



Penerapan Strategi Pemasaran dalam Pengembangan Usaha Banua Jersey

Ahmad Trivandi¹, Suryadi Samudra², Andi Rizki³

Universitas Tadulako¹²³

e-mail: ivanpali023@gmail.com

Abstract

Someone with an entrepreneurial mindset and spirit will never be satisfied with what has been achieved but will continuously seek opportunities to enhance their business and life. This research focuses on analyzing marketing strategies in the convection sector, specifically in the jersey clothing industry in Palu City. The method employed is the SWOT analysis, considering both internal and external factors of the company. The research results identify an aggressive strategy as the most suitable approach. This strategy enables the company to optimize its internal strengths and leverage external opportunities for greater success. In the aggressive strategy quadrant, the company possesses significant opportunities and strengths. For instance, Banua Jersey consistently directs its efforts towards effective promotion to maintain competitiveness in a competitive market. Furthermore, product innovation plays a pivotal role in the company's strategy, aiming to meet the ever-changing demands of consumers. By adopting an aggressive strategy, the company can continue to grow and achieve greater success in the jersey clothing convection sector in Palu. This strategy provides a solid foundation for the company to compete effectively and sustain growth in a dynamic business environment.

Keywords: *Marketing, Strategy, SWOT, Business.*

Abstrak

Seseorang yang memiliki sikap dan jiwa wirausaha tidak akan pernah merasa puas dengan sesuatu yang telah dicapai, melainkan akan terus berusaha mencari peluang untuk meningkatkan usaha dan kehidupannya. Penelitian ini fokus pada analisis strategi pemasaran dalam sektor konveksi, khususnya pada pakaian jersey, di Kota Palu. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT, yang mempertimbangkan faktor internal dan eksternal perusahaan. Hasil penelitian ini mengidentifikasi strategi agresif sebagai yang paling sesuai. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan kekuatan internalnya dan memanfaatkan peluang eksternal untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar. Dalam kuadran strategi agresif, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang signifikan. Banua Jersey, sebagai contoh, terus memfokuskan upayanya pada promosi yang efektif untuk menjaga daya saingnya di pasar yang kompetitif. Selain itu, inovasi produk juga menjadi bagian penting dari strategi perusahaan ini, dengan tujuan memenuhi permintaan konsumen yang selalu berubah. Dengan mengadopsi strategi agresif, perusahaan dapat terus berkembang dan meraih kesuksesan yang lebih besar dalam sektor konveksi pakaian jersey di Kota Palu. Strategi ini memberikan landasan kuat bagi perusahaan untuk bersaing dengan efektif dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Kata Kunci: *Pemasaran, Strategi, SWOT, Bisnis.*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan sikap dan jiwa yang selalu aktif serta kreatif yang berdaya, bercipta, berkarsa, dan bersahaja dalam berusaha untuk meningkatkan pendapatan melalui kegiatan usaha (Anwar and Utami 2012). Seseorang yang memiliki sikap dan jiwa wirausaha tidak akan pernah merasa puas dengan sesuatu yang telah dicapai, melainkan akan terus berusaha mencari peluang untuk meningkatkan usaha dan kehidupannya. Peluang akan dapat diperolehnya dengan cara berinovasi dan berkreasi, kemudian memanfaatkan peluang tersebut untuk mengembangkan usaha yang dijalani. Sedangkan menurut (Tamara 2016) kewirausahaan merupakan dunia usaha atau bisnis yang berkaitan dengan pemanfaatan peluang usaha, dan pengelolaan sumber daya demi memperoleh keuntungan. Usaha atau bisnis tersebut merupakan upaya yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan melalui penjualan barang atau penyediaan jasa.

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang dibuat oleh sebuah perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa mereka dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Berikut adalah beberapa strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Langkah pertama adalah segmentasi pasar yaitu memilah dan mengidentifikasi segmen pasar yang berbeda dan menyesuaikan produk dan pemasarannya dengan karakteristik pelanggan di setiap segmen. Pelaku usaha harus menetapkan dan menentukan harga yang tepat untuk produk atau jasa perusahaan dengan mempertimbangkan faktor seperti biaya produksi, persaingan, dan permintaan pasar (Supriyanto 2021).

