

PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA RESTORAN “AYAM GORENG ANANDA” JEMBER

**Trisna Bela Sirmadani, Elsa Wares Nurhasanah,
Naili Nur Arifah, Lina Fuadah, Nurul Qomariah**
Universitas Muhammadiyah Jember
Email: nurulqomariah@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Tingkat persaingan usaha yang semakin ketat saat ini membuat pelaku usaha perlu memiliki strategi agar dapat bertahan dan berkembang. Perusahaan maupun UMKM perlu menerapkan strategi pemasaran yang ampuh untuk menaikkan penjualan untuk mempersiapkan diri menghadapi persaingan yang semakin ketat dari bisnis pesaing lainnya. Dengan menggunakan analisis SWOT, suatu bisnis dapat menentukan mana yang perlu diperbaiki baik dari dalam maupun dari luar untuk memastikan operasional pekerjaan berjalan dengan lancar. Penelitian ini bertujuan untuk melihat penerapan analisis SWOT terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan dan untuk menganalisis penerapan analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan pada restoran “Ayam Goreng Ananda”. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode tinjauan literatur melalui sistem penulisan deskriptif kualitatif dan metode wawancara dengan mewawancarai langsung pemilik restoran tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan analisis SWOT ini maka dapat digambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman oleh UMKM Ayam Goreng Ananda Jember.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Penjualan, UMKM.

ABSTRACT

The increasingly fierce level of business competition currently means that business actors need to have a strategy in order to survive and develop. Companies and MSMEs need to implement effective marketing strategies to increase sales to prepare themselves to face increasingly fierce competition from other competing businesses. By using a SWOT analysis, a business can determine what needs to be improved both internally and externally to ensure work operations run smoothly. This research aims to see the application of SWOT analysis to the factors that influence sales and to analyze the application of SWOT analysis in increasing sales volume at the "Ayam Goreng Ananda" restaurant. The method used in this research is a literature review method through a qualitative descriptive writing system and an interview method by interviewing the restaurant owner directly. The research results show that with this SWOT analysis, the strengths, weaknesses, opportunities and threats of Ananda Jember Fried Chicken MSMEs can be described.

Keywords: Marketing Strategy, MSME, SWOT Analysis, Sale.

PENDAHULUAN

Setiap bisnis yang beroperasi dalam suatu lingkungan yang kompleks dan selalu berubah-ubah dan tingkat persaingan yang semakin ketat tekanannya telah memaksa

setiap perusahaan ataupun UMKM untuk lebih kreatif dalam memformulasikan konsep pemasaran atau mengkombinasikan bauran marketing untuk mengantisipasi setiap peluang yang dihadapi sehingga kelanjutan hidup suatu usaha dapat dipertahankan dan dikembangkan. Dengan demikian jelas bahwa pemasaran menduduki posisi yang semakin menonjol dalam sistem bisnis. Oleh karena itu, para pemilik usaha harus dapat merangsang suatu strategi pemasaran yang kompetitif, berdasarkan pertimbangan harus mendapat pertimbangan internal dan eksternal dan terus berupaya untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan yang dihadapinya. Maka dari itu suatu strategi yang ditetapkan harus dapat disesuaikan dengan perubahan lingkungan yang semakin cepat.

Ayam goreng Ananda merupakan sebuah restoran yang menjual ayam goreng sebagai menu utamanya. Dimana restoran tersebut berusaha untuk menciptakan produk ayam goreng yang memenuhi standar rasa Nusantara, sehingga dapat dinikmati dan disukai oleh seluruh kalangan. Restoran Ayam Goreng Ananda dapat mengembangkan bisnisnya sehingga dapat membuka beberapa cabang lainnya. Dalam mengantisipasi yang semakin ketat untuk mengembangkan usahanya serta meningkatkan penjualannya, maka restoran tersebut perlu melakukan penerapan analisis swot, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh restoran Ayam Goreng Ananda tersebut.

