bobot rating kekuatan memiliki nilai 3,50 dan kelemahan dengan nilai 5,70 faktor strategi internal pada UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dimana pembobotan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi itu sendiri. Pembobotan faktor strategi pada tabel tersebut di peroleh dari jumlah skor kekuatan yaitu 1,10 dan jumlah skor kelemahan sebesar 1,05 sehingga didapatkan total strategi internal yaitu sebesar 2,15, tujuan dari rating adalah untuk memberikan skala dari 4 sampai 1 berdasarkan faktor tersebut terhadap UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dari total skor yang didapatkan yaitu 2,15 menunjukkan bahwa UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin berada pada kondisi yang bagus.

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Relatif	Rating	Skor	Komentar
Kekuatan Harga					
1. Memberikan potongan harga penjualan	4,20	0,26	1,50	0,39	Harus dilakukan
2. Memaksimalkan laba untuk meningkatkan penjualan	4,30	0,26	1,70	0,36	Harus dilakukan
Jumlah rata-rata kekuatan	8,50	0,52	3,20	0,75	
Kelemahan Harga					
1. Pembayaran masih menggunakan cash dan transfer bank	4,50	0,28	1,40	0,48	Harus diperbaiki
2. Market share pelanggan berkurang	3,20	0,20	2,20	0,44	Harus ditambah
Jumlah rata-rata kelemahan	7,70	0,48	3,60	0,92	
Total	16,20	1,00	6,80	1,67	

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 2. Hasil IFAS Harga UD Rusbandi

Berdasarkan Tabel 2 matrik IFAS di atas, diketahui bahwa jumlah rata-rata bobot kekuatan sebesar 8,50 dan kelemahan sebesar 7,70 dari jumlah rata-rata relatif kekuatan 0,52 sebesar dan kelemahan sebesar 0,48 serta jumlah rata-rata bobot rating kekuatan sebesar 3,20 dan kelemahan sebesar 3,60 faktor strategi internal pada UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dimana pembobotan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi itu sendiri. Pembobotan faktor strategi dalam tabel tersebut diperoleh dari total skor kekuatan sebesar 0,75 dan total skor kelemahan sebesar 0,92. Total skor IFAS harga sebesar 1,67 yang didapat dari penjumlahan total skor kekuatan dan skor kelemahan, menunjukkan bahwa UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin berada pada kondisi yang bagus.

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Relatif	Rating	Skor	Komentar
Kekuatan Promosi					
1. Pemberian bonus kepada konsumen	4,80	0,32	1,40	0,45	Harus dilakukan Harus diperbaiki
2. Penjualan personal para konsumen membeli barang langsung ke tempat UD Rusbandi	5,20	0,34	1,30	0,44	
Jumlah rata-rata kekuatan	10,00	0,66	2,70	0,89	
Kelemahan Promosi					
1. Melakukan promosi hanya sebatas mulut ke mulut	3,10	0,20	2,70	0,54	Harus diperbaiki
2. Tidak melakukan kegiatan promosi	2,10	0,14	3,00	0,42	Harus dilakukan
Jumlah rata-rata kelemahan	5,20	0,34	5,70	0,96	
Total	15,20	1,00	8,40	1,85	

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 3. Hasil IFAS Promosi UD Rusbandi

Berdasarkan Tabel 3 matrik IFAS di atas, dapat dilihat bahwa jumlah rata-rata bobot kekuatan sebesar 10,00 dan kelemahan sebesar 5,20 dari jumlah rata-rata relatif kekuatan sebesar 0,66 dan kelemahan sebesar 0,34 serta jumlah rata-rata bobot rating kekuatan sebesar 2,70 dan kelemahan sebesar 5,70 faktor strategi internal pada UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dimana pembobotan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi itu sendiri. Pembobotan faktor strategi dalam tabel tersebut diperoleh dari jumlah skor kekuatan yaitu 0,89 dan jumlah skor kelemahan sebesar 0,96. Berdasarkan faktor tersebut terhadap UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dari total skor yang didapatkan yaitu 1,85 menunjukkan bahwa UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin berada pada kondisi yang bagus.

