

STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA GALERY JAM TANGAN DI ERA PANDEMI COVID 19

Vina Putri Agustiyani.¹; Iskandar AA.²; Harpain.³

E-mail: ¹ vinaputri485@gmail.com; ² iskandar@ubl.ac.id; ³ harpain@ubl.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengetahui strategi bisnis yang tepat untuk dapat meningkatkan volume penjualan serta mengetahui apa saja *Strength, Weakness, Opportunities* dan *Threat* yang dimiliki oleh Galery Jam Tangan Bandar Lampung. Data disajikan secara deskriptif kualitatif untuk mengetahui lingkungan eksternal dan internal. Perolehan alternatif strategi didapatkan dari perhitungan matrik *SWOT*. Analisis variabel rencana eksternal memperlihatkan hasil skor tertimbang yaitu 2,59, hal ini bermakna reaksi manajemen perusahaan pada lingkungan eksternal dibawah rata-rata skala pengukuran standar. Analisis variabel rencana internal memperlihatkan bahwa nilai skor tertimbang adalah 2.57, ini bermakna reaksi manajemen perusahaan terhadap lingkungan internal pun dibawah rata-rata skala pengukuran standar. Berlandaskan hasil analisis matrik *IFAS* dan *EFAS*, diketahui strategi yang digunakan adalah *stability strategy*, *stability strategy* yakni rencana yang diterapkan tanpa mengganti rencana yang telah ditetapkan. Galery Jam Tangan Bandar Lampung menjaga kestabilan laba dengan cara mengusahakan pengurangan dan penekanan biaya atau pengeluaran untuk menghadapi penjualan yang terus menurun, dan strategi ini bersifat sementara atau jangka pendek.

Kata kunci: Strategi Bisnis, Meningkatkan Penjualan.

ABSTRACT

This study aims to know the right business strategy to increase sales volume and to review the strategy factor strengths, weaknesses, opportunities and threats of the Galery Jam Tangan. The data is presented in a qualitative descriptive manner to determine the external and internal environment. The alternative strategy was obtained from the calculation of the SWOT matrix. The analysis of external strategy factors shows of that the weighted score was is 2.59. This means that the company's management response to the external environment was below the average standard measurement scale. On the other lend, the internal strategy factor analysis shows of that the weighted score was 2.57, This means that the company's management response to the internal environment was also below the average standard measurement scale. Based on the results of the IFAS and EFAS matrixer, it is known that the strategy used was a stability strategy, a strategy that was implemented without changing the established strategy. The Galery Jam Tangan Bandar Lampung maintains profit stability by trying to reduce and suppress costs or expenses to cope with declining sales current. This strategy was used temporerity for short term.

Keywords: Business Strategy, increase sales.



