

Manajemen Strategi dengan Pendekatan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Daya Saing di Pasar Bunga Lokal (Studi kasus pada: UMKM Buciso Florist)

Leoni Frissillia Putri¹, Naufal Sinatria²

Program Studi S1 Akuntansi, Universitas Aisyah Pringsewu
e-mail: leoniputri220802@gmail.com

ABSTRAK

UMKM dapat didefinisikan berdasarkan beberapa kriteria yang berbeda, yang dapat mencakup jumlah karyawan, jumlah penjualan atau pendapatan, dan/atau jumlah aset atau modal yang dimiliki bisnis. Perubahan dalam dunia usaha merupakan hal yang lazim dan menjadi suatu tantangan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya. Sehingga diperlukan analisa pasar untuk mengubah manajemen strategi. Seperti halnya yang dihadapi UMKM Buciso Florist yang sedang mengalami dinamika persaingan bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Setelah dilakukan observasi, peneliti menemukan branding yang kuat pada UMKM Buciso Florist, namun persaingan bisnis pada daerah pemasaran semakin ketat, sehingga diperlukan manajemen strategi yang baik untuk keberlangsungan jangka panjang UMKM. Analisis SWOT digunakan dalam mengimplementasikan strategi dan sebagai instrumen penyelesaian.

Kata Kunci: Manajemen Strategi; Analisis SWOT; Daya Saing.

ABSTRACT

MSMEs can be defined based on several different criteria, which may include the number of employees, the amount of sales or revenue, and/or the amount of assets or capital the business has. Changes in the business world are commonplace and become a challenge for business people in developing their business. So market analysis is needed to change strategic management. Just like what is faced by Buciso Florist MSMEs which are currently experiencing the dynamics of business competition. This research uses a descriptive qualitative approach based on the philosophy of postpositivism to examine the condition of natural objects where the researcher is the key instrument. After conducting observations, researchers found strong branding at Buciso Florist MSMEs, but business competition in the marketing area is getting tighter, so good strategic management is needed for the long-term sustainability of MSMEs. SWOT analysis is used in implementing strategies and as a resolution instrument

Keywords : Strategy Management; SWOT Analysis; Competitiveness.

PENDAHULUAN

UMKM dapat didefinisikan berdasarkan beberapa kriteria yang berbeda, yang dapat mencakup jumlah karyawan, jumlah penjualan atau pendapatan, dan/atau jumlah aset atau modal yang dimiliki bisnis. Standar klasifikasi untuk setiap kriteria juga dapat berbeda sesuai dengan sektor atau industri mana bisnis beroperasi. Karena itu, ekonomi dapat menggunakan kombinasi kriteria, dan berbagai standar untuk memenuhi kriteria tersebut, untuk menentukan apakah suatu perusahaan tertentu diklasifikasikan sebagai UMKM. Berbagai lembaga dalam suatu ekonomi juga mungkin berguna untuk mendefinisikan UMKM secara berbeda untuk mengimplementasikan berbagai inisiatif yang diarahkan untuk UMKM.

Ariyanto dkk. (2021) menyebutkan bahwa UMKM adalah suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh orang pribadi maupun badan usaha yang lingkungannya kecil maupun mikro.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM) bulan Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07 persen atau senilai Rp8.573,89 Triliun. UMKM mampu menyerap 97 persen dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42 persen dari total investasi di Indonesia

Perubahan dalam dunia usaha merupakan hal yang lazim dan menjadi suatu tantangan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya. Sehingga diperlukan analisa pasar untuk mengubah manajemen strategi. Seperti halnya yang dihadapi UMKM Buciso Florist.