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Relatif	Rating	Skor	Komentar
Kekuatan Tempat					
Memiliki tempat yang luas	5,80	0,59	1,00	0,59	Tingkatkan lagi
Jumlah rata-rata kekuatan	5,80	0,59	1,00	0,59	
Kelemahan Tempat					
Tempat lokasi kurang strategis	4,00	0,41	1,80	0,74	Harus diperbaiki
Jumlah rata-rata kelemahan	4,00	0,41	1,80	0,74	
Total	9,80	1,00	2,80	1,33	

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 4. Hasil IFAS Tempat UD Rusbandi

Berdasarkan Tabel 4 matrik IFAS diatas, dapat dilihat bahwa jumlah rata-rata bobot kekuatan sebesar 5,80 dan kelemahan sebesar 4,00 dari jumlah rata-rata relatif kekuatan sebesar 0,59 dan kelemahan sebesar 0,41 serta jumlah rata-rata bobot rating kekuatan sebesar 1,00 dan kelemahan sebesar 1,80 faktor strategi internal pada UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dimana pembobotan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi itu sendiri. Pembobotan faktor strategi dalam tabel tersebut diperoleh dari jumlah skor kekuatan yaitu sebesar 0,59 dan jumlah skor kelemahan sebesar 0,74 sehingga didapatkan total strategi internal yaitu sebesar 1,33 menunjukkan bahwa UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin berada pada kondisi yang bagus.

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS untuk produk, harga, promosi dan tempat dapat disimpulkan sebagai berikut. Apabila nilai skor lebih dari 1, maka kondisi perusahaan berarti bagus dan apabila nilai skor kurang dari 1, maka kondisi perusahaan berada dalam kurang baik. Semakin tinggi nilai skor akan semakin bagus untuk perkembangan perusahaan. Perhitungan IFAS menunjukkan nilai sebesar 2,15 (bagus) untuk strategi produk yaitu UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin pada indikator kekuatan mempunyai rata-rata skor sebesar 1,10, kelemahan sebesar 1,05 karena keterlambatan menyortir produk dan jenis produk mudah ditiru pesaing. Nilai skor untuk harga 1,67 (bagus) yaitu UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin pada indikator kekuatan mempunyai rata-rata skor 0,75 dan kelemahan sebesar 0,92. Skor kekuatan dan kelemahan masih dibawah rata-rata karena dalam indikator kekuatan harus meningkatkan penjualan dan dalam indikator kelemahan, menjaga harga agar tetap terjangkau konsumen, jangan sampai pelanggan menjadi berkurang. Nilai skor untuk promosi 1,85 (bagus) yaitu UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin pada indikator kekuatan sebesar 0,89 dan kelemahan sebesar 0,96 karena melakukan promosi hanya sebatas mulut ke mulut dan tidak melakukan kegiatan promosi. Nilai skor 48 untuk tempat 1,33 (bagus) yaitu UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin pada indikator kekuatan sebesar 0,59 dan kelemahan sebesar 0,74 karena memiliki tempat yang luas dan tempat lokasi kurang strategis.

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Relatif	Rating	Skor	Komentar
Peluang Produk					
1. Meningkatkan kualitas produk	4,10	0,26	2,55	0,66	Harus dilakukan Harus dilakukan
2. Menambah jenis produk	4,10	0,26	2,70	0,70	
Jumlah rata-rata peluang	8,20	0,52	5,25	1,36	
Ancaman Produk					
1. Pesaing menjual produk yang lebih berkualitas	3,60	0,24	2,60	0,62	Berhati-hati
2. Munculnya usaha sejenis sebagai pesaing baru	3,65	0,24	2,85	0,68	Berhati-hati
Jumlah rata-rata ancaman	7,25	0,48	5,45	1,30	
Total	15,45	1,00	10,70	2,66	

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 5. Hasil EFAS Produk UD Rusbandi

Berdasarkan Tabel 5 matrik EFAS diatas, dapat dilihat bahwa jumlah rata-rata bobot

peluang sebesar 8,20 dan ancaman sebesar 7,25 dari jumlah rata-rata relatif peluang sebesar 0,52 dan ancaman sebesar 0,48 serta jumlah rata-rata bobot rating peluang sebesar 5,25 dan ancaman sebesar 5,45 faktor strategi eksternal pada UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dimana pembobotan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi itu sendiri. Pembobotan faktor strategi dalam tabel tersebut diperoleh dari jumlah skor 50 peluang yaitu 1,36 dan jumlah skor ancaman sebesar 1,30 sehingga didapatkan total strategi eksternal yaitu sebesar 2,66 tujuan dari rating adalah untuk memberikan skala dari 4 sampai 1 berdasarkan faktor tersebut terhadap UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin menunjukkan bahwa UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin berada pada kondisi yang bagus.

