

**ANALISIS SWOT DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA STUDIO ISOARCHIVES KECAMATAN DAMPIT KABUPATEN
MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

Rendra Cahyo Nugroho

(21901081057)



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis SWOT guna meningkatkan penjualan pada Studio Isoarchives. Lokasi penelitian ini dilakukan pada karyawan Studio Isoarchives yang terletak di Kecamatan Dampit Kabupaten Malang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan memperoleh data yang bersumber dari lokasi penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif karena penelitian yang dilakukan memerlukan informasi dengan menggunakan data observasi, studi dokumentasi, dan wawancara serta penyebaran kuesioner yang kemudian bertujuan untuk memperoleh data faktor eksternal dan internal perusahaan yang kemudian menjadi dasar penelitian. Objek adalah informan atau narasumber yang menjadi sumber data penelitian. Subjek penelitian adalah pemilik dan karyawan Studio Isoarchive. Data dianalisis menggunakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis strategi SWOT dapat meningkatkan penjualan pada Studio Isoarchives. Analisis strategi SWOT membantu perusahaan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Hal ini digunakan untuk menyusun strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Untuk mengoptimalkan penerapan analisis strategi SWOT dengan baik dan berdasarkan hasil peneliti, perlu adanya peningkatan penerapan analisis strategi SWOT agar volume penjualan dapat ditingkatkan secara maksimal, terutama dalam menganalisis peluang yang ada, promosi perlu digalakkan kembali. dengan mengiklankan produk dan memperkuat jaringan bisnis, serta perlu adanya peningkatan perluasan pasar dan perusahaan perlu melakukan inovasi pada layanan studio Isoarchives.

Kata Kunci : *Peningkatan Penjualan, dan Analisis SWOT.*

ABSTRACT

This research aims to analyze SWOT in order to increase sales at Studio Isoarchives. The location of this research was carried out on employees of Studio Isoarchives located in Dampit District, Malang Regency. This research is a qualitative research. This research is research carried out by obtaining data sourced from the research location relating to the research title. This research uses descriptive qualitative analysis because the research carried out requires information using observation data, documentation studies, and interviews as well as distributing questionnaires which then aims to obtain data on the company's external and internal factors which then become the basis for research. Objects are informants or sources who are the source of research data. The subjects are the owners and employees of Studio Isoarchive. The data was analyzed using the data analysis technique used in this research is SWOT analysis. Based on the results of data analysis, the research results show that SWOT strategy analysis can increase sales at Studio Isoarchives. SWOT strategy analysis helps companies to find out the company's strengths, weaknesses, opportunities and threats. This is used to develop the right strategy in an effort to increase sales volume. To optimize the implementation of SWOT strategy analysis properly and based on the results of researchers, there is a need to increase the application of SWOT strategy analysis so that sales volume can be increased optimally, especially in analyzing existing opportunities, promotion needs to be encouraged again by advertising products and strengthening business networks, and there needs to be increased market expansion and companies need to innovate on Isoarchives studio services.

Keywords : *Increased Sales, and SWOT Analysis.*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dalam perkembangan zaman saat ini, dunia sudah hampir serba digital. Dilihat dari pergeseran kebiasaan yang sudah berbeda jauh dari sebelumnya, banyak hal hal yang sudah bisa dilakukan melalui teknologi digital, mulai pekerjaan tentang jasa sampai produk. Semua yang ditawarkan teknologi saat ini lebih membuat efisien pekerjaan terutama sosial media. Sosial media menjadi salah satu wadah yang luas untuk menampung segala ide kreatif dari setiap individu, juga menjadikan tempat untuk menjangkau orang diluar lebih luas.

Sekarang ini terdapat sekitar lebih dari 8,2 juta jumlah usaha kreatif di indonesia yang didominasi oleh usaha kuliner, fashion, dan kriya. Selain itu juga terdapa 4 sub sektor industri kreatif dengan pertumbuhan tercepat yaitu film, animasi dan video, seni visual, dan pertunjukan seni, dan desain komunikasi visual.

Setiap pelaku usaha mengharapkan agar hasil penjualan dapat meningkat agar diperoleh laba yang cukup besar. Hal ini sejalan dengan pendapat Masykur Wiratmo (1992) yang menyatakan bahwa “tujuan perusahaan adalah memaksimumkan penjualan, memaksimumkan laba, dan lain-lain. Pelaku usaha

yang tidak dapat memenuhi selera konsumen, tentu akan mengalami penurunan volume penjualan. Dan apabila perusahaan tersebut terus mengalami kemunduran produksi, sudah dapat dipastikan perusahaan tersebut akan gulung tikar.

