BAB V

PEMBAHASAN

A. Strategi SWOT dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Ikan Segar Pada UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam

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. Langkah awal dari penelitian ini adalah peneliti mewawancara Bapak H. Lamji selaku pemilik UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung, Bapak Ahmad Mudakir selaku asisten dari pemilik UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung, Ibu Sumini selaku yang bertanggung jawab di bagian pemasaran pada UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung, Bapak Yudha Setiawan selaku yang bertanggung jawab di bagian produksi pada UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung, Ibu Nurul Anita selaku yang bertanggung jawab di bagian keuangan pada UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung, serta para karyawan dan konsumen di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung terkait kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Treaths*) yang ada pada UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung.

Setelah peneliti mendapatkan data dari hasil wawancara tersebut, peneliti akan melaksanakan analisis SWOT. Langkah pertama adalah menganalisis factor – factor dalam analisis SWOT yaitu factor internal yang berupa kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), serta fsktor eksternal berupa peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Treaths*) yang

ada di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung. Selanjutnya factor – factor internal dan eksternal dianalisis dan selanjutnya menggunakan matriks IFAS dan matriks EFAS yang disusun berdasarkan dengan pemberian rating dan bobot pada masing – masing factor internal maupun factor eksternal. Setelah itu dilakukan penyusunan matriks SWOT. setelah analisis SWOT dilakukan, UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung memiliki empat pilihan strategi yang dapat diterapkan sebagai berikut :

1. Strategi SO

   Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang di miliki di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung untuk mengambil peluang yang ada, strategi SO pada UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung yaitu untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan pelayanan guna mempertahankan pelanggan, dan melakukan kerjasama yang baik antara pemilik dan karyawan dengan pemasok, serta pemilik dan karyawan dengan pelanggan

2. Strategi WO

   Strategi WO merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan – kelemahan yang ada di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung untuk memanfaatkan peluang yang ada, yaitu Meningkatkan kerjasama antara pemilik usaha dengan pemilik usaha lainya dalam hal pengelolaan penyimpanan ikan laut. Serta meningkatkan dan memberikan pengarahan kepada seluruh karyawan khususnya bagian

keuangan dalam mengatur operasional usaha khususnya dalam manajemen keuangan.

3. Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang diterapkan berdasarkan kekuatan yang ada di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung untuk menghindari ancaman yang ada, antara lain menjaga kualitas ikan agar tidak kalah dalam bersaing, memperluas wilayah jangkauan pemasaran, serta bersaing dengan harga yang kompetitif

4. Strategi WT

Strategi WT merupakan strategi yang diterapkan berdasarkan untuk meminimalisir kelemahan yang ada di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung untuk menghindari ancaman yang ada, antara lain melakukan pengarahan kepada pelaku usaha dalam hal pengelolaan produk dan manajemen operasional serta meningkatkan dan selalu memprioritaskan pelanggan setia.

B. Strategi yang tepat dalam meningkatkan omzet penjualan ikan segar di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung

Dari hasil wawancara yang telah diolah, diketahui bahwa strategi yang paling tepat digunakan di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung adalah strategi SO, yang dimana memiliki nilai paling tinggi, yaitu 4,65. Hal ini menunjukan bahwa posisi UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung berada pada kondisi yang mampu memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Setelah menentukan strategi yang paling

kuat, selanjutnya menggunakan diagram SWOT. Dari diagram tersebut dapat diketahui bahwa UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung saat ini berada di kuadran I dengan nilai kekuatan sebesar 2,60 dan nilai peluang sebesar 2,05, yang dimana UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung menggunakan strategi agresif atau pertumbuhan.

Perusahaan yang ada di kuadran I, maka posisi perusahaan tersebut sangatlah menguntungkan, hal ini dikarenakan perusahaan memiliki kekuatan maksimal sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi agresif adalah strategi yang dapat digunakan dalam kondisi seperti ini. Perusahaan dapat menggunakan kekuatanya untuk memanfaatkan peluang yang ada, jika perusahaan memiliki kelemahan, perusahaan tersebut akan berusaha mengatasi dan membuat menjadi kekuatan, dan ketika perusahaan menghadapi ancaman, maka perusahaan akan menghindarinya dan focus pada peluang yang ada.[106]

