

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### A. Analisis SWOT dalam UD Sukron Tulungagung

Analisis SWOT merupakan analisa yang dilakukan seorang manajer dalam membuat strategi dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Pada UD Sukron Tulungagung terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh lembaga tersebut. Dalam bab ini akan disajikan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian, sehingga pada uraian pembahasan ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Dalam penelitian yang dilakukan di UD Sukron Tulungagung peneliti melakukan langkah-langkah sebagai berikut: yang pertama yaitu wawancara kepada Bapak Imam Makrus selaku pimpinan, Mas Riza selaku pengelola dan Bapak Sur selaku karyawan di UD Sukron Tulungagung terkait kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang ada di UD Sukron Tulungagung.

Setelah peneliti melakukan penggalian data secara mendalam. Hal yang harus dilakukan adalah pembuatan matrik SWOT. Ada dua macam matrik yaitu EFAS dan IFAS. Matrik ini akan mempermudah peneliti untuk menganalisa dan mencari strategi yang akan dilakukan pada UD Sukron Tulungagung. Selain itu Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat

disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Dalam analisis SWOT terdapat empat strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.<sup>1</sup> setelah itu dapat kita ketahui apa-apa strategi yang akan di terapkan pada UD Sukron Tulungagung, sebagai berikut :

#### 1. Strategi Strength Opportunities (SO)

Pengambilan strategi SO ini dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang yang ada. Strategi SO UD Sukron Tulungagung in adalah sebagai berikut:

1. melakukan inovasi dengan produk yang dimiliki sesuai dengan trend dan permintaan pasar agar perusahaan tidak kehilangan eksistensi.

UD SukronTulungagung selain produksi beras jadi, akan tetapi juga memiliki produk yang di hak ciptakan. Salah satu strategi yang dapat di terapkan adalah berinovasi dengan produk yang belum di miliki oleh perusahaan. Dengan menganalisa apa saja kebutuhan konsumen yang juga tidak kalah penting adalah mengikuti perkembangan pasar dan juga trend. Hal serupa sesuai dengan buku yang berjudul *Manajemen Pemasaran*, dari Thamrin Abdullah dan Francis Tantri.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, ..... , hlm, 31-32.

<sup>2</sup> Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*..... , hlm. 2.

2. Menjaga hubungan baik dengan konsumen ataupun pelanggan tetap, melalui pemberian potongan harga dan penjagaan kualitas serta mempertahankan garansi produk / service terhadap konsumen.

Meningkakan pelayanan pada konsumen adalah cara tepat untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. karena kepuasan pelanggan akan mengantarkan UD Sukron Tulungagung menjadi usaha yang besar . bahwa kita ketahui konsumen yang ada pada UD Sukron Tulungagung merasa puas dengan UD. Bahwasanya suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai saran-saran yang telah ditentukan melalui manfaat sumber daya manusia dan sumber lainnya.<sup>3</sup> Dalam islam menjaga hubungan antara ciptanya merupakan kewajiban bagi seluruh umatnya seperti yang di ungkapkan pada firman Allah sebagai berikut,<sup>4</sup> :

وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَاللَّهُ لَمَّا كَانَ عَلَيْكُمْ

رَقِيبًا

“Dan bertakwalah kepada Allah Yang dengan (menggunakan) namanya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan silaturahmi. sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu”.(QS.An-Nisa:1)

---

<sup>3</sup> Malayu S.P Hasbun *manajemen dasar, pengertian dan masalah*, PT Bumi Aksara. 2001. Jakarta

<sup>4</sup> Al-qur'an surah an nisa ayat 1

3. Menambah system pemasaran melalui penggunaan media social maupun media massa, agar jangkauan pemasaran semakin luas dan terus berkembang.

Masyarakat Tulungagung mayoritas melek tehnologi dan mengikuti perkembangan tehnologi. Oleh karena itu UD Sukron Tulungagung dapat memanfaatkan tehnologi internet untuk memperluas jaringan promosi seperti *facebook*, *instagram*, *whatapps*, *twitter*.<sup>5</sup>. Menurut islam pemnfaatan potensi-potensi yang ada merupakan sesuatu yang di anjurkan, sehingga perkembangan dalam usaha terus aktif.

## 2. Strategi Weaknesses Opportunities (WO)

Strategi WO yaitu menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada pad UD Sukron Tulungagung, untuk memanfaatkan peluang antara lain yaitu:

- a. Menggencarkan pemasaran melalui media periklanan sehinga produk yang di punyai dapat dikenal dan di ingat oleh calon kosumen.

Untuk melebarkan sayap pemasaran UD Sukron haruslah lebih aktif dan berinovasi pada marketignya. Untuk meningkatkan penjualan dengan cara mejadi sponsor pada even atau *profi sharing* dengan lembaga lain. Hal ini sesuai dengan penelitian

---

<sup>5</sup>Septinor Bilung, *Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada Cv. Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur*, 2016, diakses pada tanggal 18 september 2017 pukul 03.37 WIB

yang dilakukan Tri Ernayanti dengan skripsi yang berjudul Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Peningkatan Daya Saing Pedagang Muslim Untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea) (Studi Kasus Pada Butik Busana Muslim Rabbani Semarang).<sup>6</sup>

- b. Memberi pemahaman terkait pentingnya inovasi produk dan bauran pemasaran.

