**Pengambilan Keputusan dalam Menetapkan Strategi Persaingan Usaha Garmen di
Toko Fianza ITC Mega Grosir Surabaya dengan Menggunakan Analisa SWOT**

Prama Wildan Ardiansyah

wldanardiansyah@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama

ABSTRAK

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui proses pengambilan keputusan dan penentuan strategi yang efektif pada usaha garmen toko Fianza yang terletak di ITC Mega Grosir Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk menilai keadaan internal dan eksternal perusahaan. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Dari hasil analisis akan didapatkan keadaan internal dan eksternal toko Fianza yang nantinya akan digambarkan pada matriks SWOT. Pengambilan keputusan dan penentuan strategi yang tepat akan semakin memperlancar proses usaha toko Fianza. Salah satu strategi yang bisa diterapkan adalah dengan beroperasi secara agresif yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi perdagangan pada saat ini tumbuh dan berkembang sangat pesat. Demikian halnya dengan dunia usaha termasuk berkembangnya pemasaran yang juga tumbuh dan berkembang untuk mengadaptasi perubahan yang terjadi dalam perdagangan baik skala global maupun lokal. Pemasaran di sini dipandang penting oleh para pelaku usaha sebagai salah satu usaha terintegrasi menjual produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen dimana pemasaran bertugas memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen, dan agar konsumen bisa memenuhi kebutuhannya pada waktu dan tempat yang sesuai. Toko Fidanza yang terletak di ITC Mega Grosir Surabaya merupakan salah satu usaha perseorangan yang bergerak di bidang garmen.

Dengan banyaknya pesaing sejenis di sekitarnya, maka toko Fidanza harus mampu mengambil keputusan dengan tepat dalam menentukan strategi pemasaran yang baik. Untuk mendapatkan strategi yang baik maka diperlukan analisis SWOT untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada toko Fidanza. Menurut Kotler & Armstrong (2008:64) analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) suatu perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi yang baik bagi toko Fidanza berdasarkan analisis SWOT ?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan di toko Fidanza ?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pengambilan Keputusan

Pembuatan keputusan atau *decision making* ialah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan-kemungkinan diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuatan keputusan terjadi di dalam situasi yang meminta seorang harus a) membuat prediksi ke depan, b) memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih atau membuat estimasi (prakiraan) mengenai frekuensi kejadian berdasarkan bukti-bukti yang terbatas.

Menurut George R Terry pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu cara dari seseorang dalam menyampaikan pendapatnya dengan tujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dan dapat diterima oleh seluruh pihak yang terkait.

Menurut George R.Terry disebutkan dasar-dasar pendekatan dari pengambilan keputusan yang dapat digunakan yaitu :

1. Intuisi

Pengambilan keputusan yang didasarkan atas intuisi atau perasaan memiliki sifat subjektif sehingga mudah terkena pengaruh. Pengambilan keputusan berdasarkan intuisi ini mengandung beberapa keuntungan dan kelemahan.

2. Pengalaman

Pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman memiliki manfaat bagi pengetahuan praktis, karena pengalaman seseorang dapat memperkirakan keadaan sesuatu, dapat diperhitungkan untung ruginya terhadap keputusan yang akan dihasilkan. Orang yang memiliki banyak pengalaman tentu akan lebih matang dalam membuat keputusan akan tetapi, peristiwa yang lampau tidak sama dengan peristiwa yang terjadi kini.

3. Fakta

Pengambilan keputusan berdasarkan fakta dapat memberikan keputusan yang sehat, solid dan baik. Dengan fakta, maka tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan dapat lebih tinggi, sehingga orang dapat menerima keputusan-keputusan yang dibuat itu dengan rela dan lapang dada.

4. Wewenang

Pengambilan keputusan berdasarkan wewenang biasanya dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahannya atau orang yang lebih tinggi kedudukannya kepada orang yang lebih rendah kedudukannya. Pengambilan keputusan berdasarkan wewenang ini juga memiliki kelebihan dan kekurangan.

5. Logika/Rasional

Pengambilan keputusan yang berdasarkan logika ialah suatu studi yang rasional terhadap semua unsur pada setiap sisi dalam proses pengambilan keputusan.

Pada pengambilan keputusan yang berdasarkan rasional, keputusan yang dihasilkan bersifat objektif, logis, lebih transparan, konsisten untuk memaksimalkan hasil atau nilai dalam batas kendala tertentu, sehingga dapat dikatakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan apa yang diinginkan. Pada pengambilan keputusan secara logika terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu :

1. Kejelasan masalah
2. Orientasi tujuan : kesatuan pengertian tujuan yang ingin dicapai
3. Pengetahuan alternatif : seluruh alternatif diketahui jenisnya dan konsekuensinya
4. Preferensi yang jelas : alternatif bisa diurutkan sesuai kriteria
5. Hasil maksimal : pemilihan alternatif terbaik didasarkan atas hasil ekonomis yang maksimal

Pengertian Analisis SWOT

SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*). SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek.

