

BAB V

PEMBAHASAN

A. CV Bimantara Jaya dilihat dari Komponen Analisis SWOT

Analisis SWOT ini sangatlah penting untuk dilakukan bagi setiap perusahaan, sebab dengan adanya analisis SWOT perusahaan dapat meminimalkan kelemahan menjadi kekuatan usahanya serta dapat menjadikan ancaman sebagai peluang. Analisis tersebut penting dilakukan untuk menyusun strategi bagaimana yang dilakukan oleh perusahaan supaya mampu dalam menghadapi persaingan pasar yang sekarang kondisinya penuh kompetitor.

Analisis SWOT merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran internal dan eksternal perusahaan seperti yang perlu dilakukan oleh CV Bimantara Jaya karena unit bisnis harus mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan mikro yang signifikan dapat mempengaruhi kemampuannya dalam menghasilkan laba¹

Pada CV Bimantara Jaya dalam penerapan analisis SWOT secara maksimal dapat dilihat pada strategi pemasarannya dari segi lingkungan internal dan eksternal sebagai berikut :

¹ Acmad Rizal, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020), hal. 30

1. Strategi Pemasaran

a. Produk yang di tawarkan oleh CV Bimantara Jaya

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen ke konsumen. Kualitas produk dapat dilihat dari kebaruan produk, keunggulan, manfaat produk yang ditawarkan, kekuatan nama/merek, mutu layanan yang menyertai produk dan lain-lain.²

Pada CV Bimantara Jaya produk yang dihasilkan memiliki kualitas merek tersendiri seperti tepung super hemat dengan merek Delima. Tepung kualitas mewah dengan harga kompetitif merk BIMA dan tepung industri khusus kualitas ekspor merk FILMICO.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Robi Setiawan yang berjudul Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa Mobil “AMAN-AMIN” Transport Tours and Travel Ambarketawang Sleman Yogyakarta dengan hasil penelitian kualitas produk pada Usaha Travel AMAN-AMIN memegang peran penting dalam masalah kepuasan konsumen dan juga dalam pengemasan produk yang baik akan memberikan citra baik perusahaan di mata konsumen.³

² Tatik Suryani, Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP 2017), hal. 28

³ Robi Setyawan, *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa Mobil “AMAN-AMIN” Transport Tours and Travel Ambarketawang Sleman Yogyakarta*, (Skripsi:Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2015)

2. Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah lingkungan organisasi yang berada di dalam organisasi tersebut dan secara formal memiliki implikasi yang langsung dan khusus pada perusahaan. Perusahaan sendiri sesuai konsep masa kini merupakan kumpulan dari berbagai macam sumber daya, kapabilitas dan kompetensi inti yang selanjutnya bisa digunakan untuk membentuk market position tertentu⁴. Salah satu cara yang paling sederhana untuk memahami dan menganalisis lingkungan organisasi seperti CV Bimantara Jaya khususnya lingkungan internal yang terjadi di CV Bimantara Jaya yaitu melalui analisis manajemen, pemasaran, keuangan dan produksi.

a) Manajemen

Fungsi manajemen (*functions of manajement*) terdiri atas lima aktivitas pokok yaitu : perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, penempatan staf, pengendalian.⁵ Pada CV. Bimantara Jaya cukup terstruktur sesuai dengan standar operasional pabrik yang pertama dilihat dari perencanaan produksi, CV Bimantara Jaya sebelum melakukan proses produksi dari pernyataan yang dikemukakan oleh owner perusahaan melakukan uji riset dahulu terhadap produknya agar produk kami diterima oleh konsumen dan melakukan kepengurusan perizinan usaha. Karena dalam tahap perencanaan perusahaan benar-benar matang.

⁴ Retina Sri Sedjati, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2015), hal. 87

⁵ Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep.....*, hal. 190

Perusahaan melakukan pengorganisasian, setelah terdapat planning yang bagus untuk launching produk baru, CV Bimantara Jaya mencari karyawan yang kompeten dibidangnya, dan membuat struktur anggota perusahaan untuk membantu menjalankan usahanya disini ada beberapa divisi yang membawahnya yaitu berjumlah 3 divisi diantaranya divisi umum, divisi keuangan, dan divisi purchasing/oprasional. Dan nanti di tiga divisi tersebut juga membawahi beberapa bidang.