PENDAHULUAN

Corona Virus Disease 19 telah menyebabkan berubahnya tatanan kehidupan di masyarakat. Berbagai peraturan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengurangi penularan *Corona Virus*, seperti membatasi aktivitas kegiatan diluar rumah, akibatnya peraturan pemerintah tersebut memiliki dampak yang luas bagi berbagai sektor di Indonesia. Aktivitas kegiatan sebisa mungkin dilakukan secara *online* untuk menjauhi kerumunan di masyarakat yang dapat memperluas penyebaran *Virus Corona*. Keadaan ini tentunya membawa masalah serius yang dihadapi oleh Indonesia. Masalahnya bukan saja faktor kesehatan yang menjadi permasalahan utama, melainkan faktor ekonomi pun ikut menjadi masalah penting. Penelitian yang telah dilakukan oleh Yusuf, Deni Kamaluddin dkk. menunjukkan bahwa *Corona Virus Disease 19* yang mengharuskan masyarakat untuk menghindari kerumunan, dan promosi secara *online* memiliki pengaruh terhadap berubahnya perilaku pembeli dalam melakukan pembelian produk retail.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis mempunyai sasaran untuk mengetahui rencana bisnis yang baik agar dapat menaikkan volume penjualan di era pandemi *COVID 19*.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut John & Richard (2014:4) Istilah Strategi dimaksudkan memiliki sebuah rencana berskala luas berorientasi pada Jangka Panjang guna melakukan interaksi di lingkungan yang kompetitif agar berorientasi pada sasaran dan rencana perusahaan. Secara konseptual strategi dapat diartikan menjadi suatu garis besar Haluan untuk melakukan suatu tindakan untuk mencapai target serta tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Manajemen Strategis memiliki tujuan agar mengenali mengapa pada persaingan beberapa perusahaan bisa sukses tetapi beberapa perusahaan yang lain mengalami kegagalan. Tahapan Manajemen Strategis dimulai dengan observasi terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan, kemudian dilakukan rencana strategi, implementasi, serta penilaian dan pengawasan. David (2015:39). Manajemen Strategis merupakan suatu rencana yang telah disusun, diolah dan ditetapkan dengan mempertimbangkan beberapa sudut pandang yang mempunyai sasaran agar rancangan tersebut ketika diterapkan bisa mendukung dampak positif bagi perusahaan yang berkaitan dalam jangka panjang serta tujuan dan sasaran organisasi dapat tercapai.

Strategi Bisnis menurut Strauss & Frost (2009) adalah analisis lingkungan, rencana perencanaan Marketing, sasaran, Strategi *E-Marketing*, Rencana kegiatan, perhitungan dan Rencana Evaluasi. Rencana bisnis awal yaitu Analisis situasi. Analisis keadaan menurut Chaffey (2011) yaitu Langkah awal yang perlu dilaksanakan dalam membangun perencanaan pembuatan *e-marketing*. Sasaran analisis situasi merupakan untuk memahami situasi perusahaan sekarang dan di waktu mendatang. Analisis Situasi bisa dilaksanakan dengan menetapkan pendekatan *SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)*.

METODELOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang dilaksanakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan ancangan deskriptif. Peneliti menetapkan metode kualitatif agar menyimpulkan kiat pencarian, menggabungkan, mengerjakan serta menelaah informasi hasil penelitian. Penelitian kualitatif bisa dilakukan agar mendalami interaksi sosial, contohnya melakukan wawancara, sehingga diperoleh model-model yang nyata. Penelitian yang dilaksanakan akan mendeskripsikan analisis *SWOT* dalam strategi bisnis pada Galery Jam Tangan Bandar Lampung. Pengumpulan data dengan kiat tanya jawab, pengamatan, dan pengarsipan yang dipergunakan guna mendorong penelitian.

Penelitian kualitatif tujuannya untuk mendapat ilustrasi selengkapnya tentang peristiwa berdasarkan sudut pandang yang akan diperiksa. Penelitian kualitatif berafiliasi menggunakan gagasan, persepsi, pendapat atau keyakinan orang yang diamati.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang dilaksanakan yaitu melakukan Survei langsung, Tanya jawab, dan pengarsipan untuk mendapatkan sumber informasi Menurut Nazir (2013:211) pengarsipan data ialah tata cara yang tersusun serta umum untuk mencapai data yang dibutuhkan. Teknik mencari data pada penelitian ini ialah berikut ini:

1. Observasi

Model observasi merupakan model pemeriksaan yang didukung melalui penyatuan serta penulisan data secara terstruktur terhadap fenomena yang akan diteliti. Dalam situasi ini, metode pengamatan digunakan agar inti permasalahan yang ada dapat diawasi secara langsung pada Galery Jam Tangan Bandar Lampung.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu upaya menggabungkan data dan informasi untuk melakukan tanya jawab dengan narasumber yang bersangkutan yang mempunyai kekuasaan untuk melakukan tanya jawab, kepada manager ataupun ketua perusahaan dan staf yang bersangkutan dengan sasaran penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kiat mengumpulkan informasi dari data-data tertulis terdiri dari data tentang argument serta filosofi yang berkaitan dengan persoalan penelitian.