UMKM Buciso Florist merupakan usaha yang bergerak pada bidang floristik, dengan nama pemilik "Arseyla Arinda Himawan", beralamatkan di Jl. Ahmad Yani, Desa Tambahsari, Pekon Tambahrejo Barat,

Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu. Pemilik usaha Bucis Florist sudah berdiri sejak febuari 2024. Dan sudah memiliki 3 tempat usaha di daerah pringsewu. Buciso Florist menawarkan produk yang dijual berupa buket bunga segar dan imitasi.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, peneliti mendapatkan suatu permasalahan dalam UMKM Buciso Florist. Pemasaran yang digunakan Buciso Florist sudah tepat yaitu dengan memanfaatkan platform media sosial instagram dalam memasarkan produknya, dengan membuat konten-konten menarik dan mendapatkan followers serta like yang cenderung tinggi.

Perkembangan media sosial saat ini memberikan kemudahan untuk masyarakat dalam melihat dan mengetahui informasi secara *online* (D. N. Sari & Basit, 2020). Namun, hal ini menjadi suatu hambatan bagi UMKM Buciso Florist karena berdampak pada pembukaan usaha di daerah pemasaran, harga design dan mekanisme penjualan yang sama. Adanya permasalahan tersebut, diperlukan manajemen strategi yang baik dengan melalui pendekatan analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing.

Menurut Setiawati (2020), manajemen strategi adalah sekumpulan keputusan dan tindakan manajer yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan keberhasilan organisasi dengan melihat keadaan saat ini, merumuskan dan menentukan kinerja masa depan, dan kemudian menerapkan dan mengevaluasinya.

Menurut Romadhon dkk. (2021), analisis SWOT adalah identifikasi beberapa faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang digunakan untuk mengevaluasi Strengths (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), opportunities (Peluang) dan Threat (Ancaman) dalam suatu proyek atau usaha. SWOT menurut Sutojo dan Kleinsteuber (2022:8) adalah suatu upaya untuk menentukan tujuan usaha yang realistis dan sesuai dengan kondisi perusahaan, oleh karena itu diharapkan tujuan tersebut dapat dengan mudah tercapai.

Untuk meningkatkan daya saing dan menghadapi persaingan pasar, manajemen strategi yang tepat menjadi krusial untuk meningkatkan daya saing dan memastikan keberlangsungan bisnis. Dengan menggunakan analisis ini, UMKM dapat mengevaluasi posisi bisnisnya dan merumuskan strategi pemasaran

yang sesuai. Hal ini akan membantu UMKM untuk bertahan dan mempertahankan pangsa pasar mereka dengan lebih efektif, dengan memanfaatkan kekuatan internal mereka dan mengatasi tantangan eksternal yang ada.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2022), metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Sedangkan, Deskriptif menurut Sugiyono (2020:64), adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Dapat disimpulkan kualitatif deskriptif adalah suatu penelitian yang menjelaskan atau mendeskripsikan apa yang ada di lapangan.

Penelitian ini terlibat interaksi secara langsung dengan subjek lingkungan yang diteliti. Lokasi penelitian berada di, Jl. Ahmad Yani, Desa Tambahsari, Pekon Tambahrejo Barat, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu. Penelitian ini berlangsung sejak 15 Juni 2024. Data penelitian diperoleh secara langsung dengan narasumber yang akan diteliti (pemilik UMKM), melalui proses wawancara dengan mempersiapkan sejumlah pertanyaan dan studi pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha mikro kecil di Desa Tambahsari menawarkan peluang bisnis yang menjanjikan berkat pertumbuhan ekonomi yang solid, penambahan penduduk, dan permintaan yang terus meningkat. UMKM Buciso Florist di Desa tersebut merupakan contoh yang sukses dalam bidang perdagangan, dengan keunggulan lokasi yang strategis dan branding yang menarik.

Namun Buciso Florist juga menghadapi tantangan seperti persaingan dari kompetitor sejenis dan persaingan produk yang luas dipasar. Oleh karena itu, perlu adanya strategi bisnis yang efektif untuk mengatasi tantangan ini, baik dengan meminimalkan dampak negatif maupun mengantisipasi ancaman di masa depan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi bisnis yang tepat bagi UMKM Buciso Florist dalam menghadapi persaingan bisnis, dengan menggunakan analisis SWOT sebagai alat utama. Strategi bisnis yang terencana akan membantu UMKM dalam mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang serta mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pemilik UMKM lainnya dalam merancang strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan menghadapi tantangan di pasar yang kompetitif.

