

Analisa Metode Strength Weakness Opportunities Threats (SWOT) di Pasaraya Bintan 21

Vita Rahayu¹, Resti Daryopi², Fanny Saputra³

^{1,2,3} Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknologi Indonesia
Tanjungpinang, Tanjungpinang, Kepulauan Riau, Indonesia

¹vitarahayu7400@gmail.com

²restidaryopi037@gmail.com

³fannysaputra9999@gmail.com

Intisari— Pasaraya Bintan 21, sebagai salah satu pusat perbelanjaan utama di Tanjungpinang, menghadapi berbagai tantangan untuk mempertahankan daya saing di tengah persaingan industri ritel yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi Pasaraya Bintan 21 menggunakan metode Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) guna mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilannya. Data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa lokasi strategis dan variasi produk menjadi kekuatan utama, sedangkan keterbatasan teknologi operasional dan ketergantungan pada pelanggan lokal merupakan kelemahan. Peluang meliputi adopsi e-commerce dan kerja sama dengan layanan pengiriman lokal, sementara ancaman utama berasal dari persaingan dengan supermarket modern. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya digitalisasi dan strategi pengembangan produk khas untuk meningkatkan daya saing Pasaraya Bintan 21.

Kata kunci: SWOT, Pasaraya Bintan 21, ritel, daya saing, digitalisasi.

Abstract— Pasaraya Bintan 21, as one of the main shopping centers in Tanjungpinang, faces various challenges in maintaining competitiveness amidst the increasingly intense retail industry competition. This study aims to analyze the condition of Pasaraya Bintan 21 using the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) method to identify internal and external factors affecting its success. Data were collected through interviews, observations, and document analysis. The analysis revealed that the supermarket's strategic location and diverse product range are its main strengths, while operational technology limitations and reliance on local customers are significant weaknesses. Opportunities include e-commerce adoption and partnerships with local delivery services, whereas the primary threats stem from competition with modern supermarkets. The study concludes that digitalization and the development of unique signature products are critical strategies to enhance Pasaraya Bintan 21's competitiveness.

Keywords: SWOT, Pasaraya Bintan 21, retail, competitiveness, digitalization.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dalam bidang industri, jasa dan dagang sangat berperan penting dalam dunia perekonomian, dimana perekonomian mampu memberikan perubahan – perubahan yang berarti bagi kehidupan masyarakat[1]. Transformasi digital juga sangat diperlukan, dan perencanaan strategis SI/TI dalam perusahaan dapat membantu perusahaan meningkatkan keuntungan, meningkatkan daya saing dengan perusahaan lain, dan menjajaki peluang bisnis baru yang lebih menguntungkan bagi perusahaan. Oleh karena itu, agar perusahaan dapat maju dan berkembang di era digital, mereka perlu bersaing dan bertahan dalam perkembangan SI/TI[2]. Perencanaan strategis sistem informasi berbasis TI memungkinkan perusahaan mengelola informasi secara tepat, cepat, dan akurat. Perencanaan strategis dalam suatu perusahaan sangat penting dan diperlukan untuk meminimalisir permasalahan dan menyelaraskan visi dan misi perusahaan. Perencanaan strategis sistem informasi dengan menggunakan TI memungkinkan perusahaan

mengelola informasi secara tepat, cepat, dan akurat[3]. Perencanaan strategis dalam suatu perusahaan sangat penting dan diperlukan untuk meminimalisir permasalahan dan menyelaraskan visi dan misi perusahaan.

Pasaraya Bintan 21 merupakan swalayan atau supermarket yang didirikan pada tahun 2001. Sejak saat itu, swalayan ini telah beroperasi sebagai salah satu pusat perbelanjaan utama di Bintan, menawarkan berbagai produk dan layanan kepada masyarakat setempat. Pendirian Pasaraya Bintan 21 bertujuan untuk memenuhi kebutuhan belanja masyarakat dan memberikan pilihan yang lebih beragam di sektor ritel di daerah tersebut. Perusahaan ini termasuk dalam perusahaan perdagangan. Dapat diketahui perusahaan perdagangan pastinya memiliki banyak saingan dikarenakan menyediakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh masyarakat di kehidupan sehari-hari. Pasaraya Bintan 21 menghadapi beberapa permasalahan utama yang menghambat daya saingnya di industri ritel.

