Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 9%

Date: Jumat, Agustus 28, 2020
Statistics: 144 words Plagiarized / 1565 Total words
Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

ANALISIS STRATEGI TOWS PT MATAHARI DEPT. STORE Q MALL DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI BANJARBARU Email : Tri.rohka@gmail.com NAMA : TRI ROHKAYATUN NPM : 16.31.0538 PROGRAM STUDI MENEJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN MUHAMMAD ARSYAD AL-BANJARI BANJARBARU 2020 ABSTRAK TRI ROHKAYATUN, 16.31.0538 : ANALISIS STRATEGI TOWS PT. MATAHARI DEPT. STORE DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI BANJARBARU, Pembimbing I: Drs. H. Akhmad Samhudi, Pembimbing II : Ibu Hj. Susila Dewi S.E, M.M. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : ancaman, peluang, kelemahan, kekuatan yang dimiliki oleh PT.

Matahari Dept. Store Q Mall Banjarbaru dan memberikan masukan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kuantitatif dan merupakan penelitian survey. Penelitian ini mengambil sampel dari pelanggan PT. Matahari Dept. Store Q Mall Banjarbaru sebanyak 196 orang , dengan melakukan analisis lingkungan eksternal dan faktor internal yang mempengaruhi perusahaan. Hal ini dilakukan dengan metode analisis threats-opportunities-weakness-strengths (TOWS). Analisis TOWS merupakan salah satu analisis yang dapat digunakan untuk melihat sisi eksternal dan internal perusahaan.

Analisis TOWS dimulai dengan kajian terhadap faktor-faktor eksternal dengan melakukan analisis threats-opportunities, kemudian diikuti dengan kajian kondisi internal perusahaan berupa weakness-strenghts. Berdasarkan hasil analisis TOWS yang telah dilakukan maka strategi yang dapat diterapkan oleh PT. Matahari Dept. Store Q Mall Banjarbaru dalam kondisi ini adalah strategi yang berorientasi pada pertumbuhan yang setiap kebijakan perusahaan berorientasi pada pertubuhan agresif untuk memanfaatkan setiap peluang yang ada.

Kata Kunci : Analisis TOWS, Strategi Pemasaran PENDAHULUAN LATAR BELAKANG PT. Matahari Dept. Store Banjarbaru adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang retail penjualan fashion lengkap yang. Adapun untuk sejarah singkat tentang PT. Matahari Dept. Store itu sendiri dimulai perjalanan pada tanggal 24 Oktober 1958 denga membuka gerai pertamanya berupa toko fashion anak-anak di daerah Pasar Baru Jakarta, Matahari melangkah maju dengan membuka department store modern pertama di Indonesia pada tahun 1972. Sejak itu Matahari telah menjadikan dirinya sebagai merek asli nasional. PT. Matahari Dept. Store Q-Mall Banjarbaru merupakan salah satu cabang dari 155 gerai PT. Matahari Dept. Store yang telah tersebar di seluruh Indonesia.

Gerai ini resmi dibuka pada 28 November 2012. Dengan Luas sekitar 4000 meter persegi dan mempunyai karyawan sekitar 200 orang, yang kemudian mengalami perluasan menjadi 6000 meter persegi pada tahun 2019 dengan jumlah karyawan sekitar 300 orang. PERUMUSAN MASALAH Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :1) Dampak dari pandemi Covid-19 terhadap perekonomian kota Banjarbaru, terutama bagi usaha retail. 2) Bagaimana PT. Matahari tetap bertahan di tengah pandemi yang terjadi di kota Banjarbaru. 3) Strategi pemasaran dan langkah-langkah yang di gunakan PT. Matahari Dept. Store dalam menghadapi pandemi berdasarkan strategi analisis TOWS.

TUJUAN PENELITIAN : 1) Secara akademis adalah untuk menerapkan ilmu yang diperoleh terhadap praktek di lapangan sekaligus membandingkan kenyataan yang ada di lapangan dengan teoritis. 2) Untuk mengetahui solusi terbaik dalam meminimalisir dampak pandemi covid-19 pada perusahaan. MANFAAT PENELITIAN : 1) Bagi Peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan berfikir dan belajar dalam mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran. 2) Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan perusahaan dan perusahaan tersebut bisa survive di tengah pandemi covid-19.

3) Bagi Pihak Lain, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa, serta juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk pihak yang ingin mendirikan suatu bisnis atau usaha yang berhubungan dengan pelayanan publik. METODE PENELITIAN : 1) Library Research (Kepustakaan), 2) Field Research (Penelitian Lapangan) : Observasi, Interview, Kuesioner, Analisis Data. HASIL PENELITIAN : Faktor Eksternal : Ancaman : Tanggapan penilaian tentang covid-19 sangat berbahaya sebanyak 57,1 % artinya ini menjadi ancaman yang besar.

Masyarakat takut dan memilih diam di rumah sebanyak 59,7 % artinya sangat berepengaruh terhadap turunnya daya beli masyarakat. Adanya program pemerintah PSBB mendapat penilaian 50,0 % Penyebaran Hoax di media sosial mendapat tanggapan 59,7 % dari masyarakat yg mengikuti Peluang : Banyaknya pengguna internet/hp selama pandemi 64,8 % Mall tetap beroperasi selama pandemi mendapat respon 71,4 % Jasa angkutan online tetap beroperasi selama pandemi mendapat respon 45% Pelanggan yang menggunakan belanja online selama pandemi 44,4 % Faktor Internal : Kekuatan Protap covid-19 di Matahari sangat standart 60,2 % Usia pengunjung Matahari 35,2 % 31-40 th, artinya usia yang sudah punya pekerjaan dan kemungkinan berbelanja Koleksi barang lengkap 20,9 % Faktor pendukung berbelanja service/pelayanan pramuniaga/spg 27,6 % Kelemahan Kualitas barang menurut dari responden masih mendapat penilaian 15,3 % , artinya masih perlu ditingkatkan Pelanggan yang datang tidak mempunyai tujuan khusus 5,6 %, artinya pelanggan hanya sekedar jalan-jalan atau melihat-lihat Faktor pendukung penilaian untuk display yg menarik 7,7 %, artinya pemajangan masih kurang menarik pelanggan Faktor pendukung penilaian Antrian kasir tidak panjang hanya 5,6 % , artinya perlu adanya sistem untuk mengatasi antrian selama bertransaksi di kasir.

Dari penjelasan analisa diatas, maka penulis membuat kerangka berfikir sebagai berikut : MATRIX TOWS PT. MATAHARI DEPT. STORE BANJARBARU INTERNAL EKSTERNAL _STRENGTHS (S) Protap covid-19 sesuai standart Usia pengunjung wanita dewasa dan pekerja Koleksi barang lengkap Service/pelayanan _WEAKNESSES (W) Kualitas barang Pelanggan tidak ada tujuan Display barang Antrian kasir _ _OPPORTUNITIES Banyaknya pengguna internet/hp Mall tetap beroperasi Jasa angkutan online tetap beroperasi Pelanggan banyak menggunakan belanja online _STRATEGI SO Dengan adanya protap covid-19 mall bisa tetap beroperasi Pengunjung banyak wanita dan menggunakan belanja online Koleksi barang lengkap memberikan peluang untuk membuat belanja online menggunakan jasa transportasi online Service/pelayanan bisa dilakukan dengan menggunakan media sosial melalui hp _STRATEGI WO Meningkatkan kualitas barang dengan menambah layanan belanja online Pelanggan tidak ada tujuan bisa dijadikan customer belanja online Display barang lebih ditingkatkan sebagai bahan untuk promosi belanja online Antrian kasir bisa diatasi dengan program belanja online dan bisa untuk mengurangi berkumpulnya masa di area perbelanjaan _ _THREATHS (T) Bahayanya covid-19 Masyarakat takut dan memilih tetap dirumah Adanya PSBB / Lockdown Penyebaran Hoax di media sosial _STRATEGI ST Adanya protap covid-19 sesuai standart ditengah bahaya covid-19 Dengan koleksi barang lengkap bisa memaksimalkan untuk belanja secara online Service/pelayanan ditingkatkan dengan program belanja secara online Banyaknya pengunjung wanita dewasa yang sudah bekerja memberi peluang untuk belanja secara online _STRATEGI WT Menjaga kualitas produk untuk kepuasan konsumen Pelanggan yang tidak ada tujuan bisa dialihkan ke program belanja online

Display barang harus ditingkatkan Antrian kasir bisa digunakan sistem sebagai pengurangan complain dan mendukung program pemerintah untuk pencegahan bahaya covid-19 _ _ PENUTUP KESIMPULAN : 1) PT. Matahari Dept. Store Banjarbaru merupakan perusahaan dagang yang bergerak dibidang fashion yang terlengkap dan merupakan satu-satunya diwilayah banjarbaru dan sekitarnya.

2) Berdasarkan analisis faktor internal, maka terlihat bahwa PT. Matahari Dept. Store Banjarbaru mempunyai kekuatan yang besar pada saat pandemi covid-19 adalah faktor protap covid-19 sangat standart (60,2%), Usia pengunjung wanita dewasa dan pekerja (35,2%). Sedangkan faktor koleksi barang lengkap (20,9%) dan service/pelayanan (27,6%) menjadi kekuatan sedang untuk saat ini selama pandemi covid-19. 3) Berdasarkan analisis faktor internal, maka terlihat bahwa PT. Matahari Dept.

