

ANALISIS SWOT TERHADAP USAHA TOKO IMELDA PONSEL TELUKDALAM NIAS SELATAN

Trinitaktis Harita¹, Paskalis Dakhi², Progresif Buulolo³

Universitas Nias Raya

trinitaktis30harita@gmail.com, dakhi20apaskalis@gmail.com, gracebuulolo@gmail.com)

Abstrak

Toko Imelda Ponsel TelukDalam Nias Selatan merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan barang elektronik khususnya alat komunikasi *handphone* dalam berbagai jenis merek. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab bagaimana dan apakah Toko Imelda Ponsel melakukan penerapan strategi SWOT terhadap usahanya. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Berdasarkan hasil analisis strategi SWOT yang peneliti peroleh adalah Toko Imelda Ponsel Telukdalam telah melakukan penerapan Strategi SWOT terhadap usahanya hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis faktor-faktor utama internal dan eksternal atau IFAS dan EFAS, sehingga diperoleh titik koordinat 1.724 : 1.01 pada diagram SWOT hal ini menjelaskan bahwa toko Imelda Ponsel berada pada kuadran I mendukung strategi agresif/progresif dan perusahaan bisa dikatakan masih berada dalam kondisi prima. Kondisi ini memberi peluang untuk memperoleh laba maksimal karena perusahaan memiliki peluang dan kekuatan untuk melakukan perkembangan maupun ekspansi terhadap usaha.

Kata Kunci: SWOT (*strength, Weakness, opportunities, and Threats*), Usaha/bisnis

Abstract

Imelda Ponsel Telukdalam South Of Nias is store in Nias is a trade in electronic goods and specifically mobile phones in various brand. The study is intended to answer how and whether the Imelda ponsel store platform a swot strategy on its business. The method of data analysis technique with a descriptive qualitative approach. Based on the analysis of the swot strategy to its business, which can be proven from the analysis of the internal and external or factors IFAS and EFAS, and thus the coordinate poin of 1.724 : 1.01 on the swot diagram eksplains that the mobile imposition store is in the province supporting the growth/growth strategy an the enterprise is still in prime condition. These condition provide an opportunity for maximum profits because companies have the opportunity and the power to do both development and expansion of businesses.

Keyword: SWOT (*strength, Weakness, opportunities, and Threats*), effort/busines

Pendahuluan

Sebagai ilmu pengetahuan, manajemen bersifat universal, dan mempergunakan kerangka ilmu pengetahuan yang sistematis, mencakup kaidah-kaidah, prinsip-prinsip dan konsep-konsep yang cenderung benar dalam semua situasi manajerial. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Pengertian bisnis menurut Skinner (1992), bisnis adalah pertukaran barang jasa atau uang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Pada dasarnya bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of goods and service*”. Sedangkan perusahaan bisnis adalah suatu organisasi yang terlibat dalam pertukaran barang, jasa atau uang untuk menghasilkan keuntungan. Jadi manajemen dalam bisnis adalah suatu kegiatan dalam merancang, mengelola dan mengoperasikan sebuah usaha atau bisnis yang mencakup semua pengaturan baik dalam proses pengerjaan, pengelolaan sampai cara mencapai suatu tujuan bisnis yang diinginkan.

Seperti dikemukakan oleh Thomas W. Zimmerer (1996), “*entrepreneurship is the result of disciplined, systematic process of applying creativity and innovation to needs and Opportunity in the market place*”. Kewirausahaan merupakan hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar. Dalam konteks kewirausahaan secara konseptual, seorang wirausahawan dapat didefinisikan dalam suatu pandangan ahli ekonomi bahwa, wirausahawan adalah orang yang mengkombinasikan faktor-

faktor produksi, seperti sumber daya alam, tenaga kerja/ sumber daya manusia (SDM), material, modal dan peralatan lainnya untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya. Wirausahawan juga orang yang memperkenalkan perubahan-perubahan, inovasi, dan perbaikan produksi lainnya. Mengelola suatu usaha bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. Sebagai seorang pengusaha harus memastikan roda usaha berjalan dengan baik dan tentu saja mencapai target yang telah dibuat. Untuk itu, menerapkan manajemen dalam usaha merupakan hal yang wajib dilakukan. Keterkaitan manajemen dalam usaha adalah suatu kegiatan untuk mengatur segala hal dalam menjalankan usaha sehingga tujuan-tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

Analisis SWOT adalah metode analisis perencanaan yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal untuk tujuan bisnis. Analisis SWOT merupakan salah satu analisis yang telah banyak digunakan oleh organisasi, perusahaan, maupun lembaga pemerintah. Salah satu alasan mengapa analisis SWOT banyak digunakan karena analisis ini cukup mendasar sebagai senjata dalam menentukan solusi terbaik dalam konflik yang mungkin terjadi dalam organisasi.