Menggunakan berbagai jenis promosi seperti iklan, pemasaran media sosial, sponsor acara, dan sejenisnya untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk atau jasa perusahaan. Perlu untuk memilih saluran distribusi yang tepat untuk produk atau jasa perusahaan untuk memastikan produk dapat dijangkau oleh konsumen dengan mudah dan efektif. Pengembangan produk atau jasa perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta mempertahankan keunggulan kompetitif. Pemasaran afiliasi dilakukan dengan melakukan kerja sama dengan afiliasi atau pihak ketiga untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan (Supriyanto 2022). Langkah terakhir adalah menganalisis data pasar dan perilaku konsumen untuk memahami tren pasar dan membuat keputusan strategis yang lebih tepat. Dalam memilih strategi pemasaran yang tepat, perusahaan harus mempertimbangkan faktor seperti sasaran pasar, budget, dan sumber daya perusahaan, serta situasi pasar yang berubah-ubah. Perusahaan konveksi bisa menerapkan beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk menjalankan bisnis, antara lain dengan menjaga kualitas produk. Kualitas produk merupakan hal yang sangat penting dalam bisnis konveksi. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa produk yang dihasilkan selalu memenuhi standar kualitas yang tinggi agar konsumen merasa puas dan

loyal. Menjaga konsistensi produksi perusahaan harus mampu memproduksi barang secara konsisten sesuai dengan permintaan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan memantau kebutuhan pasar dan melakukan produksi yang tepat. Memiliki layanan yang berkualitas selain kualitas produk, perusahaan harus mampu memberikan layanan yang memuaskan konsumen. Layanan yang baik dapat menciptakan kepercayaan dan loyalitas konsumen (Hasanuddin 2021).

Memanfaatkan teknologi dapat membantu perusahaan dalam mempercepat proses produksi, mengoptimalkan sumber daya, dan memudahkan transaksi dengan konsumen (Hasanuddin 2022). Menjalani kerja sama dengan mitra bisnis, perusahaan konveksi dapat menjalin kerja sama dengan mitra bisnis seperti toko baju atau distributor untuk memperluas jangkauan pasar. Melakukan promosi secara efektif, perusahaan dapat melakukan promosi produk secara online maupun offline untuk menjangkau konsumen potensial dan meningkatkan penjualan. Meningkatkan efisiensi biaya perusahaan harus mampu mengelola biaya produksi secara efektif dan efisien agar dapat menghasilkan produk dengan harga yang kompetitif di pasar. Meningkatkan keunggulan kompetitif perlu dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dengan terus mengembangkan produk, menjaga kualitas, dan mengikuti perkembangan tren mode terbaru. Dalam menjalankan bisnis, perusahaan konveksi harus senantiasa memperhatikan tren pasar, kebutuhan konsumen, dan persaingan bisnis yang ada. Dengan menerapkan strategi yang tepat, perusahaan konveksi dapat meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, dan meningkatkan keuntungan. Olahraga merupakan kebutuhan dasar manusia sebagai anugerah dari Tuhan Yang Maha Esa. Pengembangan suatu cabang olahraga tidak lepas dari unsur penunjang, baik sarana maupun prasarana (Supriyanto 2022). Hal yang paling utama dalam perkembangan cabang-cabang olahraga adalah pengembangan sumber daya manusia. Perkembangan dunia olahraga untuk beberapa tahun terakhir ini cukup berkembang dengan pesat.

