

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.4.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan

Perusahaan Solid Shoes didirikan oleh Bapak Rahmat pada tahun 2018. Pada awal mulanya bapak Rahmat ingin sekali membantu mertuanya yang setiap hari pekerjaannya hanya menjadi tukang angkut sepatu di perusahaan orang lain. Namun atas dasar ingin membantu usaha untuk orang tuanya Bapak Rahmat bertekad untuk memulai usaha sepatu dengan cara menyabang ke usaha sepatu orang lain kurang lebih selama 1 tahun dan berjalan lancar. Namun atas dasar keinginan yang kuat untuk mengelola perusahaan sendiri Bapak Rahmat mencoba untuk memulai usahanya sendiri pada tahun 2018 hingga saat ini. Bapak Rahmat merintis usaha pembuatan sepatu ini melalui modal yang dia miliki sendiri dan mengambil bahan-bahan untuk pembuatan sepatu di toko bahan imitasi sepatu. Tempat pengrajin sepatu bapak Rahmat yaitu bertempat di Jln. Cileueur Kadir Rt.002 Rw.004 di Desa Sukaresmi Bogor dan tidak jauh dari rumah mertuanya. Saat ini Solid Shoes telah banyak mendapatkan pesanan pembuatan sepatu bahkan sudah memiliki toko *online shop* sendiri, produk yang dihasilkan di distribusikan penjualannya melalui online shop, toko-toko sepatu yang berada di daerah Kota maupun Kabupaten Bogor. Solid Shoes dalam sehari dapat menghasilkan produk jadi siap jual kurang lebih sebanyak 60 kodi per hari, Solid Shoes memproduksi jenis sepatu Sneakers, Flatshoes, dan Hills dengan berbagai ukuran sepatu dan berbagai jenis model. Sistem produksinya yaitu *make-to-stok* dimana setiap harinya menghasilkan kurang lebih 60 kodi sepatu dan sandal yang siap jual dan dapat diambil oleh seorang penjual online untuk diperjual belikan kembali melalui toko *online shop* masing-masing.

4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan

Adapun Visi di Perusahaan Solid Shoes adalah sebagai berikut :

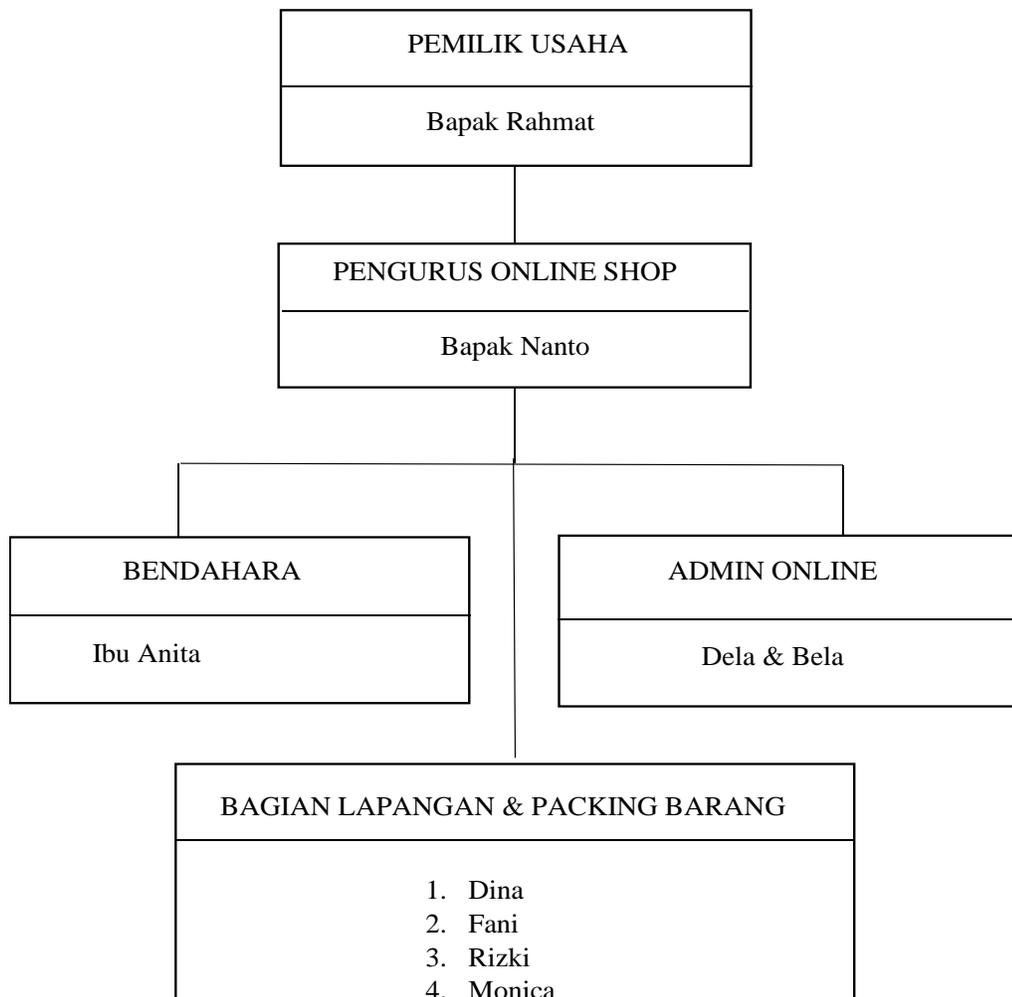
“Menciptakan Lapangan Pekerjaan Untuk Masyarakat”