Dimana kekuatan yang dimiliki oleh restoran tersebut adalah pengawasan mutu restoran yang dilakukan secara ketat dengan proses pemilihan bahan baku yang berkualitas. Kelemahan pada restoran tersebut adalah kekurangan sumber daya manusia yang profesional dalam menjalankan tugasnya sebagai karyawan. Restoran Ayam Goreng Ananda memiliki peluang dengan memudahkan pelanggan untuk menjangkau produk, ditambah dengan banyaknya promo yang diberikan melalui aplikasi ojek online. Adapun ancaman yang dihadapi restoran tersebut yaitu usaha sejenis yang adalah dikota Jember serta munculnya café-café modern yang menjual berbagai macam menu makanan dan minuman dengan harga yang cenderung murah.

Pemasaran diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh setiap Perusahaan dalam menyampaikan produk yang dihasilkan berupa barang atau jasa kepada konsumen. Suatu masyarakat membutuhkan beberapa macam sistem pemasaran untuk mengorganisasi kegiatan-kegiatan yang dapat menunjang usaha peningkatan taraf hidup masyarakat melalui pertukaran yang dibutuhkan (Qomariah 2016). Menurut (Tjiptono and Candra 2012), bahwa strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Menurut (Kartajaya 2014) bahwa strategi pemasaran secara umum ini, dapat dibedakan tiga jenis strategi pemasaran yang dapat ditempuh perusahaan yaitu : strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan pasar, strategi pemasaran yang membeda-bedakan, strategi pemasaran yang erkonsentrasi.

Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Seperti menurut (Rangkuti 2016) ahwa : “ SWOT adalah singkat dari lingkungan internal strenghts dan weaknesses serta lingkungan eskternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalahnya adalah “ Apakah Penerapan analisis SWOT dapat mempengaruhi tingkat penjualan pada Restoran Ayam Goreng

Ananda”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat penerapan analisis SWOT (Keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman) terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan pada Restoran Ayam Goreng Ananda. Dimana kegunaan penelitian yang diharapkan adalah untuk memberikan pandangan dan bahan referensi kepada perusahaan yang berminat memperdalam tentang penerapan analisis SWOT (Keunggulan, kelemahan peluang dan ancaman) dalam pemasaran dan peningkatan penjualan. Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan adalah : “ Penerapan Analisis SWOT yang dilakukan oleh Restoran Ayam Goreng Ananda diduga dapat meningkatkan tingkat penjualan,”

LITERATUR REVIEW

Pengertian Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016), analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Menurut Robinson and Pearce, (1997), analisis SWOT adalah cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik di antara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Menurut Rachmat (2014), analisis SWOT adalah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis ini didasarkan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman).

Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016), penerapan SWOT pada perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT dapat dijadikan sebagai perbandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Tujuan lain diperlakukannya analisis SWOT adalah dimana setiap produk yang ditawarkan pasti akan mengalami pasang surut atau yang lebih dikenal dengan istilah daur hidup produk (life cycle product).

Kuadran Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016), analisis SWOT terbagi menjadi empat kuadran utama yang memiliki strategi yang berbeda untuk masing-masing kuadrannya.

- Kuadran 1. Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy).
- Kuadran 2. Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- Kuadran 3. Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak , ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan question mark pada BCG matriks. Fokus strategi

perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik. Misalnya, Apple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industry microcomputer.

- Kuadran 4. Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Penelitian Terdahulu

Penelitian Meilinda (2020), dengan judul “ Analisis SWOT Marketing MIX Pada SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya”. Hasilnya adalah bahwa sekolah ini berusaha membuat para calon siswa memberikan respon positif tentang produk yang ditawarkan sekolah. Membangun Citra dipengaruhi oleh keakraban, keakraban dipengaruhi oleh jumlah informasi yang diterima oleh calon siswa baru dari pengalaman pribadi orang lain atau dari media massa.

Penelitian Noor (2014), dengan judul “Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi produk berada pada koordinat 3,582 dan 3,551. Koordinat tersebut terletak pada kuadran I yang mendukung strategi pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi vertikal.

Penelitian yang dilakukan oleh Aji (2018) dengan judul “Analisis Swot Daya Saing Sekolah: Studi Kasus Di Sebuah Sma Swasta Di Kota Tangerang”. Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa sekolah yang dianalisis berada pada kuadran IV (Weaknesses t Threats), yang artinya sekolah berada dalam taraf survival. Sekolah harus mampu membenahi faktortfaktor kelemahan internal yang ada untuk menghindari dan mengurangi ancaman. Ancaman persaingan dari sekolah lain dapat diminimalisir dengan membuat kompetisi unik sebagai pembeda diantara sekolah sejenis.