KAJIAN LITERATUR

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan dukungan terhadap perkembangan UMKM. Berikut ini adalah beberapa bentuk dukungan yang dapat diberikan oleh pemerintah. Kebijakan dan regulasi yang mendukung: Pemerintah dapat membuat kebijakan dan regulasi yang mendukung pengembangan UMKM, seperti kemudahan dalam memperoleh izin usaha, regulasi yang memungkinkan UMKM untuk mengakses pembiayaan dengan suku bunga rendah, dan program pelatihan keterampilan untuk meningkatkan kualitas SDM di UMKM (Nurwulandari et. all 2022). Dalam memberikan akses pembiayaan yang mudah, pemerintah dapat memberikan akses pembiayaan yang mudah dan terjangkau bagi UMKM, seperti kredit dengan bunga rendah atau subsidi bunga. Pelatihan dan

pengembangan keterampilan: Pemerintah dapat menyediakan program pelatihan keterampilan dan pendidikan bisnis untuk membantu UMKM meningkatkan kualitas produk atau jasa mereka dan memperbaiki manajemen bisnis mereka. Infrastruktur dan teknologi: Pemerintah dapat membangun infrastruktur dan memfasilitasi teknologi yang mendukung UMKM, seperti platform online untuk memasarkan produk dan jasa UMKM, dan infrastruktur logistik yang memungkinkan UMKM untuk mengirimkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Promosi dan pemasaran: Pemerintah dapat membantu UMKM mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka melalui berbagai program promosi dan pemasaran, seperti program pameran dan festival produk lokal. Dukungan pemerintah ini sangat penting bagi perkembangan UMKM di negara tersebut. Semakin besar dukungan yang diberikan oleh pemerintah, semakin besar juga kesempatan bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

Digitalisasi UMKM merupakan salah satu langkah penting untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi bisnis. Berikut ini adalah beberapa cara digitalisasi yang dapat dilakukan oleh UMKM. Memanfaatkan media sosial: UMKM dapat memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk mempromosikan produk atau jasa mereka dan menjangkau pelanggan baru. Membangun website: UMKM dapat membangun website untuk menampilkan informasi mengenai produk atau jasa mereka, serta membuat sistem pemesanan atau pembelian online (Fatkhurrachman 2019). Mendaftar di platform e-commerce: UMKM dapat mendaftar di platform e-commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, atau Shopee untuk menjual produk mereka secara online. Menggunakan aplikasi mobile, UMKM dapat menggunakan aplikasi mobile untuk memudahkan pelanggan dalam memesan atau membeli produk mereka. Menggunakan teknologi pembayaran digital, UMKM dapat menggunakan teknologi pembayaran digital untuk memudahkan pelanggan dalam membayar produk atau jasa mereka.

Memanfaatkan teknologi produksi, UMKM dapat memanfaatkan teknologi produksi untuk meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk. Menggunakan data analytics: UMKM dapat menggunakan data analytics untuk menganalisis data pelanggan dan pasar, sehingga dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat. Dengan melakukan digitalisasi, UMKM dapat memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi bisnis mereka. Digitalisasi juga dapat membantu UMKM untuk bersaing dengan bisnis yang lebih besar dan lebih mapan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT pada perusahaan konveksi bisa mengimplmentasikan strategi SWOT untuk merumuskan pemecahan masalah yang terjadi ketika menjalankan bisnis. Ini dilakukan supaya tujuan organisasi bisa menjalankan usaha di tengah perubahan yang semakin ketat dalam persaingan.

Strengths (Kekuatan)

Memiliki kualitas produk yang baik dan berkualitas tinggi
 Memiliki tenaga kerja yang terampil dan terlatih
 Memiliki teknologi yang canggih dan modern
 Memiliki reputasi yang baik di industri konveksi. Memiliki portofolio produk yang bervariasi dan inovatif

Weaknesses (Kelemahan)

Biaya produksi yang tinggi dan kurang efisien
 Keterbatasan sumber daya manusia dan modal
 Kurangnya promosi dan branding perusahaan
 Masalah kualitas produk yang sering terjadi.

Opportunities (Peluang)

Permintaan konsumen yang terus meningkat terhadap produk konveksi
 Adanya pasar baru di dalam dan luar negeri
 Kemajuan teknologi yang dapat membantu proses produksi
 Keterbukaan pasar global yang semakin luas
 Tren fashion yang terus berkembang dan berubah.

