

ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA HARIAN FAJAR DI MAKASSAR

Sudirman

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Makassar
Jalan Toddopuli Raya Timur No. 14 (Jalan Borong Raya No. 4) Makassar

Abstract: Harian Fajar is one of the companies engaged in the mass media, in conducting its activities are faced with tough competition today in the print media world. Activities are no less importance than the search and presentation of news are quality sales and promotional activities as well, this is due to the sale of the newspaper as a product of the company's print media would be a size that the product is accepted or not by the public. Research results by using the matrix approach allows the Harian Fajar exploit as fully as possible the strength factors that he has and simultaneously seeks to eliminate or at least reduce the negative impact of the various weaknesses. Harian Fajar has a potential market share in Makassar and Sumatra region in general. From the result of SWOT analysis obtained fthat the position of growth (growth) located in quadrant I, it means that Harian Fajar still has an opportunity. Thus suggested that improving customer service systems such as providing convenience for customers by providing a subscribe form on the website or certain places that have become corporate relations, facilitate customer complaint grievance procedures as an example to provide a special line to complaints some complaints for 24 hours.

Kata kunci: analisis SWOT, strategi pemasaran

PENDAHULUAN

Sesuai dengan pesatnya pembangunan ekonomi di segala bidang, maka perusahaan dituntut untuk tumbuh dan berkembang lebih maju untuk mencari peluang dalam meningkatkan pangsa pasar. Agar mampu memantapkan posisi pasar serta kemampuan bersaing dalam dunia usaha, maka perusahaan harus dapat menafsirkan keinginan dan kebutuhan konsumen yang dikombinasikan dengan data pasar, seperti lokasi konsumen, jumlah maupun selera konsumen serta perilakunya. (Swastha,10,1983).

Analisa pasar merupakan dasar yang efektif dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran. Hal ini dapat dipahami karena perilaku konsumen berubah sangat cepat akibat pengaruh pasar dan meningkatnya persaingan global, sehingga memaksa banyaknya perusahaan untuk menempatkan strategi baru guna memperoleh ke-

unggulan bersaing. Untuk itu perusahaan diharapkan mampu menempatkan strategi pemasaran guna memenangkan persaingan, baik melalui pemberian informasi maupun meningkatkan pelayanan kepada masyarakat luas, sehingga volume penjualan produk dapat meningkat sebagaimana yang diharapkan.

Kenyataan tersebut dapat dipahami karena dalam kondisi pasar yang dinamis akan terjadi pesaingan ketat, sehingga jika perusahaan kurang mampu membaca situasi dan mengambil langkah tepat maka pangsa pasar bagi produknya akan terganggu. Untuk itu analisis pasar terutama menyangkut perilaku konsumen terhadap produk yang dijual memegang peranan yang sangat penting dalam usaha mengetahui sejauh mana potensi pasar dapat dimanfaatkan, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan berkaitan dengan penentuan strategi pemasaran sebagai usaha meningkatkan keunggulan bersaing.

Harian Fajar merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang media massa, dalam melakukan penjualannya dihadapkan pada pesaing yang ikut juga dalam memasarkan media cetak. Kegiatan yang tidak kalah penting selain pencarian dan penyajian berita yang bermutu dalam perusahaan media cetak adalah kegiatan penjualan dan promosi, hal ini disebabkan karena penjualan koran sebagai produk dari perusahaan media cetak itu, akan menjadi suatu ukuran bahwa produk tersebut diterima atau tidak oleh masyarakat.

Menghadapi segala macam tantangan sekarang ini maka perusahaan harian fajar perlu mencari sesuatu solusi strategi yang tepat. Untuk menempatkan strategi pemasaran, maka perlu sesuatu pendekatan yang digunakan untuk menghadapi segala tantangan dan persaingan yaitu SWOT analisis. SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analisis merupakan alat untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman yang ada. Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang disebabkan oleh internal perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor yang disebabkan oleh eksternal perusahaan atau lingkungan eksternal. Jadi SWOT analisis dapat dijadikan instrumen yang ampuh dalam melakukan pemilihan strategi, dan kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para pengambil keputusan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang dan sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dari luar.