Kondisi Pasar

Kondisi pasar UMKM Buciso Florist saat ini sedang mengalami dinamika persaingan bisnis, dimana banyaknya sejumlah usaha yang sama disekitar daerah pemasaran semakin ketat. Oleh karena itu diperlukan strategi manajemen yang baik demi keberlanjutan jangka panjang usaha tersebut.

Managemen Strategi

Manajemen berasal dari kata to manage yang berarti mengelola, pengelolaan dilakukan melalui proses dan dikelola berdasarkan urutan dan fungsi manajemen itu sendiri. Menurut Winardi manajemen merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan, perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan manusia serta sumber-sumber lain (DR. Ir. AHMAD, AC, ST, MM:2020)

Menurut Setiadi dan Sutanto (2021:61), Analisis SWOT adalah proses di mana tim manajemen mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang akan memengaruhi kinerja perusahaan di masa depan. Manajemen strategis merupakan bagian integral dari bidang manajemen yang bertujuan untuk memberdayakan semua sumber daya perusahaan atau organisasi secara sistematis dan komprehensif untuk mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan. Ini melibatkan respons terhadap perubahan dan dinamika baik dari internal maupun eksternal organisasi, dengan langkah-langkah penyesuaian yang diperlukan

untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Widayanto, 2020). Menurut Setiawati (2020), manajemen strategi adalah sekumpulan keputusan dan tindakan manajer yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan keberhasilan organisasi dengan melihat keadaan saat ini, merumuskan dan menentukan kinerja masa depan, dan kemudian menerapkan dan mengevaluasinya.

Tujuan Managemen Strategi

Adanya penerapan manajemen strategi pasti akan ada sebab dan tujuannya, hal ini sesuai dengan pernyataan, (Fadhli, 2020). Tujuannya adalah untuk membuat pilihan yang mempengaruhi keunggulan organisasi. Menurut pendapat ini, manajemen strategi merupakan bagian dari pengetahuan dan merupakan seni untuk mencapai tujuan organisasi melalui perumusan, implementasi, dan evaluasi.

Daya Saing

Daya saing merupakan suatu upaya yang harus dilakukan oleh pelaku usaha/ekonomi agar tetap eksis dalam menjalankan kegiatannya (Sulistiyani et al., 2020). Daya saing adalah kemampuan suatu entitas, seperti perusahaan, produk, atau negara, untuk bersaing dalam pasar dengan produk atau layanan yang serupa dari suatu entitas lain. Daya saing mencakup berbagai faktor seperti harga, kualitas, inovasi, efisiensi produksi, distribusi, pemasaran, dan kemampuan untuk menanggapi perubahan pasar dan kebutuhan konsumen

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (strengths) dan kelemahan-kelemahan (weaknesses) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (opportunities) serta ancaman-ancaman (threats) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi organisasi (Fajar Nur'aini Df: 2016) .

UMKM Buciso Florist merupakan usaha yang cukup dikenal di kalangan masyarakat pringsewu dikarenakan branding pemasarannya yang menarik dan mendapatkan sejumlah followers yang cukup tinggi di media sosialnya. Adanya persaingan pasar semakin ketat, UMKM Buciso Florist cukup terpengaruh karena

semakin banyaknya pembukaan usaha di sekitar daerah pemaasaran. Berkelanjutannya UMKM ini tergantung dengan strategi manajemen. Oleh karena itu UMKM Buciso Florist memerlukan pendekatan analisis SWOT dalam menghadapi dinamika pasar. Berikut adalah analisis SWOT pada UMKM Buciso Florist.

