

## EVALUASI STRATEGI PEMASARAN MELALUI ANALISIS SWOT PADA USAHA VOUIN DAFSA

Lisa<sup>1</sup>, Sabinus Beni<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Institut Shanti Bhuana, Jl. Bukit Karmel, Suka Bangun, Kalimantan Barat, Indonesia

Email: [lisa20206@shantibhuana.ac.id](mailto:lisa20206@shantibhuana.ac.id)

---

### Article History

Received: 06-06-2024

Revision: 14-06-2024

Accepted: 16-06-2024

Published: 18-06-2024

**Abstract.** Business is a word that we often hear in every conversation between people who are carrying out various activities. Business can be interpreted as a business in the world of trade or a certain business field. Business in general terms can be interpreted as an activity or activity which includes activities such as: producing goods/services, distributing goods/services, then selling them to consumers whose goods/services are useful for their daily lives. The aim of this research is to find out a picture of the implementation of the Dafsa Vouin business before and after a SWOT analysis. This type of research is qualitative with an individual interview method. A qualitative approach is a research procedure that produces descriptive data in the form of written or spoken words from people or observable behavior. Data collection was carried out by the author directly from the original source or location where the research was carried out, up to finding ways to obtain it. The following are the results of interviews that have been answered by respondents with marketing strategies that have been carried out by business actors in providing services and promoting Vouin Dafsa businesses to consumers. Based on the research results that have been obtained, it can be concluded that there are several strategies used, namely SWOT analysis to improve the Vouin Dafsa business.

**Keywords:** SWOT Analysis, Business, Marketing Strategy, Business Volume

**Abstrak.** Bisnis adalah sebuah kata yang sering kali kita dengar di setiap percakapan orang-orang yang sedang melakukan berbagai macam kegiatan. bisnis dapat diartikan sebagai usaha dalam dunia perdagangan atau bidang usaha tertentu. Bisnis dalam istilah umum dapat diartikan yaitu suatu aktifitas maupun kegiatan yang didalamnya juga terdapat aktifitas seperti: memproduksi barang/jasa, mendistribusi barang/jasa, kemudian diperjualkan kepada konsumen yang barang/jasa tersebut berguna bagi kehidupan sehari-hari. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran Implementasi usaha Vouin Dafsa sebelum dan sesudah dilakukan analisis SWOT. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode interview individual. Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Pengumpulan data dilakukan oleh penulis langsung dari sumber atau lokasi asli dimana penelitian dilakukan. Berikut adalah hasil dari wawancara yang telah dijawab oleh responden dengan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh pelaku usaha dalam memberikan pelayanan dan mempromosikan usaha Vouin Dafsa terhadap konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada beberapa strategi yang digunakan yaitu analisis SWOT untuk meningkatkan usaha Vouin Dafsa.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Evaluasi, Startegi Pemasaran, Volume Usaha

---

**How to Cite:** Lisa & Beni, S. (2024). Evaluasi Strategi Pemasaran Melalui Analisis Swot pada Usaha Vouin Dafsa. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (2), 473-489. <http://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i2.1245>

---

## PENDAHULUAN

Bisnis adalah sebuah kata yang sering kali kita dengar di setiap percakapan orang-orang yang sedang melakukan berbagai macam kegiatan. Secara harfiah, bisnis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bisnis dapat diartikan sebagai usaha komersial dalam dunia perdagangan atau bidang usaha tertentu. Sedangkan orang yang melakukan kegiatan tersebut adalah pebisnis. Bisnis dalam istilah umum dapat diartikan yaitu suatu aktifitas maupun kegiatan yang didalamnya juga terdapat beberapa aktifitas seperti: memproduksi barang/jasa, mendistribusi barang/jasa, kemudian diperjualkan kepada konsumen yang dimana barang/jasa tersebut berguna dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis juga bisa digambarkan sebagai suatu sistem yang memproduksi suatu barang ataupun jasa demi memuaskan dan memenuhi kebutuhan (Zahran, 2020).

Bisnis Vouin Dafsa merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jasa tidak hanya itu usaha ini juga berjalan dalam menyediakan voucher internet, pop mie, minuman sachet, dan berbagai macam snack. Dalam usaha yang telah saya jalankan selama satu semester (enam bulan) dalam usaha ini tidak hanya bergerak dalam bidang jasa tetapi juga bergerak dalam bidang sembako. Untuk usaha vouin dafsa sendiri sudah dijalankan selama tiga bulan akan tetapi usaha ini tidak berjalan dengan lancar karena tidak adanya perencanaan usaha sehingga menyebabkan usaha ini gagal mencapai target penjualan. Usaha vouin dafsa sendiri tidak dapat mencapai target karena pendapatan penjualan tidak tercapai karena kurangnya promosi serta banyaknya pesaing sehingga membuat usaha ini kurang mencapai pendapatan yang telah disepakati selama menjalankan kegiatan wirausaha merdeka yang telah dijalankan selama satu semester (Budiyanto, 2023).

