

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KAIN SONGKET PADA TOKO SULAMAN MAYANG TAURAI BUKITTINGGI

Imran¹ dan Tessa Margarini²

^{1,2}Program Studi Manajemen STIE H Agus Salim Bukittinggi, Indonesia

Imran_spirite@yahoo.com

Abstrak. Tujuan penelitian untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam upaya untuk meningkatkan songket penjualan kain di toko Mayang Taurai Sulaman di Bukittinggi. Metode analisis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis SWOT (Strong, Weakness, Opportunity, Threat), dan IFE dan EFE Analisis Matrix yang digunakan sebagai ukuran lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Kemudian dilanjutkan dengan analisis tabel skor berat badan adalah meja yang menunjukkan skor pada setiap SO Strategi, ST Strategi, WO Strategi, dan Strategi WT. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, dalam rangka meningkatkan penjualan di toko-toko Mayang Taurai Sulaman di Bukittinggi, strategi yang digunakan oleh toko Mayang Taurai Sulaman adalah dengan memanfaatkan SO (Strength, Opportunity) strategi, di mana strategi SO adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan dan mengisi peluang.

Kata kunci: Analisis SWOT, Analisis tabel skor berat badan, Menyulam

Abstract. This study aims to determine the right marketing strategy in an effort to increase songket fabric sales at Mayang Taurai Embroidery shop in Bukittinggi. The analysis method in this research is to use SWOT analysis (Strong, Weakness, Opportunity, Threat), and IFE and EFE Matrix Analysis which is used as a measure of the company's internal and external environment. Then proceed with the analysis of the score weight table is a table that shows the scores on each SO Strategy, ST Strategy, WO Strategy, and WT Strategy. Based on the analysis that has been done previously, in order to increase sales in Mayang Taurai Embroidery shop in Bukittinggi, the strategy used by Mayang Taurai Embroidery shop is by utilizing SO (Strength, Opportunity) strategies, where SO strategies are strategies that utilize strengths and fill opportunities. existing, where strategies can be utilized by Mayang Taurai Embroidery shop

Keywords: SWOT Analysis, Analysis of score weight tables, Embroider

Latar Belakang

Pembangunan ekonomi yang berkembang pesat, membutuhkan masyarakat untuk dapat menyesuaikan dengan situasi dan kondisi saat ini. Perusahaan harus mengetahui perubahan lingkungan yang terjadi, di mana perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang sangat matang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan.

Untuk sarana memenuhi kebutuhan saat ini, kain songket merupakan pakaian penting yang umum digunakan oleh perempuan Minang yang dikenakan pada acara-acara tertentu, seperti banyak produsen menjual produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama kain songket.

Mayang Taurai Bordir Shop adalah toko yang bergerak dalam bisnis bordir, salah satu item

yang terjual adalah Songket kain, dimana produk yang dihasilkan oleh toko ini sangat kompetitif dan memiliki nilai jual yang sangat baik dan toko ini selalu berinovasi inovasi terbaru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Masalah yang dihadapi oleh toko Mayang Taurai Sulaman adalah naik turunnya penjualan akibat banyaknya pesaing yang tidak jauh dari Mayang Taurai Sulaman toko yang juga menjual produk yang sama dengan toko-toko Mayang Taurai Sulaman dan kurangnya promosi oleh toko Mayang Taurai Sulaman di media sosial seperti di Facebook, instruktur, radio sehingga konsumen tidak mendapatkan informasi dari toko Sulang Mayang Taurai. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan kenaikan dalam penjualan songket di toko-toko Mayang Taurai Sulaman, dari bulan Agustus sampai Desember 2017 sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Dari Penjualan Kain Songket Di Toko Bordir Mayang Taurai

No	Bulan	Total Penjualan	Persentase Penjualan
1	Agustus	Rp 18.750.000	24,55 %
2	September	Rp 15.200.000	19,9%
3	Oktober	Rp 13.125.000	17,3 %
4	November	Rp 15.475.000	20,2 %
5	Desember	Rp 13.800.000	18 %

Sumber: *Mayang Taurai Bordir Toko 2017*

Penurunan penjualan ini disebabkan kurangnya promosi oleh pemilik toko dengan mengandalkan semata-mata pada pelanggan toko, sehingga dalam menyampaikan informasi tentang produk yang ditawarkan di toko-toko Mayang Taurai Sulaman konsumen lainnya yang kurang menyadari hal itu.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian berjudul "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Songket Kain di Mayang Taurai Bordir Toko di Bukittinggi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat diperoleh rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apa strategi pemasaran yang tepat dalam upaya untuk meningkatkan penjualan kain songket di toko Mayang Taurai Sulaman di Bukittinggi.