1. Kekuatan (Strengths):

Kekuatan adalah aspek-aspek positif internal yang membedakan Buciso Florist dari pesaingnya. Contoh kekuatan yang bisa dimiliki Buciso Florist meliputi:

- a. Kualitas produk yang tinggi dan konsisten.
- b. Keahlian dalam desain dan aransemen bunga yang menarik.
- c. Pelayanan pelanggan yang baik dan responsif.
- d. Lokasi yang strategis
- e. Branding yang kuat di komunitas lokal.

2. Kelemahan (Weaknesses):

Kelemahan adalah faktor-faktor internal yang dapat menghambat kinerja atau pertumbuhan Buciso Florist. Beberapa contoh kelemahan yang mungkin dialami UMKM ini adalah:

- a. Tergantung pada pasokan bunga segar yang dapat membatasi ketersediaan produk.
- b. Kapasitas produksi yang terbatas yang mungkin membatasi kemampuan untuk menanggapi permintaan yang tinggi.
- c. Keterbatasan dalam sumber daya manusia atau keterampilan yang spesifik.
- d. Fresh flowers yang cenderung cepat layu (tidak bertahan lama)

3. Peluang (Opportunities):

Peluang adalah faktor-faktor eksternal yang bisa dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan dan keberhasilan Buciso Florist. Beberapa peluang untuk UMKM ini mungkin termasuk:

- a. Meningkatnya permintaan untuk pengaturan bunga untuk acara khusus seperti pernikahan, ulang tahun, atau acara korporat.
- b. Potensi untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform e-commerce atau kerja sama dengan toko-toko online.

- c. Perubahan tren konsumen menuju produk lokal dan bunga segar alih-alih impor.
- d. Karena followersnya banyak maka peluang untuk memasarkan produk akan menjadi semakin mudah dilihat pelanggan.

4. Ancaman (Threats):

Ancaman adalah faktor-faktor eksternal yang bisa mengganggu atau mengancam kinerja bisnis Buciso Florist. Beberapa contoh ancaman yang mungkin dihadapi UMKM ini termasuk:

- a. Persaingan yang intensif dari florist lain baik secara lokal maupun online.
- b. Fluktuasi harga bahan baku dan biaya operasional yang dapat mempengaruhi profitabilitas.
- c. Risiko pasar terkait dengan ketidakpastian ekonomi atau perubahan dalam preferensi konsumen.

Analisis Strategi

Dari hasil analisis yang telah dilakukan pada UMKM maka didapatkan Berikut adalah strategi yang tepat diterapkan oleh UMKM Buciso Florist berdasarkan analisis SWOT:

- a. Pemanfaatan Media Sosial: Memanfaatkan platform media sosial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan promosi produk Buciso Florist.
- b. Fokus pada Kualitas Produk: Memastikan kualitas produk yang tinggi dan konsisten untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.
- c. Kerja Sama dengan UMKM Sejenis: Membangun kemitraan strategis dengan UMKM florist lainnya untuk melakukan promosi bersama dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.

Matriks SWOT

Matriks swot adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Setelah mengetahui kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dari UMKM Buciso Florist, langkah selanjutnya adalah menyusun matriks SWOT dan merumuskan strategi berdasarkan

empat tipe strategi yang muncul dari matriks tersebut.

1. Strengths-Opportunities (SO)

Strategi SO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Fajar Nur'aini Df:2016). Meluncurkan produk- produk inovatif berdasarkan tren terbaru di pasar bunga.

- a. Memanfaatkan branding yang kuat untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform e-commerce: Buciso Florist dapat memanfaatkan reputasi baiknya di komunitas lokal untuk mengembangkan kehadirannya secara online melalui platform e-commerce, menjangkau pelanggan yang lebih luas di luar area fisik mereka.
- b. Menggunakan keahlian dalam desain untuk menanggapi meningkatnya permintaan akan pengaturan bunga untuk acara khusus: Dengan fokus pada desain yang menarik dan unik, Buciso Florist dapat menghasilkan produk inovatif yang sesuai dengan tren terbaru di pasar bunga, seperti acara pernikahan atau ulang tahun.

2. Weaknees- Opportunities (WO)

Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada (Fajar Nur'aini Df:2016).

