

Strategi Pengembangan Usaha Melalui Analisis SWOT Pada Toko Buku "Demak" Di Pilar Cikarang Utara

Lailun Nur Aulia¹, R.R Wening Ken Widodasih²

Universitas Pelita Bangsa, Bekasi Indonesia¹

Universitas Pelita Bangsa, Bekasi Indonesia²

Email: lailnraulia_6@mhs.pelitabangsa.ac.id¹

Abstract: *The purpose of this researcher is to find out the Business Development Strategy in developing sales at the "Demak" Bookstore with the SWOT Analysis method. The development of a business is the responsibility of every entrepreneur or entrepreneur who requires foresight, motivation and creativity. SWOT analysis technique is a technique to recognize various conditions that are the basis for strategy planning. The method used in this study is a Qualitative method to find out what strategy is used by "Demak" Bookstore in North Cikarang Pillar, Bekasi Regency. As for the data source, it consists of primary data and secondary data. To collect data is done by observation, interviews, and documentation. This research uses qualitative methods with the application of SWOT analysis, this can be identified through internal and external factors, IFAS and EFAS and SWOT Matrix, which shows that internal factors IFAS get a total of 3.26 and external factors EFAS get a total of 2.54, it can be seen that internally the company is strong in the competitive process and can see existing opportunities and external factors the company is able to minimize threats and evaluate weaknesses. The results of this study "Demak" Bookstore implemented a good strategy in maintaining its business. Such as providing stock of goods before the goods run out, while supporting factors such as a very strategic location. Although there are also inhibiting factors such as competitors selling similar goods.*

Keywords: *Business Development Strategy; Micro, Small and Medium Enterprises; SWOT Analysis*

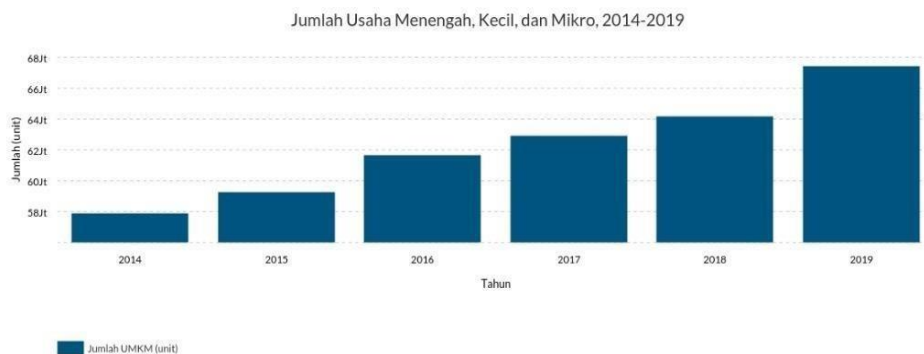
Abstrak: Tujuan dari peneliti ini untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha dalam mengembangkan penjualan pada Toko Buku "Demak" dengan metode Analisis SWOT. Pengembangan suatu usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Teknik analisi SWOT merupakan suatu teknik untuk mengenali berbagai kondisi yang menjadi basis bagi perencanaan strategi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif untuk mengetahui strategi apa yang digunakan Toko Buku "Demak" di Pilar Cikarang Utara Kabupaten Bekasi. Sedangkan untuk sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Untuk mengumpulkan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penerapan analisis SWOT, hal ini dapat diidentifikasi melalui faktor internal dan eksternal, IFAS dan EFAS serta Matriks SWOT, yang menunjukkan bahwa faktor internal IFAS mendapatkan total keseluruhan 3,26 dan faktor eksternal EFAS mendapatkan total keseluruhan 2,54, hal ini dapat dilihat bahwa secara faktor internal perusahaan kuat dalam proses persaingan serta dapat melihat peluang yang ada dan secara faktor eksternal perusahaan mampu meminimalisir ancaman dan evaluasi terhadap kelemahan. Hasil penelitian ini Toko Buku "Demak" menerapkan strategi yang baik dalam mempertahankan bisnisnya. Seperti menyediakan stok barang sebelum barang habis, sedangkan faktor pendukung seperti lokasi yang sangat strategis. Meskipun juga terdapat faktor penghambatnya seperti adanya pesaing menjual barang-barang yang sejenis.

