

Analisis SWOT sebagai Penentu Strategi Pemasaran dalam Memenangkan Persaingan pada Usaha Ambara Fruits Desa Tamblang Kecamatan Kubutambahan

Gede Agus Saputra¹, Ni Nyoman Juli Nuryani²

S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma^{1,2}

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Ambara Fruits Desa Tamblang Kecamatan Kubutambahan untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Untuk mengetahui peran analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing pada Ambara Fruits Desa Tamblang Kecamatan Kubutambahan. Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kualitatif dengan data primer yaitu datang langsung ke lapangan. Penelitian ini dilakukan di usaha buah yang ada di Desa Tamblang Kecamatan Kubutambahan usaha tersebut dimiliki oleh seorang warga Desa Tamblang yaitu Ambara Fruits yaitu usaha buah utamanya buah mangga. Informan penelitian ini yaitu terdiri dari owner, karyawan yang bekerja di Ambara Fruits beserta konsumen Ambara Fruits. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara. Strategi yang didapat dari Matriks SWOT yaitu dengan melakukan riset pasar pada usaha Ambara Fruits, peningkatan kualitas SDM, untuk menambah jumlah pelanggan potensial, meningkatkan promosi dan memberikan diskon khusus untuk pelanggan lama, meningkatkan pelayanan, agar pelanggan puas dan loyal. Serta menyediakan persediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Kata kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Memenangkan Persaingan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the marketing strategy carried out by Ambara Fruits Tamblang Village, Kubutambahan District to increase competitive advantage. To find out the role of SWOT analysis in increasing competitiveness at Ambara Fruits Tamblang Village, Kubutambahan District. This study uses qualitative research with primary data, namely coming directly to the field. This research was conducted in a fruit business in Tamblang Village, Kubutambahan District, the business is owned by a resident in Tamblang Village, namely Ambara Fruits, a fruit business mainly mangoes. The informants of this study consisted of owners, employees who work and consumers. The strategies obtained from the SWOT Matrix are conducting market research on the Ambara Fruits business, improving the quality of human resources, to increase the number of potential customers, increasing promotions and providing special discounts for old customers, improving service, so that customers are satisfied and loyal.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, Winning the Competition.

PENDAHULUAN

Analisis SWOT sudah menjadi alat yang berguna bagi dunia bisnis untuk menganalisa keadaan suatu bisnisnya. Dikarenakan analisis SWOT adalah sebuah metode yang dikenal dengan baik dirasa efektif dan efisien sebagai alat yang cepat dan tepat dalam menemukan dan mengenali sebuah kemungkinan yang akan terjadi dengan inovasi baru di dunia bisnis. Oleh karena itu, dalam memasarkan suatu produk maka diperlukan sebuah strategi yang efektif dan efisien sehingga produk yang dipasarkan akan tepat sasaran.

William J. Stanton (2005) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Sehingga ditemukan pada Ambara Fruits bahwa strategi pemasarannya bukan hanya sekedar fungsi bisnis namun, menyangkut hal yang berkaitan dengan menghadapi pelanggan serta memahami strategi cara memuaskan pelanggan dengan cara memberikan buah-buah yang berkualitas baik.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Ambara Fruits di era digital ini adalah dengan media penjualan yang beralih ke media digital. Sehingga, untuk mempertahankan kelangsungan bisnis Ambara Fruits, dalam menjalankan kegiatan digunakan untuk memperoleh profit pada penjualan buah-buah yang ada di Ambara Fruits. Strategi pemasaran yang diterapkan ini dapat meningkatkan dan mengatur strategi dalam kegiatan pemasaran dalam rangka meningkatkan penjualan produknya pada era digital saat ini

Tabel 1. Tabel Data Penjualan Usaha Buah di Desa Tamblang

No	Nama Usaha	Kuantitas (Ton)
1.	Ambra Fruits	20 Ton
2.	Rama Fresh	28 Ton
3.	BFF	24 Ton
4.	Zhendy	30 Ton