Jenis Data dan Sumber Data

Macam-macam data terhadap pengkajian ini terletak dua macam yakni:

1. Data Primer

Data primer yaitu informasi diperoleh berdasarkan orang pertama seperti hasil tanya jawab atau hasil kuisioner yang dilakukan peneliti. Data Primer didapatkan melalui Galery Jam Tangan Bandar Lampung yang berupa tanya jawab langsung dan permohonan data penjualan.

2. Data Skunder

Data skunder adalah melainkan data yang penulis peroleh langsung dari tahapan wawancara dan pengamatan ke Galery Jam Tangan Bandar Lampung. Data skunder yang penulis manfaatkan berupa buku dan jurnal yang berhubungan terhadap pengkajian ini.

Teknik Analisis Data

Riset ini memakai suatu media Analisa yakni metode SWOT. Menurut Danang Sunyoto (2013:1) *SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats)* merupakan ancangan analisis guna menentukan rencana strategi bisnis organisasi dimasa depan. *Strengths* merupakan variabel internal perusahaan yang membantu atau memiliki keutamaan untuk pencapaian pertumbuhan pasar. *Weaknesses* adalah variabel internal perusahaan yang menghalangi atau mengganggu pertumbuhan pasar. Peluang adalah variabel diluar lingkungan organisasi yang berguna dalam

perkembangan pasar. *Threats* adalah variabel diluar lingkungan organisasi yang berisi ancaman untuk organisasi sehingga membebani pertumbuhan pasar.

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*).

Matriks *SWOT* diartikan sebagai media perumusan pengambilan putusan untuk memutuskan rencana yang diambil berlandaskan pemikiran agar meningkatkan kekuatan dan peluang, tetapi juga dapat mengurangi kelemahan dan ancaman. (Setyorini, 2016). Proses dalam menyusun matrik *SWOT* adalah:

1. Strategi *Strengths Opportunities (SO)* rencana dilakukan berlandaskan pemikiran organisasi, yakni memakai semua kekuatan untuk mengambil serta memanfaatkan peluang sebanyak-banyaknya.
2. Strategi *Strengths Threats (ST)* Rencana ini memakai kekuatan yang organisasi miliki untuk menangani ancaman.
3. Strategi *Weaknesses Opportunities (WO)* Rencana ini digunakan berlandaskan penggunaan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang ada.
4. Strategi *Weaknesses Threats (WT)* Rencana ini berlandaskan pada aktivitas yang sifatnya defensif serta berupaya mengurangi kelemahan yang ada dan menepi ancaman.

Variabel internal (<i>IFAS</i>) dan variabel eksternal (<i>EFAS</i>)	Kekuatan (S) Tuliskan 5-10 variabel internal	Kelemahan (W) Tuliskan 5-10 variabel internal
Peluang (O) Daftarkan 5-10 variabel eksternal	Rencana (SO) Merumuskan rencana yang memakai kekuatan untuk mendapatkan peluang	Rencana (WO) Merumuskan rencana yang mengurangi kelemahan untuk mendapatkan peluang
Ancaman (T) Daftarkan 5-10 variabel ancaman eksternal	Strategi (ST) Rumuskan rencana yang menggunakan kekuatan untuk mengendalikan ancaman	Strategi (WT) Rumuskan rencana untuk mengurangi kelemahan dan mengendalikan ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis matrik *EFAS*

Setelah mengenali variabel eksternal perusahaan dari Galery Jam Tangan Bandar Lampung, maka selanjutnya tentukan rencana yang baik bagi perusahaan maka disusunlah matrik *EFAS* (*Eksternal Factor Analysis Summary*) yang dilaksanakan untuk mengkaji variabel peluang dan ancaman perusahaan.