Usaha Vouin Dafsa ini perlu dilakukan evaluasi usaha karena mengingat banyak sekali yang perlu dievaluasi dalam kegiatan usaha ini salah satunya adalah evaluasi dalam membuat target perencanaan penjualan. usaha Vouin Dafsa ini gagal karena kurangnya perencanaan dalam menjalankan bisnis vouin dafsa yang telah dijalankan memiliki beberapa kendala yang dialami selama menjalankan usaha tersebut salah satunya tidak tercapainya target penjualan, dikarenakan kurangnya memasarkan produk melalui media sosial, serta bertambahnya para pesaing dibidang yang menjual produk yang serupa (Pambudi & Suranto 2022). Bisnis Vouin Dafsa ini berlokasi di Institut Shanti Bhuna, Kabupaten Bengkayang. Bisnis ini berdiri sejak penulis membuka cabang usaha di Institut Shanti Bhuna (ISB) Bengkayang dimulai sejak 17 September 2023 guna memenuhi kebutuhan para mahasiswa yang berada dilingkungan Kampus ISB Bengkayang. Oleh karena itu berdirilah unit usaha Vouin Dafsa ini yang

menyediakan jasa voucher internet, menjual mie instan seperti pop mie, minuman sachet, dan berbagai macam snack.

Penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas terhadap kepuasan konsumen pada hotel bukit serelo lahat. jumlah sampel yg digunakan dalam penelitian adalah 46 orang pelanggan hotel serelo lahat. hasil pengujian statistik dapat diambil kesimpulan kepercayaan dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan negatif terhadap kepuasan konsumen (Kasinem 2020). Penelitian Nisak (2004) menyimpulkan bahwa Penggunaan analisis SWOT yang efektif dapat memegang peranan penting dalam menentukan strategi kompetitif, agar dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam menjaga kelangsungan hidup dan kontinuitas perusahaan. Masalah yang hendak dicari jawabannya dalam penelitian ini adalah apakah analisis SWOT merupakan strategi yang tepat guna meningkatkan produksi pada perusahaan dan bagaimana strategi kompetitif yang diterapkan perusahaan dalam mengatasi persaingan global. Sehubungan dengan masalah tersebut diajukan hipotesis sebagai berikut: dinilai dengan menggunakan investigasi SWOT kenaikan berkaitan dengan tujuan agar organisasi memperoleh manfaat (kelebihan). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran Implementasi usaha Vouin Dafsa sebelum dan sesudah dilakukan analisis SWOT.

## **METODE**

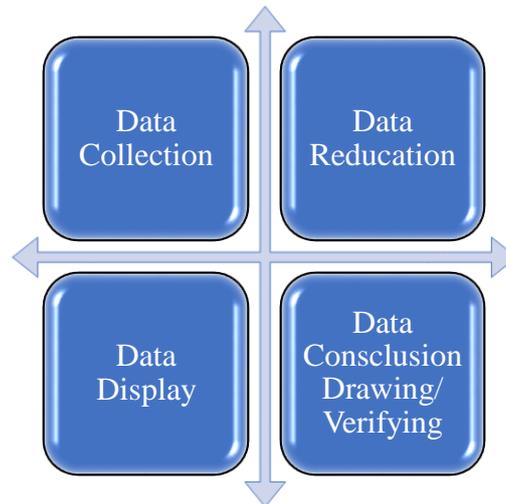
Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode *interview individual* (Enji & Beni 2023b). Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati (Nugrahani, 2014). Pengumpulan data dilakukan oleh penulis langsung dari sumber atau lokasi asli dimana penelitian dilakukan, sampai pada pencarian cara mendapatkannya (Enji & Beni 2023a). Sumber data dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang didapatkan secara langsung dari subjek dan objek penelitian. Data primer merupakan sumber data yang memberikan data secara langsung kepada penggumpul data dengan menggunakan metode *interview individual*. *Interview individual* adalah wawancara yang dilakukan oleh pewawancara dengan narasumber secara perseorangan. Penentuan informan dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria dan syarat hasil wawancara akan dianalisis menggunakan analisis SWOT (Atlantika et al., 2023).

**Tabel 1.** Tabel daftar responden

No	Nama	Usia (tahun)	Pekerjaan	Alamat
1	FI	20	Mahasiswa	ISB
2	RA	22	Mahasiswa	ISB
3	AR	21	Mahasiswa	ISB
4	HR	22	Mahasiswa	ISB
5	JTS	19	Mahasiswa	ISB

Pengumpulan data menggunakan metode dekriptif kualitatif. Guna teknik ini untuk mencari bermacam data serta memperoleh kejelasan dari permasalahan penelitian. Metode penelitian mencakup observasi, *interview individual* (wawancara Penanya dan pemberi data) disertai dengan dokumentasi. Tata cara penelitian digunakan untuk membagikan cerminan, rancangan peneliti, waktu serta sumber informasi dan langkahlangkah yang digunakan dalam penelitian, setelah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT (Akhmad 2015). Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data. Teknik analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Berbagai situasi yang dihadapi oleh wirausaha baik internal maupun eksternal harus dapat dijadikan masukan bagi perusahaan guna menentukan rencana strategis dalam menyusun sistem pemasaran yang relatif berdaya guna dan tepat guna. Model yang hingga saat ini banyak digunakan untuk menganalisis situasi bagi perencanaan strategis usaha adalah analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan guna mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kelancaran usaha seperti kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman didalam suatu usaha yang dijalankan (Putong 2003).

