



ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PADA ERAFONE METROPOLITAN MALL CILEUNGI BOGOR

Elza Aditya¹, Nurul Fadhilah²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok¹, STIA Menara Siswa, Bogor²

elzaaditya14@gmail.com¹, Fadhilahn650@gmail.com²

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Profesionalisme, Banyaknya persaingan dibidang sejenis tentunya tidak mudah untuk mempertahankan posisi Erafone yang sudah melekat pada masyarakat. Ditambah dengan kemajuan teknologi yang berkembang dengan adanya perdagangan online maka menjadi tantangan tersendiri untuk mempertahankan konsumen agar datang dan mengunjungi toko Erafone. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi apa yang cocok digunakan Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif atau analisis yang dilakukan dengan memaparkan atau mendeskripsi data melalui kuesioner dan wawancara. Dengan jumlah responden sebanyak 4 orang. Metode yang digunakan dalam metode penelitian ini adalah QSPM (*Quantitative Strategy Planning Matrix*) yaitu sebuah metode untuk menentukan prioritas alternatif strategi yang diperoleh dari analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis data yang digunakan adalah analisis Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT dan Matriks QSPM. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matriks IFE adalah total skor sebesar 2,72 dan Matriks EFE sebesar 2,85 menempatkan Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor pada posisi kuadran V adalah *Hold and Maintain* (pertahankan dan memelihara), yaitu dengan melaksanakan penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Kata Kunci: IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM

Abstract

*The purpose of this study is to find out and analyze the influence of professionalism, the amount of competition in similar fields is certainly not easy to maintain the position of Erafone that has been attached to society. Coupled with technological advances that develop with online commerce, it becomes a challenge to retain consumers to come and visit Erafone stores. The purpose of this study is to find out and analyze what strategies are suitable for Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor. The research used is qualitative research using descriptive analysis or analysis conducted by presenting or describing data through questionnaires and interviews. With 4 respondents. The method used in this research method is QSPM (*Quantitative Strategy Planning Matrix*), which is a method to determine the priority of alternative strategies obtained from SWOT analysis (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). The data analysis used is IFE Matrix analysis, EFE Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix and QSPM Matrix. Based on the results obtained from the IFE matrix is a total score of 2.72 and the EFE Matrix of 2.85 puts Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor in the position of quadrant V is *Hold and Maintain*, namely by carrying out market penetration and product development.*

Key Words: IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM

(*) *Corresponding Author* : Elza Aditya¹, Nurul Fadhilah², elzaaditya14@gmail.com¹,
Fadhilahn650@gmail.com²

INTRODUCTION

Dengan berkembangnya bisnis Indonesia. Ritel merupakan salah satu bisnis yang berpengaruh dalam perekonomian di Indonesia. Banyaknya bisnis ritel menjadi perhatian khusus karena peran dan kontribusi dari sektor bisnis ritel terhadap perekonomian di Indonesia.

Selain adanya hubungan antara produsen dan konsumen, namun juga ada penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi. Semakin banyaknya bisnis ritel di Indonesia, menunjukkan semakin ketatnya persaingan bisnis dalam bidang ritel, namun beberapa pengusaha ritel tetap berani untuk menambah jumlah toko diberbagai wilayah. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat menjadi suatu tantangan bagi perusahaan ritel.

Namun belakangan ini, dengan adanya kemajuan teknologi salah satunya adalah perdagangan online atau *e-commerce* menyebabkan adanya perubahan gaya hidup, pola belanja dan pola konsumsi masyarakat yang semakin tak bisa diprediksi. Sehingga, kegiatan belanja masyarakat pada perusahaan atau gerai retail juga bisa jadi akan berkurang.

Untuk menghadapi persaingan bisnis ritel yang cukup ketat perlunya untuk berinovasi dan mendorong kreativitas dalam bisnis ritel untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Dan juga dibutuhkannya strategi pemasaran dengan tujuan agar bisa memaksimalkan keuntungan atau laba, meningkatkan penjualan produk mempertahankan eksistensinya dan tetap bertahan dalam menghadapi persaingan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang ritel adalah Erafone. Berdiri sejak tahun 1996. Dibuka hampir seluruh wilayah Indonesia. Selain menjual handphone, Erafone juga menjual produk-produk lain seperti aksesoris, kartu SIM, kartu voucher Prabayar dan segala jenis gadget elektronik. Erafone juga mempunyai misi menjadi perusahaan terdepan dibidang distribusi dan ritel yang memiliki akses langsung kepada konsumen dan pengecer secara integritas, yang menyediakan rangkaian lengkap perangkat bergerak dan solusi. Toko Erafone Metropolitan Mall Cileungsi dibuka pada tahun 2016. Produk yang dijual pada toko Erafone ini sangat beragam sehingga konsumen bisa membeli apa saja yang mereka inginkan.

Tidak hanya menjual handphone tetapi ada juga produk lain seperti aksesoris, kartu SIM, kartu voucher Prabayar dan lain sebagainya. Banyaknya persaingan dibidang sejenis tentunya tidak mudah untuk mempertahankan posisi Erafone yang sudah melekat pada masyarakat. Ditambah dengan kemajuan teknologi yang berkembang dengan adanya perdagangan online maka menjadi tantangan tersendiri untuk mempertahankan konsumen agar datang dan mengunjungi toko Erafone.

Untuk itu diperlukannya untuk mengatur strategi agar Erafone dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif atau inovatif, memperbaiki layanan, mengetahui minat konsumen masa kini untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing. Kemampuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing dapat dilakukan antara lain dengan menetapkan strategi bisnis yang tepat. Dalam menetapkan strategi bisnis terdapat strategi pemasaran yang berperan penting untuk meningkatkan kemampuan bersaing dan juga meningkatkan pendapatan atau laba. Penentuan strategi yang baik adalah salah satu kunci sukses dalam memasarkan barang dan jasa yang dimiliki perusahaan.

Tabel 1. Data penjualan (Dalam Presentase) dan Data Pengunjung

Bulan	Pencapaian 2021	Pencapaian 2022	Data Pengunjung 2021	Data Pengunjung 2022
Januari	93 %	113 %	547 %	601 %
Februari	83 %	96 %	504 %	498 %
Maret	129 %	57 %	773 %	311 %

Dilihat dari tabel 1. maka terjadi tidak stabilnya pencapaian target penjualan diantara tahun 2019 dan 2020 dibulan yang sama. Pada Januari 2019 mencapai angka 93% sedangkan Januari 2020 naik menjadi 113%. Begitupun dengan bulan Februari 2019 tercapai 83% sedangkan di Februari 2020 naik menjadi 96% dan Maret 2019 tercapai 129% sedangkan Maret 2020 mengalami penurunan yang signifikan. Jumlah pengunjung juga menurun ditahun 2020 pada bulan Februari dan Maret.

Dalam hal ini, untuk meningkatkan penjualan dan bisa tetap bersaing dengan perusahaan sejenis maka perusahaan perlu mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan hal ini akan membantu dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan setiap ancaman yang ada.

Dalam menjalankan bisnis ritel harus memperhatikan dari segi strategi pemasaran. Adapun didalam strategi pemasaran terdapat istilah bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Marketing mix terdiri dari produk (*product*), Harga (*price*), distribusi atau penempatan produk (*place*) dan promosi (*promotion*).

Produk yang dijual dalam Erafone terdiri dari handphone, aksesoris, kartu SIM, kartu voucher Prabayar adapun produk yang paling populer atau diminati oleh masyarakat yaitu produk handphone. Hal ini bisa dilihat dari antusias dan minat masyarakat dalam membeli handphone. Selain handphone terdapat produk lain yang dapat menunjang penjualan seperti aksesoris, kartu SIM, kartu voucher Prabayar dan lain sebagainya.