Toko Imelda ponsel merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan barang elektronik khususnya alat komunikasi *handphone* dalam berbagai jenis merek. Kebutuhan akan alat komunikasi (*handphone Android* atau *smartphone*) di zaman ini tidak lagi dapat dikatakan sebagai kebutuhan sekunder namun sebagai kebutuhan primer dalam dunia bisnis dan/ pendidikan. Alat komunikasi (*handphone Android* atau

smartphone) merupakan suatu teknologi yang membantu manusia dalam berinteraksi dengan manusia lain tanpa harus memikirkan jarak. Usaha yang berhasil adalah usaha yang berorientasi pada kepuasan dan kebutuhan pelanggan atau konsumen. Dalam konsep kewirausahaan, direktur Toko Imelda Ponsel selaku pelaku usaha dapat dikatakan peka terhadap kebutuhan pelanggan ataupun konsumen di pasar pada era milenial di zaman sekarang ini. Kegiatan usahanya merupakan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh hasil berupa keuntungan, upah, atau laba usaha dari Kegiatan bisnis yaitu aktivitas menyediakan barang yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen. Jenis merek alat komunikasi (*handphone Android* atau *smartphone*) yang tersedia untuk dijual juga dalam bentuk keluaran terbaru dengan fitur-fitur yang sangat inovatif dan tentunya dapat menjawab kebutuhan pelanggan atau konsumen. Namun dalam hal ini Toko Imelda Ponsel memerlukan analisis SWOT untuk mempersiapkan dalam merencanakan pengembangan bisnis dalam mempersiapkan diri menghadapi persaingan pada masa yang akan datang.

Toko Imelda Ponsel semakin hari mengalami perkembangan namun beriringan dengan bertumbuhnya kompetitor baru di pasar, dalam mempertahankan penguasaan pasar Toko Imelda Ponsel perlu melakukan penerapan strategi SWOT dalam menjalankan usahanya sebagai senjata untuk menghadapi persaingan antar kompetitor yang bergerak pada bisnis yang sama.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, And*

Threats) yang diterapkan pada Toko Imelda Ponsel Teluk Dalam untuk dalam mengembangkan bisnis?

Tinjauan Literatur

Kerangka Konseptual

1. Konsep Analisis SWOT

Berikutnya menurut Bakri dkk (2019) Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Jadi dari penjelasan tentang analisis SWOT yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan proses perencanaan yang sangat penting untuk dilakukan oleh para manajerial untuk mengevaluasi situasi dalam menguasai pangsa pasar secara berkelanjutan.

2 Konsep Bisnis

Anoraga (2012), bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Sedangkan menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai *the buying and selling of good and service*. Jadi bisnis adalah kegiatan perusahaan menyediakan kebutuhan pelanggan atau konsumen melalui kegiatan perusahaan yang dilakukan secara terus-menerus. Dari penjelasan tentang usaha atau bisnis dapat disimpulkan bahwa usaha adalah seluruh kegiatan dalam perusahaan yang dilakukan secara berkesinambungan dengan tujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan untuk memperbaiki kualitas hidup para pebisnis atau

pengusaha serta memberi nilai guna kepada konsumen dan pelanggan dari produk dan jasa yang disediakan oleh pebisnis atau pengusaha.

Kerangka Teoritis

1 Analisis Kekuatan (*Strengths*) Terhadap Usaha

Kekuatan (*strength*) dalam hal ini diartikan sebagai kekuatan atau hal positif yang menonjol dari perusahaan/produk yang dapat dijadikan sebagai keunggulan bersaing menurut Indah (2005). usaha/bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industry yang menyediakan barang atau jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka menurut Swastha (1986). Jadi kekuatan usaha adalah jumlah keseluruhan kegiatan organisasi yang dapat menonjolkan keunggulan bersaing misalnya, produk dalam rangka menyediakan barang atau jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka (konsumen) di pangsa pasar.