Pengolahan data ialah proses pengamatan, mencari, menyusun informasi secara sistematis diperoleh dari hasil observasi, wawancara serta dokumentasi. Observasi dilakukan di lingkungan Kampus Institut Shanti Bhuna. Wawancara dilakukan kepada narasumber yang telah ditentukan kriteria dan yang sudah memenuhi syarat untuk diwawancarai disertai dengan dokumentasi (Usman & Hapsari 2019). informasi yang diperoleh kemudian diolah menjadi satu. Tujuan dari pengolahan data ialah menjadikannya kedalam wujud informasi yang simpel agar mudah dipahami serta dimengerti, sehingga segala informasi yang terkumpul bisa disusun dengan baik serta apik, setelah itu informasi tersebut dianalisis (Atlantika, et al., 2023).



**Gambar 1.** Teknik pengolahan data

## HASIL

Penelitian yang berjudul *Evaluasi Kelayakan Usaha Ayam Potong Samu ‘Adup di Kecamatan Lumar Kabupaten Bengkayang menyimpulkan bahwa Usaha ayam potong Samu’* Adup merupakan usaha yang dirintis oleh mahasiswa program studi Kewirausahaan Institut Shanti Bhuana dengan berbagai problem yang dialami, salah satunya perencanaan usaha yang dirasakan masih perlu dievaluasi karena keberadaannya di pedalaman Kalimantan Barat yakni di Kecamatan Lumar Kabupaten Bengkayang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengevaluasi kelayakan usaha melalui analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini dapat dilanjutkan dengan berbagai penyesuaian hasil analisis SWOT, diantaranya kegigihan pelaku usaha perlu ditingkatkan, perbaikan tempat usaha, promosi serta Teknik penjualan yang tidak monoton ditempat dagangan tetapi juga dilakukan pemasaran menggunakan media sosial, menggunakan sistem COD serta penjualan dengan sistem jemput bola ke tempat konsumen (Ricardus 2023).

Penelitian yang berjudul *Analisis Usaha Jasa Seventeen Voucher Sebelum dan Setelah Dilakukannya Penerapan Business Model Canvas menyimpulkan bahwa Penelitian ini membahas tentang penerapan Business Model Canvas (BMC) pada bisnis Usaha Jasa Seventeen Voucher sebelum dan setelah implementasi, dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, dan dianalisis menggunakan metode kualitatif dan analisis SWOT. Hasil studi menunjukkan bahwa segmen pelanggan target untuk bisnis layanan Seventeen Voucher adalah mahasiswa di sekitar kampus. Proposisi nilai bisnis adalah menyediakan layanan yang nyaman untuk kebutuhan terkait internet, dan saluran yang*

digunakan adalah *WhatsApp Business* dan *Facebook*. Studi ini juga mengidentifikasi area untuk perbaikan dalam manajemen hubungan pelanggan dan struktur biaya. Penelitian ini juga membahas evaluasi penerapan *Business Model Canvas* (BMC) pada bisnis layanan Seventeen Voucher dan analisisnya menggunakan analisis SWOT. Studi menemukan bahwa harga terjangkau, promosi, dan penggunaan media sosial untuk promosi adalah faktor yang menarik pelanggan. Kualitas layanan, keandalan, responsivitas, dan jaminan juga merupakan faktor penting dalam kepuasan pelanggan. Penentuan harga ditentukan dengan mengamati pasar dan menyesuaikan dengan permintaan pelanggan. *Business Model Canvas* membantu menyederhanakan dan mengkomunikasikan strategi bisnis secara efektif. Secara keseluruhan, studi ini memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik bisnis dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penggunaan metode BMC dan analisis SWOT dapat membantu bisnis mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka, dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kinerja mereka. Studi ini juga menekankan pentingnya memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, dan menyediakan layanan berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan dalam kemajuan bisnis (Enji and Beni 2023a).

Usaha Vouin Dafsa merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa dan menjual popmie, minuman sachet serta berbagai macam snack. Usaha Vouin Dafsa ini berdiri sejak tahun 2022 dijalankan di desa cipta karya berjalan dengan lancar. Selain usaha Voucher internet, Popmie, minuman sachet serta berbagai jenis snack kemudian masuklah usaha Vouin Dafsa yang dimulai 2023 yang dijalankan oleh seorang mahasiswi itu bernama Lisa terkait dengan usaha yang dijalankan, untuk voucher internet, popmie, minuman sachet, serta berbagai macam snack dibeli kemudian dipasarkan kembali kepada konsumen di asrama Institut Shanti Bhuana. Di dalam suatu penelitian terdapat poin-poin penting yang menjadi konsentrasi upaya menemukan hasil penelitian yang relevan. Begitupula dengan penelitian ini, dimana penelitian ini ingin menemukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui analisis SWOT. Poin-poin yang diimplementasikan dalam penelitian tersebut memperoleh hasil yang baik bagi usaha, terutama usaha Vouin Dafsa.



**Gambar 2.** Logo usaha

Logo usaha merupakan salah satu lambang atau citra dari usaha yang dijalankan oleh pemilik usaha, logo vouin dafsa ini sendiri mengandung makna yang menyimbolkan sesuatu yang tenang, klasik, serius, misterius atau dewasa yang terkandung dalam logo warna keabuan. Usaha vouin dafsa sendiri merupakan singkatan dari vouin (voucher internet) dan dafsa yang merupakan nama nenek dari pemilik usaha. Sosok seorang nenek yang Bernama dafsa tersebut sering memberikan semangat kepada cucunya untuk menjalani hidup. Maka terbentuklah nama usaha Vouin Dafsa ini.

Pelayanan melalui kinerja merupakan faktor penentu kepuasan masyarakat, artinya apabila semakin baik kualitas pelayanan dengan melalui kinerja untuk meningkatkan kepuasan masyarakat pada angkutan umum (transmudi) tentunya masyarakat merasakan puas serta menumbuhkan rasa percaya atas pelayanan melalui kinerja tersebut. Berbagai definisi telah diuraikan diatas maka kualitas pelayanan menurut penulis yaitu segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan dalam usaha VD dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan demi memenuhi harapan pelanggan. Penelitian Akhmad (2015) menyimpulkan bahwa media pemanfaatan internet dewasa ini juga telah demikian berkembang pada berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah sosial media, di mana social media merupakan sebuah media sosialisasi dan interaksi, dapat dilihat dan dikunjungi oleh setiap orang yang berisikan berbagai informasi mengenai produk dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap konsumen juga, ditarik kesimpulan bahwa sistem pemasaran yang telah dilakukan oleh pelaku usaha sudah baik, Dimana pelaku usaha telah memsistem pemasaran secara langsung hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap responden yang menyatakan bahwa mereka mengetahui adanya usaha ini secara langsung. Dalam wawancara responden juga sering melakukan pembelian ulang produk yakni pembelian minuman, makanan instan dan pulsa, responden mengaku sangat menyukai pelayanan yang dilakukan oleh usaha VD karena pelayanannya sangat ramah, dan sangat cepat. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha VD ini juga sangat menarik karena promosi dilakukan melalui group WhatsApp, produk yang ditawarkan juga sangat murah dan sangat menarik, dan harga yang ditetapkan sesuai karena sama harga dengan usaha lainnya(Sukrillah, Ratnamulyani, and Kusumadinata 2018).



**Gambar 3.** Wawancara responden

### **Analisis SWOT**

Analisa SWOT merupakan suatu alat analisis yang masih cukup efektif untuk menemukan kekuatan dan peluang perusahaan. Hal tersebut digunakan perusahaan dalam menghadapi serta mewaspadaikan semua kelemahan dan ancaman yang dihadapi guna mengambil sebuah keputusan strategis dalam berbisnis. Diharapkan proses perencanaan strategis tersebut mampu menemukan keputusan yang efektif dan tepat sasaran. Keberhasilan melahirkan keputusan yang efektif dan tepat sasaran dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan berkaca dan memahami kondisi internal serta mampu membaca kondisi eksternal (Rangkuti 2016). Analisa SWOT membantu dalam menstrukturisasi usaha para pengambil keputusan dalam menentukan rencana strategis perusahaan. Analisis SWOT sering digunakan dalam suatu usaha karena metode ini dianggap dapat membantu menemukan aspek-aspek penting dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada usaha tersebut sehingga dengan adanya analisis ini mampu memberikan solusi yang tepat bagi suatu usaha tersebut, hal ini menyesuaikan logika yang didasarkan secara optimal seperti pendapat (Sulistiani 2018).

Penelitian Kumalasari (2016) menyimpulkan bahwa analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan perusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*). unsur-unsur SWOT Kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*weakness*) Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*) Faktor eksternal dan internal untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai

bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu: Faktor eksternal Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities* and *threats* (O dan T)

Penelitian Wicaksono (2018) menyimpulkan bahwa perusahaan agar dapat bertahan dan mampu bersaing di pasar, perusahaan harus tahu bagaimana cara menyesuaikan diri dengan pasar yang terus menerus berubah. Untuk dapat mewujudkannya maka perlu diterapkan suatu strategi yang tepat dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan alat formulasi strategi yang menganalisis dan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*), dalam setiap aspek-aspeknya memiliki fungsi masing-masing, dimana dari aspek kekuatan akan menentukan apa saja yang menjadi keunggulan dalam usaha termasuk segala aktivitas dan kegiatan yang berkaitan dengan usaha, kemudian dari aspek kelemahan akan menentukan apa saja yang menjadi kekurangan dalam usaha tersebut, dan dari aspek peluang membantu pelaku usaha dalam melihat serta menentukan hal apa saja yang menjadi kesempatan bagi usahanya, sedangkan pada aspek ancaman akan menentukan hal apa saja yang berpotensi mengancam suatu usaha baik ancaman dari faktor eksternal maupun internal yang berpengaruh negative bagi usaha

### ***Strength* (kekuatan)**

- Lokasi usaha yang mudah dijangkau; faktor yang mempengaruhi minat konsumen yaitu lokasi usaha, dimana lokasi yang mudah dijangkau akan lebih sering dikunjungi oleh konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen mempunyai keinginan supaya barang yang mereka butuhkan dapat segera dipenuhi, sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama.
- Harga produk yang terjangkau; selain praktis, ternyata usaha Vouin Dafsa juga sangat ekonomis, dimana harga yang ditetapkan sangat terjangkau sesuai dengan kebutuhan mahasiswa/I isb. Oleh karena itu, konsumen akan lebih melirik produk yang murah dari yang lainnya.
- Relasi dengan konsumen; mendapatkan perhatian, dan sikap royal dari para konsumen diperlukan suatu relasi yang baik dapat dilakukan kepada siapa saja, baik itu keluarga maupun orang lain, sehingga berpengaruh terhadap peningkatan respon positif dari konsumen.
- Pelayanan; berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari beberapa responden, salah satu kekuatan pada usaha Vouin Dafsa yaitu pelayanan yang baik, dimana konsumen tidak

memerlukan waktu yang lama untuk mendapatkan barang yang mereka pesan, karena pelaku usaha sesegera mungkin menyiapkannya.

