

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI TOWS DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA USAHA KERUPUK KULIT CAP WAYANG GOLEK DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

^{1*}Pingky Abda Ramkutih, ²Wardana

^{1,2}Fakultas Manajemen, Universitas Teknologi Digital

^{1*}pingky10120706@digitechuniversity.ac.id, ²Wardana@digitechuniversity.ac.id

Abstract : This research was conducted with the aim of analyzing the application of the TOWS strategy in increasing sales volume in the Cap Wayang Golek skin cracker business in West Bandung Regency. This includes the application of TOWS analysis and alternatives carried out by the Cap Wayang Golek skin cracker business, the impact of the analysis of the application of the TOWS strategy on increasing sales volume. This research includes research that uses descriptive qualitative methods. Data collection techniques use observation, interviews and documentation techniques. The results of this research show the impact of the analysis of implementing the TOWS strategy in increasing sales volume. This is shown from the results of interviews and observations that analysis of the implementation of the TOWS strategy is an important thing that must be analyzed by every business or effort.

Keywords : TOWS strategy analysis, sales volume

Abstrak : Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui analisis penerapan strategi TOWS dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek di Kabupaten Bandung Barat. Hal ini meliputi penerapan analisis TOWS serta alternatif yang dilakukan oleh usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek, dampak dari analisis penerapan strategi TOWS terhadap peningkatan jumlah volume penjualan. Penelitian ini termasuk penelitian yang menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya dampak dari analisis penerapan strategi TOWS dalam meningkatkan jumlah volume penjualan. Hal ini ditunjukkan dari hasil wawancara dan observasi bahwa analisis penerapan strategi TOWS merupakan hal yang penting yang harus dianalisis oleh setiap usaha atau bisnis.

Kata Kunci : Analisis Strategi TOWS, Volume Penjualan

PENDAHULUAN

Semua perusahaan pasti mengharapkan hasil penjualan yang terus meningkat agar dapat memperoleh laba cukup besar. Hal ini sejalan dengan pendapat (Yudhistira, 2023), tujuan penjualan yaitu pembelian suatu (barang atau jasa) dari satu pihak kepada pihak lainnya dengan imbalan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Pengelolaan yang tidak baik pasti akan menurunkan volume penjualan di perusahaan tersebut.

Seiring berjalannya waktu persaingan semakin ketat sehingga menuntut perusahaan untuk segera mengadakan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Menurut (Dewi, 2023) strategi pemasaran setiap perusahaan adalah bagian dari logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang dapat menguntungkan. Untuk merumuskan strategi pemasaran memerlukan pendekatan analisis dengan mengetahui adanya peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan sehingga perusahaan mampu menghadapi perubahan lingkungan eksternal dan internal.

Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek merupakan usaha mikro yang memproduksi kerupuk kulit dan mendistribusikan kerupuk kulit di wilayah kabupaten Bandung Barat. Di wilayah Bandung Barat sendiri merupakan wilayah yang mempunyai persaingan yang ketat terhadap produk makanan mulai dari makanan ringan hingga makanan berat, khususnya kerupuk kulit berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek ada banyak kompetitor



usaha sejenis dengan produk yang sama sebagian diantaranya adalah kerupuk kulit Ramlan, kerupuk kulit Pak Nana, kerupuk kulit Alghaniyy, kerupuk kulit Cipta Rasa dan kerupuk kulit Candi Rasa. Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin banyak usaha kerupuk kulit yang ada di wilayah sekitar Bandung Barat, hal tersebut menunjukkan bahwa persaingan usaha sejenis semakin ketat sehingga menuntut perusahaan untuk memikirkan strategi yang tepat dalam meningkatkan daya saing agar perusahaan dapat bertahan.

Wilayah Bandung Barat sendiri adalah wilayah yang memiliki makanan daerah yang unik khususnya daerah Cililin, karena pemasaran terbesar usaha kerupuk Kulit Cap Wayang Golek ini berada di Cililin. Di daerah Cililin banyak terdapat toko oleh - oleh dan menjual berbagai jenis makanan daerah seperti wajit dan kerupuk gurilem, selain itu para pemilik toko oleh - oleh ini pun sering membeli makanan lainnya seperti kolontong dan kerupuk kulit dari *supplier* sehingga membuat para *supplier* berbondong - bondong untuk menjadi pemasok tetap. Dengan demikian persaingan ketat terjadi pada produk makanan ringan di Bandung Barat, Khususnya kerupuk kulit berdasarkan data dari usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek ada banyak kompetitor dalam bisnis serupa dengan produk yang sama. Hal ini terlihat pada angka penjualan usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek sebagai berikut.