Kata Kunci: *Strategi Pengembangan Usaha; Usaha Mikro Kecil Menengah; Analisis SWOT*

PENDAHULUAN

Wirausaha sejati harus menjadi inovator dan pengembang bisnis yang memahami cara mengidentifikasi dan menangkap peluang serta mengubah peluang menjadi sesuatu yang dibuat atau dijual. Dalam konteks kewirausahaan atau dunia bisnis Indonesia, hal ini tidak mudah dipahami. Diketahui, selama 30 tahun pemerintah Orde Baru, muncul 'pengusaha baru' yang cepat

berkembang menjadi konglomerat yang menguasai hampir seluruh sektor perekonomian Indonesia. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari suatu perekonomian negara meskipun dilihat dari skala ekonominya tidak seberapa namun jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat besar dan dominan serta sumbangan yang diberikan selama ini baik untuk masyarakat maupun untuk negara. Peran penting tersebut telah mendorong banyak negara termasuk negara Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Cenderung lebih baik dalam hal ini menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua sebagai bagian dari dinamikanya, Usaha Mikro Kecil Menengah sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga adalah karena sering diyakini bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki keunggulan dalam hal fleksibel dari pada usaha besar. (Rita Januarwati, Eddy Poernomo, 2014). Perubahan UMKM di Indonesia setiap tahunnya terus bertambah dan menjadi salah satu sektor ekonomi yang dapat menjamin kehidupan masyarakat lebih sejahtera. Dengan adanya peningkatan UMKM ini juga membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sehingga mampu mengurangi pengangguran di Indonesia. Namun demikian hal ini seiring dengan semakin tingginya persaingan baik skala Nasional maupun Internasional.



Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

lokadata

Gambar. 1 Jumlah UMKM dari tahun 2014-2019
Sumber: kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah

Jumlah usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pada tahun 2019 diproyeksikan tumbuh 5 persen menjadi 67,4 juta unit. Dibanding tahun sebelumnya yang sebanyak 64,2 juta unit. Jumlah UMKM ini terus meningkat setiap tahunnya. (RA, 2020). "Kekuatan data ekonomi yang dimiliki oleh suatu negara saat ini, salah satunya adalah UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah yang berkembang secara terus menerus di dalam negara tersebut." (Muhammad Bahtiar Abdullah, 2017). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99 % dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis.

Seiring perkembangan teknologi yang begitu dan tanggap, masyarakat membutuhkan lebih banyak informasi dan pengetahuan di era yang semakin maju dan modern ini. Buku merupakan sarana dengan segudang informasi sehingga dapat memberikan kontribusi tersendiri untuk meningkatkan kemampuan setiap individu dalam bertindak dan berfikir. seiring melebar nya bisnis ini, menjadikan sebagian orang untuk memasarkan buku di setiap sudut wilayah yang di anggap strategis dijangkau pembeli. Pilar Cikarang Utara dinilai sebagai lokasi yang strategis. Tempat ini berada tepat di jalan utama yang dilalui oleh masyarakat dari berbagai kalangan, hal ini dapat di bilang strategis karena wilayah ini merupakan tempat berkumpulnya anak-anak sekolah. Toko Buku "Demak" termasuk menjadi salah satu sorotan warga cikarang utara yang memiliki perlengkapan lengkap walaupun tempat nya yang kecil, Toko Buku "Demak" ini berdiri pada tahun 2013. Yang berlokasi di Cikarang Utara Jl. KH. Dewantara no.16 Kabupaten Bekasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT pada Toko Buku "Demak" di Pilar Cikarang Utara, sehingga penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian kualitatif. Creswell dalam jurnal (Dwi Mulyani, 2022) menyatakan "penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau kelompok orang dianggap berasal dari masalah social atau kemanusiaan".

Data yang di pakai peneliti dipenelitian ini yakni data primer serta sekunder. Data primer di peroleh lewat wawancara langsung dengan informan, pemilik Toko Buku "Demak" di Pilar Cikarang Utara, dengan mengajukan serangkaian pertanyaan. Data mentah tida kadaluwarsa, sehingga hanya di tanyakan sesudah proyek penelitian di kembangkan. Data sekunder adalah data informasional yang di peroleh peneliti dari data perpustakaan berbentuk buku ataupun jurnal serta instansi pemerintah.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016) merupakan "teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam penelitian ini teknik trigulasi yang digunakan" :

1. "Observasi adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan cara ikut turun serta ke lapangan secara langsung dan mengamati objek penelitian yang akan diteliti" (Sugiyono, 2017)
2. "Wawancara adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan cara memberikan atau mengajukan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti kepada partisipan penelitian untuk dijawab". (Sugiyono, 2017).
3. "Dokumentasi adalah berupa kumpulan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berupa tulisan, gambar atau karya- karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian dari hasil observasi dan wawancara akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumentasi." (Sugiyono, 2017).