Penelitian oleh (Jatmiko et al. 2022) dengan judul “*Key-Factor Strategy of Creative Industry in Distribution Channel: A SWOT Analysis Method*”. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa *the strength factors include: availability of human resources, cheaper living cost, Yogyakarta as a center of culture, tourism, and education; (b) the weakness factors include: low product innovation and creativity, 85.9% of the creative industry do not have a business license, and the creative industry database is not transparent.*

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti terfokus pada pada UMKM “Ayam Goreng Ananda” Jember . Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yakni deskriptif kualitatif. Karena data-data yang digunakan dalam analisis pengumpulan penelitian ini bersifat kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya tentang latar belakang subjek penelitian. Maka penelitian deskriptif disini merupakan sebuah teori untuk membantu menggambarkan segala objek kajian yang akan dimasukkan sesuai dengan judul penelitian. Objek yang peneliti ambil yakni berupa umkm yang berada di daerah Jalan Gajah Mada No.237, Jember Kidul, Kecamatan kaliwates, Kabupaten Jember. UMKM tersebut bernama “Ayam Goreng Ananda”. Yang dimana di UMKM tersebut menjual ayam goreng sebagai menu utamanya, tetapi selain itu juga terdapat banyak menu lainnya yang di jual oleh UMKM tersebut. Dalam penulisan ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yakni: wawancara. Sugiyono(2016) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan

data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan wawancara kepada pemilik UMKM “Ayam Goreng Ananda” serta beberapa konsumen dan karyawan yang bekerja di UMKM tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Perusahaan

Ayam Goreng Ananda adalah sebuah restoran yang menjual ayam goreng sebagai menu utamanya. Selain ayam goreng, restoran ini juga menjual ayam bakar, ayam pedas, sup buntut dan lainnya. Restoran ini berlokasi di Jalan Gajah Mada No.237, Jember Kidul, Kecamatan kaliwates, Kabupaten Jember. Ayam Goreng Ananda pertama kali didirikan pada tahun 1998 dan berlokasi di Jalan Sultan Agung dekat Masjid Jami’ Jember. Hingga pada akhirnya seiring perkembangan usaha pada Ayam Goreng Ananda, pemilik dan pengelola memutuskan untuk berpindah lokasi ke pusat kota yakni di Jalan Gajah Mada dimana lokasi ini tidak terlalu jauh dari tempat awal didirikan, sehingga tidak kehilangan pelanggan mereka. Namun kenyataannya Ayam Goreng Ananda masih berjalan hingga sekarang bahkan, Ayam goreng Ananda juga membuka beberapa cabang lain yang diantaranya berlokasi di Jalan Merak, Jember dan di kota Bondowoso. Restoran Ananda memiliki visi dan misi untuk memberikan sajian makanan ayam goreng tradisional dengan kualitas terbaik, serta rasa khas yang konsisten hingga saat ini.

Hasil Analisis SWOT

Analisis Kekuatan

Yang menjadi kekuatan:

- a. Restoran Ayam Goreng Ananda mengolah ayam gorengnya sendiri dengan bumbu-bumbu yang dipilih secara tradisional, yang menghasilkan cita rasa yang unik pada menunya..
- b. Restoran Ayam Goreng Ananda memiliki 10 menu, sebagian besar diubah dari masakan yang sudah ada sebelumnya. Ini berarti bukan hanya ayam, tetapi juga iga, buntut, sayur mayur, dan berbagai minuman hangat dan dingin.
- c. Restoran Ayam Goreng Ananda melakukan pengawasan mutu yang ketat melalui proses pemilihan bahan baku berkualitas tinggi. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa menu yang dibuat memiliki rasa yang lezat dan dapat menarik pelanggan..
- d. Sistem penjualan yang dilakukan oleh Restoran Ayam Goreng Ananda adalah dengan mendirikan beberapa cabang di Jember dan Bondowoso. Hingga saat ini Restoran Ayam Goreng Ananda telah memiliki tiga cabang di Jember dan Bondowoso.