Salah satu permasalahan utamanya adalah keterbatasan teknologi operasional yang masih dilakukan secara manual, sehingga kurang efisien dibandingkan

supermarket modern yang telah mengadopsi digitalisasi. Selain itu, Pasaraya Bintang 21 sangat bergantung pada pelanggan lokal tanpa adanya upaya signifikan untuk memperluas jangkauan melalui saluran online. Persaingan ketat dengan supermarket modern yang menawarkan pengalaman belanja online dengan promosi menarik juga menjadi ancaman serius. Ditambah lagi, kurangnya inovasi dalam promosi dan produk membuat Pasaraya sulit menonjol di tengah perubahan tren konsumen yang semakin mengarah pada belanja daring.

Analisis SWOT pada Pasaraya Bintang 21 bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Melalui analisis ini, perusahaan dapat memahami keunggulan internal seperti lokasi strategis dan keberagaman produk, serta mengenali kelemahan seperti keterbatasan teknologi dan promosi. Selain itu, analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang, seperti adopsi e-commerce dan potensi kerja sama dengan layanan pengiriman lokal, serta ancaman dari persaingan dengan supermarket modern. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat merumuskan strategi untuk mendorong digitalisasi operasional, menciptakan produk khas, serta memperluas jangkauan pasar. Dengan langkah-langkah ini, Pasaraya Bintang 21 diharapkan mampu meningkatkan daya saingnya dan tetap relevan di industri ritel.

II. STUDI PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama dengan judul “Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis Swot Pada Retail Tradisional Di Toko Pangestu” ditulis oleh Surahman, Okseriama Patresia Tulak, Siti Nur Aisyah, Syelah Biring Tasik S, Bebi Nabila, Haniifah Husnul Khotimah dan bersumber dari Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 05, No. 2, Januari 2024. Penelitian berfokus bagaimana SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam usaha retail tradisional. Penelitian ini menggunakan studi kasus pada retail tradisional di Toko Pangestu. Tujuan dari penelitian adalah untuk menentukan posisi pemasaran Toko Pangestu berdasarkan analisis internal dan eksternal, serta mengidentifikasi strategi yang paling sesuai untuk diterapkan. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang didasarkan pada analisis strategi bersaing dan SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman), Toko Pangestu berada di kuadran 1. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Pangestu dapat mengadopsi strategi integrasi vertikal, yang mencakup peningkatan pengelolaan dan pemantauan terhadap pengecer, pemasok, serta langkah-langkah untuk menghadapi pesaing.[4].

Pada penelitian kedua dengan judul “Analisis Swot Pasar Tradisional (Studi Komparatif Antara Pasar Buleleng Dan Pasar Sukasada)” ditulis oleh I Gusti Made Dharma Hartawan dan bersumber dari Artha Satya

Dharma Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Vol. 12 No. 2.1 Desember 2019, 176-184. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis SWOT pada pasar tradisional (Studi Komparatif Antara Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada). Dengan studi kasus Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada. penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan perbandingan dari kedua pasar: meningkatkan fasilitas parkir dan kebijakan harga, meningkatkan kebersihan untuk memastikan pasar bersih dan nyaman bagi konsumen, dan memperluas promosi media sosial untuk meniadakan konsumen akan keberadaan pasar pasar [5].

B. Landasan Teori

1. Pengertian Metode SWOT

Analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh sebuah perusahaan (Kotler & Armstrong, 2008: 64). Secara sederhana, SWOT membantu menilai sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal yang memengaruhi perusahaan (peluang dan ancaman) (Hartono, 2005: 46). David (2006: 8) menambahkan bahwa setiap organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan di berbagai bidang fungsional bisnis, yang dapat dijadikan dasar untuk menetapkan tujuan dan strategi. Dengan demikian, analisis SWOT adalah alat strategis yang sangat berguna. Dalam artikel ini, tujuan kami adalah untuk mengevaluasi kualitas layanan perbankan melalui pendekatan SWOT. Hal ini diharapkan dapat meminimalisir kelemahan-kelemahan yang ada pada lembaga perbankan serta mengurangi dampak ancaman yang muncul dan perlu dikelola[6].

