

---

## STRATEGI PEMASARAN PERALATAN PERTUKANGAN DAN MESIN PADA TOKO TEKNIK TURI INDAH DENGAN ANALISIS SWOT

Oleh

Novi Welyawati<sup>1</sup>, Eko Tjiptojuwono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik NSC

Email: <sup>1</sup>[novi.welyawati@gmail.com](mailto:novi.welyawati@gmail.com), <sup>2</sup>[ekotj2009@gmail.com](mailto:ekotj2009@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 17-07-2024

Revised: 28-07-2024

Accepted: 20-08-2024

### Keywords:

Marketing Strategy, SWOT,  
Shop Engineering

**Abstract:** *The development of the times causes business competition to become increasingly competitive. This causes businesses to have to create marketing strategies that can increase product sales. The research objectives are 1) Analyzing Strength, Weakness, Opportunities and Threats factors in determining the marketing strategy of the Turi Indah engineering shop and 2) Analyzing the marketing strategy to increase the income of the Turi Indah engineering shop. The type of research is qualitative. The research informants were 3 engineering shop owners and employees. The data collection method was carried out by interviews. Meanwhile, the data analysis method is carried out using SWOT analysis and descriptive analysis. The research results prove that there are 4 factors each in the Strength, Weakness, Opportunities and Threat elements. Marketing strategies that can be implemented are implementing SO strategies such as making packages to purchase goods to attract customers to buy, ST strategies such as providing recommendations on product displays for the cheapest product prices, WO strategies such as evaluating product prices with competitors and WT strategies. such as providing a discount policy on minimum purchases.*

---

## PENDAHULUAN

Adanya perkembangan zaman yang semakin modern menyebabkan semakin ketatnya persaingan usaha bisnis di Indonesia. Dengan persaingan tersebut menyebabkan perusahaan diharuskan untuk senantiasa menyiapkan strategi pemasaran [1]. Dengan ketatnya kompetisi bisnis memaksa perusahaan untuk selalu berinovasi dan memiliki keunggulan. Untuk dapat terus bersaing, perusahaan harus mengetahui cara adaptasi pasar yang selalu berubah [2].

Strategi pemasaran ialah rencana terpadu selaku rujukan aktivitas pemasaran perusahaan [3]. Strategi Pemasaran berperan penting bagi perusahaan untuk membantu usaha menentukan segmentasi serta target pasar. Pada penentuan target pasar, perusahaan mempertimbangkan berbagai faktor seperti potensi pertumbuhan, keuntungan dll.

Perusahaan berupaya memaksimalkan sumber daya untuk bertahapan dalam

kompetisi bisnis [2]. Upaya mewujudkan strategi pemasaran sebagai media penyelesaian masalah perlu mengimplementasikan strategi analisis faktor pendukung serta penghambat bisnis usaha. Salah satu metode penentuan strategi pemasaran perusahaan ialah analisis SWOT.

Analisa SWOT ialah alat penentuan strategi melalui identifikasi serta perumusan faktor untuk mengoptimalkan kekuatan serta peluang, serta meminimalisir kelemahan serta ancaman [4]. Dalam penentuan strategi pemasaran memiliki hasil yang berbeda dikarenakan adanya peluang serta masalah yang berbeda pada setiap perusahaan.

Keputusan strategis perusahaan harus mempertimbangkan faktor internal (kekuatan serta kelemahan) dan faktor eksternal (peluang serta ancaman) [5]. Dalam identifikasi masalah dibutuhkan kajian untuk menentukan strategi penyelesaian permasalahan. Untuk menyelesaikan permasalahan, perusahaan butuh analisa perencanaan strategis, agar bisa bersaing bersaing.

Salah satu perusahaan yang memiliki permasalahan dalam proses bisnis adalah Toko Teknik TURI INDAH yang bergerak di bidang penjualan peralatan pertukangan dan mesin. Toko Teknik TURI INDAH memiliki permasalahan dalam penjualan produk yang terbukti dari adanya penurunan pendapatan perusahaan setiap tahunnya. Berikut data penurunan pendapatan perusahaan tahun 2022-2023 yaitu:

**Tabel 1. Data Pendapatan Bersih Perusahaan Tahun 2022-2023**

Tahun	Nilai Pendapatan Bersih
2022	Rp. 85.432.000,-
2023	Rp. 77.439.102,-

Sumber: Data Perusahaan

Berdasarkan data pendapatan perusahaan dapat diketahui bahwa Toko Teknik TURI INDAH mengalami penurunan pendapatan. Dari hasil wawancara terhadap pemilik perusahaan menunjukkan penurunan pendapatan perusahaan disebabkan oleh berkembangnya penjualan alat pertukangan dan mesin secara online melalui toko elektronik. Selain itu, adanya pendirian toko peralatan pertukangan di berbagai wilayah menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk melakukan pembelian peralatan pertukangan.

Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan analisis SWOT dalam penentuan strategi pemasaran perusahaan. Penelitian menunjukkan produk MyNitro siap bersaing dengan produk kompetitor [1]. Selain itu, strategi SO mampu peningkatan penjualan produk lemari [6].

Dari permasalahan, peneliti bermaksud melaksanakan kajian berjudul "Strategi Pemasaran Peralatan Pertukangan Dan Mesin Pada Toko Teknik Dengan Analisis SWOT". Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya permasalahan penurunan pendapatan yang terjadi pada Toko Teknik Turi Indah setiap tahunnya. Gap Analysis dari penelitian ini adalah belum adanya penelitian yang melakukan analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran pada Toko Teknik Turi Indah. Tujuan penelitian adalah 1) Menganalisis faktor Strength, Weakness, Opportunities dan Threats dalam menentukan strategi pemasaran toko teknik Turi Indah dan 2) Menganalisis strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan toko teknik Turi Indah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan kajian kuantitatif yang memakai angka pada pengumpulan serta analisa data [7]. Informan kajian ialah Pemilik serta karyawan toko teknik sebanyak 3 orang. Metode pengambilan data dilakukan dengan wawancara. Sedangkan metode analisis data dilakukan dengan analisis SWOT dan analisis deskriptif dimana ialah prosedur pemecahan masalah melalui penggambaran kondisi subjek sesuai fakta yang ada [1]. Metode analisis deskriptif ialah cara perumusan kondisi SWOT toko teknik Turi Indah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan penelitian didapatkan hasil analisis SWOT pada Toko Teknik Turi Indah antara lain:

Kondisi untuk melaksanakan pekerjaan secara baik [8]. Faktor Kekuatan dalam penelitian ini meliputi :

- a. Toko Teknik TURI INDAH memiliki produk yang beragam sehingga memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian.
- b. Adanya kerjasama resmi dengan pabrik peralatan pertukangan secara langsung
- c. Harga produk terjangkau di kalangan konsumen
- d. Penempatan toko terletak pada lokasi yang strategis

### 2. *Weakness*

*Weakness* ialah keterbatasan sumber daya yang menurunkan kinerja perusahaan [9]. Berikut Faktor Kelemahan kajian ini meliputi :

- a. Semakin banyaknya pesaing yang menjual produk serupa
- b. Kurangnya promosi yang dilakukan perusahaan
- c. Kurangnya jumlah karyawan untuk melayani pelanggan
- d. Toko Teknik tidak menerima penjualan secara online

### 3. *Opportunities*

*Opportunities* ialah analisa eksternal untuk membantu pencarian peluang usaha perusahaan [10]. Eskalasi teknologi serta ikatan perusahaan menjadi contoh *opportunities*. Berikut faktor peluang dalam penelitian ini meliputi:

- a. Adanya kebutuhan masyarakat akan peralatan dan mesin pertukangan
- b. Adanya pertumbuhan ekonomi yang berkembang pasca pandemi covid-19
- c. Melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram
- d. Mengikuti event pameran dan penjualan yang ada.

### 4. *Threats*

*Threats* ialah keadaan tidak baik perusahaan [9]. Berikut faktor ancaman dalam penelitian ini meliputi:

- a. Adanya kenaikan tarif pajak penjualan barang
- b. Harga barang dari pabrik yang tidak stabil
- c. Kualitas pelayanan, toko lain lebih baik seperti diberikan fasilitas AC
- d. Penggunaan Qris untuk pembelian produk pada toko lain.

Hasil analisa SWOT menjadi dasar kalkulasi *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) serta *External Factors Analysis Summary* (EFAS). IFAS ialah kesimpulan analisa atas faktor internal pengaruh usaha. Sementara EFAS ialah kesimpulan analisis faktor eksternal pengaruh usaha. Untuk menentukan nilai IFAS dan EFAS dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu:

- Memberikan bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut
- Memberikan rating 1 - 4 untuk menyatakan pengaruh faktor Sangat tidak berpengaruh (1), kecil pengaruhnya (2), pengaruh besar (3), dan pengaruh sangat besar (4).
- Perkalian setiap bobot dengan rating untuk memperoleh nilai
- Penjumlahan total nilai variabel