Perubahan situasi ekonomi sekarang ini memungkinkan bagi suatu organisasi/perusahaan melakukan serangkaian strategi untuk mempertahankan perusahaan agar tetap bisa bertahan. Selain itu pula, persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan perlu menentukan strategi apa yang akan diambil agar memenangkan persaingan tersebut. Perlu diketahui bahwa strategi itu merupakan sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran), karena suatu perusahaan pada prinsipnya dipengaruhi oleh dua lingkungan yang berbeda yaitu lingkungan eksternal dan ling-

kungan internal, sehingga diperlukan suatu strategi yang baik untuk menghadapi segala tantangan yang mungkin terjadi dari kedua lingkungan tersebut. Semakin besar suatu unit kegiatan bisnis, maka makin kompleks pula bentuk, jenis dan sifat interaksi yang terjadi menghadapi kedua jenis lingkungan tersebut dan era globalisasi persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global, untuk memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan (Supranto, 2, 2001).

Dilihat dari perkembangannya, pemasaran dari waktu ke waktu terus mengalami perubahan. Alasan lain menurut (Rahmady) (2004, 45) dalam manajemen pemasaran mempunyai 3 tahap strategi *marketing* yaitu: memilih konsumen yang dituju, mengidentifikasi keinginan konsumen, dan menentukan *marketing mix*.

Dapatlah diketahui bahwa tujuan strategi pemasaran sebenarnya untuk mengurangi pengaruh ketidakpastian serta berbagai perubahan yang kemungkinan terjadi pada waktu yang akan datang, mengarahkan perhatian pada tujuan, memperingan biaya, dan merupakan sarana untuk mengadakan evaluasi serta pengawasan (Sumawirhadja, 84, 2000).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah penerapan analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran pada Harian Fajar di Makassar?

METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data

- Observasi yaitu mengadakan pengamatan secara langsung kelokasi penelitian untuk melihat kegiatan perusahaan.
- Library research* (penelitian kepustakaan) yaitu yang berhubungan dengan teoritis sesuai dengan permasalahan yaitu manfaat strategi *marketing* untuk mendapatkan teori dan pengetahuan yang akan dipergunakan dalam menganalisis dan memecahkan masalah yang dihadapi oleh lembaga.

Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan adalah: (a) mengidentifikasi kekuatan yang ada diperusahaan dengan cara observasi; (b) menganalisa berbagai macam bentuk yang mungkin menjadi ancaman bagi perusahaan.

Setelah mengumpulkan semua informasi yang ada, yakni mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang sekaligus ancaman yang ada pada perusahaan. Tahap selanjutnya adalah menggunakan informasi tersebut dengan menggunakan metode matrik SWOT.

Matrik internal-eksternal adalah suatu alat yang menggunakan ukuran internal perusahaan dan eksternal perusahaan yang dihadapi. Tujuan penggunaan alat ini adalah untuk mengetahui dimana posisi perusahaan dan strategi apa yang harus dilakukan.

Tabel 1. Matrik Internal-Eksternal

	Kuat	Rata-rata	Lemah
Besar	I	II	III
Medium	IV	V	VI
Rendah	VII	VIII	IX

Sumber: Rangkuti, 2000

Keterangan :

- Strategi pertumbuhan yang merupakan kekuatan perusahaan itu sendiri (sel I, II, dan sel V) atau upaya diverifikasi (sel VII dan VIII)
- Strategi stabilitas (sel IV) adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan
- Strategi penciutan (sel III, VI, dan IX) adalah usaha memperkecil usaha yang dilakukan perusahaan.

Matrik SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi sebagaimana dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Matrik SWOT

	Internal	Kekuatan Tentukan faktor kekuatan internal	Kelemahan Tentukan faktor kelemahan internal
Eksternal Peluang		Strategi SO	Strategi WO
Tentukan faktor peluang eksternal		Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman		Strategi ST	Strategi WT
Tentukan faktor ancaman eksternal		Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan ancaman

Sumber: Rangkuti, 2000.

Strategi SO merupakan strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

Strategi WO merupakan strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.