Threats (Ancaman)

Persaingan yang ketat dari perusahaan konveksi lainnya
 Kenaikan harga bahan baku
 Peraturan pemerintah yang mengatur kualitas produk dan lingkungan kerja
 Tren fashion yang tidak selalu stabil dan sulit diprediksi
 Resesi ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen

Analisis SWOT di atas bisa diimplementasikan pada pelaku usaha, konveksi dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan meminimalkan kelemahan yang ada agar dapat memanfaatkan peluang yang tersedia dan menghadapi ancaman yang ada. Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain meningkatkan efisiensi biaya produksi, meningkatkan promosi dan branding, meningkatkan inovasi produk, dan memanfaatkan teknologi yang ada.

METODE PENELITIAN

Potensi-potensi muda telah bermunculan seiring dengan perkembangan dunia olahraga, hal ini tidak lepas dari peran serta dari beberapa pihak yang memberikan *support* dan ruang kepada para mahasiswa dan mahasiswi untuk menumbuhkan kreativitas dan *sportivitas* mereka dalam sebuah kompetisi. Toko Banua Jersey Mulai dibuka pada pukul 13.00 dan tutup pada jam 22:00 WITA. Banua Jersey juga menerima pesanan Jersey buat tim Futsal, Sepak Bola, Basket, dll. Banua Jersey berlokasi di Jalan Dokter Wahidin No.47 Palu, Kecamatan Palu Timur, Kelurahan Besusu Barat dan berdiri pada bulan oktober 2013

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Jenis data terdiri dari data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data penelitian ini digunakan dengan cara wawancara kepada customer dan pemilik usaha untuk mengetahui hasil kepuasan mereka terhadap barang yang mereka beli,

kemudian dianalisis dengan SWOT. Hasil penelitian dari metodologi deskriptif analisis SWOT dapat diperoleh nilai matriks dari faktor internal dan nilai matrik dari faktor eksternal. Pada tahap ini dilakukan *survey* harga dan bahan jersey di beberapa toko di Jakarta untuk dilakukan adanya perbandingan dan penjualan kembali di Kota Palu. Kemudian pengemasan produk di lakukan dengan menggunakan polybag. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan diolah dari sumber data yang kemudian dijabarkan secara deskriptif.

PEMBAHASAN

Hasil Penjualan

Tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat naik turunnya peminatan konsumen pakaian jersey yang berbeda beda. Di bulan oktober mengalami penurunan minat pembelian jersey dikarenakan event sepakbola selain liga utama sepakbola belum dimulai. Tetapi pada 2 bulan terakhir (November, dan Desember) terdapat kenaikan dalam penjualan dikarenakan event sepakbola terbesar di dunia yaitu Piala Dunia dimulai.

Tabel 1.

Hasil Penjualan Bulan September - Desember

Bulan	Barang Yang Terjual
September	127 pcs
Oktober	102 pcs
November	288 pcs
Desember	421 pcs

Sumber: Data Sekunder 2023

Inovasi pada perusahaan konveksi dapat dilakukan dengan cara mengembangkan produk-produk baru yang lebih inovatif, menggunakan teknologi terbaru dalam proses produksi, atau menciptakan cara-cara baru dalam pengemasan dan distribusi produk. Berikut adalah beberapa contoh inovasi pada perusahaan konveksi, yaitu penggunaan teknologi digital printing. Perusahaan konveksi dapat mengadopsi teknologi digital printing untuk mencetak gambar atau desain pada kain secara langsung. Dengan teknologi ini, perusahaan dapat memproduksi kaos dengan desain yang lebih kompleks dan tajam, serta mengurangi waktu dan biaya produksi. Bahan ramah lingkungan: Perusahaan konveksi dapat mengembangkan bahan kain yang ramah lingkungan, seperti bahan daur ulang atau bahan organik. Dengan mengembangkan bahan kain yang ramah lingkungan, perusahaan dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin peduli terhadap lingkungan. Kolaborasi dengan desainer: Perusahaan konveksi dapat bekerja sama dengan desainer terkenal untuk mengembangkan produk-produk yang lebih inovatif dan trendy. Dengan bekerja sama dengan desainer, perusahaan dapat menciptakan produk yang lebih unik dan menarik perhatian pasar. Customization adalah langkah