Persaingan yang semakin ketat menuntut adanya strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut. (Basu Swastha dan Irawan, 2008). Dalam merumuskan strategi pemasaran dibutuhkan pendekatan pendekatan analisis dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam perusahaan agar perusahaan mampu menghadapi perubahan lingkungan internal maupun eksternal

Studio fotografi merupakan salah satu tempat yang digunakan untuk membuat atau memproduksi foto atau video dengan kualitas yang tinggi. Studio fotografi juga sering digunakan sebagai tempat untuk melakukan pembuatan portofolio foto dan video, mulai dari foto keluarga, prewedding, maternity, profile, sampai produk. Studio biasanya sudah dilengkapi dengan peralatan yang canggih, seperti kamera profesional, lensa, lampu flash, dan peralatan lain yang dibutuhkan untuk membuat konten. Juga ditambah dengan adanya sumber daya manusia yang memadai untuk mengolah atau membuat hal yang diinginkan orang menjadi terealisasi dengan baik dan indah.

Banyaknya kebutuhan masyarakat akan foto dan video berkualitas tinggi dalam pembuatan konten usaha atau individu serta adanya kemajuan teknologi

membuat berbagai usaha dibidang insdustri kreatif terutama dalam bidang industri kreatif fotografi dan videografi, khususnya studio fotografi dan videografi yang semakin berkembang pesat dan memiliki prospek yang besar. Karena studio ini masuk dalam golongan sektor jasa, maka hal yang paling dijaga dan ditingkatkan adalah kualitas jasanya.

Satu dekade ini, perkembangan industri fotografi dan videografi di Indonesia terbilang unik, pada industri ini persaingan menumpuk pada level *basic* dan *advance*, sangat banyak para pemula yang bermain di level jasa yang masih rendah atau belum bisa dijual, hal ini disebabkan karena keterbatasan para pemain di level tersebut untuk meningkatkan kualitas jasanya. Industri ini juga dekat dan akrab dengan generasi muda karena bisa menjadi hobi yang sekaligus pekerjaan yang berpeluang besar yang dapat menghasilkan keuntungan.

Aprsiasi masyarakat terhadap karya fotografi dan videografi pun terbilang antusias. Dapat dilihat pada *event* pameran foto yang kini juga sangat banyak dikunjungi oleh masyarakat awam, bahkan banyak yang belum mengerti tentang fotografi dan videografi pun antusias untuk datang dan melihat. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa terdapat perkembangan tentang dunia fotografi dan videografi semakin nampak. Pemerintah sendiri terus melakukan perbaikan perihal perlindungan hasil karya para fotografer Indonesia. Upaya agar karya fotografer Indonesia bisa mendapat *exposure* dari publik dunia pun terus dilakukan, salah satunya adalah dengan mendukung penggelaran pameran di

luar negeri. Berbagai faktor yang menguntungkan tersebut, menjadikan industri fotografi dan videografi dipilih sebagai salah satu usaha yang cukup menjanjikan.

Industri jasa fotografi dan videografi di bidang studio adalah sesuatu hal yang baru bagi beberapa daerah di Indonesia, terutama yang jauh dari pusat kota. Kabupaten Malang adalah salah satu kota dengan perkembangan bisnis yang cepat, salah satu kecamatan yang sedikit jauh dari pusat kota adalah Kecamatan Dampit.

Kecamatan Dampit hanya terdapa 2 studio foto yang tersedia. Salah satunya adalah studio Isoarchives. Bisnis ini dipilih karena melihat secara kacamata sosio ekonomis masyarakat Dampit mempunyai profesi (pekerjaan) adalah sebagian besar petani, pengrajin, pedagang, peternak, Pegawai Negeri Sipil, ABRI, swasta, dan banyak lagi. Rata-rata sebagian besar masyarakat Kecamatan Dampit bekerja sebagai petani dan peternak.

Salah satu Studio fotografi “*Studio Isoarchives*” yang berada di Kecamatan Dampit Kabupaten Malang menyediakan jasa dengan konsep yang sangat unik dan kreatif yaitu memiliki konsep/tema *tumbler*, *green screen*, *abstract*, *rustic*, *mirror selfie*, *studio smule*, dan *cloude concept*. Target yang diambil oleh studio Isoarchives adalah anak muda, pelajar, dan mahasiswa dengan rentang umur 15-25 tahun. Selain untuk remaja studio Isoarchives juga menyediakan foto keluarga.