Tempat Penelitian

Penelitian berlokasi di UMKM Toko Buku "Demak" beralamatkan Jalan Ki Hajar Dewantara, Rt. 04 Rw. 05, Karangasih Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530. Tepatnya diseborang SMPN 1 Cikarang Utara dekat dengan SDN Karangasih 12, Desa Karangasih Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat

HASIL PENELITIAN

Data ini ialah data yang didapat serta diolah dari hasil wawancara yang menghasilkan faktor-faktor yang telah dilakukan pada toko buku "demak", maka didapatkan hasil analisis SWOT berupa faktor internal dan eksternal yaitu, sebagai berikut :

Faktor Internal (kekuatan dan kelemahan)

Kekuatan

1. Toko tersebut memiliki koleksi buku yang cukup lengkap
2. Penjualan barang selain buku seperti ATK
3. Tempat yang strategis
4. Harga yang terjangkau
5. Pelayanan yang ramah dari karyawan

Kelemahan

1. Tempat yang kurang luas
2. Kurangnya periklanan toko buku "demak".
3. Kurang luasnya lahan parkir

Faktor eksternal (Peluang dan Ancaman)

Peluang

1. Dapat membuka cabang baru dilokasi lain
2. Bekerja sama dengan toko buku lain dalam pendistribusian produk
3. Potensi pasar yang sangat besar dari siswa siswi dan guru

Ancaman

1. Bersaing dengan toko lain yang menawarkan banyak produk yang serupa
2. Harga produk yang tidak stabil
3. Harga buku bajakan yang menjual lebih murah dengan harga buku toko buku "demak"

Matriks IFAS dan EFAS

Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Dengan bantuan matriks IFAS, semua informasi diperoleh tentang faktor organisasi yaitu kekuatan dan kelemahan organisasi/perusahaan, dievaluasi dan diberi bobot tujuan dari pembobotan adalah untuk mengkuantifikasi faktor internal dalam skala 1-4 dari sangat tidak penting sampai sangat penting. IFAS=Internal Strategic Factor Analysis Summary (Analisis Strategi Faktor Internal), yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan.

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

FAKTOR INTERNAL	IFAS		
	BOBOT	RATING	SKOR
KEKUATAN			
Toko tersebut memiliki koleksi buku yang cukup lengkap	0,17	4	0,39
Penjualan barang selain buku seperti ATK	0,17	4	0,70
Tempat yang strategis	0,13	3	0,39
Harga yang terjangkau	0,13	3	0,39
Pelayanan yang ramah dari karyawan	0,17	4	0,70
SUB TOTAL	0,78	18	2,87
KELEMAHAN			
Tempat yang kurang luas	0,09	2	0,17
Kurangnya periklanan toko buku "demak"	0,09	2	0,17
Kurang luas nya lahan parkir	0,04	1	0,04
SUB TOTAL	0,22	5	0,39
TOTAL	1,00	23	3,26

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2023

Nilai 3.00-4.00 dapat dikatakan secara internal perusahaan kuat. Berdasarkan tabel Matriks IFAS diatas menunjukan bahwa pada posisi internal yang mendapatkan total keseluruhan sebesar 3,26 yang terlihat bahwa skor kekuatan 2,87 dan skor kelemahan 0,39 yang artinya toko buku "demak" memiliki faktor kekuatan yang lebih besar dari faktor kelemahan.

Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Matriks EFAS digunakan untuk mengevaluasi dan menimbang semua informasi yang diperoleh dilokasi tentang faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dimiliki organisasi dengan tujuan mengkuantifikasi faktor eksternal dengan skala dari 1 hingga 4. dari sangat tidak signifikan hingga sangat penting. EFAS = External Strategic Factor Analysis Summary (Analisis Faktor Strategi Eksternal), yang terdiri dari peluang dan risiko bagi perusahaan.

