

IMPLEMENTASI ANALISI SWOT SEBAGAI PENENTU STRATEGI BERSAING PADA “VILA HMD DI TRAWAS MOJOKERTO”

Yunia diva laras, M. Naely Azhad¹, Nursaidah²
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Jember, Jawa Timur, Indonesia
yuniadivalaras094@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan berdaya- saing dengan terlebih dahulu mengidentifikasi, menilai faktor-faktor internal perusahaan dan eksternal lingkungan yang mempengaruhi perusahaan tersebut. Hal ini dilakukan dengan menggunakan metode Analisis SWOT (*strenght, Weakness, Oppurtunity, Threat*). Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman lingkungan bisnis maupun kekuatan serta kelemahan yang dimiliki internal perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memperoleh sampel, dengan jumlah sampel yang diambil. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dan pengunjung Vila HMD di Trawas Mojokerto. Pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa pemilihan strategi pemasaran yang tepat pada Vila HMD di Trawas Mojokerto adalah meningkatnya pangsa pasar, meningkatkan kualitas pelayanan jasa, melakukan promosi yang efektif dan tepat sasaran dan mengembangkan kualitas sumber daya manusia.

Kata kunci: Kekuatan, Kelemahan, peluang, Ancaman



ABSTRACT

This study aims to determine the right marketing strategy and competitive by first identifying, assessing internal factors and external environment affecting the company. This is done by using the method of SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). SWOT Analysis is the analysis used to evaluate business opportunities and threats in the environment as well as strengths and weaknesses internal company owned. This study uses purposive sampling technique to obtain the sample, the number of samples taken. The population in this study all employees on the Villa HMD in Trawas Mojokerto company and people who ever consumption product of Villa HMD in Trawas Mojokerto, collecting data using questionnaires. The results obtained that the selection of an appropriate marketing strategy on the company's Do Café Jember is to increase market share, improve service quality, promoting the effective and appropriate, and develop the quality of human resources.

Key words: *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*

Pendahuluan

Perkembangan bisnis di Indonesia belakangan ini semakin lama semakin menonjol kompleksitas, persaingan, perubahan dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antar perusahaan, baik karena pesaing yang semakin meningkat, maupun bertambah pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan. Oleh sebab itu persaingan sangat penting untuk keberhasilan atau kegagalan perusahaan, dimana pesaing dengan menggunakan pendekatan pasar adalah perusahaan-perusahaan yang memuaskan kebutuhan pelanggan yang sama. Sehingga perusahaan harus lebih cermat membaca serta mengantisipasi keadaan pasar sehingga dapat menciptakan produk berkualitas, memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat memuaskan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan.

Saat ini usaha penyewaan properti khususnya villa lagi marak dikembangkan di daerah trawas mojokerto karna tempatnya yang masih asri dan tidak jauh dari kota menjadi pilihan di bangunnya villa dengan view alam yaitu persawahan. Salah satu villa yang terkenal di trawas mojokerto adalah Villa HMD yang terletak di Trawas Mojokerto. Laki-laki kelahiran Banyuwangi ini sebelumnya hanya memiliki tanah tanpa bangunan. Hadi Mulyono selaku pemilik melihat peluang dan strategisnya lokasi tersebut akhirnya membangun villa yang disewakan. “Villa HMD Trawas Mojokerto” menawarkan berbagai fasilitas yaitu: Penyewaan

villa kelas 1 dan 2, *room full TV* dan *Ac*, *full bathroom*, *home teater*, *swimming pool*, *area photo spot*, *karaoke room* dan *wifi*. Dengan banyaknya fasilitas yang ditawarkan oleh pihak villa bisa menjadi daya tarik pengunjung untuk datang ke villa. Villa HMD ini tidak hanya disewakan untuk menginap saja tetapi juga bisa disewa untuk acara *prewedding*, pesta keluarga, *gatering* dll. Waktu operasi Villa HMD setiap hari tanpa ada hari libur.

Dikawasan Trawas merupakan tempat wisata. maka, banyak bangunan villa yang dibangun disana. Berikut adalah beberapa villa disekitaran Villa HMD di Trawas Mojokerto yang dapat menjadi ancaman bagi Villa HMD