Analisis S.W.O.T (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Keunggulan) merupakan suatu metode dalam merumuskan strategi perusahaan dengan mempertimbangkan keadaan lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Analisis S.W.O.T. menyoroti kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam mengatasi peluang dan ancaman yang ada. S.W.O.T. Dengan demikian, ini berarti Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman[7].

2. Proses Metode SWOT



Gambar 1. Proses Metode SWOT

- Analisis Kekuatan (Strength)
- Analisis Kelemahan (Weaknesses)
- Analisis Peluang (Opportunities)
- Analisis Ancaman (Threats)
- Menyusun atau membuat Strategi berdasarkan Analisis SWOT

3. Faktor Analisis Metode SWOT

Analisa SWOT pada dasarnya merupakan teknik identifikasi berbagai faktor dan unsur penentu pembangunan suatu institusi secara sistematis (Fadilah & Weriantoni, 2019; Ambarwati, 2020; Fakhurrizi, 2021). Faktor yang mempengaruhi analisis SWOT Saat anda menyusun strategi menggunakan analisis SWOT, akan terdapat faktor yang memengaruhinya. Faktor internal dalam analisis swot adalah salah satu yang berpengaruh [8]. Adapun beberapa faktor yang memengaruhinya, antara lain:

a. Kekuatan (Strength)

Strengths (Kekuatan). *Strengths* merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh positif pada saat ini atau pun di masa yang akan datang [9]. Kekuatan ini yang memberikan keunggulan bagi perusahaan untuk menguasai pasar dan mencapai tujuan bisnisnya

b. Kelemahan (Weaknesses)

Weakness (Kelemahan) Kelemahan mengacu pada keterbatasan atau kurangnya sumber daya yang dimiliki organisasi, seperti keterampilan dan kemampuan, yang menghambat kinerja organisasi. Keterbatasan atau kurangnya sumber daya, keterampilan, dan kemampuan dapat berdampak serius terhadap kinerja efektif organisasi. Fasilitas, pendanaan, kemampuan manajemen, kemampuan pemasaran, dan citra merek mungkin menjadi kelemahan [10]. Dengan kata lain kelemahan adalah kekurangan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, sehingga perusahaan tersebut harus tahu bagaimana menentukan kebijakan untuk meminimalisir kelemahan agar menjadi kelebihan dan tidak menjadi penghalang untuk kedepannya. Kelemahan meliputi berbagai aspek internal yang dapat menghambat kinerja atau efektivitas suatu organisasi, antara lain:

- Keterbatasan dalam hal finansial, tenaga kerja, atau infrastruktur yang mendukung operasi.
- Sistem atau prosedur yang tidak optimal, yang dapat menyebabkan pemborosan waktu dan sumber daya.
- Kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar atau teknologi baru.
- Kualitas produk atau layanan yang tidak memenuhi harapan pasar dibandingkan dengan pesaing.
- Ketidakmampuan untuk mengembangkan produk atau layanan baru yang menarik bagi pelanggan.

c. Peluang (Opportunities)

Opportunities/Peluang Industri harus pandai dalam mengambil peluang atau kesempatan pemilihan strategiterbaik yang dapat diterapkan oleh industri yaitu dengan strategi kompetitif yakni menggunakan kekuatan-kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang, dan memperbaiki lingkungan hidup [11]. Jika dapat mengidentifikasi peluang secara tepat, maka akan mendatangkan keuntungan bagi suatu perusahaan berupa masa depan perusahaan yang lebih baik. Peluang dapat datang dari berbagai sumber, antara lain:

- Perubahan dalam preferensi konsumen atau munculnya tren baru yang dapat dimanfaatkan untuk produk atau layanan baru.
- Inovasi teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi operasional atau menciptakan produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar.
- Kebijakan pemerintah yang dapat membuka kesempatan baru untuk bisnis, seperti insentif pajak atau program dukungan untuk industri tertentu.
- Kesempatan untuk memasuki pasar baru, baik secara geografis maupun demografis.
- Peluang untuk menjalin kerjasama dengan perusahaan lain yang dapat memperkuat posisi pasar dan memperluas jaringan distribusi.

d. Ancaman (Threats)