Tabel 2. EFAS (Eksternal Factor Analysis)

FAKTOR EKSTERNAL	EFAS		
	BOBOT	RATING	SKOR
PELUANG			
Dapat membuka cabang baru dilokasi lain	0,23	3	0,69
Bekerja sama dengan toko buku lain dalam pendistribusian produk	0,23	3	0,69
Potensi pasar yang sangat besar dari siswa siswi dan guru	0,23	3	0,69
SUB TOTAL	0,69	9	2,08
ANCAMAN			
Persaingan dengan toko lain yang menawarkan beberapa barang sejenis	0,08	1	0,08
Harga produk yang tidak stabil	0,15	2	0,31
Harga buku bajakan dijual lebih murah dibandingkan dengan harga ditoko buku "demak"	0,08	1	0,08
SUB TOTAL	0,31	4	0,46
TOTAL	1,00	13	2,54

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2023.

Pada tabel di atas Tabel Matriks EFAS menunjukkan bahwa pada posisi eksternal yang mendapatkan total keseluruhan sebesar 2,54 hal ini secara eksternal perusahaan mampu melihat peluang dan mengurangi ancaman yang ada pada usaha tersebut.

Matriks SWOT UMKM Toko Buku "Demak"

Matriks SWOT dapat dipakai memutuskan strategi alternatif mana yang paling tepat untuk menggambarkan penyesuaian antara peluang serta ancaman eksternal dan kekuatan serta kelemahan internal yang mereka hadapi:

1. Strategi SO (*Streanght-Opportunities*), strategi ini dibuat degan mengambil manfaat kekuatan yang dimiliki oleh Toko Buku "Demak" untuk meraih peluang-peluang yang ada.
2. Strategi ST (*Strenght-Threats*), strategi memakai kekuatan guna meminimalisir ancaman eksternal yang ada.
3. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), strategi ini untuk memanfaatkan peluang guna mengurangi kelemahan.
4. Strategi WT (*Weakness-Threats*), strategi ini guna mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

Tabel 3. Matriks Analisis SWOT Toko Buku "Demak"

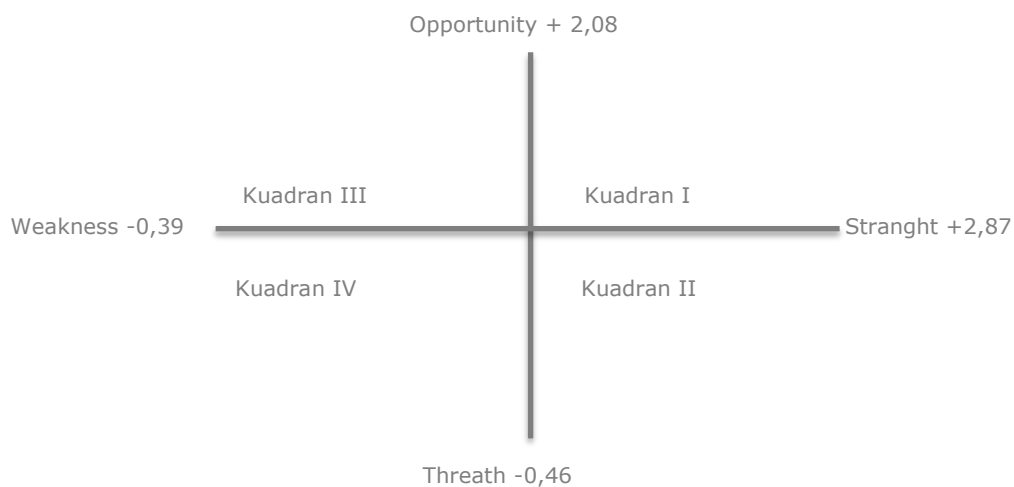
Internal	Strenght-S 1. Toko tersebut memiliki koleksi buku yang cukup lengkap 2. Penjualan barang selain buku seperti ATK 3. Tempat yang strategis 4. Harga yang terjangkau 5. Pelayanan yang ramah dari karyawan	Weakness - W 1. Tempat yang kurang luas 2. Kurangnya periklanan Toko Buku "Demak" 3. Kurang luasnya lahan parkir
Eksternal		
Opportunity - O 1. Dapat membuka cabang baru dilokasi lain 2. Bekerja sama dengan toko buku lain dalam pendistribusian produk 3. Potensi pasar yang sangat besar dari siswa siswi dan Guru	Strategi S-O 1. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan cepat dan tanggap terhadap keluhan konsumen 2. Menyediakan pelayanan Fotocopy serta printnan 3. Mempertahankan harga 4. Meningkatkan modal	Strategi W-O 1. Memperluas tempat untuk membuat konsumen nyaman 2. Meningkatkan kualitas produk 3. Memperluas pemasaran melalui media sosial
Threath - T 1. Bersaing dengan toko lain yang menawarkan banyak produk yang serupa	Strategi S-T 1. Mempertahankan kualitas produk 2. Menonjolkan keunggulan produk	Strategi W-T 1. Mengamati produk pesaing bisnis

2. Harga produk yang tidak stabil	3. Tingkatkan inovasi pada usaha	2. Tingkatkan pelayanan pada konsumen
3. Harga buku bajakan yang dijual lebih murah dari dengan harga buku di Toko Buku "Demak"		3. Menjalin hubungan baik dengan para pelanggan.