2. Analisis Kelemahan (*Weakness*) Terhadap Usaha

kebalikan dari *strength*, kelemahan (*Weakness*) adalah kekurangan atau yang tidak/belum dimiliki perusahaan untuk bersaing di pasar misalkan; brand yang nama tidak terkenal, reputasi yang kurang baik di mata konsumen dll menurut Indah (2005) menurut kamus besar bahasa Indonesia dalam Aransya,dkk (2020) menjelaskan usaha adalah daya upaya atau kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud. Jadi yang dimaksud dengan kelemahan usaha adalah kurangnya potensi usaha dalam berupaya mengerahkan tenaga,

pikiran, untuk mendapat reputasi brand yang baik di mata konsumen di pasa

3. Analisis Peluang (*Opportunity*) Terhadap Usaha

Peluang (*Opportunity*) dianggap sebagai bagian dari lingkungan eksternal yang dapat menjadi potensi untuk meningkatkan profit, *market share* atau pertumbuhan menurut Indah (2005). usaha atau bisnis adalah serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan penjualan atau pembelian barang atau jasa secara konsisten, menurut Peterson dalam Lindawaty,dkk. (2017). Jadi peluang usaha adalah serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan jual beli barang atau jasa secara konsisiten dan berpotensi meningkatkan profit, *market share* dan pertumbuhan perusahaan.

4. Analisis Ancaman (*Threats*) Terhadap Usaha

Ancaman (*Threat*) adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industry yang sama secara umum akan merasa dirugikan/dipersulit/terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut menurut Istiqomah, dkk. (2017). Usaha adalah setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba Nopriansya, dkk. (2019). Jadi ancaman usaha terjadi apabila kondisi eksternal berpotensi mengalami kesulitan, rugi dan terancam sehingga sehingga setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan apapun yang dilakukan oleh setiap pengusaha tidak mendatangkan keuntungan atau laba seusai dengan yang diharapkan.

2.1 Matriks SWOT

Matriks SWOT (kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman) merupakan alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (*Strengths-Opportunity*), WO (*Weakness-Opportunity*), ST (*Strengths-Threats*), dan WT (*Weakness-Threats*) Amalia, 2012.

1. Strategi SO adalah memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Inilah yang merupakan strategi agresif positif yaitu menyerang penuh inisiatif dan terencana.
2. Strategi WO adalah strategi pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi. Dalam hal ini perlu dirancang strategi turn around yaitu strategi merubah haluan.
3. Strategi ST adalah strategi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi. Strategi ini dikenal dengan istilah strategi diverifikasi atau strategi perbedaan.
4. Strategi WT adalah strategi yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Gambar 2.1
Matriks SWOT

Matriks	Strengths	Weakness
Threats	ST Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman	WT Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman

	SO	WO
Opportunity	Memanfaatkan potensi untuk meraih peluang	Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang

Sumber: Istiqomah dan Irsad Andriyanto (2017)

Melanjutkan proses setelah identifikasi faktor-faktor baik internal maupun eksternal, kemudian menentukan pembobotan serta ranking. Bobot dikalikan dengan rating pada setiap faktor mendapat skor untuk faktor-faktor tersebut. Bobot dihitung, 0.0 (tidak penting), sampai 1.0 (sangat penting). Jumlah bobot untuk *opportunity* dan *treath* adalah 1.00, hal ini juga berlaku pada jumlah bobot *strenght* dan *weakness*. Rating peluang mulai dari angka 1 (dibawah rata-rata), 2 (rata-rata), 3 (diatas rata-rata), 4 (sangat baik), berdasarkan pengaruh pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi dan tujuan perusahaan yang bersangkutan. Primandari, dkk (2020:44)

