

Received : February 08, 2021

Accepted : February 12, 2021

Published : March 03, 2021

**Conference on Community Engagement Project**

**<https://journal.uib.ac.id/index.php/concept>**

## **Penerapan Analisis SWOT Pada Online Shop Cases**

**Dewi Ervina**

Email : Dewiervinalim@gmail.com

### **Abstrak**

Tujuan dari kerja praktek ini yaitu menganalisis masalah-masalah yang terjadi di Cases. Masalah yang terjadi berupa masalah internal, eksternal serta membantu dalam pemasaran *advertising*. Oleh sebab itu, penulis mengambil langkah untuk membantu pemilik dalam memecahkan masalah yang sedang di alami dan meningkatkan target penjualan sebesar 15% disetiap bulannya.

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam laporan kerja praktek ini menggunakan metode observasi dan wawancara terhadap pemilik. Hasil informasi yang di peroleh kemudian penulis menganalisis internal dan eksternal serta menerapkan system *advertising*.

Luaran dari laporan kerja praktek ini adalah analisa SWOT dan sedikit tambahan dalam membuat strategi *advertising* yaitu facebook ads. Hasil system yang dirancang oleh penulis telah berhasil membuat kenaikan dalam interaksi di social media maupun peningkatkan sales. Diharapkan system yang telah dirancang oleh penulis dapat membantu pemilik dalam memberikan solusi untuk memecahkan masalah – masalah dan terus mengembangkan usaha dalam jangka panjang.

**Keywords:** *Analysis SWOT, Advertising*

## Pendahuluan

Perkembangan globalisasi pada saat ini semakin berkembang sangat pesat. Semua orang berlomba-lomba untuk menciptakan suatu produk serta menjalankan UMKM nya dan meraih peluang bisnis yang ada. Majunya UMKM tidak terlepas dari perkembangan teknologi yang terjadi saat ini. Dimana para usaha memanfaatkan *Smartphone* untuk memasarkan barang dan jasa melalui jaringan pemasaran (Harmony, 2020).

(Sopiah. Etta Mamang Sangadji, 2019) perlu adanya strategi pemasaran didunia bisnis ini dimana salah satu bagian dari perkembangan bisnis online. Strategi pemasaran tersebut dapat dilakukan dengan pesan komunikasi secara langsung dengan menyebarkan gagasan atau ide yang dapat mempengaruhi seseorang dalam membeli atau menggunakan produk ataupun secara tidak langsung bisa langsung melalui internet, brosur dan lainnya.

(Kompasiana, 2019) Sistem belanja *online shop* bisa berkembang sangat pesat karena di dukung oleh kemajuan zaman yang ditemukan semakin banyak pengguna internet. Dimana namanya *online shop* itu dapat mempermudah manusia untuk melakukan transaksi jual beli tanpa harus mengunjungi toko secara langsung. Belanja *online shop* dapat memberi pelanggan pilihan untuk menghemat waktu, tenaga dan membandingkan harga produk yang menjadikannya fleksibel dalam pembelian (Chetioui et al., 2020).

Selanjutnya dimana organisasi harus menerapkan suatu strategi yang dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

(SWOT) dalam sebuah perusahaan (Lindawati, 2016). Menurut (Jogiyanto, 2017) untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang di miliki perusahaan dan kesempatan eksternal serta tantangan-tantangan yang dihadapinya.

Analisa SWOT digunakan untuk melakukan analisis strategis perusahaan. Disebabkan karena analisa SWOT menyediakan suatu informasi yang mendalam tentang kondisi internal perusahaan dan lingkungan eksternal yang dihadapi perusahaan, sehingga perusahaan akan mempunyai gambaran tentang keputusan strategis apa yang akan diambil (D.Sulistiani, 2015). Menurut (Akuntan-junior.blogspot, 2017) analisa SWOT digunakan untuk mengidentifikasi isu-isu atau permasalahan penting yang ada di perusahaan. Namun dari hasil nantinya dapat membuat tingkat prioritas dan sumber daya yang sesuai dengan perusahaan.

## Masalah

Salah satu metode dalam melakukan penyusunan strategi perusahaan dengan melihat lingkungan internal maupun eksternal yaitu SWOT. Semakin berkembangnya bisnis casing hp maka semakin lama semakin maju menjadi timbulnya persaingan yang ketat antara pengusaha satu dengan lainnya. Hasil data observasi dan wawancara yang dapat dari pemilik adalah bahwa masalah atau hambatan yang lagi dikendala itu masalah system sisi internal maupun eksternalnya. Maka disini penulis bermaksud memberikan solusi, memecahkan masalah dan membantu dalam analisis SWOT usaha *Cases*. Serta membantu dalam strategi pemasaran (*facebok ads*) agar dapat

meningkatkan target penjualan sebesar 15% disetiap bulannya.