Tabel 1.2 Daftar villa disekitar villa HMD

No	Nama Villa	Fasilitas	Tarif Per malam
1.	Villa Pak Bayan	3 kamar tidur (<i>7 bed</i>), 3 kamar mandi plus air hangat, dapur, kulkas, <i>magic com</i> , TV, <i>karaoke</i> , kolam renang	Rp 1.7000.000
2.	Villa Blok D1	4 kamar tidur (masing-masing 2 bed), 4 kamar mandi plus air hangat, dapur, kulkas, <i>magic com</i> , TV, <i>karaoke</i> , <i>Gazebo</i> , Kolam renang	Rp 2.5000.000
3.	Villa Welirang	8 kamar tidur, dapur, kulkas, dispenser, 2 buah TV, lapangan tenis, kolam renang, bilyard, area parkir	Rp 4.000.000
4.	Villa Putri	3 kamar, 3 kamar mandi, dapur lengkap, <i>playground</i> , area parkir, TV, kapasitas 15 Orang	Rp 3.000.000
5.	Villa Rusa	4 kamar tidur (<i>10 bed</i>) 3 kamar mandi, dapur, TV, <i>Gazebo</i> , <i>swimming pool</i> , <i>bilyard</i> , lapangan tenis, area parkir	Rp 2.5000.000 – Rp 4.000.000
6.	Villa Vanda	5 kamar tidur <i>doubel bed</i> , 2 kamar mandi plus air hangat, dapur, kulkas, <i>magic com</i> , TV plus DVD, <i>Gazebo</i> , tempat bakar jagung, tenis meja	Rp 1.5000.000

Sumber : Data yang diolah 2019

Dari beberapa villa di sekitaran Trawas Mojokerto memiliki banyak pilihan villa yang dapat dikunjungi dengan berbagai fasilitas dan harga yang berbeda-beda tergantung kebutuhan kita selama menginap di villa. Tapi bila dilihat Villa HMD memiliki fasilitas yang lengkap daripada Villa yang lain di kawasan yang sama. Dengan adanya tabel data pesaing maka diperlukan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan, strategi yang digunakan adalah menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan data dan fenomena di atas penulis melakukan penelitian di “Villa HMD di Trawas Mojokerto” dengan menggunakan analisis SWOT karena penulis masalah ini menarik untuk ditelaah lebih lanjut.

Tinjauan Pustaka

Konsep Pemasaran

(Swastha, 2007) menyatakan bahwa tiga unsur pokok konsep pemasaran adalah:

- a. Orientasi pada konsumen Perusahaan yang benar-benar ingin memperhatikan konsumen harus:
 - i. Menentukan kebutuhan pokok dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
 - ii. Menentukan kelompok pembeli yang akan dijadikan sasaran penjualan. Karena perusahaan tidak mungkin dapat memenuhi segala kebutuhan pokok konsumen, maka perusahaan harus memilih kelompok pembeli tertentu bahkan kebutuhan tertentu dari kelompok pembeli tersebut.
 - iii. Menentukan produk dan program pemasarannya. Untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda dari kelompok pembeli yang dipilih sebagai sasaran perusahaan dapat menghasilkan barang-barang dengan tipe model yang berbeda-beda dan dipasarkan dengan program pemasaran yang berlainan.
 - iv. Mengadakan penelitian pada konsumen. Untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan, sikap, serta perilaku mereka.
 - v. Menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik. Apakah menitikberatkan pada mutu yang tinggi, harga yang murah, atau model yang menarik.
- b. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral

Pengintegrasian kegiatan pemasaran berarti bahwa setiap orang dan setiap bagian dalam perusahaan turut berkecimpung dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen sehingga tujuan perusahaan dapat direalisasikan. Selain itu harus terdapat juga penyesuaian dan koordinasi antara produk, harga, saluran

distribusi dan promosi untuk menciptakan hubungan pertukaran yang kuat dengan konsumen. Artinya harga jual harus sesuai dengan kualitas produk, promosi harus disesuaikan dengan saluran distribusi, harga dan kualitas produk dan sebagainya. Usaha-usaha ini perlu dikoordinasikan dengan waktu dan tempat.