Berikut hasil analisa IFAS:

**Tabel 2. Matriks IFAS**

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>				
1	Toko Teknik Turi Indah memiliki produk yang beragam sehingga memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian	0,16	3	0,48
2	Adanya kerjasama resmi dengan pabrik peralatan pertukangan secara langsung	0,11	2	0,22
3	Harga produk terjangkau di kalangan konsumen	0,20	4	0,80
4	Penempatan toko terletak pada lokasi strategis	0,16	3	0,48
Sub Total		0,63		1,98
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1	Semakin banyak pesaing menjual produk serupa	0,08	3	0,24
2	Kurangnya promosi yang dilakukan perusahaan	0,11	4	0,44
3	Kurangnya jumlah karyawan untuk melayani pelanggan	0,03	2	0,06
4	Toko Teknik tidak menerima penjualan secara online	0,15	3	0,45
Sub Total		0,37		1,19
Total		1		3,17

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Dari analisa IFAS menunjukkan Faktor Internal yaitu Kekuatan serta Kelemahan memiliki total skor senilai 3,17 sehingga menunjukkan kuatnya kondisi internal perusahaan.

Berikut hasil analisa EFAS:

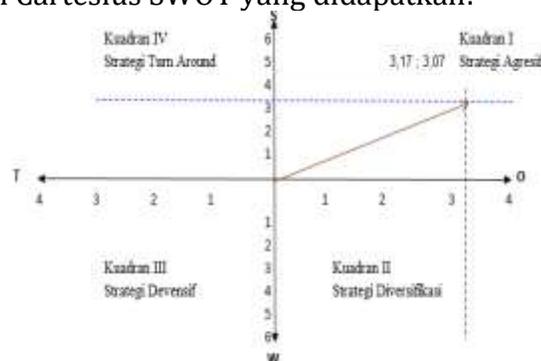
**Tabel 3. Matriks EFAS**

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>				
1	Permintaan pelanggan akan produk pertukangan tinggi	0,12	3	0,36
2	Media sosial membantu pemasaran produk toko secara cepat	0,21	4	0,84
3	Pemerintah daerah mendukung keberadaan UMKM	0,08	2	0,16
4	Adanya Marketplace untuk membantu penjualan produk	0,15	3	0,45
Sub Total		0,56		1,81
<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>				
1	Adanya kenaikan tarif pajak penjualan barang	0,13	3	0,39
2	Harga barang dari pabrik yang tidak stabil	0,08	4	0,32
3	Kualitas pelayanan, toko lain lebih baik seperti diberikan fasilitas AC	0,14	2	0,28
4	Penggunaan Qris untuk pembelian produk pada toko lain.	0,09	3	0,27
Sub Total		0,44		1,26
Total		1		3,07

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Jasil analisa EFAS menyatakan Peluang serta Ancaman mempunyai keseluruhan nilai 3,07 sehingga diartikan perusahaan mampu merespon peluang untuk menghindari ancaman.

Kemudian total nilai setiap faktor yakni, *Strength* 1,98, *Weakness* 1,19, *Opportunity* 1,81, *Threats* 1,26. Maka didapatkan selisih keseluruhan nilai faktor *strength* serta *weakness* adalah (+) 0,79. Sementara selisih keseluruhan nilai faktor *Opportunity* serta *Threat* adalah (+) 0,55. Berikut diagram Cartesius SWOT yang didapatkan:



**Gambar 1. Diagram Kartesius SWOT**

Sesuai gambar diatas, menunjukkan bahwa Toko Teknik Turi Indah berada pada kuadran Strategi Agresif dimana merupakan situasi yang sangat menguntungkan.

Perusahaan berpeluang untuk menggunakan kekuatan untuk menciptakan profit. Strategi yang dapat diimplementasikan ialah kebijakan pertumbuhan agresif untuk mengoptimalkan kekuatan untuk merebut peluang sehingga dapat seimbang dengan kompetitor.