Perlu diketahui pula bahwa buah mangga tidak dipanen tiap tahun dan juga tidak tiap bulan. Namun, panen tersebut sesuai dengan bulan-bulan panen buahnya biasanya berkisar antara 3-4 bulan. Dilihat dari tabel data diatas maka, bisa dilihat bahwa pada tahun 2019 penjualan yang diperoleh oleh Ambara Fruits yaitu sebesar 20 ton. Tahun 2019 tersebut merupakan fase adanya covid-19 dan penjualan menjadi penurunan dikarenakan pengiriman macet karena beberapa kebijakan-kebijakan dari pemerintah mengenai virus yang mungkin tidak hanya terjadi di Indonesia saja namun bahkan merupakan virus yang mendunia. Pada tahun-tahun tersebut berbagai kendala dan permasalahan yang terjadi akibat covid-19 yaitu tersendatnya pengiriman dan buah-buah menjadi busuk. Kemudian di tahun berikutnya pada panen tersebut mengalami peningkatan. Namun, dengan berbagai masalah atau tantangan tersebut Ambara Fruits mampu bersaing diantara usaha buah lainnya yang ada di Tamblang yang bisa dilihat berdasarkan tabel di atas.

Fenomena yang ditemukan yaitu di Ambara Fruits yang mana tempat ini adalah tempat jual beli buah lokal Bali utamanya yaitu buah mangga. Fenomena yang ditemukan di Ambara Fruits tersebut yaitu terdapat proses penyortiran pada buah mangga yang dilakukan apabila dilakukan dengan kurang teliti maka akan menghambat ketika akan memasuki proses selanjutnya, sehingga akan memakan waktu pengerjaan yang lebih lama atau tidak efisien. Proses penyortiran buah mangga diperlukan pengetahuan mengenai kriteria yang diminta konsumen atau mengetahui cara pengemasan yang baik dan benar. Jika pada saat pengemasan kurang bagus maka akan diperiksa terlebih dahulu apa yang dikerjakan sudah sesuai prosedurnya atau belum.

Perlu diketahui pula bahwa buah mangga tidak dipanen tiap tahun dan juga tidak tiap bulan. Namun, panen tersebut sesuai dengan bulan-bulan panen buahnya biasanya berkisar antara 3-4 bulan. Dilihat dari tabel data diatas maka, bisa dilihat bahwa pada tahun 2019 penjualan yang diperoleh oleh Ambara Fruits yaitu sebesar 20 ton. Tahun 2019 tersebut merupakan fase adanya covid-19 dan penjualan menjadi penurunan dikarenakan pengiriman macet karena beberapa kebijakan-kebijakan dari pemerintah mengenai virus yang mungkin tidak hanya terjadi di Indonesia saja namun bahkan merupakan virus yang mendunia. Pada tahun-tahun tersebut berbagai kendala dan permasalahan yang terjadi akibat covid-19 yaitu tersendatnya pengiriman dan buah-buah menjadi busuk. Kemudian di tahun berikutnya pada panen tersebut mengalami peningkatan. Namun, dengan berbagai masalah atau tantangan tersebut Ambara Fruits mampu bersaing diantara usaha buah lainnya yang ada di Tamblang yang bisa dilihat berdasarkan tabel di atas.

Fenomena yang ditemukan yaitu di Ambara Fruits yang mana tempat ini adalah tempat jual beli buah lokal Bali utamanya yaitu buah mangga. Fenomena yang ditemukan di Ambara Fruits tersebut yaitu terdapat proses penyortiran pada buah mangga yang dilakukan apabila dilakukan dengan kurang teliti maka akan menghambat ketika akan memasuki proses selanjutnya, sehingga akan memakan waktu pengerjaan yang lebih lama atau tidak efisien. Proses penyortiran buah mangga diperlukan pengetahuan mengenai kriteria yang diminta konsumen atau mengetahui cara pengemasan yang baik dan benar. Jika pada saat pengemasan kurang bagus maka akan diperiksa terlebih dahulu apa yang dikerjakan sudah sesuai prosedurnya atau belum.