pelaku usaha konveksi dapat memberikan opsi customization pada konsumen, misalnya dengan memberikan opsi untuk meng-custom kaos dengan desain dan ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Dengan memberikan opsi customization, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin spesifik dan unik. Penggunaan teknologi AR/VR: Perusahaan konveksi dapat menggunakan teknologi augmented reality atau virtual reality untuk memungkinkan konsumen melihat produk secara virtual sebelum membeli. Dengan teknologi ini, konsumen dapat melihat bagaimana produk tersebut akan terlihat pada tubuh mereka, serta mempercepat proses pembelian. Dengan melakukan inovasi pada produk dan proses produksinya, perusahaan konveksi dapat memenuhi kebutuhan pasar yang semakin berkembang dan menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu faktor penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Berikut adalah beberapa tips untuk mengembangkan UMKM: Membuat rencana bisnis yang jelas dan terukur. Rencana bisnis harus mencakup tujuan jangka panjang dan jangka pendek, strategi pemasaran, analisis persaingan, dan proyeksi keuangan. Mengembangkan produk atau jasa yang unik dan berkualitas. UMKM harus menawarkan produk atau jasa yang berkualitas dan memiliki keunggulan yang berbeda dari pesaingnya. Mengoptimalkan pemasaran. UMKM harus memanfaatkan media sosial, situs web, dan platform online lainnya untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Selain itu, dapat juga memanfaatkan program loyalty atau referral untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Memperkuat manajemen keuangan. UMKM harus memiliki sistem akuntansi yang baik dan teratur dalam mengelola keuangan. Selain itu, perlu juga mengelola arus kas dengan baik dan mengetahui sumber dana yang tepat untuk pengembangan bisnis. Mengembangkan SDM (Sumber Daya Manusia) yang kompeten.

UMKM harus mengembangkan karyawan yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis dengan sukses. Mengembangkan jaringan. UMKM dapat menjalin kerja sama dengan UMKM lainnya atau lembaga keuangan yang dapat memberikan dukungan dalam pengembangan bisnis. Memperhatikan legalitas bisnis. UMKM harus memperhatikan peraturan dan legalitas dalam menjalankan bisnis, seperti memperoleh izin usaha, mematuhi peraturan perpajakan, dan menjamin kualitas produk atau jasa yang dihasilkan. Dengan mengikuti tips di atas, diharapkan UMKM dapat berkembang dan berkembang menjadi bisnis yang sukses dan berkelanjutan. Pada tahap pemasaran dan penjualan, dilakukan dengan berbagai macam promosi penjualan mulai dari online-offline. Promosi Penjualan Online dilakukan dengan cara memposting semua barang di berbagai sosial media seperti Instagram, Facebook, hingga market palce yaitu Shopee. promosi offline dilakukan dengan cara word of mouth ke calon konsumen.

Jangkauan Pasar

Jangkauan pasar Banua Jersey bukan hanya di Kota Palu saja melainkan sudah sampai ke seluruh wilayah Sulawesi Tengah bahkan hampir ke seluruh pulau Sulawesi.

Tabel 4
Tabel Matriks Analisis SWOT

FAKTOR INTERNAL	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
	1. Banua Jersey mempunyai produk berkualitas yang membuat konsumen nyaman memakainya	1. Belum bisa memenuhi permintaan konsumen
	2. Banua Jersey mempunyai mesin press sablon untuk konsumen yang ingin memakai nameset di jerseynya seperti nama + nomor punggung.	2. Stok barang belum tersedia 100%
	3. Berada di pusat kota dan di pinggir jalan raya	
	4. jangkauan pasar yang luas yang meliputi seluruh wilayah Sulawesi Tengah	
<i>OPPORTUNITIES</i>	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Masih kurangnya saingan di Kota Palu yang menjual produk yang berkualitas yang membuat konsumen nyaman memakainya	1. Meningkatkan Produktivitas	1. Terus mendatangkan barang yang diminati oleh konsumen
2. menjadi sponsor kegiatan futsal	2. Memberikan edukasi kepada konsumen tentang bahan jersey dan tingkatan bahan jersey dari yang paling bagus sampai ke paling jelek	2. Terus meningkatkan pengetahuan terhadap pasar
	3. Meningkatkan kemasan agar lebih menarik	
<i>THREAT</i>	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Terdapat beberapa toko yang menjual baju olahraga yang bahannya masih di bawah kata nyaman dan harga yang relatif lebih murah , yang membuat calon konsumen lebih memilih toko tersebut.	1. Terus melakukan promosi secara online ke semua sosial media	1. memperbanyak stok barang agar lebih memenuhi kepuasan konsumen