Ancaman (*Threats*) Analisis terhadap factor ancaman sangat penting karena menentukan apakah suatu perusahaan dapat bertahan di masa depan. Faktor ancaman mencakup, namun tidak terbatas pada, jumlah pesaing, ketersediaan sumber daya, dan rentang perhatian konsumen. Pembuatan daftar ancaman bisnis dapat bersifat jangka pendek atau jangka panjang dan dapat bertambah atau berkurang sewaktu-waktu [12]. Tantangan ini dapat berupa munculnya pesaing-pesaing baru, penurunannya jumlah konsumen, dan lain-lain. Dari hal tersebut dipahami bahwa tantangan berupa keadaan lingkungan eksternal yang mengancam keberhasilan dan keberlangsungan perusahaan tersebut. Ancaman dapat datang dari berbagai pihak eksternal, antarlain:

- Munculnya pesaing baru atau peningkatan agresivitas dari pesaing yang sudah ada dapat mengancam pangsa pasar dan profitabilitas.
- Regulasi baru atau perubahan kebijakan yang tidak menguntungkan dapat mempengaruhi operasi dan strategi bisnis.
- Ketidakstabilan ekonomi, seperti resesi atau inflasi tinggi, dapat mempengaruhi daya beli konsumen dan permintaan pasar.
- Perubahan preferensi konsumen yang cepat dapat mengakibatkan produk atau layanan yang ditawarkan menjadi tidak relevan.

4. Manfaat Metode SWOT

Analisis SWOT, metode analisis yang paling dasar, dinilai mempunyai banyak kelebihan atau keunggulan dibandingkan metode analisis lainnya [13]. Beberapa manfaat menggunakan teknik analisis SWOT dibahas di bawah ini:

- Analisis SWOT membantu melihat suatu masalah dari empat aspek secara bersamaan. Ini menjadi dasar analisis masalah Peluang dan Ancaman.
- Analisis SWOT merupakan suatu metode analisis yang cukup jelas untuk memberikan arahan dan rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan, sekaligus meningkatkan keuntungan berdasarkan peluang yang ada sekaligus mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.
- Analisis SWOT membantu “menganalisis” suatu organisasi dari empat aspek dan menjadi dasar proses identifikasi. Analisis ini memungkinkan Anda menemukan halaman yang terlupakan atau sebelumnya tidak terlihat.
- Analisis SWOT dapat menjadi alat yang sangat ampuh dalam analisis strategis dan membantu Anda menemukan langkah yang tepat dan terbaik tergantung pada situasinya.
- Analisis SWOT dapat digunakan oleh organisasi untuk meminimalkan kerentanan yang ada dan mengurangi dampak ancaman yang mungkin timbul.

5. Kelebihan Metode SWOT

- Mudah Dipahami dan Digunakan
Analisis SWOT adalah metode sederhana dan dapat digunakan oleh berbagai kalangan tanpa memerlukan pelatihan khusus. Ini menjadikannya alat yang dapat diterapkan dengan cepat oleh berbagai organisasi, baik besar maupun kecil [14].
- Membantu dalam Pengambilan Keputusan
- Fleksibel dan Dapat Diterapkan di Berbagai Situasi
- Mengatasi kelemahan dengan solusi yang tepat
- Mencegah kemungkinan ancaman
- Memanfaatkan peluang yang ada dengan lebih tepat

6. Kekurangan Metode SWOT

- Tidak Memberikan Prioritas atau Bobot pada Faktor
- Cenderung Subjektif
Analisis SWOT bergantung pada perspektif penyusunnya, sehingga hasilnya bisa bersifat subjektif dan bias. Hal ini bisa memengaruhi akurasi dari hasil analisis jika pandangan individu atau tim tidak objektif [15].
- Solusi Langsung
- Analisis yang kurang mendalam

- Kurangnya perspektif jangka panjang.

7. Retail

Retailer atau pengecer adalah badan usaha yang mendistribusikan barang atau jasa langsung kepada konsumen, biasanya dalam jumlah kecil. Retailer memiliki peran penting, tidak hanya dalam mendistribusikan, tetapi juga dalam mempromosikan produk tertentu. Sesuai dengan slogan "Retail is detail," pengecer memiliki pengetahuan dan pengalaman yang mendalam dalam memahami kebutuhan konsumen dan menjual produk secara efektif [16].