Tabel 1

Data Penjualan Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek

Bulan	Pendapatan
November 2023	Rp. 15.000.000
Desember 2023	Rp. 30.000.000
Januari 2024	Rp. 20.000.000
Februari 2024	Rp.10.000.000

Sumber : Usaha Kerupuk Kulit Wayang Golek

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat terjadi penurunan jumlah penjualan selama 4 bulan terakhir pada bulan November 2023 sampai Februari 2024. Menurut pemilik usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek Permasalahan ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu banyaknya pesaing dengan usaha sejenis dan perilaku alami konsumen terhadap selera dan harga. Selain faktor - faktor tersebut, peneliti meyakini ada faktor lain yang mungkin mempengaruhi strategi yang akan dilakukan usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek.

Untuk bisa bersaing, perusahaan harus memiliki strategi-strategi yang dapat mengetahui segi positif dan negatif di dalam perusahaan dengan menggunakan analisis TOWS. Melalui analisis TOWS kita bisa mengetahui kendala yang dihadapi baik faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) (Harahap, 2023) mengatakan bahwa analisis TOWS merupakan Mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui dampak analisis penerapan TOWS di usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek. 2) Untuk mengetahui apakah analisis penerapan TOWS mempengaruhi volume penjualan di usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek.

KAJIAN TEORI

Kerupuk Kulit

Kerupuk kulit merupakan kerupuk yang terbuat dari kulit sapi atau kerbau yang diberi bumbu dan rempah-rempah, melalui proses perebusan dan pengeringan selama 2-3 hari dilanjutkan dengan proses penggorengan. Setelah digali lebih dalam, kemungkinan kerupuk kulit tersebut merupakan pengembangan dari Rambak yang sudah ada sejak lama (wikipedia, 2022).

Pada zaman dulu kerupuk kulit merupakan sajian untuk kalangan kelas atas, namun pada abad ke-19 kerupuk kulit mulai menyebar ke seluruh Indonesia sehingga kerupuk kulit bisa ditemukan dimana - mana. Kerupuk kulit memiliki rasa yang renyah dan gurih hal tersebut sudah diakui oleh *chef* Michelin Star asal Hongkong, yaitu Kwok - Keung Chan. Dengan perkembangan zaman membuat kerupuk kulit terus berinovasi. Saat ini kerupuk kulit bukan hanya berasal dari kulit sapi tetapi ada juga yang menggunakan kulit ikan (Amadea, 2002).



Analisis TOWS

Analisis TOWS adalah analisis yang menggunakan ancaman serta peluang sebagai hal yang harus dianalisis terlebih dahulu oleh pelaku bisnis lalu setelah itu baru menganalisis kekuatan dan kelemahan. Analisis TOWS memandu personel bisnis dalam mengembangkan rencana untuk memanfaatkan peluang dan kekuatan bisnis dengan mengurangi dampak ancaman dan kelemahan bisnis. Analisis TOWS berfokus pada ancaman dan peluang, mengutamakan lingkungan eksternal, kemudian membandingkannya dengan kekuatan dan kelemahan lingkungan bisnis internal, kemudian memanfaatkan peluang dan kekuatan tersebut untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang muncul.

Tujuan dari analisis TOWS ini adalah untuk menghasilkan semua kemungkinan alternatif yang dapat diterapkan berdasarkan faktor - faktor utama internal dan eksternal. Dalam hal ini analisis TOWS dimaksudkan untuk menentukan strategi terbaik, melainkan untuk mengimplementasikan strategi yang dihasilkan.

Keuntungan analisis TOWS adalah menghasilkan semua kemungkinan alternatif yang akan dijalankan organisasi dalam bisnisnya berdasarkan faktor - faktor utama internal dan eksternal. Serta memaksimalkan peluang yang ada, mengantisipasi berbagai bentuk hambatan dan memberikan berbagai solusinya, serta memastikan kelemahan tidak menjadi beban organisasi bisnis.