Ruang Lingkup Penelitian

Sesuai dengan pembahasan di atas, sehingga penulisan skripsi ini diarahkan kemudian, penulis membatasi masalah untuk strategi pemasaran produk, harga, promosi dan distribusi dalam hal kekuatan – kelemahan (internal) dan peluang (ancaman) dari perusahaan.

Kajian Pustaka

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), mengatakan bahwa pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran produk timah dan nilai dengan orang lain.

Analisis SWOT

Perumusan strategi pemasaran didasarkan pada analisis mendalam dari faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan yang dapat berubah dengan cepat sehingga dapat melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama dan dari iklim usaha yang terus berubah. Konsekuensi dari perubahan faktor eksternal juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan dalam kekuatan dan kelemahan perusahaan

Faktor-faktor ini dijelaskan dalam *Quadrant* sebagai berikut:

- a) Kuadran 1. Ini adalah situasi yang sangat menguntungkan perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.
- b) Kuadran 2. Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi strategi internal yang harus dilaksanakan adalah untuk kekuasaan digunakan untuk mengambil keuntungan dari peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk /jasa).
- c) Quadrant 3. Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di sisi lain itu menghadapi beberapa masalah internal/ kelemahan.
- d) Kuadran 4. Ini adalah situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Kerangka

Adapun kerangka berpikir dalam penulisan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana pemasaran kain songket dalam meningkatkan penjualan di Mayang Taurai Sulam Shop.

Metode Penelitian

Analisis SWOT

Analisis SWOT juga dapat digambarkan sebagai alat yang berfungsi dalam melakukan *check-up* umum perusahaan untuk menentukan keadaan, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan untuk menentukan strategi dan tindakan untuk membangun keunggulan

dalam mencapai peluang yang menyediakan lebih besar manfaat di masa depan.

IFE dan EFE Analisis Matrix

IFE dan EFE analisis matriks adalah analisis yang digunakan untuk menentukan keadaan lingkungan internal dan eksternal perusahaan, yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan sedangkan lingkungan eksternal perusahaan terdiri dari peluang dan ancaman (umar, 2001).

IFE dan EFE Analisis Matrix dapat dikembangkan dalam lima langkah (David, 2009), yaitu: 1) Daftar faktor-faktor kekuatan, kelemahan, ancaman, peluang 10-20 faktor yang mempengaruhi perusahaan; 2) Berikan masing-masing faktor berat yang berkisar seperti yang terlihat pada tabel di bawah:

Tabel 2. Tabel Bobot Skor

No	Keterampilan	Nilai
1	Sangat Tinggi	0,15
2	Sedang	0,10
3	Rendah	0,05
4	Sangat Rendah	0.01

Sumber: David, 2009

Jumlah total dari semua bobot yang diberikan kepada faktor yang harus sama dengan 1,0.

- 1) Berikan peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor internal dan eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor-faktor ini ditunjukkan pada tabel di bawah:

Tabel 3. Tingkat Skor Ranking

Tidak	Penilaian	Keterangan
1	1	Sangat Penting
2	2	Penting
3	3	Cukup Penting
4	4	Tidak Penting

Sumber: David, 2009

Ranking didasarkan pada kreativitas berdasarkan strategi perusahaan, baik kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang dapat menerima peringkat 1,2,3 dan 4. 1) *Multiply bobot* masing-masing faktor dengan peringkat untuk menentukan score.2) Adalah skor rata-rata untuk

setiap variabel untuk menentukan skor total berat bagi organisasi. Apapun banyak faktor termasuk dalam IFE dan EFE matriks total berat rata-rata adalah 1 atau 100 dan nilai rata-rata IFE dan EFE adalah 2,5 jika nilai di bawah 2,5 menunjukkan bahwa secara internal maupun eksternal perusahaan adalah lemah, sedangkan nilai di atas 2,5 menunjukkan posisi internal dan eksternal yang kuat dari perusahaan (David, 2002).