SWOT Menurut David,Fred R (2005:47) :

- Kekuatan (Strenghts)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar

- Kelemahan (Weakness)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut daoat berupa fasilitas, sumber daya keuangan,kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

- Peluang (Opportunities)

Peluang merupakan situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan – kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasokk merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

- Ancaman (Threats)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

Fungsi SWOT

Fungsi dari analisis SWOT adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan. Menurut Ferrel dan Harline (2005) fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Dengan begitu pelaku usaha akan mengetahui faktor – faktor internal dan eksternal yang ada di sekitar perusahaan. Faktor internal yang ada di dalam perusahaan meliputi *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan). Sedangkan faktor eksternal yang ada di sekitar perusahaan adalah *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman).

Matriks SWOT

Menurut Rangkuti (2006) matriks SWOT berguna untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, yaitu :

1. Strategi SO (*strengths-opportunities*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST (*strengths-threats*)

Strategi ini digunakan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO (*weaknesses-opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT (*weaknesses-threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian jenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif melalui penerapan analisis SWOT dan menggunakan matrik SWOT untuk menentukan strategi yang cocok bagi toko Fidanza.

Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan 2 jenis data dalam penelitian ini, yaitu :

1. Data Primer, adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui wawancara.
2. Data Sekunder, adalah data yang diperoleh dari literatur dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dan diperlukan dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara langsung kepada objek penelitian. Adapun yang menjadi narasumber adalah pengelola toko dan konsumen dari toko Fidanza.

Analisis Data

Menurut Sugiyono (2009:15) metode penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) yang dimana peneliti merupakan sebagai instrumen kunci, dari pengambilan sampel sumber data yang dilakukan dengan cara purposive dan snowball, teknik pengumpulan trianggulasi, analisa data yang bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari generalisasi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Metode Analisis Deskriptif

Teknik analisis data deskriptif merupakan teknik analisis yang dipakai untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data-data yang sudah dikumpulkan seadanya tanpa ada maksud membuat generalisasi dari hasil penelitian. Yang termasuk dalam teknik analisis data statistik deskriptif diantaranya seperti penyajian data kedalam bentuk grafik, tabel, presentase, frekwensi, diagram, grafik, mean, modus dll.

Dalam penelitian ini nantinya akan disajikan dalam matriks SWOT.

b. Matriks Analisis SWOT

Dengan menggunakan matriks SWOT maka akan tergambar secara jelas bagaimana keadaan internal dan eksternal dari sebuah perusahaan. Sehingga perusahaan mampu menyesuaikan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya untuk menghadapi ancaman dan peluang eksternal yang berada di lingkungan usaha.

PEMBAHASAN

Wawancara dilakukan di toko Fidanza yang terletak di ITC Mega Grosir Surabaya. Narasumber dalam penelitian ini adalah pengelola toko dan konsumen toko Fidanza yang sedang berbelanja.

Analisis SWOT :

1. Strength (S) memiliki kekuatan seperti produk terbaru, display produk yang baik dan pelayanan yang baik.
2. Weakness (W) memiliki kelemahan seperti sempitnya ukuran toko dan sempitnya akses jalan menuju toko.
3. Opportunity (O) memiliki peluang usaha seperti pelanggan yang terus meningkat dan lokasi usaha yang strategis.
4. Threat (T) memiliki ancaman usaha seperti banyaknya pesaing dari pelaku usaha sejenis disekitar toko.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada toko Fidanza yang terletak di ITC Mega Grosir Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa strategi yang efektif untuk digunakan adalah strategi SO (Strength – Opportunity). Strategi ini menjadikan toko Fidanza lebih agresif dalam menjalankan usahanya, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, A. (2013). PENGARUH ORIENTASI WIRAUSAHA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN DAN KINERJA PEMASARAN USAHA KECIL SEKTOR PERDAGANGAN (CONSUMER GOODS) DI KOTA SURABAYA. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 3(1).
- Alimudin, A. (2017). Tantangan Dunia Usaha dalam Mewujudkan CSR untuk meningkatkan Profesional dan Inovasi Dunia Usaha di tengah–tengah Perubahan.
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama..
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Alfabeta,Bandung.
- David, Fred R. 2005. *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Ferrel,O.C and D, Harline.2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation
- Syamsi, ibnu. 2000. *Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Suharnan. 2005. *Psikologi Kognitif*. Edisi Revisi Surabaya: Srikandi Ghalia