Masalah lainnya yang ditemukan dari Ambara Fruits yaitu tidak hanya sekedar bagaimana mempertahankan produksinya saja namun terdapat kendala yang mungkin paling besar dialami oleh Ambara Fruits atau bahkan bagi petani pula yaitu perubahan iklim yang tidak menentu. Sehingga waktu panen tidak akan menentu. Selain itu juga terdapat hama yang akan muncul. Jika iklim baik maka hasil panen akan baik pula begitupun sebaliknya jika iklim membaik buah mangga juga akan menjadi baik pula.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini yaitu menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Penelitian ini yaitu bermaksud untuk meneliti fenomena, keadaan, fakta yang ada (saat penelitian berlangsung) dan menyajikan apa adanya dengan terjadi di lapangan. Lokasi penelitian ini dilakukan di usaha yang bernama Ambara Fruits, yang mana letak dari lokasi penelitian ini yaitu berada di Desa Tamblang, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng. Alasan memilih lokasi penelitian di tempat ini yaitu dikarenakan di Ambara Fruits memiliki analisis SWOT yang berpotensi untuk memajukan usahanya dan mampu bersaing dengan bisnis yang serupa. Selain itu, di Ambara Fruits sebelumnya belum ada yang melakukan penelitian di tempat ini. Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis data penelitian yaitu kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif merupakan data informasi yang berbentuk verbal bukan berupa simbol angka atau bilangan. Data kualitatif didapat melalui suatu proses wawancara dan analisis secara mendalam. Sedangkan data kuantitatif pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh skor pada masing-masing variabel. Dalam penelitian ini yang termasuk kedalam data kualitatif adalah profil Ambara Fruits, pemilik, produk buah, dan strategi pemasaran. Informan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari 3 orang yaitu pemilik dari Ambara Fruits dan satu orang karyawan yang bekerja di Gudang Ambara Fruits kemudian konsumen yang menjadi pelanggan di Ambara Fruits. Alasan dipilihnya informan ini yaitu dikarenakan pada informan ini akan dijadikan sebagai sumber informasi yang memiliki banyak informasi terkait dengan seluruh kegiatan yang dilakukan di Ambara Fruits. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini yaitu dengan dua metode yaitu sebagai berikut; Wawancara dalam penelitian ini yaitu percakapan yang dilakukan oleh kedua belah pihak yaitu peneliti dengan informan. Melalui wawancara peneliti dapat menggali informasi secara mendalam dari wawancara yang dilakukan dengan informan. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu penulis menggunakan dokumen berupa catatan sumber-sumber terkait dengan bagaimana strategi pemasaran buah yang dilakukan di Ambara Fruits. Dalam penelitian keabsahan data penelitian dilakukan triangulasi dengan sumber. Ada empat kriteria yang dapat digunakan dalam mengukur keabsahan data yaitu derajat kepercayaan, keteralihan, kebergantungan dan kepastian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian ini diperoleh dari beberapa tahapan, tahapan yang pertama yaitu tahap pengumpulan data, data yang berhasil dikumpulkan dengan melalui wawancara dan dokumentasi. Adapun yang diwawancarai yaitu, 3 orang yaitu pemilik dari Ambara Fruits dan satu orang karyawan yang bekerja di Gudang Ambara Fruits kemudian konsumen yang menjadi pelanggan di Ambara Fruits yang dianggap dapat memberikan informasi terhadap strategi untuk menciptakan keunggulan bersaing dengan analisis SWOT pada Ambara Fruits di Desa Tamblang. Terdapat 3 orang yang diwawancarai yaitu I Made Jelada /pemilik Ambara Fruits, I Kadek Indra Ambara Putra /koordinator bidang pemasaran dan produksi, Kariasa/konsumen.

Data yang sudah terkumpul kemudian diuji keabsahannya dengan menggunakan triangulasi sumber yaitu dengan menguji kredibilitas data dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sumber data dari penelitian ini yaitu, pemilik Ambara Fruits, karyawan Ambara Fruits, serta konsumen dari Ambara Fruits. Dalam penelitian ini membandingkan hasil dari wawancara dari beberapa sumber dengan dokumen yang ada. Setelah mendapatkan data yang valid maka akan dilakukan reduksi data, display data dan verifikasi data. Sehingga memperoleh hasil dari strategi untuk menciptakan keunggulan bersaing dengan analisis SWOT pada Ambara Fruits Desa Tamblang adalah identifikasi analisis lingkungan internal perusahaan dan analisis lingkungan eksternal perusahaan.

