

**Analisis Strategi Pemasaran dengan Metode SWOT
untuk Meningkatkan Penjualan pada Era Endemi Covid-19
(Studi Kasus : Tasya Catering Banjarbaru)**

Ihya Mantasya Anantami¹, Hj. Farida Yulianti², Ervica Zamilah³

¹Program Studi Manajemen, 61101, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 19310507

²Program Studi Manajemen, 61101, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 1121076901

³Program Studi Manajemen, 61101, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 1130077601

E-mail: tsymantasya@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) kekuatan dan kelemahan dalam internal, eksternal lingkungan Tasya *Catering* Banjarbaru, (2) peluang dan ancaman dalam internal, eksternal lingkungan Tasya *Catering* Banjarbaru, (3) strategi pemasaran yang seharusnya digunakan oleh Tasya *Catering* Banjarbaru pada masa endemi Covid-19.

Rancangan penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dihasilkan melalui observasi langsung dan wawancara terhadap karyawan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka dan data dokumenter.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Terdapat 10 faktor kekuatan dan 5 faktor kelemahan serta terdapat 11 faktor peluang dan 7 faktor ancaman pada Tasya *Catering* Banjarbaru; (2) Hasil analisis SWOT pada strategi SO didapatkan 4 strategi yaitu memaksimalkan potensi *website* Tasya *Catering* Banjarbaru, melakukan pemasaran secara digital, membuat *e-catalog whatsapp business*, dan mengadakan paket promo; (3) Hasil analisis SWOT pada strategi ST didapatkan 2 strategi yaitu melakukan inovasi dan *update* menu mengikuti *trend*, dan memberikan edukasi kepada konsumen mengenai penipuan *online*; (4) Hasil analisis SWOT pada strategi WO didapatkan 3 strategi yaitu membuat paket *catering* harian, membuat jadwal pembuatan konten *social media*, dan menyediakan *frozen food*; (5) Hasil analisis SWOT pada strategi WT didapatkan strategi yaitu pembuatan SOP pelayanan Tasya *Catering* Banjarbaru.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran; Metode SWOT; Peningkatan Penjualan ;
Endemi Covid-19

REFERENSI

- Aisyah, N. (2022). "Endemi: Pengertian dan Perbedaannya dengan Pandemi-Epidemi." <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5962513/endemi-pengertian-dan-perbedaannya-dengan-pandemi-epidemi>.
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N., Octavia, Y., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yusuf, S., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, A., Endrawati, B., Suhadarliyah, Amiani, Andayani, S., & Tabun, M. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)* (Ahmad Bairizki). Seval Literindo Kreasi .
- carainvestasibisnis.com. (n.d.). "Prospek dan Contoh Perhitungan Biaya Bisnis Kuliner." <https://carainvestasibisnis.com/prospek-dan-contoh-perhitungan-biaya-bisnis-kuliner/>.
- David, F. R. (2016). *Strategic Mangement* (Vol. 15).
- Hasdiana S. (2021, November 20). *Menelopong Peluang Cuan Era Endemi*. <https://mediaindonesia.com/opini/448315/meneropong-peluang-cuan-era-endemi>.
- Lutfiatunisa, S. (2021, October 7). *Pentingnya Peran Pengorganisasian dalam Manajemen*. <https://jurnalpost.com/pentingnya-peran-pengorganisasian-dalam-manajemen/26215/>.
- Markey. (2019, November 1). *Proses Pemasaran : Tahapan dan Perilaku Konsumen*. <https://markey.id/blog/marketing/proses-pemasaran>.
- Nazir, A. (2022). *Pencatatan Akuntansi Sektor Publik*. CV. Sinar Jaya Berseri.
- Pratama, F. A. (2016a). *Management Finance & Marketing* (1st ed.). Penerbit K-Media.
- Pratama, F. A. (2016b). *Management Finance & Marketing: Vol. K-Media* (1st ed.).
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT* (20th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin, Ed.; 1st ed.). CV Sah Media .
- Saras, M. (2022, June 29). *Apa Artinya Endemi?* <https://www.posciety.com/apa-artinya-endemi/>.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. CV Andi Offset.
- Sumartiningtyas, H. K. N. (2021, August 21). *Apa itu Endemi dan Bedanya dengan Pandemi? Pakar Sebut Covid-19 akan Jadi Endemi*.

<https://www.kompas.com/sains/read/2021/08/21/190300323/apa-itu-endemi-dan-bedanya-dengan-pandemi-pakar-sebut-covid-19-akan-jadi>.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. CV.Andi Offset.