Berikut adalah Misi di Perusahaan Solid Shoes yaitu sebagai berikut :

1. Membangun usaha UMKM yang bergerak di bidang sepatu khususnya di wilayah Desa Sukaresmi.
2. Menciptakan produk yang berkualitas dan unggul .
3. Memproduksi berbagai jenis model sepatu sesuai keinginan konsumen dengan daya saing yang tinggi dan pengelolaan yang bermutu demi kepuasan pelanggan.

4.1.3 Struktur Organisasi

Berikut ini adalah susunan struktur organisasi perusahaan Solid Shoes pada bagian struktur dapat dijelaskan berdasarkan posisinya sebagai berikut :



Sumber : Solid Shoes (2023)

Gambar 4.1 Susunan Struktur Organisasi Perusahaan Solid Shoes

1. **Pemilik Usaha**
Pemilik Usaha sebagai posisi tertinggi dari suatu perusahaan, tentu saja pemilik usaha memiliki tugas untuk memimpin, mengatur, dan mengontrol divisinya masing-masing dan bertanggung jawab dalam Menyusun dan mengkoordinir produksi sepatu.
2. **Pengurus Online Shop**
Bertanggung jawab atas perusahaan yang dipimpin dan merencanakan strategi penjualan di online shop.
3. **Bendahara**
Bendahara bertugas Menyusun aturan dan kebijakan-kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan keuangan, mengelola sumber dana pengeluaran, membuat laporan baik itu laporan mingguan, bulanan, bahkan tahunan.
4. **Admin Online Shop**
Admin online shop bertanggung jawab atas pesanan barang yang masuk, pencetakan resi, dan mengatur jadwal pengiriman.
5. **Bagian Lapangan atau Packing Barang**
Bagian lapangan atau packing barang biasanya bertanggung jawab atas pencarian barang atau packing barang yang dipesan oleh konsumen.

4.2 Hasil Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka terdapat beberapa hal yang dapat dipetik dari usaha sepatu merek Solid Shoes, sebagai berikut :

4.2.1 Analisis Internal Perusahaan Sepatu Merek Solid Shoes (Kekuatan dan Kelemahan)

Kekuatan (Strenghts) adalah semua potensi yang dimiliki oleh perusahaan dalam mendukung proses pengembangan perusahaan, seperti jumlah sumber daya manusia, fasilitas perusahaan untuk para pekerja, kualitas produk, dan lain sebagainya. Yang dimaksud faktor kekuatan kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berkaitan pada kepemilikan keunggulan kompratif oleh unit usaha dipasaran. Kelemahan (Weakneses) adalah analisa kelemahan, dimana situasi dan kondisi yang merupakan

kelemahan dari suatu perusahaan pada saat ini. Tepatnya terdapat kekurangan pada kondisi internal perusahaan.

4.2.1.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Di dalam menghadapi persaingan tentunya perusahaan Solid Shoes harus memiliki strategi yang sesuai, perencanaan promosi pemasaran merupakan langkah awal yang sangat penting. Solid Shoes perlu mempersiapkan beberapa strategi pemasaran yang benar dalam pelaksanaannya. Berikut ini strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran atau marketing mix dengan sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Produk yang ditawarkan oleh perusahaan Solid Shoes adalah jenis sepatu sneakers dan sandal laki-laki dan perempuan mulai dari ukuran anak-anak sampai dewasa, jenis sepatu tersebut banyak dikalangan pasaran namun untuk Solid Shoes sendiri berbeda dari kualitas barangnya nya sendiri.

2. Harga (*Price*)

Penentuan harga dalam perusahaan Solid Shoes merupakan hal yang sangat penting dan menjadi unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan penerimaan bagi perusahaan dan menunjukkan posisi perusahaan dalam sebuah persaingan. Dengan adanya keunggulan produk tersebut, maka harga tentunya sesuai dengan kualitas barang tersendiri. Berikut daftar harga sepatu dan sandal di perusahaan Solid Shoes.

Tabel 4.2 Daftar Harga Sepatu dan Sandal Merek Solid Shoes
DAFTAR HARGA SEPATU DAN SANDAL MEREK SOLID SHOES
TAHUN PENJUALAN 2022/2023

No	Nama Barang	Harga Per Kodi	Harga Per Pasang
1	Sepatu sneakers remaja (L/P)	Rp. 650.000	Rp. 32.500
2	Sepatu sneakers dewasa (L/P)	Rp. 700.000	Rp. 35.000
3	Flat shoes remaja/dewasa (P)	Rp. 700.000	Rp. 35.000
4	Sandal hils remaja/dewasa (P)	Rp. 800.000	Rp. 40.000

Sumber : Penelitian (2023)

3. Tempat (*Place*)

Dalam pemilihan tempat tentunya hal terpenting dalam sebuah perusahaan yang bergerak di bidang fashion, Solid Shoes memiliki gedung milik sendiri yang letaknya sangat strategis yang bertempat di Jln. Raya Cileueur Kadir RT 002 RW 004 Desa Sukaresmi Kabupaten Bogor.