2.2 IFAS Dan EFAS

IFAS (*internal strategic factor analisis summary*) dengan kata lain faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan disusun untuk merumuskan faktor-faktor internal dalam rangka *strengths weakness*. Sedangkan EFAS (*eksternal strategic factor analisis summary*) dengan kata lain faktor-faktor strategi eksternal suatu perusahaan disusun untuk merumuskan faktor-faktor eksternal dalam kerangka *opportunity and threats*. Satu cara menyimpulkan faktor-faktor strategis sebuah perusahaan adalah mengkombinasikan faktor strategi eksternal (EFAS) dengan faktor strategi internal (IFAS) kedalam sebuah ringkasan analisis faktor-faktor strategi. Pertama, daftar item-item EFAS dan IFAS

yang paling penting dalam kolom faktor strategis kunci: tunjukkan mana yang merupakan kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T). kedua tinjaulah bobot yang diberikan untuk faktor-faktor dalam tabel EFAS dan IFAS tersebut, dan sesuaikan jika perlu sehingga jumlah total pada kolom bobot EFAS dan IFAS mencapai angka 1.00. ketiga, masukan pada kolom peringkat, yang diberikan manajemen perusahaan dari setiap faktor dari tabel EFAS dan IFAS. Keempat, kalikan bobot dengan peringkat untuk menghasilkan jumlah pada kolom skor bobot. Kelima, berikan keterangan untuk masing-masing faktor dari tabel EFAS dan IFAS, Wheelen., dkk. 2009.

2.3 Diagram Analisis SWOT

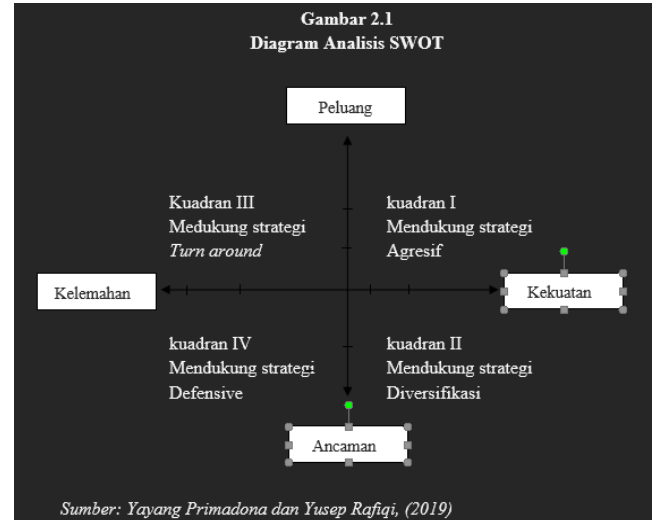
Berikut menurut Rusdiansyah, (2016) Dalam Perhitungan strategi memerlukan penegasan dari adanya posisi dalam sumbu-sumbunya itu antara kekuatan dan kelemahan, maupun peluang dan ancaman yang semuanya digambarkan dalam garis-garis positif dan negatif untuk mencari koordinatnya dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Koordinat Analisis Internal

$$\frac{\text{skor total strength} - \text{skor total weakness}}{2}$$

2. Koordinat Analisis Eksternal

$$\frac{\text{skor total opportunity} - \text{skor total threat}}{2}$$



Keterangan:

Kuadran I:

Ini merupakan situasi yang menguntungkan, Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Grow Oriented Strategi*).

Kuadran II:

Meskipun menghadapi berbagai macam ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III:

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang besar (defensif).

Kuadran IV:

Ini merupakan situasi yang sangat meguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan

internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar.

2.4 Konsep Strategi Bisnis

Pengertian strategi berasal dari kata Yunani yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Berdasarkan pengertian ini, maka strategi adalah suatu seni merancang operasi di dalam peperangan, seperti cara-cara mengatur posisi atau siasat berperang, angkatan darat atau laut. Strategi dapat pula diartikan sebagai suatu keterampilan mengatur suatu kejadian atau peristiwa. Secara umum sering dikemukakan bahwa strategi merupakan teknik yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Menurut KKBI edisi ke dua (1989) strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Jadi strategi adalah cara-cara atau siasat yang akan dilakukan atau ditempuh dalam melakukan sesuatu.

Menurut Endro (1999:29) bisnis merupakan aktivitas yang cakupannya amat luas; meliputi aktivitas memproduksi barang tambang atau pertanian dari bumi, memproses bahan-bahan dasar hingga berguna, membuat berbagai barang jadi, mendistribusikan barang, menyediakan barang, menjual dan membeli barang dagangan ataupun aktivitas yang berkaitan dengan suatu pekerjaan yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan.