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi melalui kekuatan serta kelemahan. Matriks SWOT dapat mempermudah merumuskan berbagai strategi. Sesuai matriks SWOT akan didapatkan 4 alternatif strategi [11]. Berikut setiap alternatif strategi tersebut adalah:

**a. Strategi SO (*Strength- Opportunity*)**

Strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran perusahaan melalui pemanfaatan kekuatan untuk memperoleh peluang usaha. Berikut Strategi SO sebagai dasar Strategi Pemasaran Toko Teknik Turi Indah yaitu:

- 1) Melakukan pembuatan paket pembelian barang untuk menarik pelanggan untuk membeli.
- 2) Melakukan promosi produk perusahaan melalui kerjasama dengan Supplier pabrik.
- 3) Memanfaatkan Marketplace untuk melakukan penjualan online secara murah melalui *FlashSale*
- 4) Melakukan kerjasama promosi toko dengan Pemerintah daerah melalui program E-Procurement

**b. Strategi ST (*Strength- Threat*)**

Strategi sesuai kekuatan perusahaan dalam antisipasi ancaman. Berikut Strategi ST sebagai dasar Strategi Pemasaran Toko Teknik Turi Indah yaitu:

- 1) Memberikan rekomendasi pada display barang akan harga produk yang paling murah.
- 2) Melakukan kerjasama dengan pabrik resmi dalam mendapatkan harga pabrik
- 3) Melakukan pengadaan fasilitas pendukung toko untuk menarik pelanggan
- 4) Mengadakan sistem pembayaran menggunakan QRIS

**Strategi WO (*Weakness- Opportunity*)**

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Berikut Strategi WO sebagai dasar Strategi Pemasaran Toko Teknik Turi Indah yaitu:

- 1) Melakukan evaluasi harga produk dengan kompetitor
- 2) Melakukan promosi toko dan produk pada media sosial
- 3) Melakukan penambahan karyawan untuk menangani pembelian secara online
- 4) Melakukan kerjasama dengan pemerintah untuk melakukan penjualan pada E-Procurement

**c. Strategi WT (*Weakness- Threat*)**

Strategi menunjukkan aktivitas bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan- kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman. Berikut Strategi SO sebagai dasar Strategi Pemasaran Toko Teknik Turi Indah yaitu:

- 1) Memberikan kebijakan diskon pada pembelian minimal tertentu
- 2) Melakukan kerjasama pembelian produk dengan supplier lain
- 3) Mengimplementasikan konsep penjualan Reseller
- 4) Melakukan pengadaan sistem pembayaran terintegrasi secara online

## PEMBAHASAN

Sesuai hasil analisis SWOT menyatakan pada matriks IFAS mempunyai keseluruhan nilai 3,17 sehingga menunjukkan usaha Toko Teknik Turi Indah mempunyai kekuatan posisi internal. Kemudian pada matriks EFAS mempunyai keseluruhan nilai 3,07 sehingga menyatakan Toko Teknik Turi Indah mampu merespon peluang serta menghindari ancaman.

Hasil diagram cartesius menyatakan Toko Teknik Turi Indah berada pada kuadran Growth atau Strategi Progresif dimana kuadran ini menunjukkan kondisi sangat menguntungkan. Setelah melakukan perbandingan antar unsur SWOT didapatkan beberapa strategi seperti strategi SO meliputi Melakukan pembuatan paket pembelian barang untuk menarik pelanggan untuk membeli, Melakukan promosi produk perusahaan melalui kerjasama dengan Supplier pabrik, Memanfaatkan Marketplace untuk melakukan penjualan online secara murah melalui *FlashSale*, Melakukan kerjasama promosi toko dengan Pemerintah daerah melalui program E-Procurement. Strategi ST meliputi Melakukan pembuatan paket pembelian barang untuk menarik pelanggan untuk membeli, Melakukan promosi produk perusahaan melalui kerjasama dengan Supplier pabrik, Memanfaatkan Marketplace untuk melakukan penjualan online secara murah melalui *FlashSale* dan Melakukan kerjasama promosi toko dengan Pemerintah daerah melalui program E-Procurement.

Untuk strategi WO meliputi: Melakukan evaluasi harga produk dengan kompetitor, Melakukan promosi toko dan produk pada media sosial, Melakukan penambahan karyawan untuk menangani pembelian secara online dan Melakukan kerjasama dengan pemerintah untuk melakukan penjualan pada E-Procurement. Sedangkan untuk strategi WT meliputi: Memberikan kebijakan diskon pada pembelian minimal tertentu, Melakukan kerjasama pembelian produk dengan supplier lain, Mengimplementasikan konsep penjualan Reseller dan Melakukan pengadaan sistem pembayaran terintegrasi secara online.