4. Promosi (*Promotion*)

Solid Shoes tidak banyak melakukan promosi secara khusus, saat ini Solid Shoes melakukan promosi *advertising* dengan media yang dilakukan menggunakan media sosial seperti facebook, marketplace, whatsapp dan sebagainya. Iklan tersebut dipasang supaya meningkatkan penjualan melalui online shop sehingga para konsumen atau pembeli dapat melihat barang tersebut melalui media sosial.

5. Orang (*People*)

Sumber daya manusia adalah hal yang berpengaruh terhadap kelangsungan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang fashion dalam menjalankan strategi pemasaran Solid Shoes ada pihak-pihak yang terlibat, diantaranya : Pemilik perusahaan, penanggung jawab penjualan online, bagian produksi, bagian packing, bagian akomodasi dan sebagainya. Sumber daya manusia serta pelayanan marketplace ini sangat penting, bahkan menjadi ujung tombak dalam proses pemberian layanan penjualan kepada para konsumen selaku para pembeli dan pemakai barang tersebut. Untuk mewujudkan Sumber Daya Manusia (Tenaga Kerja) di lingkungan perusahaan yang profesional, dibutuhkan sistem yang profesional dan untuk Solid Shoes sendiri tidak merekrut para tenaga kerja melainkan atas kemauan sendiri untuk ingin bekerja di perusahaan Solid Shoes.

6. Proses (*Proces*)

Proses dalam konteks perusahaan jasa merupakan serangkaian kegiatan yang dialami para pekerja selama dalam kegiatan yang dilakukan di perusahaan, seperti proses produksi, proses pemisahan barang pesanan, proses packing bahkan proses pengiriman. Keberhasilan yang dimiliki Solid Shoes semuanya melalui strategi pemasaran dan berhasilnya suatu pemasaran tidak lepas dari sebuah proses, mulai dari minimnya ide-ide , minimnya alat yang digunakan hingga akhirnya strategi pemasaran Solid Shoes

ini dapat berhasil dengan baik. Membahas mengenai proses dalam perusahaan tentunya melakukan proses pekerjaan dengan baik. Berikut ini adalah jadwal masuk dan pulang para pekerja Solid Shoes.

Tabel 4.3 Jadwal Masuk dan Pulang Kerja Perusahaan Solid Shoes

No	Hari	Jam Masuk	Jam Pulang
1	Senin s/d Jumat	08:00 WIB	16:00 WIB
2	Sabtu s/d Minggu	08:00 WIB	16:00 WIB

Sumber : Penulis (2023)

7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik yang telah diberikan perusahaan Solid Shoes ini berupa sarana dan prasarana yang menunjang berlangsungnya proses para pekerja. Sarana dan prasarana yang ada di perusahaan Solid Shoes adalah sebagai berikut :

- a. Gudang penyimpanan barang.
- b. 1 buah Komputer lengkap dengan alat-alat pendukung.
- c. 1 buah ruang untuk packing
- d. 1 buah toko imitasi yang berisikan bahan baku sepatu dan sandal.
- e. Mushola
- f. Kamar mandi.
- g. Area Parkir.

4.2.1.2 Segmenting, Targeting, Positioning

Strategi STP ini perlu dilakukan sebagai dasar perumusan strategi dan arah perusahaan di masa yang akan datang untuk bisa memenangkan persaingan. STP perusahaan Solid Shoes adalah sebagai berikut:

1. Segmenting

Segmentasi atau segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi-bagi pasar. Hal ini dikarenakan setiap masyarakat memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda, oleh karena itu hal yang dilakukan oleh perusahaan Solid Shoes agar mengetahui segmentasi konsumen adalah sebagai berikut:

a. Geografis

Pembagian target pasar secara sistem geografis ini dengan harapan masyarakat di wilayah dan lokasi tertentu dapat memilih produk Solid Shoes untuk kegunaan dalam kehidupan sehari-hari.

b. Psikografis

Untuk mendapatkan hasil yang sesuai, Solid Shoes tidak hanya menargetkan dari sisi geografis saja namun juga dari psikografis masyarakat sekitar karena Solid Shoes memberikan suatu yang terbaik untuk para konsumen berupa kualitas, pelayanan, menyediakan beberapa fasilitas dan harga yang terjangkau.

c. Demografis

Dalam pembagian target ini pihak perusahaan sendiri tidak menerima batasan usia maupun pendidikan melainkan atas kemauan diri sendiri ingin bekerja di perusahaan tersebut.

d. Perilaku

Pembagian target secara sistem perilaku perusahaan Solid Shoes dalam hal ini menasar segmen pasar yang mementingkan pelayanan prima yang ramah tepat pada kebutuhan konsumen.

2. Targeting

Dalam memperoleh target yang sesuai tentunya sangat dipertimbangkan karena untuk mendapatkan hasil yang sesuai dari strategi yang telah ditetapkan. Pada umumnya jika strategi sudah disusun namun target tidak dipertimbangkan maka hasil yang didapat sia-sia. Hasil wawancara dengan Penanggung Jawab Pemasaran Online/Solid Shoes yaitu Bapak Nanto untuk target pasarnya itu dari anak-anak sampai dewasa agar sesuai dengan target pasar yang dituju.