Analisis Kelemahan

Yang menjadi kelemahan adalah:

- a. Makanan yang tersedia di Restoran Ayam Goreng Ananda tidak tahan lama, hal ini berlaku untuk makanan siap saji lainnya.
- b. Sistem manajemen yang tetap berbasis kekeluargaan. Pimpinan dipegang oleh pemilik mutlak.
- c. Restoran Ayam Goreng Ananda tidak memiliki sumber daya manusia yang profesional untuk memenuhi tugasnya sebagai karyawan.

Analisis Peluang

Yang menjadi peluang adalah:

- a. Jumlah orang yang tinggal dikota Jember mungkin akan meningkatkan permintaan untuk ayam goreng di Restoran Ayam Goreng Ananda.
- b. Perubahan gaya hidup dikota Jember mungkin membuat orang lebih suka makan di Restoran Ayam Goreng Ananda.
- c. Kemajuan teknologi membuat pelanggan dapat lebih mudah mendapatkan produk dan memanfaatkan banyak promosi yang di tawarkan oleh Restoran Ayam Goreng Ananda melalui aplikasi ojek online.
- d. Karena terletak di pusat kota, lokasi Restoran Ayam goreng Ananda sangat strategis sehingga pelanggan lebih mudah menemukannya.

Analisis Ancaman

Yang menjadi ancaman adalah:

- a. Sampai saat ini, bisnis serupa di kota Jember telah menjadi pesaing dari Restoran Ayam Goreng Ananda, serta munculnya cafe-cafe kontemporer yang menawarkan berbagai macam makanan dan minuman dengan harga yang relatif murah sehingga dapat diakses oleh semua kalangan.
- b. Keadaan ekonomi yang tidak stabil berdampak pada pendapatan penduduk kota Jember, menurunkan kemampuan mereka untuk membeli barang.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, strategi yang dapat diterapkan oleh restoran “Ayam Goreng Ananda” adalah sebagai berikut:

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk.
2. Mempertahankan dan meningkatkan layanan kepada pelanggan, sehingga “Ayam Goreng Ananda” dapat mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru.
3. Menjaga dan memperbaiki citra restoran untuk menghadapi persaingan, berkonsentrasi pada kualitas dan pemasaran dengan membangun sistem manajemen yang baik.
4. Meningkatkan daya saing dengan menciptakan sistem manajemen yang lebih baik dan mengoptimalkan sistem manajemen rekanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mutu produk “Ayam Goreng Ananda” Jember harus selalu dijaga kualitasnya.
2. Kualitas layanan kepada pelanggan harus selalu dijaga agar pelanggan merasa puas terhadap produk “Ayam Goreng Ananda” Jember.
3. Citra merek daripada “Ayam Goreng Ananda” Jember harus selalu ditingkatkan agar banyak lagi masyarakat Jember yang mengenal makanan “Ayam Goreng Ananda” Jember.
4. Persaingan yang semakin meningkat harus memicu perusahaan untuk meningkatkan daya saing produk dengan usaha yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, Nunung Bayu. 2018. “Analisis Swot Daya Saing Sekolah : Studi Kasus Di Sebuah

- Sma Swasta.” *Operations Excellence* 10(1): 65–73. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/2078/1769>.
- Jatmiko, Bambang et al. 2022. “International Journal of Sustainable Development and Planning Key-Factor Strategy of Creative Industry in Distribution Channel: A SWOT Analysis Method.” *International Journal of Sustainable Development and Planning* 17(6): 1895–1904.
- Kartajaya, Hermawan. 2014. *Marketing in Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Meilinda, Rima. 2020. “Analisis SWOT Marketing MIX Pada SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya.” *Edunomics Journal* 1(1): 8–13. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/1611/1464>.
- Noor, Syamsudin. 2014. “Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang.” *Jurnal INTEKNA* 14(2): 102–209.
- Pearce II, Jhon A, Robinson Jr, and Richard B. 1997. *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Qomariah, Nurul. 2016. *Marketing Adactive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY.
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rangkuti, Fredy. 2016. *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2016. “Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R& D.” *Alfabetha Bandung*.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius Candra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.