Sumber : Data yang diolah, 2023

Diagram Matriks

Analisis di atas menunjukkan peringkat masing-masing faktor yaitu hasil faktor kekuatan (2,87) dan Faktor Kelemahan (0,39) serta Faktor Peluang (2,08) dan Faktor Ancaman (0,46). Dengan menggunakan nilai tersebut dapat dilihat bahwa nilai Kekuatan lebih tinggi dari nilai Kelemahan, dan nilai Peluang lebih tinggi dari nilai Ancaman sehingga dapat direpresentasikan dalam diagram SWOT berikut :



Gambar 1 Diagram SWOT UMKM Toko Buku "Demak"

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2023

Toko Buku "Demak" berada di kuadran 1 yang berarti toko buku "demak" memiliki kekuatan dan peluang untuk merebut peluang, hal ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dengan adanya peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

KESIMPULAN

Hasil analisis dan informasi mengenai penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam usaha yang dimiliki UMKM Toko Buku "Demak" berada dalam usaha kuadran I yaitu strategi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini lebih memfokuskan kepada strategi SO (Strength - Opportunities), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi SO adalah Meningkatkan kualitas pelayanan dengan cepat dan tanggap terhadap keluhan konsumen, mempertahankan harga, meningkatkan modal. Toko buku "Demak" ini masih menggunakan cara lama dalam hal pencatatan dan pembukuan yang sehingga menimbulkan resiko yang lebih tinggi, seperti kesalahan dalam proses registrasi dll. Kemudian masih ada ruang untuk peningkatan pemasaran, karena sampai saat ini pemasaran masih dilakukan dari mulut ke mulut ke mulut. Dan berdasarkan hasil analisis SWOT pada UMKM toko buku "demak" dapat dilihat dari perhitungan faktor internal IFAS (Internal factor Analysis Summary) memiliki skor sebesar 3,26 terdapat pada kekuatan dan kelemahan usaha. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa toko buku "demak" kuat dalam internal perusahaan. Pada faktor eksternal (Eksternal Faktor Analysis Summary) mendapatkan skor 2,54 yang menyatakan dengan cara ini usaha secara eksternal dapat mengidentifikasi peluang dan mengurangi ancaman yang muncul dalam usaha.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mengemukakan saran yang dapat dijadikan bahan acuan yang bermanfaat yaitu bagi perusahaan untuk menyediakan mesin foto copy dan printnran dikarenakan untuk lokasi itu sendiri sudah sangat strategis letak pinggir jalan bersebrangan dengan SMP dekat dengan SD jadi terdapat peluang banyak untuk segera meyediakan fotocopy dan printnran maka sebaiknya manfaatkan lokasi strategis untuk menarik banyak konsumen. Dan bagi peneliti selanjutnya agar bisa meneliti objek yang berbeda dengan menggunakan metode analisis SWOT atau bisa dengan mengkombinasikan metode lain selain analisis SWOT dalam strategi pengembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- David Sinaga, E., Artikel, R., & Kunci, K. (2017). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MELALUI ANALISIS STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT (SWOT) DAN IDENTIFIKASI KEBUTUHAN KONSUMEN PADA USAHA PRODUKSI SEPATU INFORMASI ARTIKEL A B S T R A K*. <https://ejournalunsam.id/index.php/jurutera>
- Dwi Mulyani, D. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Gula Aren Berdasarkan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Kecamatan Lawe Bulan, Kabupaten Aceh Tenggara). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7(2). www.jim.unsyiah.ac.id/JFP
- Nazarudin, M. H. (2020). *MANAJEMEN STRATEGIK*. Noer Fikri Ofset.
- putu krisna adwitya sanjaya. (2021). *BUKU UMKM (KRISNA & NURATAMA, 2021)* (M. K. Muh. Yunus, S.Sos. (Ed.)). CV. Cahaya Bintang Cemerlang.