Tabel 1. *Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)*

Peluang	Bobot	Rating	Skor
1. Media sosial yang dapat digunakan sebagai media iklan.	0.15	3	0.45
2. Perkembangan teknologi yang semakin pesat.	0.10	3	0.30
3. Jasa kurir <i>online</i> yang dapat di manfaatkan untuk mempermudah konsumen dalam membeli produk secara <i>online</i> .	0.08	2	0.16
4. <i>E-Commerce</i> yang dapat dimanfaatkan untuk menjual produk secara <i>online</i> serta dapat memperluas pangsa pasar.	0.10	3	0.30
5. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif.	0.07	2	0.14
Sub Total	0.5		1.35
Ancaman			
1. Daya beli konsumen menurun.	0.10	2	0.20
2. Pesaing yang menjual produk sejenis.	0.13	2	0.26
3. Peraturan pemerintah yang membatasi mobiltas atau keramaian di suatu tempat.	0.10	2	0.20
4. Pertumbuhan ekonomi yang menurun saat pandemi.	0.10	3	0.30
5. Perkembangan teknologi yang terlalu cepat serta membutuhkan biaya untuk mengadopsinya.	0.07	4	0.28
Sub Total	0.5		1.24
Total Skor	1		2.59

- 1) Rating 1 = peluang di bawah rata-rata
- 2) Rating 2 = peluang rata-rata sama dengan kompetitor
- 3) Rating 3 = peluang diatas rata-rata kompetitor
- 4) Rating 4 = peluang sangat banyak

Sementara itu untuk variabel yang bersifat ancaman merupakan sebaliknya:

- 1) Rating 1 = ancaman sangat luas disbanding kompetitor
- 2) Rating 2 = ancaman diatas rata-rata kompetitor
- 3) Rating 3 = ancaman rata-rata sama dengan kompetitor
- 4) Rating 4 = ancaman dibawah rata-rata kompetitor.

Analisis Matrik IFAS

Untuk membuat rencana yang baik untuk organisasi maka disusunlah matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) yang digunakan untuk menganalisis variabel kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Tabel 2. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

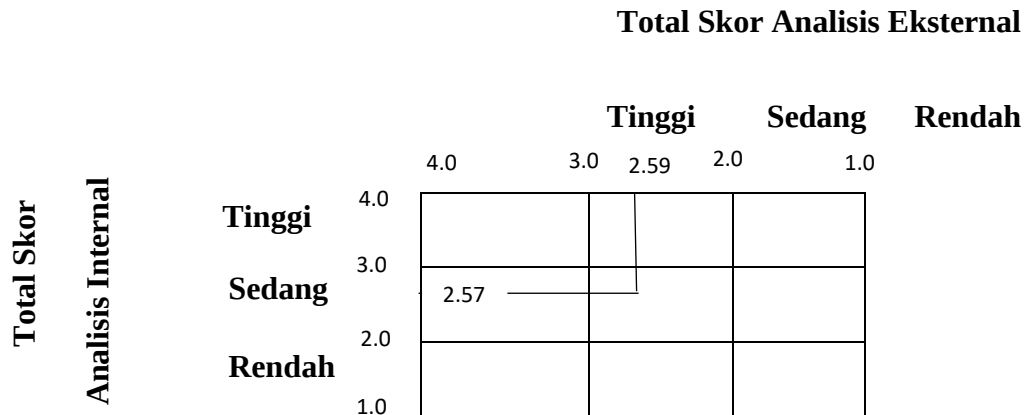
Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1. Lokasi toko yang strategis berada di pusat kota Bandar Lampung yaitu di jalan Ahmad Yani Nomor 70b, Enggal, Bandar Lampung.	0.10	2	0.20
2. Harga yang relatif lebih murah dibandingkan toko lain.	0.15	3	0.45
3. Pelayanan yang diberikan sudah baik dan ramah.	0.08	3	0.24
4. Pembayaran dapat dilakukan secara Tunai, transfer, <i>Cash On Delivery (COD)</i> , debit dan kredit.	0.09	3	0.27
5. Pembelian dapat dilakukan secara <i>offline</i> dan <i>online</i> .	0.08	2	0.16
Sub Total	0.5		1.32
Kelemahan			
1. Kurang luas nya lahan parkir.	0.08	2	0.16
2. Kegiatan promosi belum maksimal.	0.10	2	0.20
3. Jarang memberikan diskon.	0.12	3	0.36
4. Modal terbatas.	0.13	3	0.39
5. Belum memiliki cabang usaha di daerah lain.	0.07	2	0.14
Sub Total	0.5		1.25
Total Skor	1		2.57