Retail Menciptakan Nilai Lebih Barang dan Jasa
Bayangkan Jika Anda ingin menikmati secangkir kopi setiap pagi, tentu Anda memerlukan bahan-bahan seperti kopi, gula, dan krimer. Bayangkan jika Anda harus pergi ke setiap produsen atau toko terpisah hanya untuk mendapatkan ketiga bahan itu. Selain itu, pikirkan berapa banyak toko yang harus ada jika setiap produk hanya dijual secara terpisah. Sebagai solusi, toko retail menyediakan 20.000 hingga 30.000 jenis produk dari 500 produsen, mencakup berbagai kategori, ukuran, merek, dan harga, semuanya di satu tempat. Menurut Dale M. Lewison(1982:4), Retail menjual barang secara eceran, sementara produsen atau distributor biasanya mengirim barang dalam jumlah besar untuk mengurangi biaya transportasi. Namun, hal ini dapat menyulitkan konsumen yang hanya membutuhkan barang dalam jumlah kecil untuk kebutuhan sehari-hari. Retail berperan sebagai perantara dengan membeli barang dari produsen atau distributor dalam jumlah besar, kemudian menjualnya kembali dalam jumlah yang lebih kecil. Selain itu, retail juga menyimpan stok barang sehingga konsumen dapat dengan mudah membelinya kapan saja. Untuk memberikan pengalaman yang lebih baik, retail juga menyediakan layanan pelanggan (Customer Service) dengan mempekerjakan staf yang siap memberikan informasi tentang produk tertentu.

8. Gambaran Umum Pasaraya Bintang 21

Pasaraya Bintang 21 adalah salah satu pusat perbelanjaan utama yang berlokasi di Pulau Bintang Kepulauan Riau, Indonesia. Didirikan pada tahun 2002, Pasaraya Bintang 21 juga berada di Jalan Ir. Sutami, Tanjung Pinang Timur, Bukit Bestari, Jl. Hutan Lindung No.5, Tj. Pinang Timur, Kec. Bukit Bestari, Kota. Pasaraya ini telah menjadi tujuan belanja yang populer bagi masyarakat lokal dan para wisatawan. Dengan menawarkan beragam produk seperti kebutuhan sehari-hari, pakaian, elektronik, hingga produk-produk lokal, swalayan ini berupaya memenuhi berbagai kebutuhan konsumen di kehidupan sehari-hari.

Pasaraya Bintang 21 memiliki daya tarik berupa lokasi yang strategis serta harga produk yang kompetitif, menjadikannya pilihan yang diminati di antara pusat perbelanjaan lainnya di Bintang. Di samping itu, swalayan ini mendukung perekonomian lokal dengan memberikan

ruang bagi produk-produk UMKM, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai tempat belanja, tetapi juga sebagai platform bagi para pengusaha kecil untuk memperluas pasar mereka.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Pengumpulan Data

1. Studi Literatur

Studi literatur yang dilakukan pada penelitian ini yaitu berupa pencarian atau pembelajaran mengenai hal-hal yang mendukung penelitian mengenai analisis SWOT terhadap suatu perusahaan.

2. Wawancara

Untuk mengumpulkan data dari objek penelitian yaitu pasaraya Bintang 21, penulis melakukan wawancara kepada pihak pasaraya/swalayan untuk memperoleh informasi mengenai profil dari pasaraya Bintang 21 dan hal-hal yang mendukung dalam proses analisis SWOT.

B. Instrumen penelitian

1. Daftar Pertanyaan Wawancara

Daftar pertanyaan wawancara disusun untuk mendapatkan data terkait penerapan analisis SWOT pada perusahaan yang menjadi objek penelitian. Pertanyaan-pertanyaan yang disusun difokuskan pada aktivitas utama dan pendukung dalam SWOT.