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Relatif	Rating	Skor	Komentar
Peluang harga					
1. Menjual produk dengan harga terjangkau	4,60	0,28	2,35	0,66	Harus dilakukan
2. Market share pasar masih terbuka luas	4,45	0,27	2,75	0,74	Harus dilakukan
Jumlah rata-rata peluang	9,05	0,55	5,10	1,40	
Ancaman harga					
1. Pesaing menjual produk dengan harga yang lebih murah	3,40	0,21	2,95	0,62	Berhati-hati
2. Market share tingginya tingkat persaingan	3,85	0,24	2,90	0,70	Berhati-hati
Jumlah rata-rata ancaman	7,25	0,45	5,85	1,32	
Total	16,30	1,00	10,95	2,72	

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 6. Hasil EFAS Harga UD Rusbandi

Berdasarkan Tabel 6 matrik EFAS diatas, dapat dilihat bahwa jumlah rata-rata bobot peluang sebesar 9,05 dan ancaman sebesar 7,25 dari jumlah rata-rata relatif peluang sebesar 0,55 dan ancaman sebesar 0,45 serta jumlah rata-rata bobot rating peluang sebesar 5,10 dan ancaman sebesar 5,85 faktor strategi eksternal pada UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dimana pembobotan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi itu sendiri. Pembobotan faktor strategi dalam tabel tersebut diperoleh dari jumlah skor peluang yaitu 1,40 dan jumlah skor ancaman sebesar 1,32 sehingga didapatkan total strategi eksternal yaitu sebesar 2,72 tujuan dari rating adalah untuk memberikan skala dari 4 sampai 1 berdasarkan faktor tersebut terhadap UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin menunjukkan bahwa UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin berada pada kondisi yang bagus.

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Relatif	Rating	Skor	Komentar
Peluang promosi					
1. Menambah akun Marketplace	3,85	0,26	2,70	0,70	Harus ditingkatkan Harus ditingkatkan
2. Melakukan kegiatan promosi melalui media sosial	4,00	0,27	3,00	0,81	
Jumlah rata-rata peluang	7,85	0,53	5,70	1,51	
Ancaman Promosi					
1. Iklan disajikan pesaing lebih menarik	3,45	0,24	3,00	0,72	Berhati-hati
2. Pesaing lebih sering melakukan kegiatan promosi	3,35	0,23	2,90	0,67	Berhati-hati
Jumlah rata-rata ancaman	6,80	0,47	5,90	1,39	
Total	14,65	1,00	11,60	2,90	

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 7. Hasil EFAS Promosi UD Rusbandi

Berdasarkan Tabel 7 matrik EFAS diatas, dapat dilihat bahwa jumlah rata-rata bobot peluang sebesar 7,85 dan ancaman sebesar 6,80 dari jumlah rata-rata relatif peluang sebesar 0,53 dan ancaman sebesar 0,47 serta jumlah rata-rata bobot rating peluang sebesar 5,70 dan ancaman sebesar 5,90 faktor strategi eksternal pada UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dimana pembobotan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi itu sendiri. Pembobotan faktor strategi dalam tabel tersebut diperoleh dari jumlah skor peluang yaitu 1,51 dan jumlah skor ancaman sebesar 1,39 sehingga didapatkan total strategi eksternal 2,90 yaitu tujuan dari rating adalah untuk memberikan skala dari 4 sampai 1 berdasarkan faktor tersebut terhadap UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin menunjukkan bahwa UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin berada pada kondisi yang bagus.