- 1) Rating 1 = kekuatan di bawah rata-rata
- 2) Rating 2 = kekuatan rata-rata sama dengan kompetitor
- 3) Rating 3 = kekuatan diatas rata-rata kompetitor
- 4) Rating 4 = kekuatan sangat besar

Sementara itu untuk variabel yang terdiri dari kelemahan yaitu sebaliknya:

- 1) Rating 1 = kelemahan sangat besar dari pada pkompetitor
- 2) Rating 2 = kelemahan diatas rata-rata kompetitor
- 3) Rating 3 = kelemahan rata-rata sama dengan kompetitor
- 4) Rating 4 = kelemahan dibawah rata-rata kompetitor

Dari hasil analisis faktor-faktor strategis Galery Jam Tangan Bandar Lampung maka dapat dipakai untuk memutuskan letak titik temu nilai dari masing-masing faktor strategis agar memudahkan dalam menentukan alternatif rencana yang dapat dikerjakan organisasi. Contoh tabel 1 memperlihatkan hasil skor tertimbang dari variabel eksternal yakni 2.59 dan pada tabel 2 memperlihatkan hasil variabel yang tertimbang dari variabel internal yakni 2.57 berdasarkan hasil diatas selanjutnya disusun dalam matrik internal eksternal sebagai halnya tertuang dalam tabel dibawah:



Sesuai hasil pada tabel tersebut maka bisa dilihat bahwa titik temu dari total skor analisis internal dengan total skor analisis eksternal ada di sel 5 yaitu *stability strategi*. *Stability strategi* adalah rencana yang dilaksanakan tanpa mengganti rencana yang sudah ditentukan. Hal ini bermakna Galery jam Tangan Bandar Lampung cukup menjaga dan mempertahankan rencana yang sudah ditetapkan sebelumnya hanya semata-mata mampu bertahan. Berdasarkan hasil perhitungan, variabel internal kekuatan yang Galery Jam Tangan punya lebih besar dari variabel kelemahannya yaitu 0.07, yang dimana angka 0.07 didapatkan dari selisih antara jumlah kekuatan 1.32 dan jumlah kelemahannya sebesar 1.25. Untuk variabel eksternal peluang yang dimiliki Galery Jam Tangan lebih banyak dari ancaman nya yaitu 0.11, yang mana adalah selisih dari jumlah peluang yaitu sebesar 1.35 dan jumlah ancaman yaitu sebanyak 1.24.