## KESIMPULAN

Sesuai hasil analisa data serta pembahasan diatas didapatkan beberapa kesimpulan penelitian, yaitu:

1. Faktor Strength dari Toko Teknik Turi Indah adalah Toko Teknik Turi Indah memiliki produk yang beragam sehingga memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian, Adanya kerjasama resmi dengan pabrik peralatan pertukangan secara langsung, Harga produk terjangkau di kalangan konsumen dan Penempatan toko terletak pada lokasi yang strategis. Faktor Weakness dari Toko Teknik Turi Indah adalah Semakin banyaknya pesaing yang menjual produk serupa, Kurangnya promosi yang dilakukan perusahaan, Kurangnya jumlah karyawan untuk melayani pelanggan dan Toko Teknik tidak menerima penjualan secara online. Faktor Opportunities dari Toko Teknik Turi Indah adalah Permintaan pelanggan akan produk pertukangan tinggi, Media sosial membantu pemasaran produk toko secara cepat, Adanya Marketplace untuk membantu penjualan produk dan Pemerintah daerah mendukung keberadaan UMKM. Sedangkan Faktor Threats dari Toko Teknik Turi Indah adalah Adanya kenaikan tarif pajak penjualan barang, Harga barang dari pabrik yang tidak stabil, Kualitas

- pelayanan, toko lain lebih baik seperti diberikan fasilitas AC dan Penggunaan Qris untuk pembelian produk pada toko lain
2. Strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan toko teknik Turi Indah dilakukan berdasarkan 4 strategi SWOT. Untuk strategi SO meliputi Melakukan pembuatan paket pembelian barang untuk menarik pelanggan untuk membeli, Melakukan promosi produk perusahaan melalui kerjasama dengan Supplier pabrik, Memanfaatkan Marketplace untuk melakukan penjualan online secara murah melalui FlashSale, Melakukan kerjasama promosi toko dengan Pemerintah daerah melalui program E-Procurement. Strategi ST meliputi Memberikan rekomendasi pada display barang akan harga produk yang paling murah, Melakukan kerjasama dengan pabrik resmi untuk mendapatkan harga pabrik, Melakukan pengadaan fasilitas pendukung toko untuk menarik pelanggan dan Mengadakan sistem pembayaran menggunakan QRIS. Untuk strategi WO meliputi: Melakukan evaluasi harga produk dengan kompetitor, Melakukan promosi toko dan produk pada media sosial, Melakukan penambahan karyawan untuk menangani pembelian secara online dan Melakukan kerjasama dengan pemerintah untuk melakukan penjualan pada E-Procurement. Sedangkan untuk strategi WT meliputi: Memberikan kebijakan diskon pada pembelian minimal tertentu, Melakukan kerjasama pembelian produk dengan supplier lain, Mengimplementasikan konsep penjualan Reseller dan Melakukan pengadaan sistem pembayaran terintegrasi secara online.

#### PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Saya mengucapkan terima kasih terhadap keseluruhan pihak yang berpartisipasi pada kajian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. A. Kusmiati and H. Arvianti, "Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Produk Mynitro PT Widya Inovasi Indonesia – Widya Robotics," *Deriv. J. Manajemen*, 17(1), 2023, doi: <https://doi.org/https://doi.org/10.24127/jm.v17i1.1010>.
- [2] A. Wicaksono, "Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT X Di Jakarta," *J. Manaj. Ind. Dan Logistik* 1(2) 192–201, 2018.
- [3] Y. Yovita, A. C. Ramburangi, and M. E. Limbongan, "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Produk Simpan Pinjam Pada Koperasi Jasa Bintang Muda 88 Di Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja," *J. Manaj. Dan Ekon. Kreat.* 1(4), 2023, doi: <https://doi.org/https://doi.org/10.59024/jumek.v1i4.223>.
- [4] F. Rangkuti, "Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI," *PT. Gramedia Pustaka Utama*, 2018.
- [5] D. F. Arisyi, "Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Budaya Pada Sanggar Seni Tuah Sakato Kota Padang," *J. Tata Kelola Seni*, 8(1), 2022, doi: <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/jtks.v8i1.5562>.
- [6] M. R. S. Aistiawan and D. Andesta, "Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT Guna Peningkatan Penjualan Produk Lemari di UD Abdi Rakyat," *J.*

- 
- Serambi*                      *Eng.*                      7(1),                      2022,                      doi:  
<https://doi.org/https://doi.org/10.32672/jse.v7i1.3831>.
- [7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- [8] D. N. Mashuri, "Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)," *JPS (Jurnal Perbank. Syariah)*, vol. 1, no. 1, pp. 97–112, 2020.
- [9] F. R. David, "Strategic Management: Concepts and Cases, 13th Edition," *Singapore Prentice Hall*, 2019.
- [10] E. Enderwita, "Strategi Pengembangan objek Wisata Linjuang melalui Pendekatan Analisis SWOT," *J. Ilm. Edunomika*, vol. 5, no. 1, 2021, doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v5i1.2133>.
- [11] M. Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2013.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN