

## **Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Mini Market Luthfi Mart dan Komputer**

**Ramdhani Bayu Putra<sup>1</sup>, Jevha Tri Angga Putra<sup>2</sup>, Cindy Aprilia<sup>3</sup>, Yesica Julia Putri<sup>4</sup>,  
Raihan Nasyid<sup>5</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5</sup> Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang,  
Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Cindy Aprilia

**E-mail:** [indy.aprl20@gmail.com](mailto:indy.aprl20@gmail.com)

### **Abstrak**

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, untuk menyusun IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary). Penelitian ini merupakan jenis kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode analisis SWOT yaitu analisis yang mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kepada Informan Kunci dan Informan Utama lutfhi Mart dan komputer. Pada strategi stabilitas, strategi yang diterapkan meningkatkan kualitas produk, mempertahankan harga dan ketersediaan produk yang ada, mengembangkan promosi dengan memanfaatkan teknologi yang lebih canggih. Hasil dari analisis SWOT Lutfhi Mart dan Komputer ini mempunyai strategi pertama yaitu strategi S-O dimana strategi ini memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk meraih peluang yang ada pada lingkungan luar, guna memperoleh keuntungan bagi perusahaan, berikut beberapa strateginya, kelengkapan produk tetap dijaga, memanfaatkan lokasi yang strategis untuk membuka cabang serta menarik konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan.*

**Kata kunci** - Strategi Pemasaran, Digital Marketing, E-Commerce

### **Abstract**

*The aim of this research is to determine strengths, weaknesses, opportunities, threats, to prepare IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary). This research is a descriptive qualitative type using the SWOT analysis method, namely analysis that identifies internal and external business factors. Data collection was carried out through interviews with Key Informants and Key Informants at Lutfhi Mart and computers. In the stability strategy, the strategy implemented is to improve product quality, maintain prices and availability of existing products, develop promotions by utilizing more sophisticated technology. The results of the SWOT analysis of Lutfhi Mart and Computer have the first strategy, namely the S-O strategy, where this strategy utilizes the company's strengths to seize opportunities that exist in the external environment, in order to gain profits for the company, here are several strategies, product completeness is maintained, utilizing strategic locations to opening branches and attracting consumers, improving service quality.*

**Keywords** - Marketing Strategy, Digital Marketing, E-Commerce

## **PENDAHULUAN**

Strategi pemasaran adalah bentuk perencanaan yang ditemukan di bidang pemasaran. Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain. Dalam arti yang lebih luas, pemasaran berusaha untuk memperoleh tanggapan terhadap suatu penawaran.

Pemasaran adalah salah satu lini penting dalam bisnis, bagaimana sebuah produk diperkenalkan hingga didistribusikan hingga sampai pada tangan konsumen adalah salah satu tugas dari bagian pemasaran, saat ini terdapat banyak metode dan cara yang bisa digunakan untuk memasarkan suatu produk barang atau jasa, tetapi seiring dengan perkembangan zaman para pemasar pun harus mengubah pola dan strategi pemasaran supaya tetap mampu mengikuti perkembangan jaman dan mampu bersaing di pasar bebas dengan para pesaingnya, salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi pemasaran digital untuk melengkapi taktik pemasaran konvensional yang telah ada.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Dalam strategi pemasaran ada dasar tindakan yang mengarah pada kegiatan pemasaran dari suatu perusahaan dalam kondisi persaingan lingkungan yang selalu berubah- ubah dengan harapan dapat mencapai tujuan. sebelum suatu perusahaan menetapkan suatu strategi pemasaran yang akan dipakai, terlebih dahulu harus melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya dipasar tersebut. Tujuannya agar dapat ditentukan kegiatan pemasaran apa yang cocok untuk diterapkan

Minimarket telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern. Kemudahan dan kecepatan belanja menjadi daya tarik utama minimarket dibanding dengan toko tradisional. Namun, persaingan di industri minimarket semakin ketat. Oleh karena itu analisis SWOT diperlukan untuk membantu minimarket Lutfi Mart dan Komputer dalam meningkatkan daya saingnya. Kegiatan wawancara ini merupakan salah satu tugas lapangan untuk mata kuliah MANAJEMEN STRATEGIS yang bertujuan untuk memperoleh informasi dan pengetahuan seputar usaha minimarket Lutfi Mart dan Komputer di daerah Lubuk Begalung, kota Padang. Untuk itu kami melakukan wawancara guna mendapat informasi dari sumbernya langsung yaitu pemilik minimarket Lutfi Mart dan Komputer yang berada di Jl. Raya Lubuk Begalung, Lubuk Begalung nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat.

Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan sistem dimana pembeli mengambil sendiri barang - barang yang mereka butuhkan dari rak-rak minimarket dan membayarnya di meja mesin kasir menggunakan point of sale. Tetapi berbeda pada barang-barang kelengkapan komputer, dimana konsumen tidak mengambil barang-barang langsung yang mereka butuhkan. Untuk barang kelengkapan komputer ada pegawai tersendiri untuk melayani konsumen sehingga konsumen dapat bertanya langsung dan dilayani dengan baik apa yang konsumen butuhkan.

Dengan terlaksananya kegiatan wawancara ini, maka penulis berharap telah memenuhi tugas mata kuliah Manajemen Strategis dengan harapan penulis mendapatkan nilai yang baik. Serta bermanfaat untuk semua pihak.

## **METODE**

Untuk mencapai tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini digunakan beberapa Langkah:

1. Survei Tempat

Tahapan awal yaitu survei tempat, dalam merencanakan suatu kegiatan perencanaan kerja dimana dengan survei lokasi tersebut kami dapat mengetahui letak keadaan tempat dan lingkungan tersebut.

2. Mencari Informasi tentang Usaha Minimarket Luthfi Mart dan Komputer  
Informasi ini untuk menambah wawasan kami dan memperbaharui pengetahuan dan sebagai bahan beropini, dan untuk mengumpulkan data kami melakukan sesi pertanyaan kepada pemilik usaha toko tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Minimarket adalah sebuah jenis usaha yang menggabungkan antara konsep swalayan dalam skala kecil dengan target pasar yang sama dengan target pasar tradisional. Pertumbuhan minimarket kian hari makin pesat di Indonesia khususnya kota Padang yang kini menjadi sasaran empuk bagi para pebisnis lokal. Minimarket Luthfi Mart dan Komputer adalah minimarket perorangan yang dikelola secara pribadi merupakan perusahaan yang berkecimpung dalam aktivitas bisnis makanan dan berbagai macam kebutuhan keseharian, serta berbagai kelengkapan dan alat komputer. Minimarket Luthfimart memiliki fasilitas yang cukup lengkap layaknya minimarket sejenis.

Minimarket Luthfi Mart dan Komputer sudah berdiri sejak tahun 2022 yang berlokasi di Lubuk Begalung, Padang, Sumatera Barat. Toko Luthfi Mart dan Komputer adalah toko yang menawarkan berbagai macam kebutuhan pokok dan sehari – hari dalam skala kecil. Tetapi, pada toko luthhimart tergolong lengkap yang menjual berbagai makanan dan minuman juga menjual peralatan sekolah hingga kebutuhan yang ada dirumah. Tak hanya itu, seperti namanya luthfi mart dan komputer ia menjual peralatan handphone dan komputer yang lengkap.

Saat mendirikan sebuah bisnis atau usaha perlunya memilih lokasi yang strategis dan dekat dengan masyarakat. Toko Luthfi Mart dan Komputer memiliki lokasi yang strategis yaitu di tepi jalan raya dan dekat dengan kampus UPI YPTK Padang. Itu artinya, mayoritas pelanggan toko Luthfi Mart dan Komputer adalah mahasiswa dan masyarakat sekitar.