3. Positioning

Positioning adalah suatu tindakan atau langkah yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya penawaran nilai dimana dalam satu segmen tertentu konsumen mengerti dan menghargai apa yang dilakukan suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Selama ini Perusahaan Solid Shoes memposisikan sebagai perusahaan yang menciptakan barang siap pakai dengan dijaminnya kualitas yang diberikan oleh Solid Shoes, sehingga menjadikan sebuah pilihan bagi para

konsumen mempercayakan dirinya untuk selalu konsisten terhadap barang tersebut.

4.2.2 Analisis Eksternal Perusahaan Solid Shoes (Peluang dan Ancaman)

Faktor Eksternal yaitu faktor yang mempengaruhi terbentuknya Opportunities dan Threats (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan pemilik usaha. Peluang (Opportunities) adalah faktor eksternal dalam lingkungan sebuah usaha yang cenderung berkontribusi pada kesuksesan bisnis dan ancaman (Threats) adalah hal merujuk pada segala sesuatu yang menimbulkan resiko bagi keberhasilan suatu perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan dalam perusahaan seperti pemasaran, bahan baku, teknologi, dan sosial budaya.

1. Faktor Penjualan

Mengenai perusahaan yang bergerak di bidang fashion sebenarnya tidak terlepas dari masalah pemasaran/penjualan baik secara online maupun online shop. Mengacu pada keadaan saat ini kondisi pemasaran yang berbeda-beda mulai dari meningkat, sedang hingga menurun. Hal ini menjadi ketidakstabilan kondisi penjualan perusahaan dan sangat berdampak bagi perusahaan. Dampak bagi perusahaan dalam faktor pemasaran yaitu ancaman yang dimana menyebabkan menurunnya tingkat penjualan karena diperlukan promosi yang sangat gencar untuk meningkatkan penjualan di perusahaan sehingga akan berpengaruh terhadap penjualan.

2. Faktor Bahan Baku

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang fashion terutama sepatu dan sandal sebenarnya tidak terlepas dari masalah bahan baku yang dibutuhkan. Mengacu pada persediaan bahan baku yang terbatas sehingga persediaan bahan baku dipasaran mulai jarang ditemukan bahan yang digunakan yaitu bahan imitasi yang hampir mirip dengan bahan asalnya. Dampak bagi perusahaan dalam persediaan bahan baku yang menyebabkan bahan baku sudah untuk ditemukan sehingga harus menggunakan bahan imitasi.

3. Faktor Teknologi

Teknologi dalam penjualan adalah hal yang tidak bisa dipisahkan, terlebih di era teknologi seperti ini, dimana semua orang bisa mengakses barang-barang yang

mereka inginkan dengan teknologi secara cepat. Perkembangan teknologi informasi salah satunya internet yang memudahkan para pelaku usaha untuk menyampaikan spesifikasi produk secara jelas sehingga informasi dapat tersampaikan kepada para konsumen dan , juga memudahkan untuk melakukan promosi ataupun pemasaran, sedangkan untuk konsumen sangat memudahkan untuk mencari informasi mengenai produk yang diinginkan dapat diakses dengan cepat melalui internet.

4. Faktor Sosial Budaya

Kondisi sosial budaya yang selalu berubah-ubah menjadi suatu hal penting yang harus direspon sedemikian rupa oleh para pengambil keputusan guna memanfaatkan peluang-peluang yang muncul maupun mengendalikan resiko yang terjadi. Semakin meningkatnya jumlah penduduk, maka gaya hidup masyarakat pun berubah dan semakin beragam. Perubahan gaya hidup sosial masyarakat terutama dalam kebutuhan primer dapat membuka peluang yang bisa dieksplorasi lagi oleh perusahaan guna meningkatkan penjualan perusahaan. Perkembangan jaman juga berpengaruh kepada aktivitas dan keinginan masyarakat dalam memilih fashion atau gaya hidup, masyarakat lebih selektif sehingga adanya Solid Shoes bisa membantu masyarakat yang selalu menginginkan fashionable yang mengutamakan kualitas trending.

4.2.3 Analisis SWOT

Untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran perusahaan Solid Shoes maka peneliti menganalisis dengan cara menggunakan analisis SWOT, berikut pemaparannya.

4.2.3.1 Kekuatan (Strength)

Kekuatan (strength) adalah sumber daya keterampilan atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Beberapa kekuatan (Strength) yang dimiliki oleh perusahaan Solid Shoes adalah sebagai berikut:

1. Lokasi perusahaan yang strategis dan milik sendiri

Point pertama ini menjadi kekuatan dari perusahaan Solid Shoes karena lokasinya yang strategis berada tidak jauh dari jalan raya sehingga dapat dijangkau oleh para

konsumen terutama oleh para ekspedisi. Selain lokasinya strategis, perusahaan Solid Shoes juga mempunyai gedung milik sendiri sehingga tempat yang dijadikan untuk para pekerja terutama para pekerja dibagian packing akan tetap berada dilokasi yang sama.