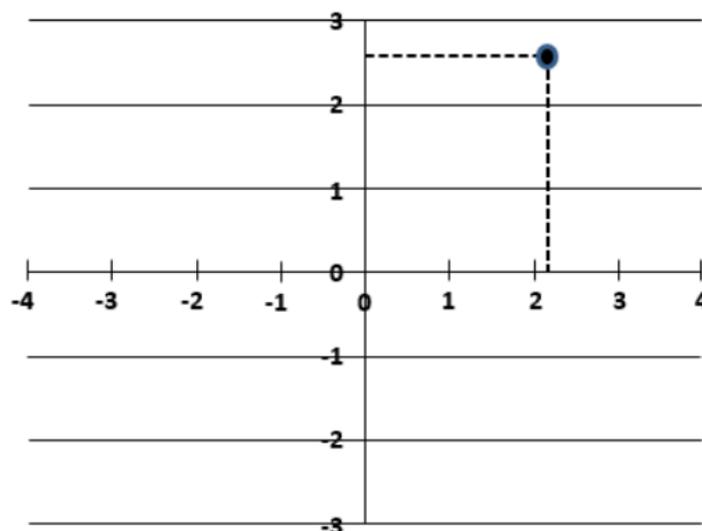
Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Relatif	Rating	Skor	Komentar
Peluang tempat					
Membuka cabang	3,80	0,50	2,60	1,30	Harus dilakukan
Jumlah rata-rata peluang	3,80	0,50	2,60	1,30	
Ancaman tempat					
Tempat lokasi pesaing lebih strategis	3,75	0,50	3,10	1,55	Berhati-hati
Jumlah rata-rata ancaman	3,75	0,50	3,10	1,55	
Total	7,55	1,00	5,70	2,85	

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 8. Hasil EFAS Promosi UD Rusbandi

Berdasarkan tabel 4.8 matrik EFAS diatas, dapat dilihat bahwa jumlah rata-rata bobot peluang sebesar 3,80 dan ancaman sebesar 3,75 dari jumlah rata-rata relatif peluang sebesar 0,50 dan ancaman sebesar 0,50 serta jumlah rata-rata bobot rating peluang sebesar 2,60 dan ancaman sebesar 3,10 faktor strategi eksternal pada UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dimana pembobotan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi itu sendiri. Pembobotan faktor strategi dalam tabel tersebut diperoleh dari jumlah skor peluang yaitu sebesar 1,30 dan jumlah skor ancaman sebesar 1,55 sehingga didapatkan total strategi eksternal yaitu sebesar 2,85 tujuan dari rating adalah untuk memberikan skala dari 4 sampai 1 berdasarkan faktor tersebut terhadap UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin menunjukkan bahwa UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin berada pada kondisi yang bagus. Berdasarkan hasil perhitungan IFAS untuk produk, harga, promosi dan tempat dapat disimpulkan sebagai berikut. Apabila nilai skor lebih dari 1, maka kondisi perusahaan berarti bagus dan apabila nilai skor kurang dari 1, maka kondisi perusahaan berada dalam kurang baik. Semakin tinggi nilai skor akan semakin bagus untuk perkembangan perusahaan.

Perhitungan EFAS menunjukkan nilai sebesar 2,67 (bagus) untuk meningkatkan kualitas produk, menambah jenis produk yang menarik bahwa strategi produk yaitu UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin sudah mampu memanfaatkan peluang dengan cukup maksimal. Nilai skor untuk harga 2,72 (bagus) yaitu UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin pada indikator peluang mempunyai rata-rata skor 1,40 karena menjual produk dengan harga terjangkau dan ancaman sebesar 1,32. Nilai skor untuk promosi 2,90 (bagus) yaitu UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin pada indikator peluang sebesar 1,51 dan ancaman sebesar 1,39 karena iklan yang disajikan pesaing lebih menarik dan pesaing lebih sering melakukan kegiatan promosi. Nilai skor untuk tempat 2,85 (bagus) yaitu UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin pada indikator peluang sebesar 1,35 dan ancaman sebesar 1,55 karena tempat lokasi pesaing lebih strategis.

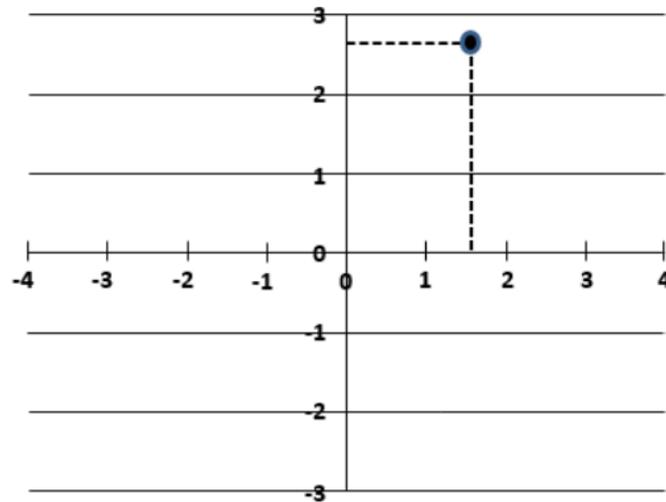


Sumber : Hasil Analisis (2023)