Dalam menentukan harga produk, Erafone dapat memberikan harga yang terjangkau dalam produk-produk yang dijual Erafone. Selain itu, harga produk di Erafone bisa bersaing dengan gerai-gerai bisnis ritel yang sejenis. Mulai dari harga produk handphone sampai aksesoris dapat terjangkau di Erafone. Hal ini dapat dibuktikan dari berbagai kalangan konsumen yang membeli produk di Erafone. Lokasi toko Erafone yang strategis membuat gerai ini selalu ramai. Bertempat di pusat perbelanjaan dapat memudahkan para konsumen datang ke toko Erafone. Selain itu, lokasi toko Erafone yang tidak terlalu sulit untuk ditemukan dapat menjadi tempat yang sering dikunjungi masyarakat. Tidak hanya orang dewasa yang sering berkunjung ke toko Erafone, kini remaja dapat berkunjung serta menikmati fasilitas untuk mencari produk yang diinginkannya di toko Erafone

Untuk mendapatkan sebuah target dalam usaha, promosi adalah hal penting dalam menunjang pendapatan dalam sebuah usaha. Promosi yang diberikan Erafone sangat beragam. Mulai dari iklan, brosur, pamphlet hingga promosi diskon dalam penjualan produknya.

Dalam kegiatan menganalisis akan menghasilkan strategi pemasaran terpadu untuk mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri persaingan berlangsung. Melihat dan mempelajari aspek lingkungan tersebut dapat digunakan pendekatan dengan analisis SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunity, Thread*). "SWOT merupakan salah satu alat yang dapat dipakai untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan suatu perusahaan, khususnya di bidang pemasaran.

Melihat pentingnya strategi pemasaran dan diminta dari manajemen Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor maka penulis untuk meninjau dan menganalisis lebih jauh. Dari uraian diatas maka judul skripsi "**Analisis Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor**".

METHODS

Tahap Input

Alat input mensyaratkan penyusunan strategi untuk mengkuantifikasi secara subjektif selama tahap-tahap awal proses formulasi strategi. Membuat keputusan kecil dalam matriks input terkait kepentingan relatif faktor internal dan eksternal memungkinkan penyusunan strategi membuat dan mengevaluasi strategi alternative secara lebih efektif. Penilaian intuitif yang baik selalu dibutuhkan dalam menentukan bobot dan peringkat yang sesuai.

RESULTS & DISCUSSION

RESULTS

Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis lingkungan internal Erafone Metropolitan Mall

Cileungsi Bogor didapatkan beberapa kekuatan dan kelemahan. Sedangkan hasil dari yang diperoleh dari analisis lingkungan eksternal didapatkan beberapa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor.

1. Identifikasi Kekuatan

- a. Pelayanan yang baik
Pelayanan yang ada di toko Erafone Metropolitan Mall Cileungsi sudah sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP). Karyawan telah menerapkan hal tersebut ketika sedang bertugas.
- b. Tempat yang luas dan toko yang nyaman
Erafone Metropolitan Mall Cileungsi sudah menjadi toko yang luas dan nyaman karena berbeda dengan toko-toko lain disekitarnya. Dengan menambahkan lebih banyak kursi untuk konsumen sehingga konsumen merasa nyaman saat ada di toko Erafone Metropolitan Mall Cileungsi.
- c. Produk lengkap dan berkualitas
Produk-produk yang ada di Erafone Metropolitan Mall Cileungsi cukup lengkap. Seperti handphone dengan bermacam-macam tipe, aksesoris, kartu SIM, asuransi handphone dan lain sebagainya. Produk-produk tersebut mempunyai kualitas yang baik dan bergaransi resmi.
- d. Banyaknya promosi
Erafone Metropolitan Mall Cileungsi selalu memberikan promo yang menarik salah satunya yaitu dengan memberikan *cashback* pada pembelian handphone tertentu dan memberikan gimmik berupa speaker *Bluetooth*. Promo yang diberikan pun cukup beragam sehingga menarik para konsumen yang melihat.
- e. Letak toko yang strategis
Erafone Metropolitan Mall Cileungsi memiliki letak yang strategis. Terletak di Lantai 2 langsung menghadap ke lift utama dan dekat dengan eskalator naik serta bioskop dan *foodcourt*. Sehingga memudahkan konsumen yang mencari Erafone.