2. Memiliki tenaga kerja yang cukup banyak dan sudah handal dalam bidangnya
Kekuatan perusahaan Solid Shoes yang kedua yaitu memiliki tenaga kerja yang cukup banyak dan sudah handal dalam bidangnya.
3. Produk yang diberikan berkualitas sangat baik dan bermutu
Kekuatan ini menjadi faktor perusahaan untuk menarik perhatian para konsumen, maka dari itu Solid Shoes memberikan kualitas produk yang baik dan bermutu untuk para konsumen sehingga membuat para konsumen ingin terus membeli dan memakai barang di toko tersebut.
4. Brand dikenal oleh masyarakat luas.
Istilah branding berasal dari kata brand yang berarti merek. Solid Shoes usaha sepatu yang dibawah naungan Bapak Rahmat yang sudah cukup lama dan juga sangat dikenal oleh masyarakat.
5. Memiliki Harga sesuai dengan kemampuan konsumen
Harga adalah hal yang paling dipertimbangkan oleh para konsumen yang akan membeli barang tersebut, oleh karena itu Solid Shoes memiliki harga yang sangat familiar sesuai dengan kemampuan masyarakat dan para konsumen lainnya.

4.2.3.2 Kelemahan (Weakness)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal penjualan dan kemampuan yang menjadi penghalang. Kelemahan MTs Miftahul Huda adalah sebagai berikut:

1. Inovasi perusahaan dapat ditiru pesaing
Solid Shoes termasuk inovasi yang mudah ditiru karena sudah tidak asing lagi untuk para pesaing saling meniru dan mengamati sehingga Solid Shoes perlu menjaga sebuah inovasi agar tetap menjadi pilihan utama untuk para konsumen.
2. Kurangnya sarana prasarana
Dalam usaha industri sepatu tentunya banyak beberapa fasilitas yang dibutuhkan

untuk kebutuhan karyawan seperti ruang admin, ruang packing, gudang dan sebagainya.

3. Pekerja datang tidak tepat waktu

Setiap perusahaan tentunya mengharapkan memiliki tenaga kerja yang tepat waktu dan bisa bekerja dengan jam kerja yang penuh agar para konsumen mendapatkan pelayanan kedisiplinan yang dilihat respon admin dan pengiriman namun sangat disayangkan ada beberapa pekerja di Solid Shoes yang selalu datang terlambat dan kadang juga tidak masuk saat ada banyaknya pesanan di online shop.

4. Promosi yang dilakukan masih kurang efektif

Promosi yang dilakukan oleh Solid Shoes untuk saat ini sudah menggunakan sistem online, namun masih ada beberapa kekurangan dalam promosi tersebut seperti kurangnya dukungan teknologi dan sebagainya.

5. Pekerja yang kurang solid

Kurang solidnya para pekerja tentunya menjadi sebuah kelemahan yang sangat berdampak pada perusahaan karena akan menyebabkan kurangnya kekompakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

4.2.3.3 Peluang

Peluang adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif, secara sederhana dapat diartikan sebagai setiap situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu perusahaan atau suatu bisnis, peluang (Opportunities) yang hadapi Solid Shoes adalah :

1. Sistem promosi dapat diinovasikan dengan berbagai cara menggunakan teknologi Para konsumen akan merasa tidak bosan dengan melihat promosi yang dilakukan dengan berbagai cara yang diinovasikan oleh penjual, contohnya penjual melakukan promosi dengan video-video yang trend masa kini supaya konsumen tidak bosan dengan promosi yang dilakukan setiap harinya.

2. Mengetahui pangsa pasar pesaing

Setiap perusahaan tentunya mempunyai pangsa pasar masing-masing dan saat suatu perusahaan mengetahui pangsa pasar pesaing, maka perusahaan tersebut bisa membuat promosi yang lebih menarik kepada pangsa pasar pesaing yang dituju.

3. Daya tarik yang kuat di hari tertentu

Dalam dunia usaha fashion ada hari dimana perusahaan harus membuat daya tarik yang kuat agar menarik minat para pembeli untuk belanja di toko tersebut, salah satu contohnya adalah hari pada saat perusahaan sedang melakukan promosi besar-besaran atau memberikan harga diskon kepada para pembeli untuk menarik perhatian sang pembeli kepada toko kita.

4. Gaya hidup manusia yang modern

Pada saat ini zaman semakin canggih dan modern dan gaya hidup manusia pun menjadi lebih modern, hal ini menjadi suatu peluang agar perusahaan lebih mengupdate hal apapun menjadi lebih modern mulai dari sistem promosi, ekspedisi, fasilitas perusahaan dan yang lainnya.

5. Sasaran Pemasaran menggunakan jangka panjang dan jangka pendek

Memiliki sasaran pemasaran yang menggunakan jangka panjang dan jangka pendek menjadi suatu peluang bagi perusahaan karena semakin terencananya suatu sasaran pemasaran baik itu panjang ataupun pendek maka akan semakin mudah untuk melakukan pemasaran sepatu.