Gambar 2. Diagram Analisis SWOT Produk UD Rusbandi

Berdasarkan Gambar 2 dapat diketahui bahwa posisi variabel produk UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dengan total skor IFAS sebesar 2,15 dan to-

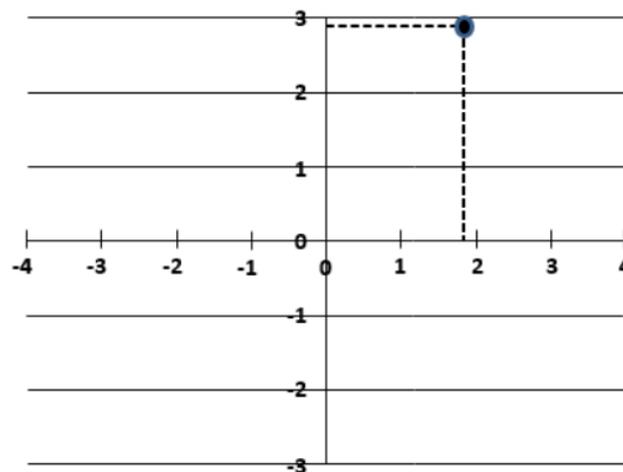
tal skor EFAS sebesar 2,66 berada pada posisi di antara sumbu Peluang (Opportunity) dan Kekuatan (Strength) yakni Kuadran I, artinya UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dalam variabel produk menggambarkan situasi yang sangat baik disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan Kekuatan (Strength) internal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari Peluang (Opportunity) eksternal untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat.



Sumber : Hasil Analisis (2023)

Gambar 3. Diagram Analisis SWOT Harga UD Rusbandi

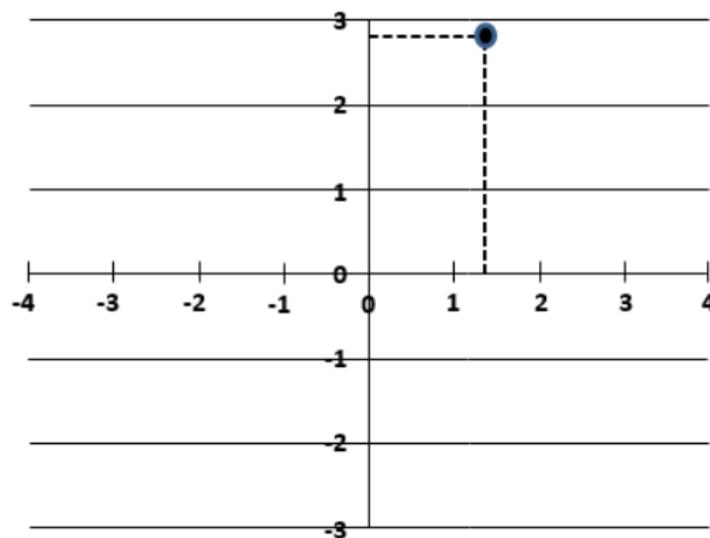
Berdasarkan Gambar 3 dapat diketahui bahwa posisi variabel harga UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dengan total skor IFAS sebesar 1,67 dan total skor EFAS sebesar 2,72 berada pada posisi di antara sumbu Peluang (Opportunity) dan Kekuatan (Strength) yakni Kuadran I, artinya UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dalam variabel harga disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan Kekuatan (Strength) internal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari Peluang (Opportunity) eksternal untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat.