2. Identifikasi Kelemahan

- a. Menurunnya kinerja karyawan lama
Menurunnya kinerja karyawan lama disebabkan karena karyawan tersebut terlalu lama ditempatkan pada satu toko hingga hitungan tahun yang menyebabkan karyawan tersebut merasa jenuh.
- b. Menurunnya jumlah pengunjung
Menurunnya jumlah pengunjung disebabkan adanya pandemi yang cukup besar sehingga berimbas pada mal.
- c. Kemampuan bersaing dalam bidang harga
Adanya perbedaan harga handphone dengan tipe tertentu yang terdapat pada toko Erafone Metropolitan Mall Cileungsi dengan toko-toko yang menjual produk sejenis. Harga yang berbeda akan menjadi perbandingan konsumen.

3. Identifikasi Peluang

- a. Luasnya jaringan dengan pihak-pihak terkait
Luasnya jaringan yang ada di Erafone Metropolitan Mall Cileungsi akan memudahkan toko Erafone Metropolitan Mall Cileungsi mendapatkan barang dengan model yang terbaru dari supplier masing-masing brand.
- b. Permintaan pasar meningkat.
Dengan adanya permintaan pasar yang meningkat toko Erafone Metropolitan Mall Cileungsi selalu stok barang dan memberikan promosi. Untuk produk-produk handphone sangat lengkap karena hampir dari semua brand ada.
- c. Mengadakan training pada pihak ketiga
Memberikan training pada pihak ketiga untuk mengembangkan sumber daya manusia. Memberikan training pada pihak ketiga agar memotivasi kinerja karyawan semakin meningkat.

- d. Kepercayaan konsumen terhadap produk Erafone
 Kepercayaan yang telah dibuat toko Erafone Metropolitan Mall Cileungsi dengan cara memberikan pelayanan terbaik dan dapat memenuhi permintaan konsumen sehingga konsumen akan merasa dilayani dengan baik oleh karyawan.

4. Identifikasi Ancaman

- a. Terdapat banyak pesaing
 Terdapat banyak nya pesaing di dalam mal yang menjual produk yang sama dengan harga berbeda. Toko Erafone dari cabang lain pun merupakan pesaing Erafone Metropolitan Mall Cileungsi yang berjarak kurang lebih 1km dari Erafone Metropolitan Mall Cileungsi.
- b. Naiknya nilai mata uang Rupiah terhadap Dollar
 Naiknya nilai mata uang Rupiah terhadap Dollar sangat berpengaruh besar karena menyebabkan harga awal dari handphone tipe tertentu berubah sehingga menyebabkan konsumen berpikir duakali untuk membeli handphone dengan tipe tersebut.
- c. Konsumen semakin sensitif terhadap harga
 Dengan adanya perbedaan harga pada kompetitor, menjadikan konsumen beralih kepada toko tersebut yang menjual produk dibawah harga pasaran.

Analisis Matriks IFE dan EFE Erafone Metropolitan Mall Cileungsi.

1. Analisis Matriks IFE

Analisis matriks IFE disusun berdasarkan identifikasi faktor-faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Erafone Metropolitan Mall Cileungsi. Adapun hasil perhitungan dari matriks IFE dapat dilihat pada dibawah ini :

Tabel 2. Matriks IFE Erafone Metropolitan Mall Cileungsi

No	Faktor-faktor	Bobot	Rating	Skor
Strenght (Kekuatan)				
1	Pelayanan yang baik	0.15	3	0.45
2	Tempat yang luas dantoko yang nyaman	0.14	3	0.42
3	Produk lengkap dan berkualitas	0.14	3.25	0.45
4	Banyaknya promosi	0.13	3	0.39
5	Letak toko yang strategis	0.14	3.25	0.45
Weakness (Kelemahan)				
1	Menurunnya kinerja karyawan lama	0.1	2	0.2
2	Menurunnya jumlah pengunjung	0.1	1.5	0.15
3	Kemampuan bersaing dalam bidang harga	0.1	2	0.2
Total		1		2.6

Keterangan:

Penjelasan point dari bobot penilaian yang digunakan:

- 0 - 0.03 = Tidak penting
- >0.03 - 0.06 = Kurang Penting
- >0.06 - 0.09 = Cukup Penting
- >0.09 - 0.12 = Penting
- >0.12 = Sangat Penting

Penjelasan dari rating yang digunakan:

- 1. Angka 1 = Sangat Kurang
- 2. Angka 2 = Kurang
- 3. Angka 3 = Baik
- 4. Angka 4 = Sangat Baik

Berdasarkan hasil analisis pada table 4.1 dapat dilihat bahwa Erafone Metropolitan Mall Cileungsi memiliki bobot terbesar dengan nilai 0.15 yaitu pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik merupakan faktor terpenting Erafone Metropolitan Mall Cileungsi. Faktor ini harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan kembali demi mencapai kepuasan konsumen. Erafone Metropolitan Mall Cileungsi juga mempunyai bobot terendah dengan nilai 0,1 yaitu menurunnya kinerja karyawan lama. Adapun rating yang terbesar pada Erafone Metropolitan Mall Cileungsi dengan nilai 3.25 yaitu Produk lengkap dan berkualitas. Dan nilai rating terendah dengan nilai 1.5 yaitu menurunnya jumlah pengunjung. Menurunnya jumlah pengunjung disebabkan adanya pandemi yang cukup besar sehingga berimbas pada mal. Nilai total dari faktor-faktor internal adalah 2.7. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Erafone Metropolitan Mall Cileungsi berada dalam posisi sedang dalam usahanya menjalankan strategi yang memanfaatkan kekuatan dan menghindari kelemahan.

2. Analisis Matriks EFE

Analisis matriks EFE disusun berdasarkan identifikasi faktor-faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman yang terdapat pada Erafone Metropolitan Mall Cileungsi. Adapun hasil perhitungan matriks EFE dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 4.2 Matriks EFE Erafone Metropolitan Mall Cileungsi

No	Faktor-faktor	Bobot	Rating	Skor
Opportunity (Peluang)				
1	Luasnya jaringan dengan pihak-pihak terkait	0.12	2.5	0.30
2	Permintaan pasar meningkat	0.15	3.5	0.52
3	Mengadakan training dengan pihak ketiga	0.15	3.25	0.48
4	Kepercayaan konsumen terhadap produk Erafone	0.16	3.5	0.56
Threat (Ancaman)				
1	Terdapat banyak pesaing	0.14	2.25	0.31
2	Naiknya nilai mata uang Rupiah terhadap Dollar	0.14	2.5	0.35
3	Konsumen semakin sensitive terhadap harga	0.14	2.25	0.31
	Total	1	2.8	2.8

Keterangan:

Penjelasan point dari bobot penilaian yang digunakan:

- 0 - 0.03 = Tidak penting
- >0.03 - 0.06 = Kurang Penting
- >0.06 - 0.09 = Cukup Penting
- >0.09 - 0.12 = Penting
- >0.12 = Sangat Penting

Penjelasan dari rating yang digunakan:

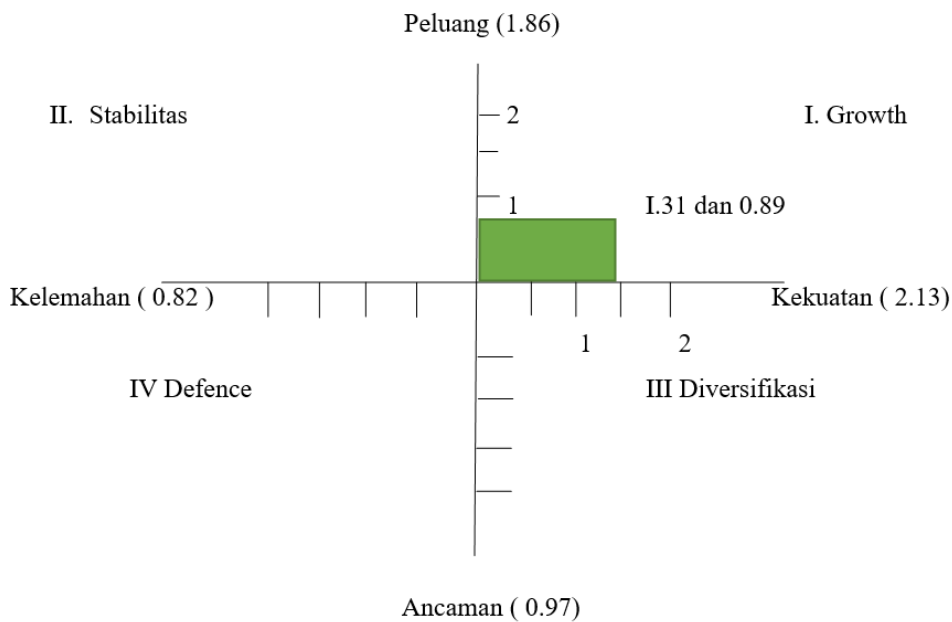
- 1. Angka 1 = Sangat Kurang
- 2. Angka 2 = Kurang
- 3. Angka 3 = Baik
- 4. Angka 4 = Sangat Baik