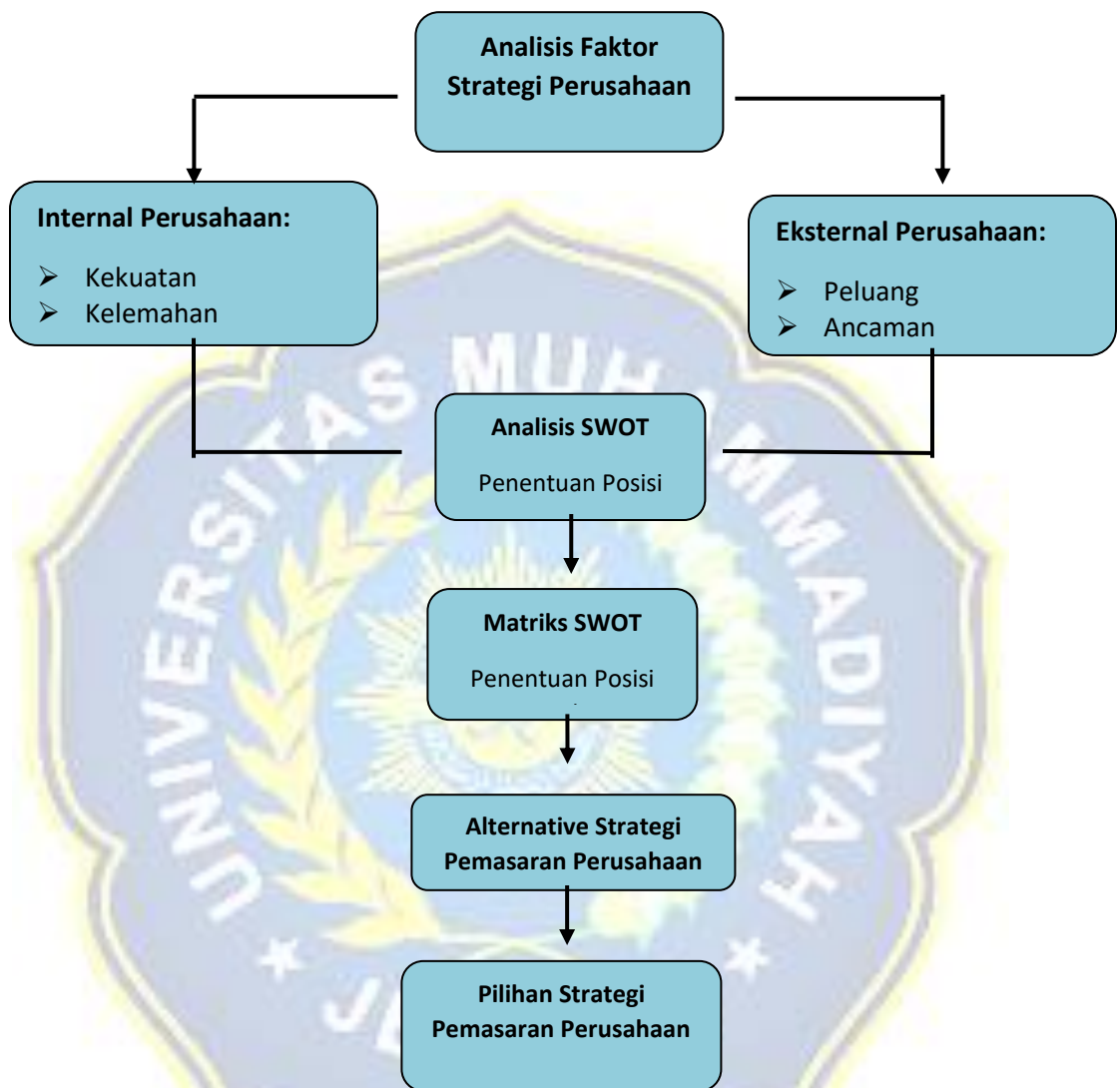
c. Kepuasan konsumen

Faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba, ialah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi. Ini tidaklah berarti bahwa perusahaan harus berusaha memaksimalkan kepuasan konsumen tetapi perusahaan harus mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen. Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa perkembangan masyarakat dan teknologi telah menyebabkan perkembangan konsep pemasaran. Sekarang perusahaan dituntut untuk dapat menanggapi cara-cara atau kebiasaan masyarakat. Dengan demikian maka perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada konsumen dan masyarakat untuk jangka panjang.

Kerangka Konseptual

Perusahaan harus mampu mencapai laba yang optimal sehingga dengan itu perusahaan bisa hidup, tumbuh dan berkembang. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha agar jasa yang dihasilkan sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen, karena bagaimanapun juga konsumenlah yang menentukan jasa tersebut berkualitas atau tidak.

Penentuan posisi suatu usaha yang bertujuan untuk memaksimalkan kemampuan yang dimilikinya merupakan suatu hal yang sangat penting bagi keberhasilan perusahaan, karena hal inilah yang membedakan dari pesaing. Untuk itu perusahaan melakukan analisa dengan cermat dan teliti tentang keadaan dirinya sendiri, bagaimana kondisi perusahaan dalam persaingan. Kedua hal tersebut merupakan aspek yang sangat penting dalam perumusan strategi yang dijalani perusahaan.