### ***Weakness (kelemahan)***

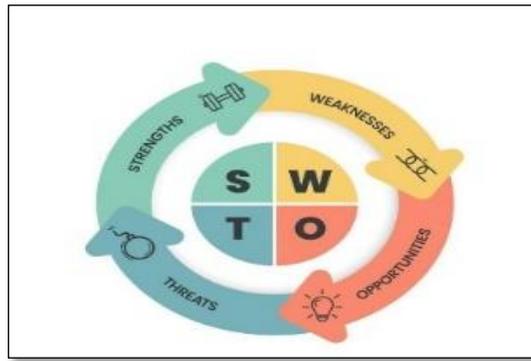
- Kehabisan stok barang; pada umumnya, setiap usaha pasti mempunyai kelemahan, tidak terkecuali Usaha Vouin Dafsa. Kelemahan yang satu ini terletak pada stok barang, dimana jika kehabisan stok barang yang ingin dijual itu dapat mempengaruhi penjualan produk sehingga tidak dapat menjual produk tersebut kepada konsumen.
- Stok barang yang menyesuaikan dengan jam kerja; kelemahan dari usaha VD ini yaitu jam kerja menyesuaikan dengan jam kosong serta kurangnya stok Voucher Internet.

### ***Opportunity (peluang)***

Sesuai dengan kemajuan teknologi saat ini banyak hal yang dapat dilakukan bahkan sangat membantu terutama bagi pelaku usaha yang merasa terbantu dalam memperkenalkan produk usaha atau jasa yang mereka tawarkan. Salah satunya bagi usaha Vouin Dafsa, dimana kemajuan teknologi saat ini membantu pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya melalui media social yang ada. Hal tersebut menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan serta mendapatkan keuntungan.

### ***Threat (ancaman)***

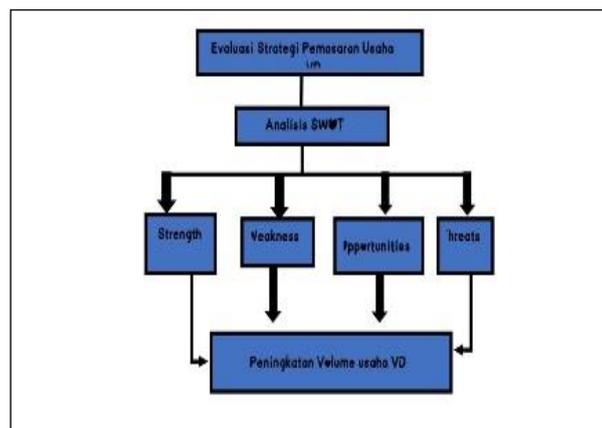
- Bertambahnya tingkat pesaing; setiap usaha akan dihadapkan dengan persaingan, baik persaingan produk, harga, fasilitas strategi serta pelayanan. Persaingan ini juga dialami oleh Usaha Vouin Dafsa yang dimana akan semakin banyak persaingan dengan produk sejenis sehingga menghambat perkembangan usaha ini.
- Tingkat persaingan yang semakin besar; setiap usaha akan selalu dihadapkan dengan persaingan, baik dalam persaingan produk, harga, fasilitas, strategi dan pelayanan. Persaingan ini juga dialami oleh Usaha Vouin Dafsa yang dimana akan semakin banyak persaingan dengan produk sejenis sehingga menghambat perkembangan usaha ini.



**Gambar 4.** Teknik Analisis SWOT Data

**Evaluasi Usaha**

Setiap usaha didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, tetapi tidak semua usaha selalu mendatangkan keuntungan adakalanya usaha tersebut juga mengalami kerugian, karena setiap usaha selalu menghadapi suatu resiko yang tidak diinginkan yaitu rugi. Untuk menghindari resiko kerugian itulah maka diperlukan suatu peninjauan atau perhitungan melalui suatu analisa, yaitu analisis studi kelayakan bisnis, dengan demikian dapat dilihat apakah usaha tersebut layak dijalankan/ diteruskan atau tidak. Secara etimologi "evaluasi" berasal dan bahasa Inggris yaitu evaluation dari akar kata value yang berarti nilai atau harga. Pengertian evaluasi secara umum dapat diartikan sebagai proses sistematis untuk menentukan nilai sesuatu (ketentuan, kegiatan, keputusan, unjuk-kerja, proses, orang, objek dan yang lainnya) (Ricardus 2023).