### Metode

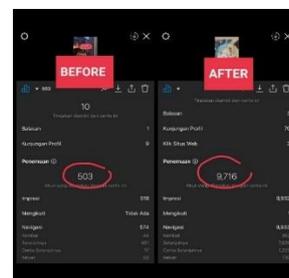
Permasalahan yang lagi dialami pemilik dimana kondisi internal dan eksternal masih kacau, dan masih terdapat banyak tempat/hal yang harus di pelajari lebih dalam ataupun banyak pengeluaran untuk perusahaan, sehingga setiap bulan terjadinya penurunan pendapatan. Metode yang dilakukan adalah penerapan SWOT untuk dapat membantu melihat perusahaan dalam menerapkan ide-ide pada produk baru, katalog baru sekaligus membantu dalam strategi pemasaran (*advertising*). Dimana *cases* terdapat di 2 lokasi yaitu Batam dan Jakarta. Lokasi Batam beralamat di Perumahan Nusa Jaya Blok H no 26. Sedangkan Jakarta berada di Jelambar Blok GIIT No 4. Waktu implementasi di bulan December terhitung 3 bulan.

### Pembahasan

Pelaksanaan dimulai dari bulan December yang melibatkan pemilik usaha. Sebelumnya pelaksanaan dibagi 3 tahap yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap penilain dan laporan. Dimana tahap awal penulis mengajak pemilik untuk bertemu dan meminta izin untuk melakukan kerja praktek di tempat usahanya. Setelah di izinin penulis melakukan wawancara terhadap pemilik. Tahap kedua dan ketiga yaitu tahap simulasi, penulis menganalisis SWOT masalah internal atau eksternal dan membantu dalam merancang *advertising*, membuat katalog maupun video yang dapat mendukung pemilik dalam mengatasi hambatan atau permasalahan yang sedang dialami. Hasil menunjukkan

bahwa system yang dibuatkan/diterapin oleh penulis sangat membantu dan berguna. Dan membawa peningkatan penjualan meningkat 13%-15% dalam sebulan serta peningkatkan interaksi di media sosmed.

Adanya penerapan SWOT dan strategi pemasaran (*advertising*) dilakukan agar dapat meringankan pemilik, memberikan manfaat kepada usaha pemilik serta tidak terbebani dalam menguasai dengan system baru. Kondisi yang dirasakan : pertama lebih di kenal dalam dibidang menjual casing, dimana penulis pernah mendengar dari pemilik bahwa sebelumnya usahanya pernah di pandang rendah sampai orang service mesin pencetakkan sering menolak untuk membantu dalam mengecek atau service. Akhirnya penulis mendapat feedback dari pemilik bahwa sekarang ada beberapa perusahaan mesin ingin mengajak kerja sama dengan pemilik. Kerja sama yang dimaksud adalah setiap 2 minggu atau 1 bulanan untuk datang menservice mesin pencetakkan pemilik. Meningkatnya viewers story, like and comment



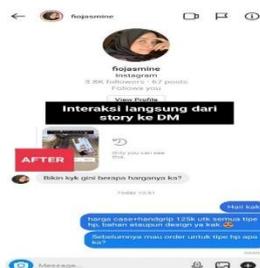
Hasil telah membuktikan jika pemilik setiap hari nya ngerewiew produk di media sosmed maka dapat meningkatkan interaksi tidak hanya viewers tetapi juga dengan like yang sebelumnya hanya 114 sekarang bisa mencapai 373.



Meningkatnya followers, jumlah followers sebelumnya yang hanya 125k followers sekarang meningkat jadi 177k followers dikarenakan telah sering interaksi di story maupun feed.



Serta meningkatnya chat DM IG, sebelumnya penulis mengecek bahwa selama ini pemilik jarang untuk membalas chat DM IG dikarenakan kesibukan dan tidak ada yang membantu handel. Part dari chat DM IG itu penting juga biasanya ada 50% customer yang ingin menanyakan produk, harga, atau contact biasa langsung ke DM.