Sumber: Data Primer 2023

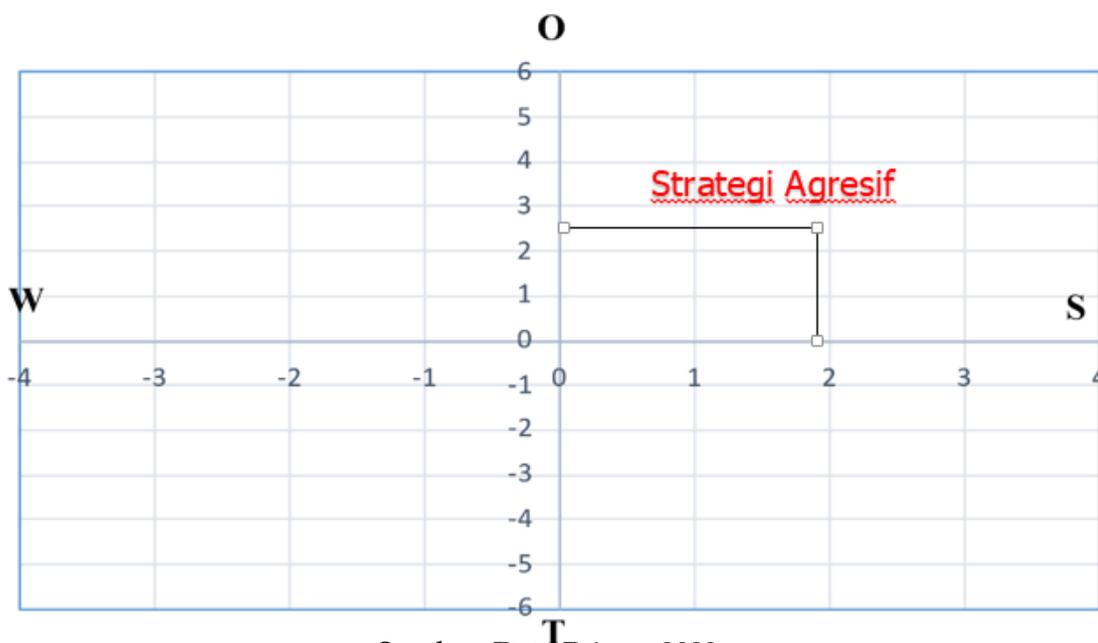
Rencana Pembangunan Usaha

Rencana pengembangan usahanya, kedepannya Banua Jersey bukan hanya focus menjual pakaian olahraga saja , melainkan menjual berbagai macam sepatu olahraga seperti futsal, sepakbola, dll, dan juga menjual kaos bermerk seperti Nike, Adidas, NB, dll. Fokusnya untuk strategi selanjutnya yaitu diharapkan dan bisa membuka cabang di seluruh wilayah Sulawesi Tengah.

Analisis Faktor Eksternal Dan Internal (Analisis SWOT)

Menurut (Fathurohman, 2019) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang da sat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rohmah, 2017)

Gambar 1
Strategi Agresif



Sumber: Data Primer 2023

Berdasarkan hasil analisis tersebut, Banua Jersey harus mendukung strategi agresif, menurut (Yunus, 2021) Strategi agresif adalah strategi yang mendukung perusahaan untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar. Strategi agresif merupakan situasi yang sangat menguntungkan.