**Gambar 5.** Kerangka konsep Evaluasi usaha

**Volume Usaha**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini berpacu pada media komunikasi salah satunya media sosial. seiring dengan perkembangan zaman manusia membutuhkan teknologi sebagai salah satu media yang digunakan dalam membantu

melakukan aktivitas dengan lebih mudah dan praktis. yang pada mulanya kehidupan manusia jauh lebih sederhana kini sudah mulai semakin modern seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan modern sehingga semua kegiatan dapat dilakukan dengan sangat mudah dan cepat. Saat ini penggunaan teknologi semakin berkembang sangat pesat setiap tahun. Salah satu alat teknologi informasi dan komunikasi yang kita kenal saat ini yaitu *handphone* dan internet. Kedua media ini saling berkaitan antara satu sama lainnya waktu menggunakan internet. Akan tetapi sebagai wadah informasi dan komunikasi, diperlukan adanya kuota/voucher internet sebagai media komunikasi untuk dapat menggunakan internet melalui *handphone*. Dengan adanya *handphone* ini masyarakat diberikan kemudahan dalam menerima atau mengetahui informasi dengan cepat dengan adanya *handphone*, masyarakat lebih cenderung menggunakan internet sebagai salah satu media untuk membantu dalam menyelesaikan pekerjaan yang membutuhkan internet sebagai media untuk menyelesaikan pekerjaan, seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan sebuah pekerjaan agar dapat memperoleh pendapatan dengan hasil yang memuaskan. Dalam hal ini sendiri diciptakannya lah alat untuk membantu memberikan semua informasi dan komunikasi dalam rupa *handphone* dan internet (Kogoya 2015).

Usaha Vouin Dafsa merupakan unit usaha yang menyediakan voucher internet, pop mie, minuman sachet, dan berbagai macam snack. Adapun yang ditawarkan dalam usaha Vouin Dafsa unit usaha ini juga memberikan pelayanan jasa dalam rupa jasa jual-isi ulang pulsa internet, isi ulang pertukaran data internet, transfer antar bank dan pembayaran lainnya seperti penggunaan aplikasi DANA, Seabank dan Top up lainnya semua bisa dilakukan di aplikasi seabank. Bisnis yang dilakukan menggunakan *handphone* dan dilengkapi oleh aplikasi seabank yang mendukung serta menjadikan usaha ini dapat berjalan dengan lancar.

### **Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran itu sendiri adalah memilih dan menganalisa pangsa pasar yang merupakan suatu kelompok orang yang menjadi sasaran perusahaan, dapat menciptakan bauran pemasaran yang sesuai dan bias memberikan kepuasan pada pangsa pasar sasaran tersebut. Pemasaran diibaratkan sebagai suatu medan tempur bagi produsen dan para pedagang yang bergerak pada komoditi yang sama, maka perlu diciptakannya suatu efisien dan seefektif mungkin sehingga mendapatkan hasil yang lebih menguntungkan. Istilah strategi terkait dengan hasil yang lebih baik tentunya dengan penekanan agar resiko yang akan dihadapi lebih rendah (Ramadhan & Sofiyah 2018). Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi

kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi, mengidentifikasi dan mengukur besarnya, menentukan pasar sasaran yang paling baik yang dapat dilayani, menentukan produk, jasa, dan program yang sesuai untuk melayani pasar-pasar ini dan meminta setiap orang dalam organisasi untuk berfikir dan melayani pelanggan (Syuhud 2019).

### **Pelayanan**

Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Dari beberapa definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang baik senang ataupun kecewa yang berasal dari hasil perbandingan antara apa yang diterima dan harapan akan suatu produk. Dalam menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi Perusahaan untuk menyempurnakan kualitas, perusahaan bersangkutan harus mampu mengimplementasikan enam prinsip utama yang berlaku bagi perusahaan. Keenam prinsip tersebut bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh para pemasok, karyawan, dan konsumen (Dwiwinarsih 2012).

### **DISKUSI**

Berikut adalah hasil dari wawancara yang telah dijawab oleh responden dengan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh pelaku usaha dalam memberikan pelayanan dan mempromosikan usaha Vouin Dafsa terhadap konsumen.

- Responden 1: Menurut hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pemilik usaha tentang penerapan harga jual produk di usaha vouin dafsa yang ditawarkan oleh mahasiswa/i asrama sesuai meskipun tidak sebanding dengan harga jual dengan toko shanti bhuna, akan tetapi responden lebih memilih membeli produk yang ditawarkan oleh pemilik usaha karena lokasinya berada di asrama hingga membuat mahasiswa/i asrama lebih memilih membeli produk yang ditawarkan. Selain itu responden ini juga melakukan pembelian ulang produk usaha VD yaitu produk minuman dan makanan instan, pelayanan yang dilakukan oleh usaha ini juga sangat ramah dan cepat, sistem pemasaran yang dilakukan oleh usaha ini juga sangat menarik. menurut responden harga yang ditetapkan sesuai meskipun beda dengan yang di toko tetapi produk yang ditawarkan sangat baik karena tidak memakan waktu dan tenaga untuk berbelanja.