Jadi strategi bisnis terdiri dari dua kata yaitu strategi dan bisnis kata strategi diartikan sebagai siasat atau ilmu perang. Sedangkan bisnis bisa diartikan sebagai usaha, dagang dan bekerja untuk mencari keuntungan. Maka, dapat difahami strategi bisnis adalah siasat dalam berdagang.

2.5 Konsep Pengembangan dan Perencanaan Bisnis

Pengembangan adalah perihal berkembang dan selanjutnya, kata berkembang juga berarti mekar terbuka atau membentang, menjadi besar luas dan banyak, serta menjadi bertambah sempurna dalam hal kepribadian pikiran, pengetahuan dan sebagainya KBBI (1991). Saat wirausahawan menciptakan suatu ide bisnis, mereka juga harus memperhatikan bagaimana menerapkan fungsi-fungsi bisnis yang baru digambarkan, untuk membuat bisnis yang berhasil.

Rencana bisnis menurut Alma, (2004) merupakan dokumentasi tertulis yang disiapkan oleh wirausahawan yang menggambarkan semua unsur-unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai usaha. Isinya sering merupakan rencana terpadu menyangkut pemasaran, permodalan, manufaktur, dan sumber daya manusia rencana bisnis merupakan konsep atau sketsa kegiatan perusahaan yang dijabarkan acuan dalam memulai bisnis yang baru.

2.6 Konsep Strategi Bersaing

Porter, (2006) menyatakan pengertian dari strategi bersaing adalah mengembangkan rencana bagaimana mengenai bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Mengenai strategi bersaing diharapkan dapat menentukan langkah-langkah yang dilakukan serta membuat kebijakan yang bermanfaat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jadi strategi bersaing adalah penentuan langkah-langkah yang harus diterapkan, dan arah tindakan dalam penentuan alokasi sumber daya yang diperlukan sesuai dengan porsi

kegiatannya sendiri untuk mencapai sasaran dan tujuan tertentu.

2.7 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Menurut Indah (2015) teknik analisis SWOT yang digunakan adalah:

a. Analisis Internal

1) Analisis Kekuatan (*Strengths*)

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahan dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya financial, kemampuan manufaktur, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki.

2) Analisis Kelemahan (*Weakness*)

Merupakan keadaan perusahaan dalam menghadapi pesaing dan mempunyai keterbatasan dan kekurangan serta menguasai pasar, sumber daya serta keahlian.

b. Analisis Eksternal

1) Analisis Peluang (*Opportunity*)

Setiap perusahaan memiliki sumber daya yang membedakan dirinya dari perusahaan lain. Peluang dan terobosan atau keunggulan bersaing tertentu dan beberapa peluang membutuhkan sejumlah besar modal untuk dimanfaatkan. Dipihak lain, perusahaan-perusahaan baru bermunculan. Peluang pemasaran adalah di mana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan.

2) Analisis Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah tantangan yang diperlihatkan atau diragukan oleh suatu kecenderungan atau suatu

perkembangan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan yang akan menyebabkan kemerosotan kedudukan perusahaan.

2.8 Manfaat Analisis SWOT Terhadap Bisnis

Analisis SWOT juga berperan sebagai instrument yang bermanfaat dalam aktivitas analisis strategis. Dengan analisis ini, organisasi dapat meminimalisir kelemahan dan menekan dampak ancaman yang harus dihadapi. Sedangkan kekuatan dan peluang yaitu meningkatkan dan memperluas bisnis. Wibowo 2019, Jadi secara umum manfaat analisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan jadi lebih memahami kekuatannya dan memberi rekomendasi untuk meningkatkannya.
2. Perusahaan dapat melihat suatu peluang dan dapat mempertahankan peluang.
3. Perusahaan mengetahui kelemahan serta mencari solusi untuk mengurangi kelemahan tersebut.

Perusahaan mengalami potensi ancaman sertamencari solusi untuk menghindari ancaman tersebut.

Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, Penelitian kualitatif yaitu, penelitian yang tidak menggunakan perhitungan. Atau diistilahkan dengan penelitian ilmiah yang menekankan karakter ilmiah sumber data. Jenis penelitian ini adalah studi kasus, karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan termasuk penelitian studi kasus maka hasil penelitian ini bersifat analisis deskriptif .

3.2 Populasi Sampel

Populasi merupakan aspek penting dalam penelitian yang menjadi populasi dalam

penelitian ini yaitu manajer dan karyawan Toko Imelda Ponsel Teluk Dalam.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 4.1
IFAS (Internal Strategic Factors Summary)
Imelda Ponsel Teluk Dalam

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL UTAMA	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN			
a. Lokasi Yang Strategis	0.2	3.5	0.7
b. Harga Yang Bersaing	0.2	3.2	0.64
c. Sdm	0.2	3.5	0.7
d. Kualitas Produk	0.2	3.7	0.74
e. Layanan	0.2	3.7	0.74
Jumlah	1	34	3.52
KELEMAHAN			
a. Modal	0.2	2.4	0.42
b. Manajemen Kerja	0.2	3.6	0.52
c. Sarana Prasarana	0.2	2.8	0.48
d. Perawatan	0.2	2.8	0.52
e. Kenyamanan	0.2	2.8	0.5
Jumlah	1	13.4	2.44
TOTAL		29.8	5.96

Sumber: peneliti, (2021)

Total skor adalah 5.96 dan Tleuk Dalam berada pada rating diatas rata-rata mengindikasikan bahwa toko Imelda Ponsel yaitu 29.8 keseluruhan kekuatan internalnya.

Tabel 4.2
EFAS (Eksternal Strategic Factors Summary)
Imelda Ponsel Teluk Dalam

FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL UTAMA	Bobot	Rating	Skor
PELUANG			
a. Luasnya pangsa pasar	0.2	3.56	0.712
b. kompetitor	0.2	3.56	0.712
c. memperluas tempat usaha	0.2	3.16	0.632
d. Produk yang selalu berkembang	0.2	3.52	0.704

e. Pola perilaku masyarakat	0.2	3.56	0.712
Jumlah	1	17.36	3.472
ANCAMAN			
a. Perkembangan teknologi	0.2	2.6	0.52
b. Munculnya pesaing baru	0.2	2.64	0.528
c. Kenaikan harga	0.2	3.36	0.472
d. Ekonomi msyarakat	0.2	2.36	0.472
e. Kondisi sosial masyarakat yang kurang aman	0.2	2.4	0.48
	1	12.36	2.472
TOTAL		29.72	5.944

Sumber: Peneliti, (2021)

Total skor adalah 5.944 dan mengindikasikan bahwa Toko Imelda Ponsel berada diatas rata-rata dengan rating 29.72

Dari hasil perhitungan faktor faktor tersebut diatas maka dapat digambarkan dalam diagram SWOT dapat dilihat pada 4.3 rumus untuk mencari titik koordinat yaitu sebagai berikut:

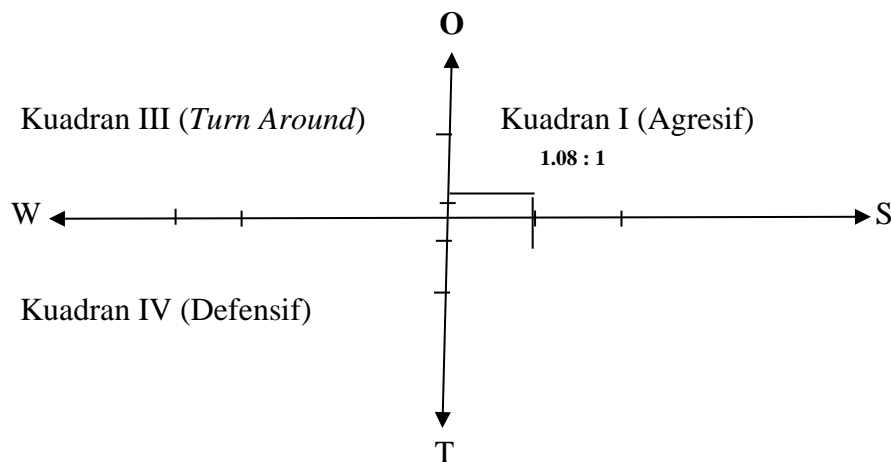
Koordinat analisis internal : koordinat analisis eksternal

$$= \frac{\text{skor total strength} - \text{skor total weakness}}{2} ; \frac{\text{skor total opportunity} - \text{skor total threats}}{2}$$

$$= \frac{S-W}{2} ; \frac{O-T}{2}$$

$$= \frac{3.52-2.44}{2} ; \frac{3.472-2.472}{2} = 1.08 : 1$$

Gambar 4.2
Diagram SWOT



Sumber: Olahan Peneliti, (2021)

Dari diagram tersebut menunjukkan Toko Imelda Ponsel, berada pada posisi Kuadran I yaitu, mendukung strategi agresif/progresif/ dimana posisi ini merupakan situasi menguntungkan.

Kuadran II (Diversifikasi)

Tabel 4.3
Matriks SWOT Toko Imelda Ponsel Teluk Dalam

IFAS EFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Strategi (SO) 1. lokasi yang strategi memperluas pangsa pasar dan meningkatkan modal. 2. SDM yang terampil membuat manajemen kerja menjadi terstruktur. 3. Harga dan kualitas meningkatkan peluang laba	Strategi (WO) 1. Meningkatkan efisiensi biaya atau modal 2. Manajemen kerja yang baik dapat memperluas usaha dan tidak dapat tersaingi oleh kompetitor 3. Meningkatkan ekonomi usaha atau perusahaan
Ancaman (T)	Strategi ST 1. Mengembangkan daya saing dengan memperluas pasar melalui pemanfaatan perkembangan teknologi. 2. Menawarkan produk yang berkualitas. 3. Meningkatkan pelayanan. 4. pemanfaatan teknologi	Strategi WT 1. Seleksi kualitas karyawan guna meningkatkan persaingan . 2. Perhatikan keamanan dan kenyamanan melalui ketersediaan sarana dan prasarana

Sumber: Peneliti, (2021)

Saran Dan Keimpulan

1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa Toko Imelda Ponsel berada pada posisi Kuadran I pada diagram Analisis SWOT, yaitu, mendukung strategi agresif/progresif/ dimana posisi ini merupakan situasi menguntungkan. Artinya perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Dapat dipastikan perusahaan

dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus, melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan usaha dan meraih kemajuan secara maksimal. Hal tersebut jelas dilihat berdasarkan Matriks Faktor Internal (*Internal factor evaluation-IFE* Matriks) dan Matriks Faktor Eksternal (*External factor evaluation-EFE* Matriks). Faktor *internal* mencakup *strengths* dan *weakness* sedangkan faktor eksternalnya mencakup *Opportunity* dan *Threats*.

2. Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Agar Toko Imelda Ponsel terus melakukan penerapan analisis SWOT dalam menjalankan usaha untuk mempertahankan posisi perusahaan tetap berada pada kuadran I grafik analisis SWOT hasil penelitian berdasarkan matriks IFAS dan EFAS.

1. Agar memperoleh laba yang maksimal Toko Imelda Ponsel baiknya memanfaatkan peluang untuk melakukan ekspansi terhadap usaha.

Daftar Pustaka

- Anogara, Pandji. 2011. *Pengantar Bisnis; Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Aceh: Rineka Cipta.
- Endro, Gunardi. 1999. *Redefinisi Bisnis suatu pengggalian etika keutamaan Aristoteles*. Jakarta : Pustaka Binaman Pressindo.
- Indah, R. Risyah. 2015. Analisis SWOT Pada Saqinah Swalayan Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Keuangan* . vol 4, No. 1.
- Nirmala, Widia Indah. 2015. Pengaruh Manajemen Sarana Dan Prasarana Pendidikan Terhadap Mutu Layanan Pembelajaran Di SMP Sekecamatan Sukasari Kota Bandung. S1 thesis, Unoversitas Pendidikan Indonesia.
- Nopriansya, Waldi. 2019. *Hukum Bisnis Di Indonesia. Edisi Pertama*. Penerbit Kencana. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Risyah, P. Yola. 2014. Pengembangan Daya Tarik Kawasan Wisata Bunga Cihideung, Kecamatan Porongporong Kabupaten Bandung Barat. S1 thesis. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rusdiansyah, 2016. Analisis Strategi Aplikasi Penagihan Dengan Metode SWOT. *Bina Insani ICT Journal*. Vol 3, No. 1
- Wicaksono, Arie. 2018. Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industry PT X Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Industry Dan Logistik*. Vol 1. No. 1.