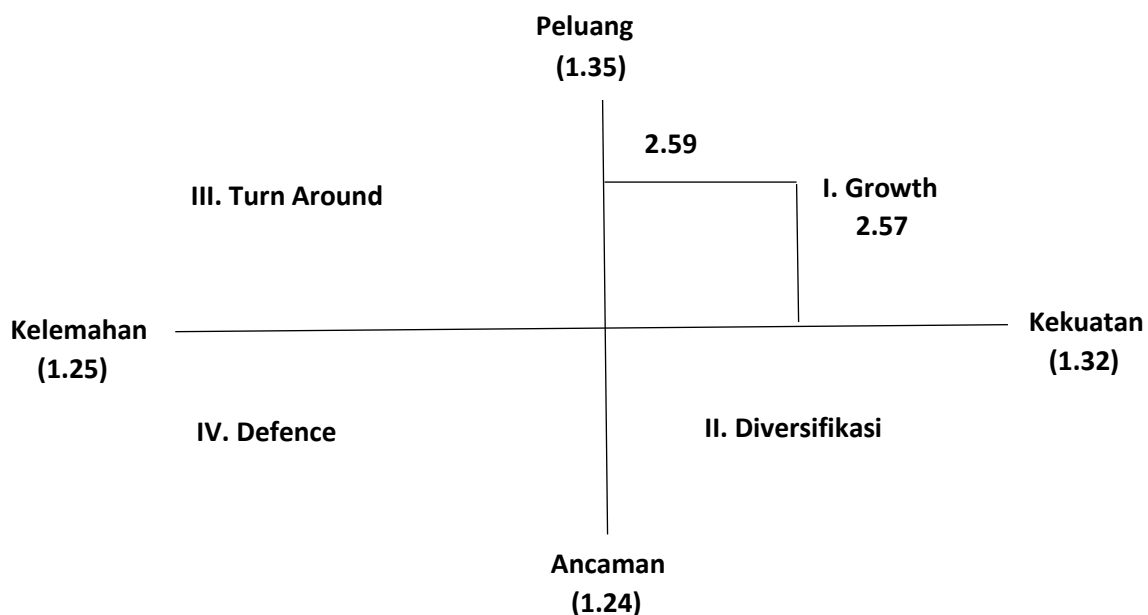


Diagram Cartesius

Tabel 3. Matrik SWOT

<i>IFAS</i> <i>EFAS</i>	Kekuatan (S) 1. Lokasi toko yang strategis berada di pusat kota Bandar Lampung yaitu di jalan Ahmad Yani Nomor 70b, Enggal, Bandar Lampung. 2. Harga yang relatif lebih murah dibandingkan toko lain. 3. Pelayanan yang diberikan sudah baik dan ramah. 4. Pembayaran dapat dilakukan secara Tunai, transfer, <i>Cash On Delivery (COD)</i>, debit dan kredit. 5. Pembelian dapat dilakukan secara <i>offline</i> dan <i>online</i>.	Kelemahan (W) 1. Kurang luas nya lahan parkir. 2. Kegiatan promosi belum maksimal. 3. Jarang memberikan diskon. 4. Modal terbatas. 5. Belum memiliki cabang usaha di daerah lain.
Peluang (O) 1. Media sosial yang dapat digunakan sebagai media iklan. 2. Perkembangan teknologi yang semakin pesat. 3. Jasa kurir <i>online</i> yang dapat di manfaatkan untuk mempermudah konsumen dalam membeli produk secara <i>online</i>. 4. <i>E-Commerce</i> yang dapat dimanfaatkan untuk menjual produk secara <i>online</i> serta dapat memperluas pangsa pasar. 5. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif.	Strategi (SO) 1. Memanfaatkan lokasi toko yang strategis untuk menarik pelanggan 2. Memanfaatkan Teknologi untuk melakukan promosi produk di media sosial 3. Memanfaatkan harga yang relatif lebih murah untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan. 4. Memanfaatkan Jasa <i>E-Commerce</i> untuk menjual produk secara Online seperti di Shopee, Tokopedia, Buka Lapak dll. 5. Meningkatkan pelayanan jasa kurir online seperti menggunakan Gosend atau kurir dari pihak Galery Jam Tangan.	Strategi (WO) 1. Memperluas lahan parkir. 2. Meningkatkan kegiatan promosi dan iklan di media sosial dengan memanfaatkan teknologi yang ada 3. Memberikan sponsor pada event tertentu. 4. Memberikan diskon untuk menarik minat pembeli. 5. Membuka Toko Online di <i>E-Commerce</i> seperti Shopee, Buka Lapak, Tokopedia, dll.