- Responden 2: Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap konsumen juga, ditarik kesimpulan bahwa sistem pemasaran yang telah dilakukan oleh pelaku usaha sudah baik, Dimana pelaku usaha telah mem sistem pemasaran secara langsung hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap responden yang menyatakan bahwa mereka mengetahui adanya usaha ini secara langsung. Dalam wawancara responden juga sering melakukan pembelian ulang produk yakni pembelian minuman, makanan instan dan pulsa, responden mengaku sangat menyukai pelayanan yang dilakukan oleh usaha VD karena pelayanannya sangat ramah, dan sangat cepat. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha VD ini juga sangat menarik karena promosi dilakukan melalui group WhatsApp, produk yang ditawarkan juga sangat murah dan sangat menarik, dan harga yang ditetapkan sesuai karena sama harga dengan usaha lainnya.
- Responden 3: Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap konsumen juga, ditarik kesimpulan bahwa sistem pemasaran yang telah dilakukan oleh pelaku usaha sudah baik, Dimana pelaku usaha telah menerapkan sistem pemasaran secara langsung hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap responden yang menyatakan bahwa mereka mengetahui adanya usaha ini secara langsung. Responden menyatakan bahwa sistem pemasaran yang telah dilakukan oleh pelaku usaha sudah baik hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap konsumen terhadap terkait pelayanan, responden yang diwawancarai mengatakan bahwa pelaku usaha dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen sudah baik dan ramah. Dalam wawancara yang dilakukan responden juga sering melakukan pembelian produk yakni produk makanan instan dan kuota internet. Sistem pemasaran yang dilakukan oleh usaha ini juga sangat menarik, sistem pemasaran langsung dan melalui group WhatsApp.
- Responden 4: Menurut hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pemilik usaha tentang penerapan harga jual produk di usaha vouin dafsa yang ditawarkan oleh mahasiswa/i asrama sesuai meskipun tidak sebanding dengan harga jual dengan toko shanti bhuana, akan tetapi mereka lebih memilih membeli produk yang ditawarkan oleh pemilik usaha karena pelayanannya sangat cepat dan ramah hingga membuat mahasiswa/i asrama lebih memilih membeli produk yang ditawarkan. Responden juga sering melakukan pembelian produk yakni berupa minuman, pulsa dan makanan instan. Responden merasa puas dengan pelayanan usaha VD ini
- Responden 5: Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap konsumen juga, ditarik kesimpulan bahwa sistem pemasaran yang telah dilakukan oleh pelaku usaha sudah baik, Dimana pelaku usaha telah menerapkan sistem pemasaran secara langsung hal

tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap konsumen yang menyatakan bahwa mereka mengetahui adanya usaha ini secara langsung.

Selain itu dalam hasil penelitian juga dapat diketahui bahwa sistem pemasaran yang telah dilakukan oleh pelaku usaha sudah baik hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap konsumen terhadap terkait pelayanan, responden yang diwawancarai mengatakan bahwa pelaku usaha dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen sudah baik dan ramah. menurut responden harga yang ditetapkan sesuai karena sama dengan usaha yang ada di asrama. Pelayanannya cukup menarik, karena saya tertarik dengan produk yang tawarkan secara langsung dan melalui group WhatsApp membuat saya mudah membeli produk yang saya inginkan. Namun tidak hanya itu pelaku usaha juga melakukan wawancara responden keterkaitan dengan metode pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha. Dimana konsumen merasa tertarik dengan pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha sehingga terjadilah pembelian ulang.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada beberapa strategi yang digunakan yaitu analisis SWOT untuk meningkatkan usaha Vouin Dafsa. <sup>1</sup>Promosi yang memanfaatkan media social seperti whatsapp akan lebih mempermudah pelaku usaha untuk memperkenalkan produk vouin dafsa, terutama kepada mahasiswa/I institute shanti bhuana yang menggunakan media social. Strategi yang memanfaatkan peluang yaitumenjalin relasi dengan konsumen agar konsumen dapat bersikap loyalitas terhadap penyedia barang. Strategi meminimalisir ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang ada yakni mempertahankan kualitas pelayanan untuk mengatasi ancaman seperti bertambahnya tingkat persaingan. Mengembangkan kualitas pelayanan dengan menambahkan logo usaha untuk menarik perhatian konsumen. Memperluas jaringan dengan dukungan teknologi masa kini sehingga usaha vouin dafsa semakin banyak dikenal. Memaksimalkan promosi melalui media social agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen. <sup>7</sup>Meningkatkan relasi yang baik dengan konsumen agar konsumen dapat bersikap loyalitas terhadap pelaku usaha vouin dafsa.

Penerapan strategi pemasaran 4P yang di terapkan oleh pengusaha vouin dafsa berpengaruh nyata terhadap pelayanan yang selalu ada setiap harinya sehingga Tingkat kepuasan konsumen pada penjualan produk vouin dafsa, produk, harga, lokasi dan teknik promosi yang dilakukan menunjukkan bahwa strategi pemasaran menggunakan strategi 4P dapat diterapkan Dimana keempat komponen ini menunjukkan pengaruh dan Tingkat keberhasilan yang efektif dalam minat pembelian dan pelayanan pada penjualan usaha vouin dafsa sehingga

memberikan timbal balik yang baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Strategi pemasaran merupakan harga yang diterapkan, lokasi tempat usaha dan teknik promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha merupakan kunci utama dalam keberhasilan penerapan strategi pemasaran 4P dan keberhasilan penjualan produk yang diusahakan.