Sumber : Hasil Analisis (2023)

Gambar 3. Diagram Analisis SWOT Promosi UD Rusbandi

Berdasarkan Gambar 3 dapat diketahui bahwa posisi variabel promosi UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dengan total skor IFAS sebesar 1,85 dan total skor EFAS sebesar 2,90 berada pada posisi di antara sumbu Peluang (Opportunity) dan Kekuatan (Strength) yakni Kuadran I, artinya UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dalam variabel promosi disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan Kekuatan (Strength) internal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari Peluang (Opportunity) eksternal untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat. Salah satu yang dapat dilakukan adalah perluasan pasar dengan tidak hanya mengandalkan penjualan secara offline, namun juga secara online baik dengan sosial media maupun platform belanja digital yang telah marak digunakan Masyarakat. Karene tidak dapat dipungkiri telah terjadi perubahan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia dimana dapat dilihat bahwa konsumen yang melakukan transaksi di toko fisik menurun pesat hingga 50% pasca Covid-19 yang memaksa peralihan pola transaksi Masyarakat (Surti & Rammal, 2023).



Sumber : Hasil Analisis (2023)

Gambar 4. Diagram Analisis SWOT Promosi UD Rusbandi

Berdasarkan Gambar 4 dapat diketahui bahwa posisi variabel tempat UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dengan total skor IFAS sebesar 1,33 dan total skor EFAS sebesar 2,85 berada pada posisi di antara sumbu Peluang (Opportunity) dan Kekuatan (Strength) yakni Kuadran I, artinya UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin dalam variabel tempat disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan Kekuatan (Strength) internal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari Peluang (Opportunity) eksternal untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat. Surti, dkk (2022) menyatakan jika faktor penghambat cenderung lebih dominan dibandingkan faktor pendorong maka diperlukan kerja keras untuk menghilangkan atau meminimalkan faktor penghambat utama agar faktor pendorong utama dapat optimal.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin, maka diperoleh kesimpulan bahwa berdasarkan hasil analisis SWOT menggunakan Faktor Matrik Strategi Internal (IFAS) mendapatkan hasil skor sebesar

2,15 untuk produk, sebesar 1,67 untuk harga, sebesar 1,85 untuk promosi, dan sebesar 1,33 untuk tempat. Kemudian berdasarkan hasil analisis SWOT menggunakan Faktor Matrik Strategi Eksternal (EFAS) mendapatkan hasil skor sebesar 2,67 untuk produk, sebesar 2,72 untuk harga, sebesar 2,90 untuk promosi, dan sebesar 2,85 untuk tempat.

Adapun berdasarkan diagram SWOT variabel Produk, Harga, Promosi, dan Tempat diketahui bahwa posisinya terletak sama pada kuadran I yaitu posisi di antara sumbu Peluang (Opportunity) dan Kekuatan (Strength) dengan total skor IFAS Produk sebesar 2,15, Harga sebesar 1,67, Promosi sebesar 1,85, dan Tempat sebesar 1,33 dan total skor EFAS Produk sebesar 2,67, Harga sebesar 2,72, Promosi sebesar 2,90, dan Tempat sebesar 2,85. UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin menggambarkan situasi yang sangat baik untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk mendapatkan keuntungan dari peluang eksternal untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada pihak pengelola UD Rusbandi Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin yaitu lebih mengefisienkan waktu dalam menyortir produk agar segera siap dijual ke konsumen. Kemudian menyesuaikan harga agar dapat lebih bersaing dengan kompetitor. Selanjutnya, hal yang tidak kalah penting adalah memaksimalkan promosi di sosial media seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, maupun penjualan menggunakan platform digital agar memperluas jangkauan pemasaran. Rekomendasi lain adalah menambah cabang UD Rusbandi di wilayah baru yang lebih strategis agar lebih mudah di akses oleh konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- Basu Swastha DH., (1994). *Asas-asas Marketing*, Cetakan Ketiga, Liberty, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, Edisi Dua puluh Dua, Cetakan Keduapuluh Dua, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sunyoto, Danang. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Surti. (2018). *Analisis Sektor Ekonomi Unggulan Di Provinsi Kalimantan Selatan Tahun 2014-2017*. Scientific. Volume 1 No.3, 48-61.
- Surti., & Rammal, Hussein. (2023). Indonesia “Go Digital” Di Tengah Pandemi Covid-19. Scientific. Volume 10 No.1, 30-36.
- Surti., Shaddiq, Syahrial., Suhaimi, Ahmad., & Abdillah, Muhammad Helmy. (2022). Strategi Perencanaan Pembangunan Pertanian dan Kekuatan Partisipasi Masyarakat Tani di Desa Tumih. *Gorontalo Development Review*. Volume 5 No.2, 141-155.