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Yohana Tabita Siahaan, Dari analisis data dengan matriks IFAS dapat diketahui bahwa skor kekuatan adalah 2,23 dan skor untuk kelemahan adalah 0,60 hal itu menunjukkan bahwa sebuah perusahaan memiliki kekuatan yang lebih tinggi dari kelemahan, sehingga bisa lebih bisa untuk mengembangkan perusahaan.[107] Penelitian ini signifikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Athori, Supriyono hasil penelitian posisi perusahaan berada pada kuadran I dan

---

[106] Fred R David, *Manajemen Strategis : Konsep – konsep…,* hlm. 288
[107] Yohana Tabita Siahaan, *Analisis Usaha dan Strategi Dalam Pengembangan Industri Tekstil Sarung Tenun……..*

strategi alternative yang paling tepat untuk digunakan adalah strategi SO yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.[108]

Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung adalah strategi SO. 2 Strategi yang diterapkan, antara lain :

1. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan pelayanan guna mempertahankan pelanggan
2. melakukan kerjasama yang baik antara pemilik dan karyawan dengan pemasok, serta pemilik dan karyawan dengan pelanggan

Selain menggunakan strategi SO perusahaan juga dapat menggunakan strategi yang lain seperti strategi WO, ST, dan WT. Hal ini seperti yang diungkapkan Fref R David :

"*Perusahaan akan menjalankan strategi WO, ST, dan WT untuk dapat masuk ke dalam situasi dimana perusahaan dapat menerapkan strategi SO*".[109]

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi yang telah diteliti bisa saja digunakan untuk suatu perusahaan tertentu dalam menghadapi persaingan yang ada, akan tetapi untuk UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung strategi yang paling ampuh adalah strategi SO.

---

[108] Agus Athori, Supriyanto, Analisis Strategi Pemasaran dalam meningkatkan……
[109] Fred R David, *Manajemen Strategis* : *Konsep – konsep….,* hlm 288

C. Kendala dan Solusi yang dihadapi dalam meningkatkan omzet penjualan Ikan segar di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung

Dari dampak diatas selanjutnya adalah kendala dan juga solusi yang dihadapi dalam perusahaan. Kendala merupakan sebuah teori dalam ilmu manajemen bisnis untuk mencapai keuntungan melalui identifikasi terhadap kendala-kendala yang dialami perusahaan dan kemudian mencari solusi untuk mengatasi kendala tersebut.[110] Sedangkan solusi adalah kemampuan dalam pemecah masalah yang diantaranya adalah usaha menemukan urutan yang benar dari alternatif jawaban, sehingga menggerakkan kita agar lebih dekat dengan tujuan kita juga proses yang dapat membantu seseorang untuk menemukan solusi dari perusahaan tersebut.[111]

Dalam meningkatkan omzet penjualan UD Lancar Jaya pasti juga memiliki kendala dan juga solusi tersendiri bagi perusahaan tersebut baik dari luar maupun dari dalam, hal tersebut sesuai dengan teori dari Hansen dan Mowen yang menyatakan bahwa jenis – jenis kendala terbagi menjadi 2, yaitu *Internal constraint* yang merupakan suatu kendala yang timbul dari dalam perusahaan, dan *Eksternal constraint* yang merupakan salah satu kendala yang timbul dari luar perusahaan. Begitu pula dengan UD Lancar Jaya, adapun kendala yang di hadapi serta solusinya adalah adanya undang – undang yang melarang penggunaan bahan pengawet, dan solusi yang di ambil oleh perusahaan adalah meningkatkan sarana yang ada dan membatasi stok ikan yang melimpah, serta masih terdapat beberapa karyawan yang belum terampil, dan solusi yang

---

[110] https://sarjanaekonomi.co.id/teori-kendala/ diakses pada tanggal 28 Februari 2020, pukul 10.20 WIB

[111] Suhaman, Psikologi Kognitif,…. hlm. 197

diterapkan adalah melatih dan selalu mengawasi karyawan baru hingga bisa menjadi karyawan yang terampil.

Hal tersebut juga signifikan dengan penelitian dari Diwayana Putri Nasution yang meneliti tentang Identifikasi Kendala Dalam Pengembangan Usaha Kecil (Studi Pada Usaha Rumah Makan d Kota Medan). Bahwa ketika setiap melakukan sebuah usaha, pasti selalu ada kendala yang di alami dari dalam maupun dari luar perusahaan itu sendiri, namun jika perusahaan mampu berusaha maka akan menemukan solusi agar perusahaan tersebut dapat berkembang dengan baik

Dengan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa adanya kendala yang dihadapi oleh perusahaan UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung ini juga terdapat solusi dari kendala yang ada pada perusahaan tersebut, sehingga perusahaan mampu untuk tetap berkembang