Strategi WT adalah strategi yang didasarkan pada kegiatan perusahaan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Harian Fajar merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa periklanan dan informasi, menghadapi segala macam tantangan dan persaingan sekarang ini, Harian Fajar perlu mencari solusi strategi yang tepat atau paling tidak strategi yang diterapkan sekarang ini berada pada tingkatan yang mana untuk mengetahui sejauh mana strategi yang diguna-

kan oleh perusahaan tersebut. Untuk itu diperlukan pendekatan yang digunakan untuk menghadapi segala tantangan dan persaingan yaitu Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang merupakan alat untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan merupakan faktor yang disebabkan oleh internal perusahaan sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal perusahaan Surat Kabar Harian Fajar atau Lingkungan luar perusahaan. Keadaan perekonomian pada waktu sekarang dan di masa yang akan datang dapat mempengaruhi keberuntungan dalam strategi perusahaan. Perubahan ekonomi yang fleksibel saat ini dapat membantu dan menghambat upaya mencapai tujuan perusahaan yang menyebabkan keberhasilan atau kegagalan strategi perusahaan.

Menghadapi era otonomi daerah saat ini memberikan kesempatan atau peluang yang sangat menguntungkan bagi dunia usaha khususnya layanan jasa periklanan dan informasi yang tepat, tetapi dalam melakukan aktivitasnya Surat Kabar Harian Fajar menghadapi berbagai tantangan terutama dari faktor pesaing dan perilaku konsumen dalam memilih surat kabar yang ditawarkan.

Secara garis besar permasalahan dalam persaingan Surat Kabar Harian Fajar dapat dikelompokkan menjadi keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Faktor eksternal dari sisi ancaman

1. Perusahaan lokal banyak bermunculan;
2. Pada perusahaan Harian Fajar mempunyai keterbatasan pada bahan baku kertas pada umumnya, karena pada bahan baku utama untuk mencetak sebuah surat kabar adalah kertas;
3. Ketidakstabilan bahan solar mengakibatkan proses produksi terganggu;
4. Munculnya kemajuan teknologi informasi;
5. Masuknya peredaran koran nasional yang diproduksi di daerah lain ke wilayah Sulawesi khususnya Sulawesi Selatan;
6. Pemerintah memberikan izin atau undang-undang tentang pers atau kejournalistik, dengan dikeluarkannya UU pemerintah berharap agar pihak yang diberikan kewenangan dapat menggunakan atau menjalankannya dengan sedemikian rupa.

Faktor eksternal dari sisi peluang

- 1) Pemerintah memberikan izin atau undang-undang tentang pers atau kejournalistik;
- 2) Dengan meningkat atau tumbuhnya penduduk, meningkat pula minat baca;
- 3) Membaiknya jalan memberikan kemudahan bagi masyarakat pedesaan untuk dapat membeli produk koran;
- 4) Membuat inovasi baru seiring dengan kemajuan teknologi;
- 5) Munculnya kemajuan teknologi informasi;
- 6) Masyarakat pada umumnya ingin mengetahui perekonomian lewat media koran;
- 7) Lingkungan sekitar perusahaan bersih dan terpelihara dengan baik sehingga menimbulkan suasana nyaman.

Faktor internal dari sisi kekuatan

1. Visi dan misi jelas;
2. Perusahaan mengeluarkan atau mengembangkan produk lini baru untuk konsumen yang lebih luas;
3. Menerima klaim dari pelanggan dengan baik, apabila ada keterlambatan dalam pengiriman koran;
4. Sumber keuangan kuat;
5. Keahlian atau kemampuan bersaingnya baik;
6. Perusahaan sebagai *market leader*;
7. Teknologin maju dan unggul dibandingkan dengan pesaing;
8. Biaya produk relatif rendah sehingga perusahaan mempunyai manfaat biaya;
9. Manajemen dapat diandalkan;
10. Perusahaan menjalin hubungan yang baik dengan lembaga keuangan, instansi pemerintah, dan swasta;
11. Mampu menyusun strategi yang dilaksanakan;
12. Kehadirannya ditengah-tengah masyarakat sangat diterima/menguasai pangsa pasar;
13. *Jobs station*-nya jelas;
14. Perusahaan berbentuk perseroan go publik;
15. Mempunyai rublik khusus yang bertema khas daerah;
16. Promosi baik dan selalu diadakan pada *event* tertentu.

Faktor internal dari sisi kelemahan

1. Terdapat perampangan produk, ukuran yang lebih kecil tetapi kualitas dan isi yang efisien;