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci. Menurut Sugiyono (2008), bahwa penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif yang alamiah dimana berperan sebagai

instrumentkunci.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2008). Penelitian ini menggambarkan atau memaparkan analisis SWOT dalam penentuan strategi pemasaran pada "Villa HMD di Trawas Mojokerto", penelitian yang didukung melalui pengumpulan data melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Penguraian definisi operasional variabel-variabel yang akan diteliti merupakan suatu cara untuk mempermudah pengukuran variabel penelitian, selain itu juga memberi batasan-batasan pada obyek yang akan diteliti. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Lingkungan Internal**, Lingkungan internal terdiri dari (kekuatan dan kelemahan) yang ada di dalam perusahaan. Indikator lingkungan internal adalah:
 1. Kekuatan (*Strengths*) Menurut Keller (2009), merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lainnya Elemen Kekuatan pada "Villa HMD di Trawas Mojokerto".
 - a. Lokasi usaha yang terjangkau
 - b. Karyawan yang terampil dalam bidangnya
 - c. Daerah pemasaran yang luas
 - d. Sarana dan prasarana yang memadai
 - e. Villa HMD memiliki *best sunset*
 - f. Adanya kepercayaan dengan konsumen
 2. Kelemahan (*Weaknesses*) Menurut Keller (2009), masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain, sehingga ini menjadi kelemahan bagi perusahaan. Elemen Kelemahan pada "Villa HMD di Trawas Mojokerto".
 - a. Kapasitas untuk *outdoor* yang kurang luas
 - b. Kurangnya inovasi yang dilakukan
 - c. Pengunjung lebih banyak datang di saat *weekend* daripada *weekday*
 - d. Persaingan harga dengan usaha yang sejenis
- b. Lingkungan Eksternal**, Lingkungan eksternal terdiri dari (kesempatan dan ancaman) yang berasal di luar, terdiri dari indikator sebagai berikut:
 1. Peluang (*opportunities*) Menurut (Keller, 2009), Merupakan suatu kesempatan dimana perusahaan dapat melakukan operasi dalam menghadapi tantangan dan untuk menjadikan kesempatan itu menjadi sebuah keuntungan. Elemen peluang "Villa HMD di Trawas Mojokerto".
 - a. Pengunjung merasa senang berada di "Villa HMD di Trawas Mojokerto"
 - b. Pengunjung "Villa HMD di Trawas Mojokerto" relative banyak
 - c. Peluang kerja sama dengan komunitas yang semakin luas

- d. Tingginya keinginan untuk berwisata dan berekreasi
 - e. Kepuasan konsumen yang berkunjung kembali
2. Ancaman (*Threats*) Menurut (Keller, 2009) Merupakan suatu bahaya yang biasanya terjadi karena perkembangan yang kurang menguntungkan, dimana akan memberikan dampak seperti pengurangan laba dan penjualan jika tidak dilakukan tindakan untuk bertahan. Elemen Ancaman “Villa HMD di Trawas Mojokerto”.
- a. Banyaknya villa disekitaran “Villa HMD di Trawas Mojokerto”
 - b. Munculnya kompetitor yang baru
 - c. Jarak antara kompetitor terlalu dekat dengan “Villa HMD di Trawas Mojokerto”
 - d. Permainan harga yang dilakukan pesaing

Hasil dan Pembahasan

Dari hasil pilihan alternatif strategi perusahaan telah diperoleh, peneliti dan pihak perusahaan berdiskusi untuk menentukan strategi pemasaran pada “Villa HMD” yang benar-benar sesuai dengan situasi dan kondisi serta tujuan “Villa HMD”. Dari hasil diskusi antara peneliti dan pihak perusahaan didapatkan strategi pemasaran sebagai berikut:

a. Meningkatkan Pangsa Pasar

Dilihat dari potensi pasar di Trawas, maka yang harus dilakukan oleh “Villa HMD” adalah dengan meningkatkan pangsa pasar. Dengan menawarkan fasilitas-fasilitas yang ada, strategi ini dimaksud untuk memperluas pangsa pasar meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengunjung “Villa HMD”

b. Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan faktor terpenting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Strategi ini dimunculkan karena saat ini pesaing juga meningkatkan mutu pelayanan sehingga “Villa HMD” juga harus meningkatkan kualitas pelayanan agar tidak timbul keluhan-keluhan dari pengunjung. Karena pengunjung lebih mengharapkan pelayanan yang memuaskan bagi dirinya

c. Melakukan promosi yang efektif dan tepat sasaran

Dalam hal promosi yang dilakukan oleh “Villa HMD” memang tidak terlalu gencar, maka dari strategi ini harus mutlak dilakukan karena perusahaan paling lemah dalam hal promosi. Peningkatan promosi perlu dilakukan bagi perusahaan agar konsumen banyak yang semakin tahu tentang “Villa HMD”.