Ancaman (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
1. Daya beli konsumen menurun. 2. Pesaing lain yang menjual produk sejenis. 3. Peraturan pemerintah yang membatasi mobiltas atau keramaian di suatu tempat. 4. Pertumbuhan ekonomi yang menurun saat pandemi. 5. Perkembangan teknologi yang terlalu cepat serta membutuhkan biaya untuk mengadopsinya.	1. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan 2. Menjaga kualitas produk 3. Melakukan cek suhu tubuh dan memberikan <i>handsanitizer</i> kepada pembeli sebelum memasuki toko. 4. Mensiasati agar harga produk dapat bersaing dipasaran. 5. Meningkatkan kualitas SDM dan melakukan pelatihan mengenai perkembangan teknologi terbaru.	1. Memaksimal kegiatan promosi produk dan jasa pelayanan. 2. Mengikuti regulasi pemerintah 3. Melakukan strategi pemasaran yang dapat dilakukan pada masa Pandemi <i>COVID 19</i> 4. Melakukan peningkatan SDM yang lebih profesional di bidangnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sesuai riset yang peneliti laksanakan di Galery Jam Tangan Bandar Lampung tentang strategi bisnis, bahwa dari kajian informasinya dapat dibuat ketentuan:

Strategi yang dilakukan Galery Jam Tangan Bandar Lampung adalah *stability strategi* yaitu perusahaan tidak membuat pergantian atas aktivitas organisasi yang sa,pai saat ini sedang berjalan. Galery Jam Tangan Bandar Lampung mengatur konsistensi keuntungan dengan cara mengikhtiarkan penurunan serta penekanan anggaran untuk menghadapi perdagangan yang terus berkurang, dan rencana ini sifatnya dalam waktu singkat.

Analisis variabel rencana eksternal menunjukan adanya hasil nilai tertimbang yakni 2.59, hal ini bermakna reaksi managemen perushaaan pada lingkungan eksternal dibawah rata-rata skala pengukuran standar.

Studi variabel rencana intern menunjukan adanya hasil nilai tertimbang yaitu 2.57, ini bermakna reaksi managemen organisasi tentang lingkungan internal pun dibawah rata-rata skala pengukuran standar.

Saran

Bersumber pada kesimpulan diatas bisa dilihat bahwa kinerja Galery Jam Tangan belum maksimum. Maka dari itu peneliti menganjurkan bagi Galery Jam Tangan Bandar Lampung untuk melaksanakan opsi rencana yang tertampung dalam kajian SWOT yaitu:

1. Memanfaatkan lokasi toko yang strategis serta mempromosikan produk di media sosial.
2. Memanfaatkan harga yang relatif lebih murah untuk mempertahankan dan menarik minat pembeli.
3. Memaksimal kegiatan promosi produk dan jasa pelayanan.
4. Mengikuti regulasi pemerintah
5. Memanfaatkan Jasa *E-Commerce* untuk memperluas pangsa pasar
6. Meningkatkan pelayanan jasa kurir online.

Daftar Pustaka

- A.Pearce, John, Richard, Jr. 2014. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Chaffey, D, 2011. *E-Commerce & E-business Management 5th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- David, Fred, 2011. *Strategi Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta.
- Danang, Sunyoto, 2013. *Metode Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Strauss, Judy & Raymond, 2009. *E-marketing, 5th edition*. Prentice-hall, Inc., Uper Sadle, New Jersey.
- Setyorini, H., Effendi., & Santoso, I. 2016. *Kajian rencana Pemasaran Memakai Matrik SWOT danQspm (Studi kasus Restoran Soekarno Hatta Malang)*. Jurnal Teknologi dan Managemen Agroindustri, 46-53.
- Yusuf, Deni dkk, 2020. *Pengaruh Corona Virus Disease-19, pembatasan sosial, serta sistem pemasaran online terhadap perubahan perilaku konsumen dalam membeli barang retail*.