Perusahaan yang ada dikuadran ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Banua Jersey terus menekan strategi di bidang promosi untuk terus berkembang agar tidak kalah saing sama usaha yang sejenisnya. Banua jersey juga terus melakukan inovasi terhadap barang yang akan di jual agar memenuhi permintaan konsumen.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemaparan analisis di atas, maka penulis menemukan strategi agresif dengan melakukan pemasaran di sosial media seperti Instagram yang mana penggunaannya sangat tinggi yang dapat menarik pelanggan online yang mencakup seluruh wilayah Sulawesi Tengah, selain menggunakan Instagram Banua Jersey juga menggunakan media sosial Facebook sebagai media pemasarannya. SWOT Analisis merupakan sebuah kerangka kerja analisis yang dapat membantu UMKM untuk mengevaluasi posisi mereka di pasar dan mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis mereka. Dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, UMKM dapat mengembangkan strategi bisnis yang sesuai dengan situasi mereka dan fokus pada memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman.

Saran

Peaku usaha perlu melakukan SWOT analisis secara teratur, setidaknya setiap tahun, untuk memastikan bahwa UMKM tetap relevan dengan pasar dan mengidentifikasi peluang baru. Selalu memperbarui SWOT analisis dengan informasi yang lebih baru dan terkini. UMKM harus melibatkan tim dan para ahli dalam proses SWOT analisis untuk mendapatkan pandangan yang lebih luas dan menganalisis informasi dengan lebih baik. Pastikan bahwa setiap strategi bisnis yang dihasilkan dari SWOT analisis dilaksanakan dengan konsisten dan secara terus menerus dimonitor untuk melihat efektivitasnya. UMKM harus membuka diri untuk menerima saran dari pelanggan, pesaing, dan mitra bisnis untuk meningkatkan SWOT analisis mereka dan memperkuat posisi mereka di pasar. Dengan melakukan SWOT analisis secara teratur dan mengembangkan strategi bisnis yang tepat, UMKM dapat terus tumbuh dan sukses di pasar yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. C., & Utami, M. C. (2012). Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar. *Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 1-9. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/282/0>
- Fathurohman, A. (2019). *Penentuan Jumlah Produksi Dan Strategi Pemasaran Produk Pakaian Wanita Pada Ikm Rahmat Di Jakarta*. 06(01), 11-36.

- Hasanudin. (2022). Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Dan Return On Asset Terhadap Return Saham. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 2(8.5.2017), 2003–2005.
- Hasanudin. (2022). Effect Of Return On Assets, Current Ratio And Degree Of Leverage On Debt To Equity Ratio Mixed Private Banking Sector Listed On The Indonesia Stock Exchange 2016-2020. *International Journal Of Artificial Intelegence Research*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/10.29099/Ijair.V6i1.380>
- Hasanudin, Ummil Jannah, D. T. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan , Profitabilitas , Solvabilitas Serta Likuiditas Terhadap Audit Report LAG (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Infrastruktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2020) *Fakultas Ekonomi dan Bisnis ABSTRAK Tujua*. 11(2).
- Nurwulandari, A., Hasanudin, H., Subiyanto, B., & Pratiwi, Y. C. (2022). Risk Based bank rating and financial performance of Indonesian commercial banks with GCG as intervening variable. *Cogent Economics and Finance*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2127486>
- Rohmah, S. (2017). Analisa Swot Sebagai Dasar Penetapan Strategi Pemasaran Di Ukm “X.” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf>
- Supriyanto, A. (2022) ‘Komitmen Organisasi: Ditinjau dari Kepemimpinan Transformasional dan Kepemimpinan Transaksional Yang Dimoderasi Leader-Member Exchange’, 11(April).
- Supriyanto A. (2022) ‘Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis’, *El-Hekam: Journal of Islamic Studies*, 7(1), pp. 69–82.
- Supriyanto, A. (2021) ‘Pertumbuhan Bisnis Online Mahasiswa Melalui Sosial Media Pada Masa Pandemi Covid-19’, *Al-Kharaj: Journal Of Islamic Economic And Business*, 3(2), Pp. 15–30. Doi: 10.24256/Kharaj.V3i2.2386.
- Tamara, A. (2016). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(3), 395–406.
- Yunus, I. (2021). Strategi Pemasaran Industri Konveksi Menggunakan Analisis “SWOT.” *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 95–99. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.784>