4.2.3.4 Ancaman

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif, secara sederhana dapat diartikan sebagai setiap situasi lingkungan yang dapat merugikan sebuah perusahaan atau suatu bisnis, ancaman (Threats) yang dihadapi oleh Solid Shoes adalah :

1. Kecanggihan alat promosi di tempat pesaing

Pesaing memiliki alat promosi yang lebih canggih menjadi suatu ancaman yang berdampak sangat negatif, karena semakin tersebar luasnya informasi mengenai pesaing, maka akan membuat pangsa pasar Solid Shoes berpindah kepada pesaing.

2. Banyaknya perusahaan sepatu yang menawarkan harga dengan yang lebih terjangkau.

Harga sangat menjadi hal yang utama dikaitkan dengan daya tarik, saat semakin menurunnya harga sepatu di Desa Sukaresmi Bogor karena banyak kompetitor lain yang memainkan harga sekenaknya sehingga berdampak kepada para pengusaha sepatu khususnya Solid Shoes.

3. Lokasi pesaing berdekatan
Saat ini ada beberapa usaha sepatu yang berdekatan lokasinya dengan Solid Shoes, yang akibatnya antar usaha sepatu terjadi persaingan ketat saat banyaknya barang yang tren di masanya.
4. Banyak pesaing sejenisnya
Usaha sepatu merupakan usaha yang gampang ditiru oleh banyak orang, melihat hal tersebut banyaknya pihak-pihak yang meniru membangun usaha sepatu terutama di daerah Desa Tamansari Bogor.
5. Sarana dan prasarana pesaing lebih lengkap
Dalam usaha sepatu tidak terlepas dari yang namanya sarana dan prasarana yang merupakan alat/bahan pendukung dalam proses pembuatan sepatu diperusahaan, saat pesaing memiliki sarana dan prasarana yang lebih lengkap akan membuat pesaing lebih mudah melakukan proses penjualan dan promosi.

4.2.4. Matriks SWOT

Hasil dari identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman maka akan terbentuk 4 alternatif strategi pemasaran yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Untuk mengetahui 4 alternatif strategi tersebut dilakukan dengan cara menggunakan Matriks SWOT sebagai berikut :

4.4 Tabel Matriks SWOT

	Eksternal	Peluang (Opportunities)	Ancaman(Threath)
Internal		<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem Promosi dapat diinovasikan dengan berbagai macam cara dengan tekhnologi 2. Mengetahui pangsa pasar pesaing. 3. Daya tarik yang kuat dievent tertentu 4. Gaya hidup manusia yang modern. 5. Sasaran pemasaran menggunakan jangka panjang dan jangka pendek. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecanggihan alat promosi di tempat pesaing. 2. Banyaknya perusahaan sepatu yang menawarkan barangnya denagn biaya yang lebih terjangkau. 3. Lokasi pesaing berdekatan dan Sarana Prasarana pesaing lebih lengkap. 4. Banyak pesaing sejenisnya 5. Kualitas produk yang dimiliki pesaing lebih unggul. Sarana dan Prasarana pesaing lebih lengkap.

Kekuatan (Strength)	Strategi SO	Strategi ST
<p>1. Lokasi perusahaan yang strategis dan milik sendiri.</p> <p>2. Memiliki tenaga kerja yang cukup banyak dan sudah berpengalaman.</p> <p>3. Jasa yang diberikan berkualitas sangat baik dan bermutu.</p> <p>4. Gedung perusahaan yang luas.</p> <p>5. Brand dikenal oleh masyarakat luas.</p> <p>6. Kualitas pelayanan yang diterapkan cukup baik.</p> <p>7. Memiliki harga yang bersaing sesuai kemampuan konsumen.</p>	<p>1. Menciptakan promosi yang menarik, dengan membuat event sekaligus iklan promosi (S1, S5, O3, O4, O5).</p> <p>2. Meningkatkan kerja sama dengan pihak produksi sepatu di daerah tersebut (S2, S3, O2, O5).</p> <p>3. Mempertahakan dan meningkatkan sistem promosi dan penjualan terhadap kepuasan para konsumen (S4, S6, O1).</p>	<p>1. Membangun image berbeda dan tetap menciptakan citra baik sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang fashion (S5, S3, T3, T5).</p> <p>2. Menciptakan promosi dengan memberikan potongan biaya menggunakan voucher belanja maupun voucher gratis ongkir (S6, T1, T2).</p> <p>3. Menginovasikan iklan promosi dengan mengikuti tren jaman sekarang (S1, S2, S4, T4, T5).</p>

Kelemahan (Weakness)	Strategi WO	Strategi WT
1. Inovasi perusahaan dapat ditiru pesaing. 2. Kurangnya sarana prasarana. 3. Pekerja datang tidak tepat waktu. 4. Promosi yang dilakukan masih kurang efektif. 5. Pekerja yang kurang solid.	1. Melakukan promosi secara offline maupun online dengan membuat sosial media dan mengunggah konten yang menarik agar bisa meningkatkan penjualan (W1, W4, O3, O4, O5). 2. Memasang iklan setiap hari untuk menarik minat para konsumen (W2, O1). 3. Memberikan diskon kepada para konsumen berupa voucher belanja dan voucher gratis ongkir (W3, W5, O2).	1. Mengaktifkan dan memfokuskan kegiatan pemasaran dengan maksimal baik itu offline maupun online dengan cara membuat konten untuk penjualan (W1, W3, W4, W5, T1, T3, T4). 2. Melakukan evaluasi dan merawat sarana prasaranaperusahaan untuk mencegah kerusakan (W2, T2, T5).