Kemudian perusahaan melakukan proses memimpin, pada proses ini perusahaan mulai menjalankan produksinya dengan membagi beberapa karyawannya sesuai dengan keahlian dari sumber dayanya. Pada proses ini mulai dari produksi sampai dengan ekspedition karyawan yang bekerja dan melakukan promosi,namun di CV Bimantara Jaya Pemilik juga turut andil dalam promosi. Promosi yang dilakukan selain lewat sosial media juga melakukan promosi produk dengan cara trading.

Pada proses akhir yaitu pengendalian, pada proses ini perusahaan melakukan evaluasi Pada tahap ini kan barang sudah masuk pada konsumen, dan bila terjadi kendala maka menjadi tanggungjawab perusahaan kami. Pada tahap ini saya selaku pemilik mengadakan evaluasi kerja setiap 1 bulan sekali dan lebih seringnya 1 minggu sekali agar setiap karyawan dapat handal dalam melakukan tanggungjawabnya setiap seminggu dan sebulan

sekali terhadap hasil kerja karyawannya. Agar setiap karyawan memiliki tanggungjawab pada hasil kerjanya.

Hal ini seperti penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Hidayati yang berjudul Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam, dengan hasil penelitian proses pelaksanaan usaha. Dalam proses pelaksanaan segala sesuatu dikerjakan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya. Pada proses ini, pengrajin di Desa Jatirenggo tidak menjalankan proses pelaksanaan usaha sesuai dengan perencanaan karena proses perencanaan itu sendiri masih belum maksimal.⁶

b) Pemasaran

Menurut *American Marketing Association* dalam Kotler dan Keller bahwa pemasaran adalah “*marketing is an organization function and a set processes for creating communicating, and delivering value to customers and for managing customer relationship in ways that benefit the organization and its stakeholders*”. Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengolah hubungan

⁶ Ulfa Hidayati, *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), hal. 45

pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.⁷

Pemasaran yang dilakukan oleh CV Bimantara Jaya sudah sampai ke pulau sumatra, kalimantan dan beberapa daerah di jawa timur, jawa tengah dan jawa barat. Hasil untuk sekam padi gilingan halus sudah dipasarkan sampai Sulawesi, Jawa timur, Jawa Barat. Untuk sekam padi gilingan kasar hanya dipasarkan di peternak dan pengusaha ternak di Jatim, seperti Mojokerto, Jombang. CV Bimantara Jaya ini memiliki pabrik tersebar di Ciamis, Bojonegoro, dan Kediri. Sampai sejauh ini konsumen dari CV Bimantara Jaya sudah mencapai ratusan dan selalu melakukan inovasi-inovasi produknya dan mengikuti permintaan konsumen demi kelayolitasannya. Dalam pendistribusian produknya pun perusahaan dapat meghandlenya dengan baik.

Pada segi strategi promosi produk CV Bimantara Jaya belum cukup memanfaatkannya dengan baik padahal promosi adalah salah satu ajang unjuk kebolehan mengenai manfaatnya produknya agar di kenal oleh konsumen tanpa harus berkata panjang kali lebar, promosi adalah strategi penting untuk jalannya perusahaan namun perusahaan masih kurang maksimal dalam segi promosinya. Oleh karena itu perlu adanya pembaharuan dalam pemanfaatan media-media iklan sebagai ajang menawarkan

⁷ Muhammad Yunus Saleh dan Miah Said, *Konsep Dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: CV SAH MEDIA, 2019), hal. 1

produknya kepada konsumen. Selain itu juga CV Bimantara Jaya dalam proses penjualan produknya perlu adanya wadah kritik dan saran agar perusahaan tau mengenai kepuasan konsumen.

Pada tahap pemasaran sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Hidayati dengan Judul Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam. Berdasarkan hasil penelitian ini sebuah pengamatan dan evaluasi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen informasi yang dihasilkan bisa sangat penting dalam pengembangan usaha yang efektif. Pengrajin genteng di Desa Jatirenggo selalu berusaha menciptakan genteng sesuai dengan keinginan konsumennya sehingga loyalitas usaha akan tetap terjaga⁸

c) **Keuangan**

Kondisi keuangan sering kali di anggap sebagai ukuran tunggal terbaik posisi kompetitif perusahaan dan daya tariknya bagi investor. Menentukan kekuatan dan kelemahan keuangan suatu organisasi sangat penting untuk merumuskan strategi secara efektif⁹

Seperti halnya pada CV Bimantara Jaya yaitu dapat dilihat dari harga per produk. yaitu mulai dari Rp.800,- sampai Rp.4.400,- Maka dapat disimpulkan bahwa harga produk yang di tawarkan

⁸ Ulfa Hidayati, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi....*, hal. 45

⁹ Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep....*, hal. 214

oleh CV Bimantara Jaya sangatlah terjangkau oleh konsumennya, dilihat dari per kilonya tepung mahkota seharga Rp.4000/Kg. Dan menurut ownernya harga per produk ditentukan oleh kualitas dan permintaan dari konsumen tersebut sehingga sangat memudahkan konsumen dalam membeli produk yang dapat disesuaikan dengan kapasitas budget yang dimiliki.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rido Insan yang berjudul Strategi Pemasaran Melalui Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Pada Usaha Penyewaan Lapangan Futsal Di Scudetto Futsal Banyuwangi menyatakan bahwa harga merupakan sebuah nilai yang ditentukan untuk suatu barang maupun jasa yang ditentukan dengan uang. Harga yang ditentukan oleh Scudetto Futsal saat ini terjangkau bagi konsumen dengan rentan harga Rp. 60.000 – Rp. 120.000 tergantung jenis dan waktu bermain. Selain harga yang terjangkau, kekuatan Scudetto Futsal adalah produk yang ditawarkan berkualitas. Hal ini ditandai dengan banyaknya konsumen yang kembali memilih di Scudetto Futsal Banyuwangi.¹⁰

¹⁰ Rido Insan Raharjo, *Strategi Pemasaran Melalui Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT)....*, hal. 42

d) Produksi

Fungsi produksi adalah suatu bisnis mencakup semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang atau jasa. Roger Schroeder menyatakan bahwa manajemen produksi terdiri atas lima fungsi yaitu : proses, kapasitas, persediaan, angkatan kerja, kualitas.¹¹

Pabrik memproduksi 3 jenis produk di bidang supplier komponen bahan baku pabrikan seperti pabrik triplek/plywood seperti tepung untuk lem, dempul untuk menghaluskan kemudian penggilingan sekam giling untuk pabrik pakan ternak tepung industri dempul plywod dan reshule biji vitamin serta mineral untuk ternak juga. Perusahaan ini sehari mampu menghasilkan 7 hingga 14 ton. Hasil gilingan halus hanya 25 ton dan gilingan kasar mencapai 750 ton dalam sebulan. Bahan baku sekam padi ini didapatkan dari Kediri, Caruban, Ngawi, dan Nganjuk dikarenakan daerah tersebut adalah mayoritas penduduknya yaitu pertanian dan banyaknya limbah yang SDM nya pun belum mampu memanfaatkannya.

Seperti pada penelitian yang di lakukan oleh rido insani Raharjo yang berjudul Strategi Pemasaran Melalui Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (Swot) Pada Usaha Penyewaan Lapangan Futsal Di Scudetto Futsal Banyuwangi.

¹¹ Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep....*, hal. 214

Dengan hasil selain memiliki pangsa pasar yang luas, salah satu peluang yang bisa dimanfaatkan Scudetto Futsal Banyuwangi adalah produk yang ditawarkan Scudetto Futsal Banyuwangi terbukti berkualitas. Hal ini dilihat dari banyaknya konsumen yang memesan ulang bahkan menjadi langganan Scudetto Futsal Banyuwangi dengan menjadi member.¹²

3. Analisis Lingkungan Eksternal Makro

a) Faktor Ekonomi

Lingkungan yang tersedia dalam ekonomi tergantung pada penghasilan, harga tabungan, utang, dan ketersediaan kredit saat ini. Pemasar harus memperhatikan trend yang mempengaruhi daya beli, karena trend tersebut bisa memberikan pengaruh kuat pada bisnis, terutama untuk perusahaan yang produknya ditujukan kepada konsumen berpenghasilan tinggi dan sensitif terhadap harga.¹³

Begitu juga pada CV Bimantara Jaya dimana perusahaan ketika mengalami peristiwa global bahkan internasional seperti adanya musibah bencana alam perusahaan juga mengalami dampaknya salah satunya adalah berkurangnya jumlah permintaan produk dari konsumen sehingga mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Kemampuan daya beli konsumen menjadi naik turun.

Namun perusahaan manapun pasti tidak bisa menghindarinya

¹² Rido Insan Raharjo, *Strategi Pemasaran Melalui Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT).....*, hal. 61

¹³ Acmad Rizal, *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0.....*, hal. 46

karena sudah menjadi risikonya namun perusahaan hanya dapat mengecilkan risiko tersebut dengan mencari peluang yang ada yaitu mencari mitra-mitra baru. Namun di kondisi lain dengan semakin banyaknya perusahaan plywood yang berdiri serta peternakan maka sangat berpengaruh juga terhadap kelangsungan hidup dari CV Bimantara Jaya dimana akan terjadi penambahan relasi yang berimbas pada pendapatan akan meningkat.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Hidayati yang berjudul Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu) dengan hasil penelitiannya yaitu dengan meningkatkannya jumlah penduduk, maka meningkat pula tingkat konsumsi masyarakat. Selain pertumbuhan penduduk, peningkatan pendapatan masyarakat Kabupaten Pringsewu juga dapat menjadi peluang karna tingkat pendapatan dari setiap individu yang tinggi akan menunjukkan daya beli masyarakat yang semakin meningkat dan hal tersebut akan mendorong pertumbuhan usaha pengrajin genteng di Desa Jatirenggo¹⁴

b) Faktor Lingkungan

¹⁴ Ulfa Hidayati, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi.....*, hal. 66

Kemerosotan kondisi lingkungan alam tampaknya menjadi salah satu isu yang dihadapi di dunia usaha dan masyarakat tahun 1990-an. Pada banyak kota di dunia, polusi udara, dan air telah mencapai tingkat yang membahayakan. Pemasar harus mewaspadaai beberapa tren dalam lingkungan alam. Lingkungan alam menunjukkan empat kecenderungan utama yaitu kelangkaan bahan-bahan mentah tertentu, meningkatnya polusi, peningkatan biaya energi, peningkatan intervensi pemerintah dalam manajemen sumber daya alam.¹⁵

Pada CV Bimantara faktor lingkungan menjadi sorotan yang penting dalam faktor lingkungan karena produk yang dihasilkan ada yang berbentuk serbuk sehingga perlu perhatian khusus agar keselamatan pekerja dan lingkungan sekitar perusahaan tidak kena dampak buruknya salah satunya adalah dapat menimbulkan penyakit pernapasan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayati Fauziah Pasaribu yang berjudul Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan. Pada penelitian ini bahwa salah satu permasalahan global yang utama adalah kerusakan alam. Di banyak kota di dunia, polusi udara, tanah dan air, telah mencapai tingkat yang membahayakan Pemasar harus mewaspadaai ancaman dan peluang yang

¹⁵ Acmad Rizal, *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0....*, hal. 49

berhubungan dengan keempat kecenderungan dalam lingkungan alam yaitu, kekurangan bahan baku, peningkatan biaya energi, tekanan anti polusi dan perubahan peran pemerintah.¹⁶

c) **Kekuatan Tehnologi**

Kekuatan paling dramatis yang membentuk kehidupan manusia adalah tehnologi. Setiap tehnologi baru merupakan suatu kekuatan untuk “penghacur kreatif”, tingkat pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh berapa banyak tehnologi baru utama ditemukan. Pemasar harus memperhatikan trend-trend berikut dalam tehnologi:

- a. Langkah perubahan tehnologi yang semakin cepat
- b. Kesempatan inovasi yang tidak terbatas
- c. Anggaran riset dan pengembangan yang bervariasi
- d. Regulasi yang meningkat atas perubahan tehnologi.¹⁷

Seperti yang dilakukan oleh CV Bimantara Jaya yaitu bahwasannya mesin produksi yang canggih sangat diperlukan agar tercipta efisiensi waktu dan menghasilkan produk unggul. Namun perusahaan belum bisa menerapkan karena di pasar kebutuhan industri belum tersedia mesin yang dibutuhkan di perusahaannya

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Hidayati yang berjudul Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi

¹⁶ Hidayati Fauziah Pasaribu, *Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Pt. Arma Anugerah Abadi Medan*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan 2018), hal. 67