## REFERENSI

- Akhmad, Khabib Alia. 2015. "Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kota Surakarta)." *DutaCom Journal* 9(1): 43–54. <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>.
- Atlantika, Yeremia Niaga, Veneranda Rini Hapsari, and Benedhikta Kikky Vuspitasari. 2023. "Analisis Gaya Kepemimpinan Dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Daerah Perbatasan: Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Transaksional." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 11(1): 369–82.
- Budiyanto, Albert. 2023. "Perancangan Aplikasi Pembukuan Keuangan Warung Sembako Jakarta Timur Berbasis Manajemen Keuangan Dengan Android." *Jurnal Esensi Infokom: Jurnal Esensi Sistem Informasi dan Sistem Komputer* 7(1): 90–94.
- Dwiwinarsih. 2012. "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy Di Depok." *Ekonomi Manajemen*: 15. [https://www.academia.edu/download/34126207/Artikel\\_11205052.pdf](https://www.academia.edu/download/34126207/Artikel_11205052.pdf).
- Enji, Erianti, and Sabinus Beni. 2023a. "Analisis Usaha Jasa Seventeen Voucher Sebelum Dan Setelah Dilakukannya Penerapan Business Model Canvas: Erianti Enji, Sabinus Beni." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini* 14(1): 1–6.
- . 2023b. "Analisis Usaha Jasa Seventeen Voucher Sebelum Dan Setelah Dilakukannya Penerapan Business Model Canvas." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini* 14(1): 1–6.
- Haryanti, Nik, and Diyanus Abdul Baqi. 2019. "Strategi Service Quality Sebagai Media Dalam Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan." *Journal of Sharia Economics* 1(2): 101–28.
- Kasinem. 2020. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 17(4): 329.
- Kasinem, Kasinem. 2020. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 17(4): 329.
- Kogoya, Dekinus. 2015. "DAMPAK PENGGUNAAN HANDPHONE PADA MASYARAKAT Studi Pada Masyarakat Desa Piungun Kecamatan Gamelia Kabupaten Lanny Jaya Papua." *Acta Diurna Komunikasi* 4(4).
- Kumalasari, Nurita Ayu. 2016. "PERENCANAAN STRATEGI PROMOSI MELALUI ANALISIS SWOT PADA BISNIS DELICYS." *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1(2): 4–6.
- Nisak, Zuhrotun. 2004. "Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif." *Jurnal Ekonomi Bisnis*: 1–8.
- Nugrahani. 2014. "Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa." *Surakarta. Deepublish*.

- Pambudi, Luhur, and Ir Suranto. 2022. "Analisis Evaluasi Usaha Warunk Upnormal Di Kota Bandar Lampung." [https://eprints.ums.ac.id/106733/1/NASKAH\\_PUBLIKASI.pdf](https://eprints.ums.ac.id/106733/1/NASKAH_PUBLIKASI.pdf).
- Putong, Iskandar. 2003. "Teknik Pemanfaatan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri (A-SWOT-TSI)." *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 2(8): 65–71. [http://repository.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/491/1/PUTONG\\_65-71.pdf](http://repository.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/491/1/PUTONG_65-71.pdf).
- Ramadhan, Ahmad, and Fivi Rahmatus Sofiyah. 2018. "Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran ( Studi McDonald ' s Ring Road ) This Research Aims to Identify and Analyze the Ma Rketing Strategy of McDoanald ' s Ring Road by Using the SWOT Analysis Consisting of Strength , Weakness." *Sistem Informasi* 1(2): 1–5.
- Ramdaniah, Fatih. 2019. "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Ekonomi Pedagang Di Pasar Baru Paiton Probolinggo." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 6(2): 429–64.
- Rangkuti, Freddy. 2016. "Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT." *Jakarta: Gramedia*.
- Ricardus. 2023. "RISTEK : Jurnal Riset , Inovasi Dan Teknologi Kabupaten Batang EVALUASI KELAYAKAN USAHA AYAM POTONG SAMU ' ADUP." *RISTEK : Jurnal Riset , Inovasi dan Teknologi Kabupaten Batang* 7(2): 38–47.
- Sukrillah, A, IA Ratnamulyani, and AA Kusumadinata. 2018. "Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi." *Jurnal Komunikatio* 3(2): 95–104.
- Sulistiani, Dwi. 2018. "Analisis SWOT Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.: 10–27.
- Suryatman, Tina Hernawati, Muhamad Engkos Kosim, and Galuh Eko. 2021. "Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry Marketing Strategy Planning With Analysis Swot In Effort To Increase Sales Of Adidas Shoe At PT. Panarub Industry." *Journal Industrial Manufacturing* 6(1): 43–56.
- Syuhud, Muhammad. 2019. "STRATEGI PEMASARAN." *Strategi Pemasaran* (5): 12.
- Usman, Yohanes, and Veneranda Rini Hapsari. 2019. "Menggali Potensi Mahasiswa Dalam Meningkatkan Semangat Kewirausahaan Di Daerah Perbatasan." *Business, Economics and Entrepreneurship* 1(1): 24–31.
- Wicaksono, Arie. 2018. "Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT X Di Jakarta." *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik* 1(2): 192–201.
- Zahrana, Ravena. 2020. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sistem Informasi Manajemen." *Jurnal Akuntansi Universitas Mercubuana*: 1–21.