Menurut Hermawan Kartajaya dalam buku "*Mark Plus Basics*" (Vedhitya, 2023) analisis TOWS hanya dapat dilakukan setelah melakukan prospek dengan menggunakan 4C-Diamond. Adapun empat faktor yang terdapat di dalam submodel 4C - Diamond meliputi perubahan pelanggan, pesaing, dan perusahaan. Perubahan pelanggan dan pesaing adalah elemen utama lanskap bisnis. Perusahaan merupakan faktor terakhir dan merupakan bagian dari faktor internal yang kedudukannya sangat penting dalam pembentukan strategi perusahaan.

Volume Penjualan

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dapat dilihat dari volume penjualan secara keseluruhan. Volume penjualan juga merupakan salah satu bentuk kinerja kegiatan usaha perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah profitabilitas. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan penjualan perusahaan.

Produksi merupakan indikator sejauh mana kapasitas terpakai yang diukur dengan selisih antara biaya tetap yang dianggarkan semula dengan biaya tetap yang ditentukan berdasarkan tingkat produksi yang sebenarnya dicapai (Dafir, 2022). Jika biaya overhead yang dihitung lebih rendah dari yang dianggarkan semula, maka akan terjadi varians volume yang menguntungkan, yang menunjukkan bahwa organisasi beroperasi di bawah tingkat yang direncanakan.

(Keller, 2014) berpendapat bahwa penjualan berfokus pada penjualan dan pemasaran berfokus pada kebutuhan pembeli. Penjualan didasarkan pada kebutuhan penjual untuk mengubah produknya menjadi uang, pemasaran didasarkan pada gagasan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan melalui produk dan hal-hal yang berkaitan dengan pembuatan, pengiriman, dan konsumsi akhir produk.

Volume penjualan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi besarnya modal kerja, dan perusahaan menginvestasikan sebagian dananya pada modal kerja, yang nantinya akan digunakan untuk kegiatan perusahaan yang mendukung pertumbuhan penjualan (Liani, 2019).

Berikut ini adalah beberapa faktor penting dan berperan dalam proses penjualan:

1. Kondisi dan kemampuan penjual
2. Kondisi pasar
3. Modal
4. Kondisi organisasi perusahaan
5. Faktor lain mempengaruhi penjualan (periklanan, pemberian bonus, dan kampanye ke berbagai kalangan masyarakat (Liani, 2019).

Volume penjualan dipengaruhi oleh beberapa variabel dan faktor penyebab yaitu:

- a. Harga jual
- b. Biaya promosi
- c. Saluran distribusi
- d. Mutu



METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan deskriptif. Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan analisis TOWS dibidang pemasaran dengan cara melakukan analisis pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek serta dipadukan dengan mempertimbangkan peluang dan ancaman yang dihadapi usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek sehingga memperoleh strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan dalam meningkatkan volume penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan strategi TOWS dalam meningkatkan penjualan biskuit kulit, sehingga peneliti memilih usaha biskuit kulit Cap Wayang Golek sebagai objek penelitian.

Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui analisis strategi TOWS yang di terapkan dalam meningkatkan volume penjualan kerupuk kulit maka peneliti memilih usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek merupakan perusahaan yang memproduksi dan mendistribusikan kerupuk kulit di wilayah Bandung Barat yang berlokasi di Kp. Cijambe RT 001 RW 002 Desa Cicangkanghilir Kecamatan Cipongkor Kabupaten Bandung Barat.

Sumber Data

a. Sumber data primer

(Listiani, 2023), data primer adalah sumber yang langsung yang memberi datanya untuk peneliti, seperti dengan hasil wawancara dan kuesioner. Data ini asalnya dari wawancara berupa jawaban dari daftar pertanyaan kepada narasumber mengenai strategi TOWS di usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder menurut (Listiani, 2023) ialah sumber yang tidak langsung dimana memberi data untuk peneliti, data tersebut didapatkan dari sumber yang bisa memberikan dukungan penelitian seperti dari literatur dan dokumentasi. Peneliti dapat data sekunder dari penelitian terdahulu, artikel, jurnal dan buku, situs internet, serta informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian yang digunakan untuk penelitian ini yaitu observasi dimana peneliti dapat menemukan informasi yang pasti dengan cara mengamati lingkungan kerja mereka tanpa mengajukan pertanyaan. Lalu teknik yang kedua adalah wawancara dimana peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang harus dijawab secara lisan oleh narasumber. Teknik yang ketiga yaitu dokumentasi dimana teknik ini digunakan untuk mencari data mengenai variabel yang berupa catatan, agenda, gambar, arsip - arsip atau catatan lain yang berguna untuk melengkapi penelitian.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dimana analisis data ini terdiri dari tiga alur yaitu reduksi data atau penyederhanaan data, penyajian data dimana dilakukannya penyusunan kalimat secara logis sehingga mudah dipahami, dan penarikan kesimpulan pada bagian ini makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kecocokannya yakni yang merupakan validitasnya.