¹⁷ Acmad Rizal, *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0....*, hal. 50

pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu), dengan hasil penelitian dalam dunia usaha kemajuan teknologi ditandai dengan adanya peralatan dan sarana yang baik dan modern. Di Desa Jatirenggo, para pengrajin genteng harusnya menggunakan peralatan modern dan sehingga dalam memasarkan produk genteng agar mampu bersaing dengan pengrajin yang lebih modern seperti pengrajin asbes, bajaringan dan lain sebagainya¹⁸

d) Faktor Hukum

Keputusan pemasaran sangat dipengaruhi oleh perkembangan dalam lingkungan politis. Lingkungan ini terdiri dari hukum, badan pemerintah, dan kelompok berpengaruh yang mempengaruhi dan membatasi berbagai organisasi dan individu dalam masyarakat. Suatu pembatasan atas kecenderungan politik utama dan implikasinya terhadap manajemen pemasaran yaitu pertama jumlah yang substansi dari hukum yang mengatur bisnis, yang kedua pertumbuhan kelompok-kelompok umum.¹⁹

CV Bimantara Jaya merupakan pabrik pengolahan limbah alam yang berdiri sejak tahun 2006 sebagai pabrik air mineral dan mulai tahun 2008 barulah sebagai pabrik pengolahan limbah dengan berbentuk CV (Persekutuan Komanditer) dan itu pun dalam kepengurusan surat ijin agak sulit harus ada persyaratan-persyaratan khususnya

¹⁸ Ulfa Hidayati, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi.....*, hal. 68

¹⁹ Acmad Rizal, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat.....*, hal. 50

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Hidayati yang berjudul Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu), dengan hasil penelitian seharusnya pemerintah berperan aktif karna salah satu faktor penting dalam menjalankan usaha pengrajin yaitu pemerintah, kebijakan serta aturan pemerintah sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha pengrajin genteng di Desa Jatirenggo²⁰

e) Ancaman Pendatang Baru

Pendatang baru (*new entrants*) adalah perusahaan yang semula tidak bermain di industri dan tidak sebagai pemain dalam jalur produksi distribusi industri tersebut, tetapi kemudian ikut terjun di industri tersebut dengan menawarkan produk atau jasa yang sejenis, dengan alasan industri tersebut menarik dari segi pasar dan laba.²¹

Produk CV Bimantara Jaya memanglah sangat jarang sekali orang dapat menirunya sebab kerumitan mengolahnya menjadikan orang enggan memanfaatkanya. Namun tidak menutup kemungkinan adanya pesaing baru yang menirunya sebab CV Bimantara Jaya pernah mendapati ada konsumen yang pindah supplier kemungkinan perusahaan kami kalah saing dengan

²⁰ Ulfa Hidayati, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi....*, hal. 68

²¹ Ujang Sumarwan, Fandy Tjiptono, *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2018), hal. 14

strategi marketing perusahaan tersebut dan inovasi dari produk perusahaan lain yang lebih unggul. Maka dari itu dapat menjadi kekuatan tersendiri bagi perusahaan untuk dapat mengembangkan perusahaannya.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Hidayati yang berjudul Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu), dengan hasil penelitian para pengrajin tidak dapat menghasilkan produksi genteng dengan jumlah yang besar. Akibatnya, sering terjadi konsumen lebih memilih untuk membeli genteng kepada pengrajin yang memiliki produktifitas yang besar sehingga dapat memenuhi permintaan pasar secara keseluruhan²²

B. Strategi Pemasaran yang dapat diterapkan pada CV Bimantara Jaya

1. Strategi Pemasaran

Sebagian orang menganggap pemasaran sama dengan penjualan atau periklan, padahal periklanan dan penjualan hanyalah bagian dari pemasaran. Pemasaran perlu dipahami dalam arti yang lebih luas, yaitu suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat

²² Ulfa Hidayati, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi....*, hal. 69

penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.²³

Upaya CV Bimantara Jaya untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan pemasaran perusahaan juga harus memiliki ide inovasi-inovasi yang cemerlang agar produknya tetap eksis di pangsa pasarnya. Selain itu juga memberikan penawaran produk sesuai permintaan konsumen, melakukan perluasan pasar dengan membuka cabang baru. Namun CV Bimantara Jaya kurang memanfaatkan segmentasi pasar namun perusahaan juga mencari peluang untuk meningkatkan pemasarannya. Dan belum memberikan wadah bagi konsumen untuk mengunggah kritik dan saran.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rido Insan Raharjo yang berjudul Strategi Pemasaran Melalui Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Pada Usaha Penyewaan Lapangan Futsal Di Scudetto Futsal Banyuwangi dengan hasil penelitian. Melihat permintaan konsumen yang terkadang belum dapat dipenuhi maka membuka cabang baru merupakan peluang jangka panjang Scudetto Futsal Banyuwangi. Permintaan konsumen untuk menggunakan produk dari Scudetto Futsal Banyuwangi cukup tinggi. Hal itu bersumber berdasarkan pengamatan peneliti yang melihat konsumen gagal menggunakan

²³ Acmad Rizal, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat.....*, hal. 2

produk mereka karena memang sudah banyak yang memesan pada hari sebelumnya.²⁴

Strategi pemasaran adalah suatu cara yang sangat dibutuhkan setiap perusahaan baik dengan skala mikro maupun makro agar produknya tepat pada sasarannya seperti pada perusahaan pengolahan limbah pertanian yaitu CV Bimantara Jaya, perusahaan melakukan strategi pemasaran dengan cara menjadi supplier kebutuhan pokok pabrik plywood dan pabrik pakan ternak. Dilhat dari hasil analisis matriks SWOT CV Bimantara Jaya berada pada kuadran I yang berarti perusahaan berada pada kondisi agresif akan tepat apabila melakukan *Growth Strategy* (Strategi Pertumbuhan) dengan pendekatan strategi SO (*strength opportunity strategy*). Strategi ini dilakukan dengan cara perusahaan memaksimalkan kekuatan yang ada dengan memanfaatkan peluang untuk memperoleh keuntungan, promosi, pangsa pasar, penjualan dan sebagainya guna mencapai pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan. Growth Strategy melalui pendekatan strategi SO (*strength-opportunity strategy*)

Seperti pendapat dari miguna astuti strategi SO digunakan untuk menjelaskan kegunaan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, dimana dengan adanya kekuatan peluang yang ada dapat mengurangi risiko

²⁴ Rido Insan Raharjo, *Strategi Pemasaran Melalui Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (Swot) Pada Usaha Penyewaan Lapangan Futsal Di Scudetto Futsal Banyuwangi*, (Skripsi:Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta 2018), hal. 49

yang didapat.²⁵ Pada CV. Bimantara Jaya memiliki kekuatan dan peluang yang hampir sama-sama kuat sehingga perusahaan dapat memanfaatkannya dengan menyusun strategi baru dan juga dapat mengevaluasi strategi pemasaran yang lama.

Dapat disimpulkan beberapa strategi S-O dari CV Bimantara Jaya diantara adalah dengan melakukan inovasi-inovasi produk dengan memanfaatkan peluang pada perusahaan seperti memanfaatkan akan permintaan pasar yang tinggi dari situ perusahaan dapat melakukan penambahan kualitas produknya.

Selalu menjaga dan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan mengikuti permintaan konsumen, Memanfaatkan kondisi agar lebih efisien, tepat dan optimal. Mempertahankannya dengan cara menciptakan produk-produk baru. Dalam melayani konsumen yang beragam CV Bimantara Jaya dapat menjadikan pangsa pasar baru untuk melayani pembeli eceran yaitu bekerja dengan BUMDES desa setempat. Kemudian perusahaan juga perlu memanfaatkan trend dari konsumen sebagai ide baru untuk inovasi produknya serta memanfaatkan untuk membuat strategi baru dengan cara menginovasi produk dan pemasarannya.

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Hidayati dengan judul Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam. Dengan hasil penelitian yaitu mutu

²⁵ Miguna Astuti, Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020), hal. 27

produk yang sudah baik harus terus ditingkatkan dengan penambahan inovasi produk sehingga terus dapat memenuhi referensi konsumen yang akan dapat meningkatkan daya saing usaha penggunaan media internet untuk proses pemasaran yang telah dilakukan juga harus lebih dioptimalkan lagi, dengan memperluas jangkauan-jangkauan pemasaran yang sudah ada sebelumnya. Tidak hanya untuk proses pemasaran, kemajuan teknologi juga dapat dimanfaatkan untuk proses produksi secara efektif dan efisien²⁶

²⁶ Ulfa Hidayati, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi.....*, hal. 73