- a. Mengatasi keterbatasan dalam pasokan dan kapasitas produksi dengan kerja sama dengan penyedia bunga lokal yang handal: Buciso Florist dapat meningkatkan ketersediaan produk dengan menjalin kemitraan strategis dengan penyedia bunga lokal, sehingga dapat menanggapi permintaan yang meningkat dengan lebih baik.
- b. Meningkatkan kapasitas produksi dengan mengatasi keterbatasan sumber daya manusia atau keterampilan yang spesifik: Melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan, Buciso Florist dapat memperluas kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan yang tumbuh dari acara khusus.

3. Strengths-Thread (ST)

Strategi ST adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman (Fajar Nur'aini Df: 2016).

- a. Menjaga kualitas produk dan layanan agar tetap unggul di tengah persaingan yang ketat dari florist lokal maupun nasional: Dengan fokus pada kualitas yang tinggi dan konsisten, Buciso Florist dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan mengungguli pesaing di pasar yang kompetitif.
- b. Menjaga responsivitas terhadap perubahan dalam harga bahan baku dan biaya operasional untuk mempertahankan profitabilitas: Buciso Florist perlu melakukan analisis biaya secara rutin dan menyesuaikan strategi harga untuk mengimbangi fluktuasi biaya operasional yang mungkin terjadi.

4. Weaknees-Thread (WT)

Strategi WT adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Fajar Nur'aini Df: 2016).

- a. Memperkuat hubungan dengan pemasok bunga segar untuk mengatasi ketidakpastian pasokan: Dengan menjalin hubungan yang lebih erat dengan pemasok bunga segar, Buciso Florist dapat mengurangi risiko terhadap fluktuasi pasokan dan memastikan ketersediaan produk yang stabil.
- b. Menyusun strategi cadangan untuk mengurangi dampak fluktuasi harga bahan baku: Buciso Florist dapat mengembangkan strategi cadangan, seperti kontrak jangka panjang dengan pemasok atau diversifikasi sumber pasokan, untuk mengurangi risiko fluktuasi harga bahan baku.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, Buciso Florist dapat memaksimalkan potensi kekuatan internalnya untuk mengambil peluang eksternal yang ada, serta mengatasi atau meminimalkan tantangan yang dihadapi oleh bisnis mereka.

SIMPULAN

Manajemen strategi dengan pendekatan analisis SWOT telah membantu UMKM Buciso Florist mengidentifikasi kekuatan internal seperti kualitas produk unggul dan branding lokal yang kuat. Strategi yang diimplementasikan meliputi pemanfaatan media sosial untuk memperluas pemasaran, fokus pada peningkatan kualitas produk, dan kerja sama dengan UMKM sejenis untuk meningkatkan eksposur pasar. Dengan pendekatan ini, Buciso Florist dapat meningkatkan daya saingnya di pasar bunga lokal, mengoptimalkan potensi keunggulan internal, dan mengatasi tantangan yang dihadapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A., & Dkk. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi. In *Insan Cendekia Mandiri (Issue Ciastech)*.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Bandung: Media Pustaka.
- Devi Ayu Kusmiati^{1*}, Heidy Arviani², Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Produk Mynitro Pt Widya Inovasi Indonesia – Widya Robotics, : *Jurnal Manajemen* Vol. 17 No.
- Fadhli, M. (2020). Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan. In *Continuous Education : Journal of Science and Research*, 1(1).
- Fatimah. F. (2016). *Teknik Analisis. Anak Hebat Indonesia*. Bandung
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23–36.
- Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir : Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(1), 57–66.
- Sugiyono, 2022 .*Metode Penelitian Kulitatif* 2022:134-142
- Sugiono. 2020. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Aksara.
- Sulistiyani, A. P. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31-39.
- Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir : Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(1), 57–66. <https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i01.31>
- Widayanto, M. T. (2020). Analisis Penerapan Manajemen Strategik dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(3), 173.
- Widayanto, M. T. (2020). Analisis Penerapan Manajemen Strategik dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(3).