Sumber : Penulis (2023)

Dengan analisis SWOT kita bisa membuat strategi dengan menggabungkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui matriks SWOT, berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Rangkuti (2019:20). Pada matriks SWOT dalam Gambar 3.5 dihasilkan alternatif strategi SO, WO, ST, dan WT. Alternatif strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO

Strategi SO ini dibuat berdasarkan jalan pikiran yang memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang dihasilkan dari matriks SWOT adalah sebagai berikut:

- a. Menciptakan promosi yang lebih menarik dengan cara memberikan voucher belanja dan voucher gratis ongkir kepada para konsumen.

Alternatif strategi ini dihasilkan dari perumusan beberapa isu strategi yang diperoleh lampiran dari hasil pertemuan antara faktor Lokasi perusahaan yang strategis dan milik sendiri (S1), *Brand* dikenal oleh masyarakat luas (S5), Memiliki Harga sesuai dengan kemampuan masyarakat (S6), Daya tarik yang kuat di hari tertentu (O3), Gaya hidup manusia yang modern (O4). Isu strategi yang diperoleh adalah ketika nama perusahaan sudah dikenal masyarakat luas dan lokasi perusahaan yang strategis, maka ketika membuat sebuah event big sale contoh seperti : event promo voucher gratis ongkir dan masih banyak promo yang diberikan oleh perusahaan untuk para konsumen supaya mendapatkan harga dan kualitas yang di inginkan.

b. Meningkatkan kerja sama antar para pengusaha sepatu di daerah Desa Sukaresmi Bogor

Alternatif strategi ini dihasilkan dari perumusan beberapa strategi yang diperoleh dari hasil pertemuan yaitu produk yang diberikan berkualitas sangat baik dan bermutu (S3), Mengetahui pangsa pasar pesaing (O2), Sasaran Pemasaran menggunakan jangka panjang dan jangka pendek (O5), beberapa strategi yang diperoleh adalah dengan melihat banyaknya tenaga kerja dan sudah shandal di bidangnya dan mengetahui pangsa pasar masing-masing dari setiap pesaing menjadikan suatu peluang bagi Solid Shoes untuk bekerja sama dengan para pengusaha sepatu yang ada di Desa Sukaresmi Bogor salah satu kerja sama yang dilakukan seperti bekerja sama dalam menyediakan bahan baku yang diperlukan oleh para pengusaha sepatu yang telah bekerjasama dengan Solid Shoes.

c. Mempertahankan dan meningkatkan sistem promosi yang berinovasi dan meningkatkan pelayanan lebih baik dan ramah terhadap para konsumen offline maupun online.

Alternatif strategi ini dihasilkan dari perumusan beberapa isu strategi yang diperoleh dari hasil pertemuan Gedung perusahaan yang luas (S4), Sistem promosi dapat diinovasikan dengan berbagai cara menggunakan teknologi (O1), Isu strategi yang diperoleh adalah ketika faktor luar menjadi peluang bagi perusahaan Solid Shoes yaitu sistem promosi yang berinovasi, dengan hal ini agar perusahaan Solid Shoes bisa tetap menginovasikan sistem promosi tentunya harus mempertahankan serta meningkatkan juga kualitas pelayanan tenaga kerja dan gedung perusahaan yang luas dan menarik merupakan suatu pelayanan berupa sarana kepada para konsumen.

2. Strategi ST

Strategi ini berdasarkan pemanfaatan seluruh kekuatan dengan meminimalkan ancaman yang ada. Berdasarkan matriks di atas strategi ST ini sebagai berikut:

a. Membangun image berbeda dan tetap menciptakan kerjasama yang baik sebagai salah satu perusahaan sepatu yang ada di Desa Sukaresmi

Alternatif strategi ini dihasilkan dari perumusan beberapa isu strategi yang diperoleh dari hasil penemuan *Brand* dikenal oleh masyarakat luas (S5), Produk yang diberikan berkualitas sangat baik dan bermutu (S3), Lokasi pesaing berdekatan (T3), Isu strategi ini yang diperoleh adalah ketika lokasi pesaing berdekatan maka akan menimbulkan pertimbangan bagi perusahaan untuk menjualnya, walaupun sudah memberikan pelayanan terbaik dan kualitas terbaik Solid Shoes harus membangun image yang berbeda dari para perusahaan pesaing dan tetap berada pada citra baik yang dimiliki.

b. Menciptakan promosi dengan memberikan potongan harga menggunakan voucher

Alternatif strategi ini dihasilkan dari perumusan beberapa isu strategi yang diperoleh dari hasil penemuan Memiliki Harga sesuai dengan kemampuan konsumen (S6), Kecanggihan alat promosi di tempat pesaing (T1), Banyaknya perusahaan sepatu yang menawarkan harga dengan yang lebih terjangkau (T2). Isu ini yang diperoleh adalah setiap perusahaan tentunya ingin terlihat menerapkan harga yang terjangkau, semua berlomba-lomba untuk menjadi yang paling terjangkau oleh para konsumen dan harga pun menjadi salah satu pertimbangan utama saat akan membeli barang yang diinginkan. Dengan memberikan voucher yang menarik berupa potongan harga ataupun voucher gratis ongkir akan membuat para konsumen tertuju pada promosi tersebut, sehingga akan terlihat sangat terjangkau dari pesaing yang lain.