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan. Kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilah hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang objek pengamatan yang telah dilakukan dalam penelitian (Sugiyono, 2016). Berikut disajikan dalam bentuk tabel untuk reduksi data pada penelitian yang dilakukan pada Ambara Fruits.

Tabel 2. Reduksi Data Ambara Fruits

Indikator	Pemilik	Pekerja	Konsumen
Kekuatan	Baginya berbisnis buah apalagi buah lokal utamanya mangga jaringan pasar yang sudah cukup luas, hal ini disebabkan karena buah mangga dan buah lainnya dibutuhkan banyak orang dari berbagai usia maupun kalangan.	Fasilitas kerja yang disediakan sudah cukup memadai, memiliki pelanggan yang loyal dan mampu mengambil banyak buah	Buah yang diperjual belikan adalah buah yang segar dan pengepakan yang dilakukan sangat rapi serta buah yang diperjual belikan adalah buah yang berkualitas
Kelemahan	Baginya buah yang akan dijual ketika belum adanya musim buah mangga maka usaha buah mengalami penurunan pendapatan	Jika tidak musim untuk buah mangga akan mengalami penurunan jumlah pekerja yang dipekerjakan	Apabila tidak musim buah mangga maka konsumen pencinta mangga menjadi kebingungan untuk mencari buah mangga
Peluang	Membuka bisnis yang sejenis pada lokasi yang berbeda	Banyak pelanggan baru	Selalu menantikan buah fresh dari Ambara Fruits
Ancaman	Datangnya pesaing yang sejenis	Keterlambatan pengiriman	Adanya buah mangga yang lebih baik dari Ambara Fruits

Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*) Ambara Fruits

Fredy Rangkuti (2016) Menyatakan Analisis Swot usaha yang dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang dan kekuatan dan pada saat yang sama dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman Analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara

sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang dapat memaksimalkan kekuatan, dan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. (Rusnawati 2015). Evaluasi terhadap semua kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada individu atau organisasi. (Kotler 2017) Dari beberapa pengertian diatas ditarik kesimpulan bahwa analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenght*), dan peluang (*opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis.

Menurut David Fred. R (2016) dalam matriks SWOT terdapat empat strategi yaitu SO yang merupakan gabungan antara *strength* dan *opportunities*, strategi WO merupakan gabungan antara *weakness* dan *opportunities*, strategi ST merupakan gabungan antara *strength* dan *threats* serta strategi WT merupakan gabungan antara *weakness* dan *threats*. Berdasarkan dari hasil reduksi data pada tabel 07 diatas, yang diperoleh dari informan yang merupakan pemilik Ambara Fruits, karyawan Ambara Fruits, serta konsumen Ambara Fruits, dimana observasi yang dilakukan tentang Strategi Bersaing dalam berwirausaha pada Ambara Fruits. Maka berdasarkan teori yang dikemukakan David Rusnawati (2015) indikator dari faktor lingkungan internal adalah analisis lingkungan internal perusahaan, yaitu menganalisis kekuatan, kelemahan perusahaan yang merupakan analisis mengenai sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek produksi dan operasi, serta aspek pasar dan pemasaran. Serta faktor eksternal adalah lingkungan eksternal perusahaan yang berupa komponen lingkungan yang berada diluar perusahaan yaitu, peluang dan ancaman, yang merupakan analisis mengenai, persaingan, dan pemasok.

Tabel 3. Analisis Matriks SWOT Usaha Ambara Fruits Desa Tamblang Kecamatan Kubutambahan

Analisis Matriks SWOT		
Faktor Internal	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
	Tersedianya SDM yang terampil	Penurunan pendapatan
	Memiliki jaringan pasar yang luas	Promosi kurang
	Memiliki pelanggan yang loyal	Keterlambatan pengiriman
Faktor Eksternal	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
	Buah mangga masih fresh dan berkualitas	Tidak tersedianya stok jika tidak musim buah mangga
OPPORTUNIES (O)	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)
Kondisi usaha yang Kondusif	Melakukan riset pasar.	Memperhatikan waktu operasi dan lingkungan usaha, agar kondisi usaha tetap kondusif.
Membuka usaha sejenis di tempat yang berbeda	Meningkatkan kualitas SDM, untuk menambah jumlah pelanggan potensial.	
Memiliki pelanggan yang loyal	Mempertahankan maupun meningkatkan kualitas buah mangga	Meningkatkan produk yang dijual bukan hanya buah mangga namun berbagai jenis buah yang diminati dan disukai oleh konsumen. Serta membuat persediaan
Mendapat pelanggan baru yang potensial	Meningkatkan promosi dan memberikan harga yang murah khusus untuk pelanggan lama	

THREATS	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Muncul pesaing baru dalam usaha sejenis	Mengoptimalkan SDM yang terampil dengan menjaga kenyamanan di Ambara Fruits.	buah dengan kualitas bagus Menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan supplier hubungan baik dengan pelanggan dan pemasok.
Pasokan buah yang kurang dikarenakan banyak gagal panen	Mengoptimalkan perawatan pohon buah mangga	
Konsumen kesulitan mencari stok buah mangga apabila tidak musim buah mangga	Menambahkan persediaan dalam jangka waktu panjang seperti membuat mangga frozen	Tetap Melakukan Kegiatan Promosi di Online Maupun Offline

Dilihat dari tabel 2, strategi yang diperoleh dari analisis matrik SWOT menghasilkan empat strategi yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO serta strategi WT yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

Strategi SO (*Strenghts Opportunities*) dengan cara melakukan riset pasar pada Ambara Fruits tren pasar yang selalu berubah, membuat Ambara Fruits harus rajin melakukan riset kecil-kecilan agar bisa memahami kepuasan pelanggan terhadap produk serta mengetahui tren yang sedang disukai oleh pasar. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Dynasty Febri tahun 2015, yang berjudul Analisis Strategi Pada Produk Kosmetik Wardah dengan hasil penelitiannya yaitu, mendukung strategi agresif dengan strategi meningkatkan kualitas produk, mengetahui tren yang sedang disukai konsumen saat ini. Meningkatkan Kualitas SDM, Untuk Menambah Jumlah Pelanggan Potensial Ambara Fruits memiliki sumber daya manusia yang terampil dan berpengalaman, keterampilannya tersebut diraih dari belajar melalui media sosial, belajar dari yang sudah berpengalaman. Dengan kualitas sumber daya manusia yang memiliki, akan menambah jumlah pelanggan yang potensial pada Ambara Fruits. Penelitian ini didukung oleh penelitian Arda (2019) Meningkatkan Keunggulan Bersaing melalui Analisis SWOT. Mempertahankan maupun meningkatkan kualitas mangga dengan mempertahankan produk dan meningkatkan produk dapat menarik minat konsumen, serta dengan penawaran harga yang terjangkau sesuai kantong anak muda, akan tetapi tidak menawarkan harga dibawah harga pasar, agar tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat. Hal ini sesuai penelitian sebelumnya dari Winardi tahun 2020, yang berjudul Analisis Swot pada Industri Sirup Stroberi di Tingkat Home Industri. Hasil penelitiannya yaitu, penerapan strategi agresif untuk merebut pangsa pasar. Meningkatkan promosi dan memberikan harga yang murah khusus untuk pelanggan lama Teknologi saat ini menjadi peluang untuk melakukan promosi, Ambara Fruits yang memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi. Dengan promosi melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Ambara Fruits juga dapat memberikan potongan harga kepada pelanggan yang sering datang, dengan memberikan diskon buah mangga dan juga memberikan kartu pelanggan dalam tersebut kita bisa mencatat seberapa sering konsumen tersebut datang, dan kita berikan potongan harga untuk kedatangannya yang ke 10 kali, pelanggan yang mendapat perlakuan istimewa dengan adanya potongan harga tersebut, akan lebih sering datang untuk menjadi konsumen buah dengan mengambil buah sebanyak mungkin dalam partai jumlah besar.

Strategi ST (*Strenghts Threats*) dengan mengoptimalkan SDM yang terampil dengan menjaga kenyamanan di Ambara Fruits. Sumber daya manusia menjadi penunjang untuk menghasilkan produk yang berkualitas, selain memiliki sumber daya manusia yang terampil dan berpengalaman, Ambara Fruits juga membutuhkan SOP (Standar Prosedur Operasi), agar pelayanan ke konsumen membuat konsumen nyaman dan membuat Pelanggan kemungkinan besar akan datang kembali, mengoptimalkan perawatan pohon buah mangga, kualitas buah mangga perlu dijaga dan dirawat sehingga menghasilkan buah mangga yang berkualitas pula. Dengan buah mangga yang berkualitas baik dalam pengemasan dan tingkat buah yang tidak busuk bahkan tidak termakan hama. Sehingga dengan bagusnya kualitas buah mangga tersebut maka, akan lebih banyak pula buah mangga yang dihasilkan untuk dijual belikan. Serta menambahkan persediaan dalam jangka waktu panjang seperti membuat mangga frozen. Tujuan pembuatan mangga frozen adalah untuk menyediakan persediaan buah mangga dalam menangani masalah konsumen saat buah mangga tidak sedang musimnya.

Sehingga dengan buah mangga yang disediakan tersebut kebutuhan konsumen saat tidak musim buah mangga dapat terpenuhi.

Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*) Memperhatikan waktu operasi dan lingkungan usaha, agar kondisi usaha tetap kondusif. Untuk meningkatkan jumlah pelanggan agar tetap kondusif, maka dibutuhkan lingkungan yang nyaman bagi pelanggan. Dengan menjaga kebersihan Ambara Fruits serta memperhatikan buah mangga yang dijual agar tidak terdapat buah mangga yang busuk tetap dijual.

Strategi WT (*Weaknesses Threats*), Menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan supplier hubungan baik dengan pelanggan dan pemasok. Pelanggan adalah aset penting untuk usaha besar maupun usaha kecil. Oleh karena itu perusahaan akan berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik untuk para pelanggannya. Ditengah tingkat persaingan yang tinggi, Ambara Fruits harus gencar memberikan pelayanan yang terbaik, dengan cara selalu menjalin hubungan baik dengan pelanggan yang datang. Karena kehilangan pelanggan yang potensial merupakan masalah besar jadi agar hal tersebut tidak terjadi, pemilik atau pekerja Ambara Fruits harus selalu menyapa pelanggan yang datang, atau dengan mengenal nama pelanggan yang sering berkunjung adalah salah satu cara untuk menjalin hubungan baik kepada pelanggan. Tidak hanya pelanggan saja, Ambara Fruits juga perlu menjaga agar harga buah tetap terjangkau, hal ini perlu adanya hubungan baik dengan pemasok. Pilihlah pemasok yang memiliki kualitas bahan baku yang baik tetapi dengan harga yang tidak terlalu tinggi, dan jadikan pemasok tersebut sebagai pemasok tetap, dengan begitu pemasok tidak akan memberikan harga yang melambung tinggi, Tetap Melakukan Kegiatan Promosi di Online maupun Offline Seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, pola strategi pemasaran juga banyak berubah terutama dengan adanya internet. Pemasaran dengan menggunakan internet ini biasa disebut dengan pemasaran online. Sementara itu, pemasaran secara konvensional bisa disebut dengan pemasaran offline. Ambara Fruits dituntut untuk tidak hanya memasarkan produk lewat offline, namun harus dibarengi dengan memasarkan lewat online melalui sosial media instagram yang sekarang banyak digunakan. Diharapkan pemasaran online maupun offline agar meningkatkan penjualan sehingga pendapatan Ambara Fruits juga ikut meningkat.

Pembahasan

Strategi pemasaran Ambara Fruits untuk meningkatkan keunggulan bersaing

Berdasarkan dari hasil reduksi data diatas yang diperoleh dari beberapa informan. Dengan observasi tentang Strategi Bersaing Dalam Berwirausaha Ambara Fruits di Desa Tamblang, yang berdasarkan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman menurut David Fred. R. (2016) dapat disimpulkan, bahwa strategi yang digunakan Ambara Fruits adalah strategi SO (*Strength. Opportunities*). Dimana strategi ini adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki. Dari semua rangkaian analisis yang peneliti lakukan, strategi yang digunakan Ambara Fruits berada di kuadran 1 (Q1), dengan menggunakan strategi agresif atau pertumbuhan. Dilihat berdasarkan hasil wawancara dan reduksi data, yang menunjukkan Ambara Fruits melakukan strategi agresif, yaitu dibuktikan dengan Ambara Fruits melakukan pengembangan usaha dengan memperluas jangkauan pasar.

Dimana kuadran 1 (Q1) menurut David Fred. R. (2016), posisi tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki banyak peluang yang dapat dimanfaatkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah, mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy). Hal ini didukung juga oleh pendapat Ferrel dan Harline (2015) Fungsi dari Analisis Swot adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkan dari permasalahan pokok persoalan internal dan eksternal yang dimana Ambara Fruits menggunakan kekuatan SDM yang terampil agar memiliki jaringan pasar yang luas sehingga banyak pelanggan royal datang kembali untuk membeli produk di Ambara Fruits sehingga dengan begitu mengurangi ancaman dari para pesaing Ambara Fruits. Oleh karena itu, penentuan strategi harus didasarkan atas, analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan melalui analisis kekuatan dan kelemahan, serta analisis peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dalam lingkungannya.

Hasil penelitian berada pada kuadran 1, yaitu dengan menerapkan strategi agresif dan memisahkan permasalahan persoalan internal dan eksternal. Hal ini menunjukkan Ambara Fruits, memiliki kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk merebut peluang yang ada. Sehingga dapat meningkatkan kinerja Ambara Fruits dan mampu bersaing dalam dunia bisnis. Berdasarkan analisis

yang telah dilakukan didasari oleh matrik SWOT, dan hasil wawancara strategi yang digunakan Ambara Fruits adalah strategi SO (*Strenght, Opportunities*) yang ditunjukkan dengan buah mangga atau buah lainnya yang dijual di Ambara Fruits sudah dikirim ke luar Bali. Strategi yang diterapkan oleh Ambara Fruits terdiri dari 4 (empat) strategi yaitu : Melakukan ekspansi pada usaha untuk menyerap daya beli konsumen yang lebih luas. Dengan membuka usaha sejenis di lokasi yang berbeda, dapat meningkatkan profit dalam jangka panjang; Meningkatkan kualitas SDM, untuk menambah jumlah pelanggan potensial. Dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia, memberikan pelatihan, memonitoring, serta diikuti sertakan dalam sebuah event atau perlombaan. Mempertahankan Maupun meningkatkan kualitas produk kualitas produk adalah elemen utama yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha. Khususnya bagi mereka yang memang ingin mempertahankan bisnisnya di tengah sengitnya persaingan dan bahkan membuat bisnis tersebut semakin maju dan berkembang. Ambara Fruits harus tetap mempertahankan kualitas buah mangga agar berbeda dari buah mangga lainnya. Meningkatkan promosi dan memberikan diskon khusus untuk pelanggan lama untuk memperluas pangsa pasar Ambara Fruits meningkatkan promosi, dengan memanfaatkan teknologi agar lebih mudah dalam menjangkau target pasar. Selain itu perlu memberikan apresiasi kepada pelanggan lama yang loyal, dengan memberikan harga khusus, atau diskon.

Peran analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing pada Ambara Fruits. Analisis SWOT yang berperan dalam meningkatkan daya saing yaitu dengan menambahkan produk-produk sejenis namun, dengan kualitas yang lebih baik. Selain itu dengan diketahuinya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Ambara Fruits dan melakukan strategi yang diberikan maka, Ambara Fruits dapat bersaing dengan pewirausaha yang sejenis. Dengan adanya strategi yang dilakukan dengan menambahkan strategi untuk unggul dalam persaingan.

Meningkatnya daya saing dari Ambara Fruits tersebut menyebabkan Ambara Fruits dengan gencar melakukan inovasi pada produk buah mangganya dan meningkatkan daya saing diberbagai bidang masing-masing.

SIMPULAN DAN SARAN

Penulis menarik kesimpulan atas penelitian strategi bersaing dalam berwirausaha Ambara Fruits di Desa Tamblang. Serta memberikan saran yang mungkin akan bermanfaat untuk pengembangan usaha Ambara Fruits di masa mendatang. Strategi-strategi yang didapat dari Matriks SWOT yaitu Melakukan Riset Pasar pada usaha Ambara Fruits, Peningkatan kualitas SDM, untuk menambah jumlah pelanggan potensial, Meningkatkan promosi dan memberikan diskon khusus untuk pelanggan lama, Meningkatkan pelayanan, agar pelanggan puas dan loyal serta Menyediakan persediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Strategi yang diterapkan Ambara Fruits yaitu : Strategi Ambara Fruits mendukung strategi agresif dengan 4 strategi antara lain, melakukan riset pasar usahanya, meningkatkan kualitas SDM yang terampil untuk menambah jumlah pelanggan potensial, mempertahankan maupun meningkatkan kualitas buah mangga, memberikan harga khusus atau diskon untuk pelanggan lama.

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang analisis SWOT adalah peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi terkait analisis SWOT agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi. Serta penelitian selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data serta segala sesuatunya sehingga penelitian dapat ditunjang dengan wawancara dan sumber yang kompeten.

DAFTAR RUJUKAN

- Andriani, dkk. (2021). Penerapan Analisis Swot Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Seblak dan Baso Aci Wak Acan Pekanbaru). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2904–2910. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1317>
- Andriyanto, (2017), Aktivitas Antipiretik Ekstrak Etanol Buah Belimbing Wuluh (*Averrhoa Bilimbi*) pada Tikus Putih Jantan, *Jurnal Veteriner*, Vol. 18, No. 36
- Arda, M. (2019). Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Analisis SWOT. *PERWIRA - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 2(1), 61–69. <https://doi.org/10.21632/perwira.2.1.61-69>
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran

- (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Bilung, (2016), Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada CV. Semoga Jaya di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur, *Jurnal Administrasi Bisnis*, No. 1, Vol. IV
- Bismala, L., & Handayani, S. (2014). Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT. *In Prosiding Seminar Nasional PB31 ITM*, 437–446.
- Luntungan, W. G. A., dkk (2019). Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 5495–5504.
- Malonda, P. M., & Moniharapon, S. (2019). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Bakso Baper Jogja Swot Analysis in Determining Marketing Strategies At the Jogja Baper Meatball Restaurant. *Loindong 3827 Jurnal EMBA*, 7(3), 3827–3836.
- Marginingsih, R. (2019). Analisis SWOT Technology Financial (FinTech) Terhadap Industri Perbankan. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 19(1), 55–60.
- Maribun B.N., 2003. Kamus Manajemen, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta. Miftah dan Ambok Pangiuk, 2020, Budaya Bisnis Muslim Jambi dalam Perspektif Kearifan Lokal, Ahlimedia Press, Malang.
- Pranoto, S.A, (2019), Analisis Swot Program Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Sambas, Fakultas Teknik Negeri Bali, Bali.
- Rifki, M, (2020), Analisis Resiko Pembiayaan dan Resolusi Syariah pada Peer- To-Peer Financing, Equilibrium Jurnal Ekonomi Syariah , Vol. 8, No. 1. Rumah Millennials.com. (Tanpa tahun). Siapa Itu Generasi Millennial?, [https:// rumahmillennials.com/siapa-itu-generasi-millennials/](https://rumahmillennials.com/siapa-itu-generasi-millennials/),
- Sodiq, A. (2018). Analisis Swot Perkembangan Perbankan Syariahdi Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 15–28. <https://doi.org/10.21043/malia.v1i1.3981>
- Sugiarto, F.F, 2016, Analisa Strategi Bersaing Pt. Surya Cipta Mandiri, AGORA, Vol. 4, No. 2.
- Syaiful, F. F. (2020). Penerapan Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Usaha Minuman Kamsia Boba Milik Abdullah Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Bangkalan. *Edukasi Nonformal*, 1 (1), 343–359. <https://ummaspul.e-journal.id/JENFOL/article/view/583>
- Winardi, R. R., dkk (2020). Analisis Swot Pada Industri Sirup Stroberi. *Juitech*, 4(2), 1–10.