TABEL I
DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Topik	Pertanyaan
Strenght	Bagaimana lokasi strategis Pasaraya Bintang 21 memengaruhi jumlah kunjungan pelanggan lokal maupun wisatawan?
	Apa saja strategi yang digunakan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah terbentuk sejak tahun 2001?
Weaknesses	Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam pengelolaan inventaris secara manual?
	Bagaimana keterbatasan saluran digital memengaruhi kemampuan untuk menarik pelanggan baru?
Opportunities	Bagaimana rencana Pasaraya Bintang 21 untuk memanfaatkan tren belanja daring yang semakin meningkat?
	Apa langkah-langkah yang telah diambil atau direncanakan untuk menjalin kerja sama dengan layanan pengiriman lokal?
Threats	Bagaimana Pasaraya Bintang 21 menghadapi persaingan dengan supermarket modern yang sudah menerapkan sistem belanja daring?
	Apa langkah yang dilakukan untuk mengatasi perubahan preferensi

belanja konsumen ke platform daring?

C. Alur Penelitian

1. Studi Literatur

Tahap pertama dari penelitian ini, penulis melakukan studi literatur dengan mencari referensi atau mengumpulkan informasi mengenai penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan penulis. Selain itu penulis juga mencari tentang teori dari metode yang digunakan untuk mendukung proses penelitian ini.

2. Mengumpulkan Data

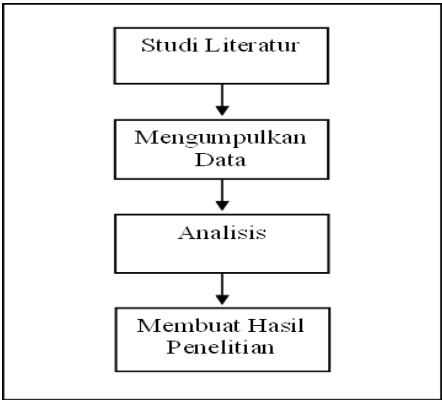
Tahap kedua yaitu mengumpulkan data. Data yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu berupa profil dan hal-hal pendukung analisis SWOT dari objek penelitian yang ingin penulis analisis. Objek dari penelitian ini yaitu pasaraya Binatan 21 yang bergerak dibidang perdagangan. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara kepada pihakpasaray/swalayan tersebut.

3. Analisis

Tahap selanjutnya yaitu melakukan analisis dengan metode *Strenght, Weaknesses, Opprotunities, Threats* (SWOT) terhadap pasaraya Bintang 21. Analisis yang dilakukan berupa analisis kualitatif dengan melihat bagaimana unsur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dapat mempengaruhi pasaraya tersebut dengan data-data yang telah terkumpul serta studi literatur yang telah penulis lakukan.

4. Membuat Hasil Penelitian

Setelah proses analisis telah selesai dilakukan, maka tahap terakhir adalah membuat hasil penelitian agar dapat menjawab permasalahan yang ingin dibahas penulis pada penelitian ini.



Gambar 2. Alur Penelitian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, hasil penelitian akan dijelaskan secara rinci berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan terhadap Pasaraya Bintang 21. Analisis ini mencakup identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman

yang memengaruhi operasional dan daya saing pasaraya. Selain itu, hasil analisis ini akan digunakan untuk merumuskan strategi yang relevan dalam menghadapi tantangan industri ritel yang semakin kompetitif.

A. Pengumpulan data dari hasil wawancara

Berdasarkan data wawancara berikut ini merupakan hasil dari wawancara yang telah kami lakukan, yaitu sebagai berikut :

- **Kekuatan (Strengths):** Dari wawancara dengan pihak manajemen dan karyawan Pasaraya Bintang 21, kekuatan utama yang teridentifikasi adalah lokasi strategis di pusat Kota Tanjungpinang, yang memudahkan akses bagi pelanggan lokal maupun wisatawan. Selain itu, keberagaman produk yang mencakup kebutuhan rumah tangga, sembako, hingga elektronik menjadikan pasaraya ini sebagai pilihan utama masyarakat. Loyalitas pelanggan yang telah terbentuk sejak tahun 2001 juga menjadi faktor penting yang mendukung daya saing perusahaan.
- **Kelemahan (Weaknesses):** Melalui wawancara dengan karyawan, ditemukan bahwa pengelolaan inventaris dan transaksi yang masih dilakukan secara manual merupakan kelemahan signifikan yang menghambat efisiensi operasional. Keterbatasan saluran digital untuk memperluas jangkauan pelanggan juga menjadi tantangan besar, di mana ketergantungan yang tinggi pada pelanggan lokal mengurangi daya tarik perusahaan bagi segmen pasar baru.
- **Peluang (Opportunities):** Wawancara dengan pihak manajemen mengungkapkan peluang strategis yang dapat dimanfaatkan, seperti meningkatnya tren belanja daring yang memberikan kesempatan untuk mengadopsi platform e-commerce. Potensi kerja sama dengan layanan pengiriman lokal juga dianggap sebagai langkah yang dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan sekaligus memperluas jangkauan pasar.
- **Ancaman (Threats):** Berdasarkan wawancara, ancaman utama yang dihadapi Pasaraya Bintang 21 adalah persaingan ketat dengan supermarket modern yang telah mengadopsi digitalisasi secara agresif, termasuk promosi yang menarik dan layanan belanja daring. Selain itu, pergeseran preferensi pelanggan ke platform belanja daring juga menjadi tantangan signifikan yang harus diatasi perusahaan untuk tetap relevan di pasar.