c. Menginovasikan promosi penjualan di media sosial

Alternatif strategi ini dihasilkan dari perumusan beberapa isu strategi yang diperoleh dari hasil penemuan Lokasi perusahaan yang strategis dan milik sendiri (S1), Memiliki tenaga kerja yang cukup banyak dan sudah handal dalam bidangnya (S2), Gedung perusahaan yang luas (S4), Banyak pesaing sejenisnya (T4), Sarana dan prasarana pesaing lebih lengkap (T5), Isu dari hasil strategi ini adalah semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak juga perusahaan sama yang memasang iklan di sosial media dengan berbagai promosi yang menarik.

3. Strategi WO

Strategi ini berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Berdasarkan matriks di atas strategi WO ini sebagai berikut:

a. Melakukan promosi secara online dengan membuat sosial media dan mengunggah konten yang menarik agar bisa menjangkau target lebih luas

Alternatif strategi ini dihasilkan dari perumusan beberapa isu strategi yang diperoleh adalah Inovasi perusahaan dapat ditiru pesaing (W1), Promosi yang dilakukan masih kurang efektif (W4), Daya tarik yang kuat di hari tertentu (O3), Gaya hidup manusia yang modern (O4), Sasaran Pemasaran menggunakan jangka panjang dan jangka pendek (O5). Isu strategi yang diperoleh adalah ketika promosi yang dilakukan oleh Solid Shoes sudah menggunakan sistem online akan tetapi masih kurang efektif, namun yang lebih kurang efektif promosi menggunakan sistem offline yang sulit untuk dijangkau oleh pasar secara luas, akan tetapi dengan melihat gaya hidup manusia yang semakin modern dan semakin banyak yang menggunakan sosial media maka dengan membuat konten menarik seperti Tiktok, konten promosi penjualan, promosi melalui aplikasi facebook, instagram dan lainnya akan meningkatkan informasi bagi masyarakat mengenai Solid Shoes.

b. Memberikan *reward* bagi pekerja yang disiplin dan membuat kegiatan rutin antar pekerja guna meningkatkan semangat bekerja.

Alternatif strategi ini dihasilkan dari rumusan beberapa isu yang diperoleh adalah Pekerja datang tidak tepat waktu (W3), Pekerja yang kurang solid (W5), Mengetahui pangsa pasar pesaing (O2), Isu strategi yang diperoleh adalah dengan melihat pekerja yang tidak tepat waktu dan kurang solid, maka dengan memberikan reward ataupun mengadakan kegiatan rutin dan memberikan penilaian sesuai kebijakan pemilik perusahaan kepada pekerja sehingga akan membuat semangat dan lebih kompak untuk mengetahui pangsa pasar pesaing agar mendapatkan konsumen yang banyak.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan usaha untuk meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman yang dapat mengganggu perkembangan perusahaan. Strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

a. Mengaktifkan dan memfokuskan kegiatan pemasaran dan penjualan dengan maksimal, baik itu offline maupun online oleh perusahaan dan tenaga kerja di perusahaan.

Alternatif strategi ini dihasilkan dari rumusan beberapa isu strategi yang diperoleh dari Inovasi perusahaan dapat ditiru pesaing (W1), Pekerja datang tidak tepat waktu (W3), Promosi yang dilakukan masih kurang efektif (W4), Kecanggihan alat promosi di tempat pesaing (T1), Lokasi pesaing berdekatan (T3), Banyak pesaing sejenisnya (T4). Isu strategi yang diperoleh adalah ketika inovasi dapat ditiru pesaing yang berdekatan dan alat promosinya semakin canggih sehingga menimbulkan banyaknya pesaing sejenisnya yang bermunculan dan pekerja Solid Shoes datang tidak tepat waktu kemudian promosi masih kurang efektif, tetapi dengan cara kerja dan tenaga kerja terus mengaktifkan dan memfokuskan pada kegiatan promosi, maka akan meminimalkan sebuah kekurangan dan ancaman.

b. Melakukan evaluasi dan merawat sarana dan prasarana supaya mencegah timbulnya kerusakan.

Alternatif strategi yang dihasilkan dari rumusan beberapa isu strategi yang diperoleh dari Kurangnya sarana prasarana (W2), Banyaknya perusahaan sepatu yang menawarkan harga dengan yang lebih terjangkau (T2), Sarana dan prasarana pesaing lebih lengkap (T5). Isu strategi yang diperoleh adalah Solid Shoes memiliki sarana dan prasarana yang kurang lengkap, beda halnya dengan pesaing yang memberikan kualitas pelayanan lebih unggul seperti pelayanan prasarana lengkap dan berfungsi dengan baik, sehingga dengan cara mengevaluasi dan merawat sarana dan prasarana perusahaan akan memberikan dampak baik untuk para konsumen.