Maka dari itu dengan menggunakan analisis SWOT pemilik Studio Isoarchives akan lebih memahami kekuatannya dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkannya, serta pemilik Studio Isoarchives dapat melihat peluang dan mempertahankan peluang tersebut, dan dapat mengetahui kelemahan serta mencari solusi atas kelemahan tersebut.

Dari latar belakang yang telah di uraikan di atas, untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Optimalisasi Strategi Marketing Melalui Analisis Swot pada Aspek Bauran Pemasaran Jasa Studio Fotografi Isoarchives Kecamatan Dampit Kabupaten Malang”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka pokok masalah yang dapat dirumuskan adalah:

Apakah analisis strategi SWOT dapat meningkatkan penjualan pada Studio Isoarchives?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 Tujuan Penelitian

Ingin mengetahui apakah penggunaan analisis strategi SWOT dapat meningkatkan penjualan pada Studio Isoarchives.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

- a. Sebagai bahan literasi bagi mahasiswa lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang, khususnya jurusan Manajemen. mengenai Strategi Marketing Melalui Analisis Swot dalam meningkatkan penjualan.
- b. Bagi penulis sebagai pengetahuan bentuk pengaplikasian peneliti atas teori yang didapatkan selama masa perkuliahan dan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- c. Bagi peneliti baru, hasil penelitian dapat diakui sebagai bahan referensi perpustakaan, sebagai referensi perbandingan untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pembisnis terkait strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam meningkatkan penjualan oleh pemilik Studio Isoarchives

BAB V

PENUTUP

5.1. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa analisis strategi SWOT dapat meningkatkan penjualan pada Studio Isoarchives . Analisis strategi SWOT membantu perusahaan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Hal itu digunakan untuk menyusun strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

5.2. SARAN

Untuk mengoptimalkan penerapan analisis strategi SWOT dengan baik dan berdasarkan hasil peneliti, akan ada beberapa saran yang perlu menjadi pertimbangan antara lain :

1. Perlu adanya peningkatan dalam penerapan analisis strategi SWOT agar volume penjualan dapat ditingkatkan secara optimal khususnya dalam menganalisis peluang yang ada.
2. Promosi perlu digalakan lagi dengan jalan mengiklankan produk dan memperkuat jaringan bisnis.

3. Perlu melakukan penelitian untuk mengembangkan berbagai model produk agar produk yang ditawarkan semakin beragam.
4. Strategi penjualan yang dilakukan lebih diperbanyak lagi, dan tidak sekedar hanya sebatas strategi tradisional.
5. Perlu adanya peningkatan perluasan pasar dan perusahaan perlu melakukan inovasi terhadap jasa studio Isoarchives



DAFTAR PUSTAKA

Basu Swastha & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Bungin, Burhan. (2009). *Penelitian Kualitatif*. Penerbit Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Bagong, S & Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka.

Freddy Rangkuti. (2004) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Irham Fahmi, (2010). *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi*, Bandung: Alvabeta,

Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.

Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97-112.

Morrison. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta :

Kencana Prenada Media Group

Mulyadi. (2010) *Sistem Akuntansi*. Ed. 3, Cet. 5. Jakarta: Salemba Empat.

Nafarin. 2007. *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat

Nur Afrillita, T. (2013). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran sepeda motor pada PT. Samekarindo Indah di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 56-70.

Pandji. Anoraga. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.

Rangkuti, F. (2009). Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus *integrated marketing communication*. *Language*, 11(273p), 20cm.

Suyanto, M. (2005). *Pengantar teknologi informasi untuk bisnis*. Penerbit Andi.

Swardono. (2002). *Manajemen Strategic Konsep Dan Kasus*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN,.

Swastha, Basu. (2005). *Manajemen Penjualan*. Edisi 3: BPFE Yogyakarta

Swastha, Basu DH. (2010). *Azas-Azas Marketing*, Jakarta: Idhiil.

Umar, Husein, (2003) *Strategic Management In Action*, Penerbit PT Gramedi Pustaka Utama, Jakarta.

Widiyarini, W., & Hunusalela, Z. F. (2019). Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM dalam Upaya Peningkatan Penjualan T Primavista Solusi. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 384-397.

Wiratmo, Masykur. (1992). "Ekonomi Pembangunan." *Ikhtisar Teori, Masalah dan Kebijakan*, MW Mandala, Yogyakarta.