d. Mengembangkan Sumber Daya Manusia

Kualitas SDM merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan, karena bisa berpengaruh terhadap penjualan. Dimana kualitas SDM yang baik dapat mempercepat suatu proses produksi dan pengembangan

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Posisi perusahaan dalam penelitian ini adalah terdapat dikuadran I yaitu kuadran yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, maksudnya perusahaan harus lebih giat dalam mengatasi perkembangan pasar yang kompetitif dalam rangka memperluas pasar.
- b. Pemilihan strategi pemasaran yang tepat pada “Villa HMD” adalah sebagai berikut:
 - i. Meningkatkan Pangsa Pasar
Dilihat dari potensial di Trawas, maka perlu adanya perluasan pangsa pasar untuk meningkatkan volume penjualan
 - ii. meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa
hal ini bermaksud agar pengunjung tetap nyaman menggunakan fasilitas-fasilitas yang ditunjang dengan kualitas layanan yang memuaskan.
 - iii. Melakukan Promosi yang efektif dan Tepat Sasaran.
Peningkatan promosi penjualan perlu dilakukan bagi perusahaan agar pengunjung banyak yang tahu tentang fasilitas-fasilitas yang ditawarkan. Upaya yang dilakukan adalah melalui media cetak atau elektronik.
 - iv. Mengembangkan Kualitas Sumber Daya Manusia. Kualitas sumber daya manusia merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan. Dimana kualitas sumber daya manusia yang baik dapat mempercepat suatu proses produksi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- a. “Villa HMD” diharapkan dapat memanfaatkan potensi wisata-wisata yang berada di Trawas, untuk menarik para wisatawan yang

berasal dari dalam maupun luar Trawas untuk meningkatkan pangsa pasar

- b. “Villa HMD” diharapkan meningkatkan kualitas pelayanan agar tidak timbul keluhan-keluhan yang membuat pengunjung tidak berpaling ke konsumen
- c. Dengan promosi penjualan yang efektif akan mampu menarik minat konsumen yang lebih banyak. “Villa HMD” sebaiknya mengefektifkan kegiatan promosi secara tepat sasaran
- d. “Villa HMD” sebaiknya menembangkan kualitas SDM agar dapat mempercepat suatu proses produksi, sehingga akan meningkatkan omset penjualan
- e. “Villa HMD” diharapkan mampu menetapkan posisi pasar guna mengkomunikasikan keunggulan produk dari perusahaan kepada konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2001. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Basuki, Sulisty, 2010, *Metode Penelitian*, Penaku, Jakarta.
- David, Fred R, 2006, *Strategic Management*, Salemba Empat, Jakarta
- Jauch, R, Lawrence, William F, Glueck, 2012, *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*, Edisi Ketiga, Erlangga, Jakarta.
- Jauch, R, Lawrence, William F, Glueck, 2012, *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*, Edisi Ketujuh, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran Modern: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Volume tiga, Terjemahan, Edisi Kelima, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Volume Satu, Terjemahan, Edisi Ketujuh, Lembaga Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta
- Indriyani, Eka, 2018, *Analisis S,W,O,T Sebagai Dasar Penentu Strategi Bersaing PT. Paragon Technology and Inovation (Wardah Kosmetik)*, Skripsi, Universitas Padjadjaran
- Moleong, L,J, 2012, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, PT , Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Pearce, Jack, Robinson, Richard, 2007 *Manajemen Strategi*, Jilid 1, Bina Rupa Aksara, Jakarta
- Pearce, Jack, Robinsin, Richard, 2007 *Manajemen Strategi*, Jilid 1, Bina Rupa Aksara, Jakarta.

- Rangkuti, Freddy, 2004, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2006, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Khotimah, Khusnul, 2018, *Analisis SWOT Sebagai dasar Perumusan strategi Pemasaran Usaha Ayam Petelur Jantan UD. Jaya Abadi di Desa Robyong Kecamatan Pakis Kabupaten Malang*, Universitas Islam Malang.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis I*. (4th ed). Jakarta: Salemba Empat.
- Soeratno, dan Arsyad, L, 2009, *Metodologi Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Revisi, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2012, *Memahami Penelitian Kualitatif*, ALFABETA, Bandung.
- Swasta, Basu dan Irawan, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Magdalena, 2018, Pengembangan Kinerja Sumber Daya Manusia di Honda Semarang Center Berdasarkan Analisis SWOT
- Tjiptono, F, 2010, *Strategi Pemasaran*, edisi 1, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Tjiptono, F, 2012. *Strategi Pemasaran*, edisi 2, Penerbit ANDI, Yogyakarta.