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa bobot terbesar pada Erafone Metropolitan Mall Cileungsi adalah kepercayaan konsumen terhadap produk erafone. Hal ini dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan penjualan. Erafone Metropolitan Mall Cileungsi juga mempunyai bobot terendah dengan nilai 0.12. Adapun rating yang terbesar pada Erafone Metropolitan Mall Cileungsi dengan nilai 3.25 yaitu mengadakan training dengan pihak ketiga. Dan nilai rating terendah dengan nilai 2.5 yaitunaiknya nilai mata uang rupiah terhadap dollar sangat berpengaruh besar karena menyebabkan harga awal dari handphone tipe tertentu berubah sehingga menyebabkan konsumen berpikir duakali untuk membeli handphone dengan tipe tersebut. Nilai total dari faktor-faktor eksternal adalah 2.8. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Erafone Metropolitan Mall Cileungsi secara eksternal sangat kuat

Analisis SWOT

Hasil analisis diagram SWOT : Kekuatan – kelemahan = 2.16 – 0.55 = 1.61

Peluang – ancaman = 1.86 – 0.97 = 0.89



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Keterangan ; Dari hasil analisis menunjukkan bahwa Erafone Metropolitan Mall Cileungsiterletak pada kuadran I yang menunjukkan sebagai situasi yang sangat menguntungkan. Erafone Metropolitan Mall Cileungsi dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang tersedia. Strategi yang harus diterapkan yaitu pada posisi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

DISCUSSION

Matriks IE berdasarkan pada dua dimensi yaitu total IFE yang diberi bobot pada sumbuX dan total nilai EFE yang diberi bobot pada sumbu Y. Matriks IE bertujuan untuk mengetahui posisi perusahaan. Berdasarkan hasil yang diperoleh matriks IFE **dan** EFE dalam disusun dalam matriks IE. Total nilai faktor-faktor strategis internal adalah 2.96, sedangkan total nilai dari faktor-faktor eksternal adalah 2.85. Hal ini dapat diartikan bahwa faktor strategis internal memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan denganfaktor strategis eksternal.

	Kuat 3,0-4,0	Sedang 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
Sedang 2,0-2,99	IV	V	VI
Lemah 1,0-1,99	VII	VIII	IX

Gambar 2. Matriks IE Erafone Metropolitan Mall Cileungsi

Keterangan :

Kolom I, II, IV = Tumbuh dan membangun
 Kolom III, V, VII = Menjaga dan mempertahankan
 Kolom VI, VIII, IX = Panen dan disvestasi

Berdasarkan Gambar 2 diketahui bahwa kondisi Erafone Metropolitan Mall Cileungsi menempati kuadran V pada matriks IE. Berdasarkan teori IE (Internal dan Eksternal) menyatakan bahwa strategi yang sesuai untuk perusahaan yang menempati kuadran III, V, VII adalah menjaga dan mempertahankan. Adapun strategi yang dapat diaplikasikan oleh Erafone Metropolitan Mall Cileungsi antara lain:

a. Pengembangan Produk (*Product Development*)

Strategi ini merupakan strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau produk yang sudah di modifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Strategi ini dapat dilakukan perusahaan melalui perbaikan bentuk, penyederhaan, pembentukan kembali, menambah desain atau model dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan.

b. Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration*)

Strategi ini adalah strategi yang bertujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar. Peningkatan promosi dapat dilakukan dengan cara pemberitahuan promosi melalui media

sosial.