Lingkungan Internal pada toko Luthfi Mart dan Komputer terdiri dari sumber daya manusia, produksi dan operasional perusahaan, pemasaran, pelayanan, dan teknologi yang digunakan. Luthfi Mart dan Komputer juga memiliki struktur organisasi yang sederhana namun mempunyai dampak yang bagus bagi toko Luthfi Mart dan Komputer dan karyawannya.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mulai dari melihat gambaran umum Luthfi Mart dan Komputer serta melihat visi dan misi Luthfi Mart sampai melihat dan mengetahui kondisi Luthfi Mart terkini, strategi yang telah ditempuh dan kinerja yang telah dicapai dapat diketahui beberapa faktor internal dan eksternal pada Luthfi Mart.

Lingkungan Eksternal adalah identifikasi faktor-faktor dalam merumuskan strategi dalam menghadapi ancaman dan peluang pada toko Luthfi Mart dan Komputer. Kemampuan toko untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi ancaman-ancaman yang dihadapi oleh toko Luthfi Mart berada pada kondisi menengah.

Beberapa faktor internal dan eksternal yang penting dapat diidentifikasi sebagai berikut:

**Tabel 1.**  
Nama Tabel

Faktor internal	Faktor eksternal
<b>Kekuatan (Strenght)</b> 1. Menyediakan produk yang lengkap dan berlabel halal. 2. Pelayanan yang ramah dan karyawan berseragam dan rapi. 3. Harga yang terjangkau. 4. Letak perusahaan lebih strategis. 5. Peluang untuk berkembang.	<b>Peluang (Opportunity)</b> 1. Menjadi tempat belanja yang modern. 2. Kepercayaan konsumen terhadap produk yang ada. 3. Di sekitar Luthfi Mart dan Komputer banyak pemukiman dan mahasiswa.

Kelemahan (Weakness)	Ancaman (Threat)
1. Kurangnya media promosi.	1. Banyaknya warung kelontong di sekitar Lutfhi Mart dan Komputer
2. Belum ada penerapan pembelian online.	2. Munculnya kompetitor baru yang sejenis
3. Tidak menyediakan barang grosir.	3. Jaraknya antar kompetitor yang terlalu dekat
	4. Permainan harga dari pesaing



Gambar 1.  
Lokasi Kegiatan

## KESIMPULAN

Dari hasil wawancara kami, dapat disimpulkan analisis SWOT telah menunjukkan bahwa minimarket memiliki beberapa kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai kesuksesan. Namun, minimarket juga memiliki beberapa kelemahan dan ancaman yang perlu diatasi. Setelah dianalisis dari hasil SWOT diatas Lutfhi Mart dan Komputer ini mempunyai strategi pertama yaitu strategi S-O dimana strategi ini memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk meraih peluang yang ada pada lingkungan luar, guna memperoleh keuntungan bagi perusahaan, berikut beberapa strateginya, kelengkapan produk tetap dijaga, memanfaatkan lokasi yang strategis untuk membuka cabang serta menarik konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada ibu dosen Program Studi Perencanaan dan Pengembangan SDM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia yang telah membantu untuk penulisan artikel ini. Serta pihak Lutfhi Mart dan Komputer yang telah membantu serta mendukung terlaksananya kegiatan PKM ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gesta Nabilla, A., Tuasela, A., & Tinggillmu Ekonomi Jambatan Bulan, S. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika. *Kritis*, 5(2), 1-1.
- Hutabarat, E. (2017). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan motor suzuki satria fu pada pt. sunindo varia motor gemilang medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3(1), 112-121.
- Muhammad Zaki, & Rosyadi. (2018). Novi Tri Hariyanti\_2018\_Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era modern\_VOL 15. *Manajemen dan Inovasi (MANOVA) Volume 1 Nomor 2, 1, 2.*
- Setiana, A. R. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PANGSA

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



PASAR (MARKET SHARE) DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT.  
*Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(1), 123-128.  
Yanti, I., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-13.