Meningkakan keaktifan dalam dunia kerja sangatlah berperan penting untuk menciptakan inovasi-inovasi yang bagus. sehingga perusahaan tidak akan pernah kehabisan ide dalam produksi maupun distribusi hal ini serupa dengan buku yang berjudul *manajemen pemasaran* , dari Thamrin Abdullah dan Francis Tantri<sup>7</sup>

### 3. Strategi Strength Threats (ST)

Strategi yaitu strategi yang menggunakan kekuatan-kekuatan yang dimiliki UD Sukron Tulungagung untuk mengatasi ancaman antara lain yaitu :

- a. Menjaga relasi dengan partner bisnis yang sudah ada sehingga memperkecil kemungkinan, pelanggan pindah pada perusahaan lain dengan menjaga kualitas produk

---

<sup>6</sup> Tri Ernayanti, *Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Peningkatan Daya Saing Pedagang Muslim Untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea)* (Studi Kasus Pada Butik Busana Muslim Rabbani Semarang,..... hlm. 60.

<sup>7</sup> Thamrin Abdullah ,Francs Tantri, *Manajemen pemasaran* .....hlm 2.

Strategi ini dirasa sangat bermanfaat dan berguna sekali untuk meminimalisir ancaman yang ada di luar UD Sukron Tulungagung. Bahwa kita tahu UD Sukron memiliki partner bisnis yang cukup besar seperti BULOG. Strategi ini senada dengan teori yang sudah ada yaitu teori "Harold Kontz dan Cyril O'Donnel" bahwa usaha mencapai tujuan tertentu mulai kegiatan orang lain.<sup>8</sup>

Strategi tersebut senada dengan jurnal Sriyanti Prawitasari, menjelaskan bahwa perusahaan dapat menggunakan strategi perusahaannya dengan memperbaiki beberapa kelemahan perusahaan dan menghindari atau bertahan melawan ancaman perusahaan dengan menciptakan strategi yang lebih berdaya saing.<sup>9</sup>

- b. Menambah stok produk di saat musim sedang bagus, sehingga konsumen tetap dapat memperoleh barang dari UD saat musim tidak menentu.

Bahwa kita tahu beras merupakan hasil bumi yang sangat tergantung pada keadaan cuaca . musim yang tidak menentu menjadikan produksi beras juga akan menjadikan hambatan yang serius . hal ini dapat dicari solusinya dengan memanfaatkan waktu yang tepat. Ketika musim bagus dan cuaca mendukung perlu adanya pengejotan dalam produksi dan meningkatkan kualitas

---

<sup>8</sup> Malayu S.P Hasbun. *Manajemen dasar , pengertian dan masalah*, PT Bumi Akasara 2001.

<sup>9</sup> Sriyanti Prawitasari, analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi pemasaran berdaya saing.2010. Semarang.

produk. Karena ketika proses produksi yang baik di dukung cuaca yang bagus maka kualitas produk akan lebih unggul dari yang lain. Hal ini senada dengan jurnal dari Nur Afrillita T. yang berjudul analisis SWOT dalam menentukan Strategi pemasaran Sepeda Motor pada PT. Samekarindo Indah Di Samarinda.<sup>10</sup>

#### 4. Strategi Weaknesses (WT)

Strategi WT yaitu strategii yang meminimalkan kelemahan-kelemahan yang dimiliki UD Sukron Tulungagung dan untuk menghindari ancaman antara lain:

- a. Memanfaatkan perkembangan teknologi seperti open ketika musim tidak menentu sehingga produksi tetap berjalan

Di era globalisasi yang terus berkembang UD Sukron harus lebih sensitive dalam meningkatkan penggunaan teknologi dalam proses produksi maupun pemasaran. UD Sukron dalam proses produksi dibantu dengan adanya alat pengering untuk menunjang ketika musim yang tidak bagus dan cuaca yang tidak menentu. Alat ini harus di tingkatkan agar produksi tetap berjalan dengan lancar, dan semakin banyak.

### **B. Strategi yang diterapkan oleh UD Sukron Tulungagung**

Berdasarkan analisis yang dilakukan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan UD Sukron Tulungagung adalah strategi

---

<sup>10</sup> Nur Afrillita F, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT SAMEKARINDO Indah Di Samarinda".....hlm 67.

SO. Strategi yang dapat diterapkan oleh UD Sukron Tulungagung ada tiga strategi diantaranya adalah peningkatan kualitas produk dan juga fasilitas untuk konsumen seperti garansi untuk produk yang kurang bagus, selalu berinovasi dengan produk-produk yang diminati oleh konsumen ataupun pasar, dan juga mempertahankan serta memperluas hubungan partner bisnis.