## Keunggulan Luaran

- Produk-produk yang di minati para semua orang
- Memiliki tim sales yang bersedia kerja dari jam 08.00 pagi hingga 21.00 malam
- Memiliki 2 shift tim editor
- Tim editor siap membantu editan atau preview hasil jadi
- Memiliki 2 shift tim operator
- Memiliki ekspedisi yang profesional Jne, Sicepat dan Jnt
- Memiliki produk yang berkualitas tinggi

## Kelemahan Luaran

- Mesin yang sering terjadi kendala
- Karyawan yang kurang inisiatif dalam berkerja
- Stock bahan/produk tidak 100% ready
- Belum memiliki system penjualan seperti (Barcode)
- Proses pembuatan yang memakai system pre-order
- Promosi yang terbatas

## Simpulan

Kesimpulan dari pelaksana kerja praktek di Cases sebagai berikut:

1. Wajib update story *Instagram* untuk mendapatkan peningkatan interaksi. Jika media social yang dimiliki pemilik tidak ada interaksi sama sekali. Hasil akan mengakibatkan kesusahan dalam meningkatkan sales dan bisa saja performa toko akan rusak. Dimana penulis menetapkan pemilik wajib berinteraksi di media social. Hasil menunjukkan bahwa terjadi peningkatan di viewers story, likes and comment
2. Wajib membuat konten menarik serta katalog baru seperti

mengikuti zaman sekarang lagi boom K-pop (BTS, Blackpink) sehingga pemilik bisa membuat design menarik sesuai tema nya. Hasil menunjukkan bahwa terdapat banyak minat nya sehingga dapat meningkatkan sales.

3. Selalu menyediakan stock produk untuk meminimalisir keterlambatan produksi atau pengiriman. Untuk menjaga pelayanan yang bagus pastinya harus memperhatikan stock produk dan estimasi pembuatan dan pengiriman. Proses pembuatan di usaha pemilik 2-3 hari jika tidak menyediakan stock yang mencukupi maka otomatis estimasi yang janjikan ke customer sebelumnya 2-3 jadinya 4-5 hari. Akibat bisa merusak pelayanan dan repurchase produk.
4. Mempertahankan menjaga loyalitas customer dengan memberikan pelayanan yang bagus serta kepercayaan. Sangat penting banget jika loyalitas tidak dijaga karena bisa mengakibatkan hanya 1x sales. Jika pelayanan yang baik dari cara chat/pelayanan yang ramah, maka otomatis customer senang belanja dengan pemilik dan bisa”nya repurchase lagi di olshop pemilik.

#### Daftar Pustaka

- Akuntan-junior.blogspot. (2017). *Akuntansi dan sekitarnya*.  
<http://akuntan-junior.blogspot.com/2017/06/sekilas-tentang-matriks-swot.html>
- Chetioui, Y., Lebdaoui, H., & Chetioui, H. (2020). Factors

influencing consumer attitudes toward online shopping: the mediating effect of trust.

*EuroMed Journal of Business*.  
<https://doi.org/10.1108/EMJB-05-2020-0046>

- D.Sulistiani. (2015). *Analisis SWOT Sebagai Strategi Perusahaan dalam Memenangkan Persaingan Bisnis*.  
<https://media.neliti.com/media/publications/242151-analisis-swot-sebagai-strategi-perusahaan-de28172d.pdf>
- Harmony. (2020). *Apa saja Jenis UMKM di Indonesia dan Bagaimana Perkembangannya?*  
<https://www.harmony.co.id/blog/apa-saja-jenis-umkm-di-indonesia-dan-bagaimana-perkembangannya>
- Jogiyanto. (2017). *SWOT*.  
<https://sandblog.com/info/pengertian-swot-dan-bcg-menurut-para-ahli-beserta-contoh/>
- Kompasiana. (2019). *No Title*.  
<https://www.kompasiana.com/mfachrip/5d9d44a30d823006e86a7262/online-shop-sejarah-perkembangan-dan-pengaruh-bagi-kehidupan-manusia>
- Lindawati. (2016). *Pendahuluan SWOT*.  
[http://repository.wima.ac.id/57/2/Bab 1.pdf](http://repository.wima.ac.id/57/2/Bab%201.pdf)
- Sopiah. Etta Mamang Sangadji. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran*.  
[http://repository.radenfatah.ac.id/6142/1/SKRIPSI\\_SARI APRINA\\_1657010193.pdf](http://repository.radenfatah.ac.id/6142/1/SKRIPSI_SARI%20APRINA_1657010193.pdf)