CONCLUSION

Sesuai dengan uraian-uraian diatas serta hasil analisis dan interpretasi yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor kekuatan yang ada di Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor adalah Pelayanan yang baik, tempat yang luas dan toko yang nyaman, produk lengkap dan berkualitas, banyaknya promosi dan letak toko yang strategis. Sedangkan faktor-faktor kelemahan yang ada di Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor adalah menurunnya kinerja karyawan lama, menurunnya jumlah pengunjung dan kemampuan bersaing dalam bidang harga. Adapun nilai total dari faktor-faktor internal adalah 2,6.
2. Faktor-faktor peluang yang ada di Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor adalah Luasnya jaringan dengan pihak-pihak terkait, permintaan pasar meningkat, mengadakan training pada pihak ketiga dan kepercayaan konsumen terhadap produk Erafone. Sedangkan faktor-faktor ancaman yang ada di Erafone Metropolitan Mall Cileungsi Bogor adalah Terdapat banyak pesaing, naiknya nilai mata uang rupiah terhadap dollar dan konsumen semakin sensitif terhadap harga. Adapun nilai total dari faktor-faktor eksternal adalah 2,8.
3. Hasil analisis SWOT dan IE pada Erafone Metropolitan Mall Cileungsi menghasilkan 6 strategi alternatif. Adapun strategi yang dapat diurutkan berdasarkan analisis Matriks QSP sebagai berikut:
 - a. Memiliki suasana toko yang nyaman dan meningkatkan pelayanan (S02)
 - b. Meningkatkan kelengkapan dan kualitas produk (S01)
 - c. Meningkatkan Promosi (ST01)
 - d. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Erafone (W02)
 - e. Memberikan harga yang tidak jauh berbeda dengan pesaing yang menjual produk yang sama (WT02)
 - f. Meningkatkan sumber daya manusia melalui Lembaga pelatihan (W01)
4. Dari hasil QSPM maka ditemukan prioritas strategi tertinggi yaitu Memiliki suasana toko yang nyaman dan meningkatkan pelayanan (S02) dengan nilai TAS 18,64.

REFERENCES

- Abdurrahman, N, H. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV Pustaka Setia. Alfiah, D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran di Gramedia Cabang Central Park. STIE GICI Depok.
- Amirullah. (2015). Manajemen Strategi. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Cetakan ke limabelas. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- David, F. R. (2016). Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat.
- Harja. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. Pati: STIE Semarang.
- Hery. (2018). Pengantar Manajemen. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kotler dan Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2 Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia, I. (2014). Pengantar Bisnis. Tangerang: PT. Pustaka Mandiri.
- Kurniawan, A. R. (2018). Dasar-Dasar Marketing. Yogyakarta: Penerbit QUADRAN.
- Nourlette, R., R. & S., W., Hati. (2017). Penentuan Strategi dengan Pendekatan Analisis SWOT pada Hotel Nongsa Point Marina & Resort dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. ISSN 2338-4840. Politeknik Negeri Batam.
- Pramudiana, Y., M, Ariyanti, & N, Rubiyanti. (2015). Marketing Plan. Bandung: CV Alfabeta.
- Rangkuti, F. (2018). Analisis Swot. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Ridhotullah, S., & M, Jauhar. (2018). Pengantar Manajemen. Cetakan Pertama. Jakarta: Cerdas Pustaka.
- Rumuliati, N. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada PT. Tirta Investama DC Palapa. STIE GICI Depok.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan KeduaPuluh Tiga. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, AB. (2014). Manajemen Strategik Komperhensif. Jakarta: Penerbit Erlangga. Wijayanti, T. (2018). Marketing Plan Dalam Bisnis. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.