Analisis Matrix SWOT

Matriks SWOT ini akan mendapatkan empat strategi utama yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO, strategi WT, dan akhirnya salah satu strategi yang akan paling sesuai untuk mencapai tujuan perusahaan (Rangkuti, 2002)

- 1. SO (kekuatan-peluang) strategi
- 2. WO (kelemahan-peluang) strategi
- 3. ST (kekuatan-ancaman) strategi
- 4. WT (kelemahan-ancaman) strategi

Analisis Tabel Skor Berat

Tabel skor pembobotan adalah meja bahwa skor menunjukkan pada setiap SO Strategi, ST Strategi, WO Strategi, dan Strategi WT. Tabel skor pembobotan akan memberikan pengguna bimbingan pada skor untuk masing-masing strategi. Sehingga nantinya pengguna dapat membuat keputusan yang paling strategi yang tepat yang akan diambil adalah strategi yang paling tepat yang akan diambil oleh perusahaan yang diambil untuk mengambil strategi yang memiliki skor tinggi (Rangkuti, 2010).

Hasil

Analisis SWOT Strategi Pemasaran di Mayang Taurai Bordir di Bukittinggi

Untuk menentukan strategi pemasaran di toko Mayang Taurai Sulaman dalam upaya untuk meningkatkan penjualan, maka harus digunakan analisis SWOT akan diketahui faktor-faktor pendorong dan penghambat dalam melakukan kegiatan pemasaran. Di mana faktor-faktor pendorong dapat dilihat dari faktor internal

(kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan.

Pembahasan dan Kesimpulan

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dalam upaya untuk meningkatkan songket penjualan kain di toko-toko Mayang Taurai Sulaman di Bukittinggi.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, dalam rangka meningkatkan penjualan di toko-toko Mayang Taurai Sulaman di Bukittinggi, strategi yang digunakan oleh toko Mayang Taurai Sulaman adalah dengan memanfaatkan SO (*Strength, Opportunity*) strategi, di mana strategi SO adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan dan mengisi peluang yang ada, di mana strategi yang dapat digunakan oleh toko Mayang Taurai Sulaman adalah:

1. Produk kain Songket dijual Mayang Taurai toko bordir yang memiliki desain menarik terlihat dalam hal motif dan kain yang digunakan dalam kualitas dan juga dilakukan oleh seorang ahli di tenun pintar dalam pengawasan ahli tenun sehingga dalam membeli kain songket pelanggan puas.
2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan songket kain di Mayang Taurai Bordir Toko di Bukittinggi yaitu: Strategi SO (*Strength - Opportunity*), yaitu: dengan kualitas kualitas songket kain dilihat dari segi desain dan bahan yang digunakan dalam pembuatan kain songket yang juga diawasi oleh seorang ahli tenun asli Pandai Sikek, dan kualitas songket produk kain yang membuat konsumen puas dengan pembelian kain songket.
3. Sulaman Pandai Sikek memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan daerah lain dan juga didukung oleh kondisi geografis kota Bukittinggi yang digunakan sebagai kota wisata baik untuk wisatawan domestik dan asing sehingga dapat menjadi faktor pendorong bagi peningkatan penjualan di toko-toko Sulang Mayang Taurai.

Lebih lanjut diharapkan Toko Mayang Taurai Bordir harus mampu menjaga kualitas kain

songket. Dan Sebaiknya toko Mayang Taurai Sulaman meningkatkan promosi toko mereka dengan menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram dan juga melalui media elektronik seperti radio dan televisi. Mayang Taurai Bordir Toko harus lebih efisien dalam harga kain songket yang dijual.

Daftar Pustaka

- Assauri Sofyan. 2008. Manajemen Pemasaran, edisi pertama, edisi kesembilan. Jakarta: Raja Grafindo
- David, Fred R. 2009. Manajemen Strategis, edisi kelima belas, Jakarta: Salemba Empat
- Kaplan, Norton. 2010. Eksekusi Premium. Jakarta: Ufuk Timur
- Kismono. 2011. Metode Penelitian Bisnis, Jakarta: Alfabeta
- Kotler, Keller. 2008. Manajemen pemasaran. Ketigabelas edisi volume satu, Jakarta: Erlangga
- Kotler, P & Armstrong. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhalindo
- Kotler Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhalindo
- Rangkuti Freddy. 2010. SWOT Analisis Bisnis Kasus Bedah Teknik, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Swasta Basu. 2002. Prinsip Pemasaran, Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono. 2000. Prinsip dan Dinamika Pemasaran, Yogyakarta: j & j Belajar
- Husein Umar. 2002, struktur manajemen dalam tindakan. Jakarta: Gramedia Utama