Instrumen Penelitian

Penelitian kualitatif sebagai *human tool* berfungsi untuk menentukan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data, dan menarik kesimpulan. Untuk memperoleh data di lapangan dapat digunakan pedoman wawancara. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah panduan wawancara. Panduan wawancara dibuat berdasarkan data yang dikumpulkan selama wawancara. Panduan wawancara ini berisi pertanyaan seputar Strategi Analisis TOWS Bisnis Biskuit Cap Wayang Golek, pertanyaan disusun secara detail dan sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan



Usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek didirikan oleh Bapak Syukur sejak tahun 2019, setelah berhenti dari pekerjaannya di Jakarta Bapak Syukur membuka usaha kerupuk kulit. Dengan bekal ilmu untuk memproduksi kerupuk kulit yang beliau miliki saat masih bekerja di Jakarta sebagai teknisi akan tetapi di waktu luang beliau sering berkunjung ke pabrik kerupuk kulit dan ikut membantu disana. Usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek dari awal berdiri hingga sekarang masih berkembang secara stabil. Usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek merupakan usaha mikro yang memproduksi dan mendistribusikan kerupuk kulit, yang beralamat di Kp. Cijambe RT. 001 RW.002 Desa Cicangkanghilir Kecamatan Cipongkor Kabupaten Bandung Barat. Hal ini diungkapkan langsung oleh bapak Syukur selaku pemilik usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek.

Usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek memperoleh kulit sapi yang sudah siap goreng dari supplier yang berada di Purwakarta dan Jatiasih, Saat ini usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek baru memiliki enam karyawan. Produk kerupuk kulit Cap Wayang Golek bisa tahan hingga 1 bulan lebih jika tidak terkena langsung sinar matahari. Seperti yang diungkapkan langsung oleh Bapak Syukur pemilik usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek.

Keadaan Usaha

1. Lokasi Usaha

Usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek ini berlokasi di Kp. Cijambe RT 001 RW 002 Desa Cicangkanghilir Kecamatan Cipongkor Kabupaten Bandung Barat. Lokasi usaha ini memang kurang strategis karena berada di dalam gang akan tetapi berkat kekuatan *word of mouth* usaha ini banyak dikenali oleh banyak orang bahkan pernah dikunjungi oleh pemain sinetron preman pensiun yaitu Juki.

2. Tenaga Kerja

Tingkat pengangguran di Indonesia sangat tinggi hal tersebut sering menjadi masalah terbesar di negara berkembang seperti Indonesia. UMKM yang ada di Indonesia sebagian besar merupakan usaha rumah tangga yang menyerap banyak tenaga kerja. Hal tersebut membuktikan bahwa dampak dan kontribusi UMKM sangat berpengaruh dalam penurunan tingkat pengangguran di Indonesia. Mengingat masih banyak penduduk lokal yang masih pengangguran karena kesulitan mencari kerja menjadikan usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek tidak kesulitan mencari karyawan untuk di pekerjakan.

3. Jam Kerja Karyawan

Pada usaha kerupuk Kulit Cap Wayang Golek hari jam kerja sudah di tentukan ketika karyawan tersebut sudah mulai bekerja. Adapun jadwal jam kerja sebagai berikut:

Hari : Senin – Sabtu

Jam : 08-00 – 14.00 WIB

Akan tetapi jika permintaan konsumen sedang banyak maka waktu bekerja bisa lebih lama lagi bahkan tidak ada libur.

4. Upah dan Gaji Karyawan

Sistem upah dan gaji karyawan pada usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek berbeda - beda setiap divisinya, untuk bagian produksi Rp. 1.700.000 perbulan belum termasuk lemburan, untuk bagian packing 1.300.000 perbulan belum termasuk lemburan dan untuk bagian pemasaran upahnya sesuai barang yang berhasil mereka jual.

5. Harga

Harga adalah nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu dengan fungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Harga suatu produk adalah niali keseluruhan dari penawaran yang meliputi semua bahan mentah dan jasa yang dipakai dalam membuat suatu penawaran. Harga kerupuk kulit yang ditawarkan oleh usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek sangat kompetitif. Harga kerupuk kulitnya ada beberapa jenis kemasan di antaranya Rp. 10.000, Rp. 20.000, Rp. 23.000 dan Rp. 28.000.

6. Jenis dan Kualitas Produk

Produk adalah hal yang ditawarkan di pasar supaya dapat dikonsumsi maupun digunakan sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen di pasar. Jenis produk yang dijual oleh usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek adalah kerupuk kulit dengan rasa original dalam berbagai kemasan.

Kualitas produk merupakan kemampuan prosuk dalam melakukan fungsi - fungsinya, kemampuan ini meliputi daya tahan, rasa kehandalan, ketelitian, yang dihasilkan produk. Kualitas kerupuk kulit



di usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek memiliki rasa yang enak dengan daya tahan selama satu bulan.

7. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan atau suatu usaha untuk memperkenalkan produknya sehingga bisa menarik minat konsumen. Produk yang ditawarkan kepada pelanggan juga merupakan promosi dalam mendorong konsumen untuk membeli, mengkonsumsi, atau memanfaatkan produk tersebut. Promosi yang dilakukan oleh usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek tidak banyak hanya menawarkan produk dan melalui orang yang telah membeli dengan promosi *word of mouth*.

8. Pesaing

Pesaing atau kompetitor merupakan perusahaan atau orang yang menghasilkan atau menjual produk yang sama dengan produk atau jasa yang ditawarkan kita kehadiran pesaing ini bisa menjadi dampak baik ataupun buruk bagi bisnis. Akan tetapi jika dihadapi dengan baik serta bisa mengambil manfaat dari kehadiran pesaing maka akan berdampak positif begitupun sebaliknya.

Dalam memasarkan produknya usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek tidak lepas dari yang namanya pesaing atau kompetitor. Ada banyak usaha yang sama persis menjual produk yang sama dengan usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek diantaranya adalah kerupuk kulit Ramlan, kerupuk kulit Pak Nana, kerupuk kulit Alghaniyy, kerupuk kulit Cipta Rasa dan kerupuk kulit Candi Rasa.

Hasil Penelitian

Analisis TOWS adalah analisis yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor - faktor internal dan eksternal secara keseluruhan dari suatu usaha. Dari wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa faktor eksternal maupun internal sebagai berikut:

- a. Ancaman (*Threats*) yang dimiliki usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek
 1. Suplier tidak lagi memproduksi kulit sapi atau memasok kulit sapi dengan jumlah yang sedikit.
 2. Kompetitor atau pesaing di wilayah Kabupaten Bandung Barat yang semakin banyak menjadi ancaman bagi usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek karena memiliki target pasar yang sama
- b. Peluang (*Opportunity*) yang dimiliki usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek
 1. Jangkauan pasar yang luas karena penjualan tidak hanya dilakukan di wilayah Kota Bandung saja dengan memanfaatkan peluang yang ada membuat penjualan meningkat.
 2. Permintaan daya beli konsumen merupakan peluang yang sangat baik karena bisa memperluas pasar dan meningkatkan jumlah penjualan
- c. Kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek
 1. Jenis produk merupakan kelemahan yang dimiliki usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek karena hanya menjual satu jenis produk dengan satu varian rasa.
 2. Kondisi ekonomi pemilik usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek sedang tidak stabil
- d. Kekuatan (*Strength*) yang dimiliki usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek
 1. Kualitas produk kerupuk kulit Cap Wayang Golek memiliki rasa yang sesuai dengan selera kebanyakan konsumen
 2. Harga yang kompetitif dengan pesaing dan sesuai dengan kualitas yang diberikan.

Pembahasan

Dari penelitian yang dilakukan telah ditemukan data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi mengenai analisis penerapan strategi TOWS pada usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek. Selanjutnya peneliti akan sajikan dan diuraikan pembahasan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian dan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya.

Penerapan Strategi TOWS di Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek

Hasil penelitian terkait penerapan strategi TOWS dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek menunjukkan bahwa penerapan strategi TOWS cukup baik. Penelitian ini menyoroti faktor eksternal dan faktor internal pada usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek yang mempengaruhi volume penjualan. Analisis TOWS merupakan analisis yang sering digunakan oleh suatu usaha untuk menganalisis faktor internal dan eksternal dalam usahanya.

Threats atau ancaman merupakan faktor eksternal lainnya yang harus dihindari oleh suatu usaha atau bisnis karena ancaman ini bisa membuat usaha atau bisnis mengalami penghasilan yang berkurang, kerugian bahkan hingga bangkrut. Ancaman yang dimiliki oleh usaha kerupuk kulit Cap



wayang Golek adalah kekhawatiran pemilik usaha akan keadaan *Supplier* yang bisa mengakibatkan usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek ini terancam. Selain itu banyak bermunculan kompetitor yang baru di wilayah Bandung Barat. Dalam mengatasi ancamannya usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek mempererat jaringan bisnis dan membuat hubungan baik dengan para mitra.

Opportunity atau peluang adalah faktor eksternal yang perlu dimanfaatkan oleh suatu usaha atau bisnis. Peluang merupakan bagian penting dari suksesnya suatu bisnis atau usaha, usaha yang mampu bertahan karena mau mengambil berbagai peluang dari apa yang mereka temui. Peluang yang dimiliki oleh usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek adalah memiliki jaringan bisnis yang luas sehingga mampu memiliki pasar yang luas juga hal tersebut juga mempengaruhi permintaan daya beli konsumen, dampaknya usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek bisa mendapatkan keuntungan yang banyak karena jumlah penjualan yang meningkat.

Weakness pada analisis TOWS untuk mengembangkan suatu bisnis dengan mengandalkan faktor internal supaya berbagai kelemahan tersebut bisa diatasi, sehingga bisnis tersebut bisa menciptakan berbagai strategi dengan berbagai inovasi. Kelemahan dari usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek adalah jenis produk yang sedikit usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek hanya memiliki satu jenis produk yaitu kerupuk kulit dengan satu varian rasa, selain itu keadaan ekonomi pemilik usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek juga sedang tidak stabil. Saat ini usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek masih kesulitan untuk mengatasi kelemahan tersebut.

Strength dalam analisis TOWS merupakan kekuatan atau keunggulan faktor internal suatu usaha dibandingkan dengan kompetitor atau pesaing. Karena fokus pada keunggulan, keunikan, dan kekuatan yang merupakan faktor internal yang dimiliki suatu usaha. Kekuatan dan keunggulan dari usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek adalah kualitas rasa yang baik dan tenaga kerja yang banyak. Kedua kekuatan tersebut menjadi pondasi usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek. Dan kekuatan perlu untuk dipertahankan dalam suatu usaha atau akan lebih baik jika faktor kekuatannya bertambah usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek memiliki kekuatan dalam faktor kualitas produk dan perusahaan mempertahankan faktor kekuatan tersebut dengan memilih *supplier* kulit sapi yang baik dan melakukan produksi terusan dengan baik.

Volume Penjualan Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek

Volume penjualan merupakan total jumlah produk yang telah dijual oleh suatu usaha atau bisnis dalam satu periode pelaporan. Volume penjualan juga merupakan matriks yang fokus pada dua unsur yaitu jumlah total produk yang dijual serta periode pelaporan/periode waktu tertentu. Berikut volume penjualan di usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek.



Gambar 1. Volume Penjualan Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek

Sumber : Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek

Volume penjualan dalam periode November 2023 hingga April 2024 pada usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek mengalami naik turunnya volume penjualan. Ada beberapa faktor yang

mempengaruhi hal tersebut diantaranya krisis ekonomi di Indonesia pada akhir tahun 2023 yang menyebabkan penjualan pada bulan November menurun.

Untuk mencapai volume penjualan yang baik suatu usaha atau bisnis harus memiliki strategi penjualan yang baik, karena kedua hal tersebut mempunyai korelasi yang erat dalam bisnis. Dengan kata lain untuk meningkatkan volume penjualan suatu usaha atau bisnis bisa menggunakan strategi pengembangan pasar yaitu strategi yang bertujuan untuk memperluas pasar. Akan tetapi sebelum melakukan strategi perluasan pasar akan lebih baik juga melakukan analisis TOWS terlebih dahulu agar suatu usaha atau bisnis tersebut bisa mempertahankan kekuatannya, memanfaatkan peluang serta bisa mengantisipasi akan adanya ancaman dan risiko dari kelemahan yang dimilikinya

KESIMPULAN

Kesimpulan dari Analisis Penerapan Strategi TOWS Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek di Kabupaten Bandung Barat peneliti uraikan sebagai berikut:

Pertama, hasil analisis penerapan strategi TOWS pada usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek menunjukkan bahwa usaha ini telah melakukan penerapan strategi TOWS dengan baik hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan pemilik Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek dimana beliau telah menganalisis dan menjelaskan apa saja yang menjadi ancaman, peluang, kelemahan serta kekuatan yang dimiliki usahanya. Singkatnya Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek memiliki ancaman yang berkaitan dengan supplier serta semakin banyaknya kompetitor, peluang yang Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek miliki yaitu luasnya jaringan bisnis serta banyaknya permintaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek, lalu kelemahan yang Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek miliki yaitu jenis produk yang sedikit dan keadaan ekonomi pemilik Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek dan terakhir adalah kekuatan yang Usaha Kerupuk Kulit Cap Wayang Golek miliki adalah kualitas produk yang baik dan harga sesuai pasaran.

Kedua, analisis penerapan strategi TOWS bisa membuat suatu usaha atau bisnis menjadi kuat dan berkembang dengan demikian hal tersebut dapat mempengaruhi volume penjualan, semakin baik penerapan analisis TOWS maka akan membuat volume penjualan semakin tinggi juga, begitupun sebaliknya jika suatu usaha tidak bisa menganalisis TOWS nya maka usaha tersebut tidak akan memiliki kekuatan untuk bertahan. Dari hasil penelitian ini analisis penerapan strategi TOWS sangat mempengaruhi peningkatan jumlah volume penjualan pada usaha kerupuk kulit di Kabupaten Bandung Barat juga mengalami peningkatan dalam penjualan. Analisis TOWS membantu mengetahui ancaman, peluang, kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek.

Hasil yang telah diuraikan berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dijelaskan bahwa usaha kerupuk kulit Cap Wayang Golek dalam keadaan yang cukup baik bahkan volume penjualan pada dua bulan terakhir mengalami peningkatan. Sehingga penerapan analisis strategi TOWS dalam meningkatkan volume penjualan sangat diperlukan.

Saran

Untuk mengoptimalkan penerapan analisis strategi SWOT dengan baik dan berdasarkan hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang perlu menjadi pertimbangan antara lain:

1. Perlu adanya peningkatan dalam penerapan strategi analisis TOWS agar volume penjualan bisa ditingkatkan khususnya dalam menganalisis peluang yang ada.
2. Perlu adanya peningkatan dalam mencari alternatif untuk menghadapi faktor eksternal dan internal yang sangat mempengaruhi jalannya usaha.
3. Diharapkan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan dari segi produk dengan menambah varian rasa maupun meningkatkan kualitas produk.
4. Diperlukan adanya hubungan kerjasama yang baik dengan mitra atau toko tempat memasok produk.

DAFTAR PUSTAKA

Amadea. (2002, october 12). Dorokdok dan Jangek, Kerupuk Kulit Khas Indonesia yang Mirip tapi Beda. Retrieved december 22, 2023, from kumparanfood:



- <https://kumparan.com/kumparanfood/dorokdok-dan-jangek-kerupuk-kulit-khas-indonesia-yang-mirip-tapi-beda-lyzUI8I9vED>
- Atika. (2019). Strategi Swot Dalam Peningkatan Usaha Jajanan Pasar Pada Paguyuban Sari Roso Di Ploso Selopuro Blitar. *institutional repository*, 6.
- Dafir. (2022). Analisis Strategi Swot Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Kerupuk Gonggong Di Cv Kyria Rezeki Kota Tanjung Pinang. 33.
- Damanik, E. O., Kemala, Z., & Sipayung, T. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Pada Live Streaming Aplikasi TIKTOK Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Universitas Simalungun. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 90-104
- Dewi, F. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Restoran Zushioda Cirebon. *jurnal inovais penelitian*, 2.
- Dwiki Irianda, & Era Agustina Yamini. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Xiaomi (Studi Pada Konsumen Ponsel Xiaomi Di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta). *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 5(1), 47 –. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v5i1.670>
- Gadarsyi, M. (2021). analisis SWOT usaha kerupuk jengek UD. *fajar Industri di desa Kuta Padang kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. repository.ummat*, 37.
- Harahap, J. M. (2023). Analisis SWOT Dalam Strategi Pengembangan UMKM Rumah Usaha Industri Keripik Eka Sari Rantauprapa. 5(1).
- Haris, J. R. (2022, januari 16). Analisis TOWS dalam Usaha menentukan masa depan bisnis. Retrieved maret 4, 2024, from Analisis TOWS dalam Usaha menentukan masa depan bisnis: https://m.kumparan.com/amp/johann-ricardo-haris/analisis-tows-dalam-usaha-menentukan-masa-depan-bisnis-1xHwguS08Jj#amp_tf=Dari%20%251%24s&aoh=17095697031842&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com
- HiToko. (2023). pengertian matriks SWOT adalah, contoh dan cara membuatnya. Retrieved december 23, 2023, from HiToko: <https://www.hitoko.co.id/blog/pengertian-matrik-swot/>
- Keller, K. &. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Liani, D. (2019). Analisis TOWS dalam menentukan strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualan pada CV Permadi Karya Mandiri Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, 5.
- Listiani. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Studi Pada Pengguna Allofresh Di Jakarta). *Repository STIE*, 3.
- Munthe, R. N., Anggela, D., Sanjaya, J., Praswalita, R., & Koto, Z. A. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Warmindo Kekinian Mielioner Gank Berdasarkan Analisis SWOT (Kasus Jalan Kartini, Kelurahan Proklamasi, Kecamatan Siantar Barat, Kota Pematangsiantar). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(1), 12-16
- Nurafifah Luthfiyani, Hinggil Permana. (2022). Efektivitas Analisis Swot Dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran Di Sdi Miftahul Diniyah. 5(2).
- Pasaribu, L., & Liharman Saragih. (2020). Analisis Kelayakan Bisnis Cafe Pada Khalizta Coffee & Resto Kota Pematangsiantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(2), 148–158. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i2.363>
- Panjaitan, P. D., Purba, D. G., & Nainggolan, N. (2024). Analisis Pengaruh Modal, Volume Penjualan, Dan Harga Terhadap Pendapatan Pengecer Jeruk Di Kota Pematang Siantar. *Jurnal Ekuilnomi*, 6(1), 39-45
- Purba, J. W. P., Symbolon, P., & Girsang, R. M. (2023). Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial Dan Keterkaitan Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 112-128
- Pulungan, F. A., Saragih, L., & Damanik, E. O. P. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KFC Di Pematangsiantar. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(1), 35-46
- Rukhmana, T., Darwis, D., IP, S., Alatas, A. R., SE, M., Tarigan, W. J., ... & S ST, M. M. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Rey Media Grafika.



- Saragi, D. D. S., & Saragih, L. (2020). Peranan Sales Promotion Representative Terhadap Volume Penjualan Shinzui Pada Pt. Focus Distribusi Nusantara. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 1(1). <https://doi.org/10.36985/manajemen.v1i1.42>
- Simanjuntak, W. M. B., Siagian, E. M., & Siregar, H. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Toko Sepatu Clinton Balige. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 65-73
- Suhelipi, & Liharman Saragih. (2020). Analisa Pemasaran Bank Sampah Dengan Pendekatan Analisis Swot Studi Kasus Pada Bank Sampah Dinas Lingkungan Hidup Kota Pematangsiantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(2). <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i2.361>
- Vedhitya. (2023, januari 5). TOWS: Matriks Bisnis untuk Siapkan Strategi Pemasaran. Retrieved maret 22, 2024, from TOWS: Matriks Bisnis untuk Siapkan Strategi Pemasaran: <https://www.marketeers.com/tows-matriks-bisnis-untuk-siapkan-strategi-pemasaran/>
- wikipedia. (2022). kerupuk Kulit. Retrieved december 22, 2023, from Wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Kerupuk_kulit
- Yudhistira, R. M. (2023). Penerapan Association Rule Menggunakan Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Penjualan Di Kandang Kopi Tasikmalaya. *indonesian jurnal computer science*, 8