Store Banjarbaru mempunyai kelemahan yang sedang. Pada faktor kualitas barang (15,9%) dan display barang (7,7%) mempunyai kelemahan sedang. Sedangkan untuk faktor antrian kasir (5,6%) dan pelanggan tanpa tujuan (5,6%) mempunyai kelemahan yang besar untuk saat ini selama pandemi covid-19. 4) Berdasarkan analisis faktor eksternal, maka terlihat bahwa PT. Matahari Dept. Store Banjarbaru mempunyai peluang yang besar pada faktor Mall tetap beroperasi (71,4%) dan pengguna internet/hp (64,8%).

Sedangakan untuk jasa angkutan onlinetetap beroperasi (45%) dan pelanggan menggunakan belanja online (44,4%) peluang sedang untuk saat pandemi covid-19. 5) Berdasarkan analisis faktor eksternal bahwa PT. Matahari Dept. Store Banjarbaru mempunyai ancaman yang besar pada faktor perbandingan penyebaran hoax di media sosial (59,7%), masyarakat takut dan memilih untuk tetap dirumah (59,7%) dan bahaya covid-19 (57,1%). Sedangkan ancaman sedang adanya PSBB / Lockdown (50,0%) saat adanya covid-19. 6) Dengan matrix TWOS dapat diformulasikan 4 alternatif strategi yaitu, strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT. SARAN : 1) PT. Matahari Dept.

Store Q-Mall Banjarbaru harus tetap mempertahankan dan meningkatkan protap covid-19 sesuai standart dari pemerintah untuk menjaga pelanggan yang ingin berbelanja langsung. 2) PT. Matahari Dept. Store Q-Mall Banjarbaru hendaknya lebih agresif dalam melakukan terobosan-terobosan layanan guna meningkatkan mutu pelayanan dan kemudahan terhadap pelanggan. 3) PT. Matahari Dept. Store Q-Mall Banjarbaru harus tetap memperhatikan kepuasan konsumen agar kesan konsumen yang lebih baik tidak berubah selain itu perusahaan perlu memperhatikan faktor kualitas, display, dan membuat sistem antrian kasir. Karena akan membuat PT.

Matahari Dept. Store Q-Mall menjadi tujuan utama pusat perbelanjaan di kota Banjarbaru dan sekitarnya. 4) PT. Matahari Dept. Store Q-Mall Banjarbaru perlu memperhatikan strategi ancaman dari luar dengan begitu bisa mencari peluang – peluang yang bisa dijadikan sebagai alat memajukan dan mempertahankan perusahaan. 5) PT. Matahari Dept. Store Q-Mall Banjarbaru dengan banyaknya pengguna internet/hp, dan banyaknya permintaan belanja online, maka disarankan untuk mempertahankan dan terus meningkatkan Shopping online yang telah berdiri saat pandemi covid-19. 6) Penulis menyarankan agar PT.

Matahari Dept. Store Q-Mall Banjarbaru melakukan penerapan strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT yang didapat dari matrix TOWS. DAFAR PUSTAKA Agustinus, 1996. Manajemen Strategi, Penerbit Bina Rupa Aksara, Jakarta. Freddy Rangkut, 2005. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Cetakan Kedua Belas, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Lucas, 2000, Penerapan SWOT Analisis Sebagai Alat Untuk Menetapkan Strategi Bersaing. PT. Pencono Adhikarsa Banjarmasin. Pernerbit STIE Indonesia. Soljan Assauri, 1996. Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Strategi. Penerbit Liberty, Jakarta. Internet Yulinda Ners, 2016. Konsep Dasar TOWS. Atika Ramadhani, 2016. Analisis TOWS pada PT. Blue Bird Tbk, Medan. I'm Pharmapreneur, 2010.

Analisis TOWS, bukan SWOT Untuk Bisnis Apotik. Ruli Harjanto, 2007. Analisis SWOT dalam menyusun strategi pemasaran pada PT. Amalia Surya Cemerlang, Klaten.

INTERNET SOURCES:

<1% - https://uniska-bjm.ac.id/pekan-ilmiah-3-uniska-mab-2020/
<1% - https://ar.scribd.com/document/84043985/Kajian-Perubahan-Tata-Guna-Lahan-Di-Cilegon
3% - http://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/view/235/339
<1% - https://core.ac.uk/download/pdf/80819136.pdf
2% - https://nursepta.wordpress.com/author/nurseptaadiyasa/
2% - http://eprints.ums.ac.id/663/1/A210040018.pdf
1% - https://id.123dok.com/document/zpw7x07y-analisis-strategi-pemasaran-menengah-analisis-strength-opportunity-aspirations.html