B. Analisis SWOT Pasaraya Bintang 21

TABEL II
ANALISIS SWOT

	Strenght	Weaknesses	Opportunities	Threats
1	Pasaraya bintang 21 terletak di pusat kota Tanjungpinang, memudahkan akses bagi pelanggan lokal maupun wisatawan	Proses pengelolaan inventaris dan transaksi masih di lakukan secara manual, mengakibatkan kurangnya efesiensi dan peningkatan resiko kesalahan	Tren belanja daring yang meningkat membuka peluang untuk memperluas pasar secara digital melalui platform e-commerce	Supermarket besar yang menawarkan belanja daring dan promosi agresif mengancam pangsa pasar pasaraya bintang 21
2	Menawarkan berbagai kebutuhan rumah tangga, sembako, hingga elektronik, yang menjadikan pasaraya ini sebagai pilihan utama masyarakat lokal.	Kurangnya saluran digital membatasi jangkauan pelanggan dan ketergantungan tinggi pada konsumen di sekitar lokasi fisik.	Potensi bekerja sama dengan layanan pengiriman lokal dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memperluas jangkauan layanan	Pergeseran preferensi belanja konsumen ke platform daring mengurangi kunjungan ke toko fisik
3	Pasaraya ini memiliki basis pelanggan yang loyal karena telah beroperasi sejak tahun 2001, sehingga di percaya sebagai penyedia kebutuhan sehari hari	Tidak adanya strategi pemasaran yang efektif yang menyebabkan keterbatasan daya tarik bagi konsumen baru	Menciptakan produk unggulan atau eksklusif yang hanya tersedia di pasaraya bintang 21 dapat menjadi pembeda dari pesaing	Digitalisasi memerlukan investasi besar dan perencanaan matang, jika tidak di kelola dengan baik, dapat berdampak negatif pada keuangan perusahaan

Berdasarkan analisis SWOT terhadap Pasaraya Bintang 21, perusahaan ini memiliki kekuatan utama berupa lokasi yang strategis di pusat Kota Tanjungpinang, yang memudahkan akses pelanggan lokal dan wisatawan. Selain itu, Pasaraya Bintang 21 menawarkan berbagai kebutuhan rumah tangga, sembako, hingga elektronik, menjadikannya pilihan utama bagi masyarakat lokal. Basis pelanggan yang loyal sejak tahun 2001 juga menjadi salah satu kekuatan yang mendukung keberlangsungan bisnis.

Namun, Pasaraya Bintang 21 menghadapi beberapa kelemahan, seperti keterbatasan dalam teknologi operasional yang masih dilakukan secara manual, yang mengakibatkan kurangnya efisiensi dan risiko kesalahan dalam pengelolaan inventaris dan transaksi. Kelemahan lainnya adalah kurangnya saluran digital untuk memperluas jangkauan pelanggan dan ketergantungan tinggi pada konsumen lokal tanpa adanya strategi pemasaran yang efektif untuk menarik pelanggan baru.

Di sisi lain, peluang yang dimiliki Pasaraya Bintang 21 meliputi tren belanja daring yang semakin meningkat,

yang dapat dimanfaatkan dengan mengadopsi e-commerce. Selain itu, potensi kerja sama dengan layanan pengiriman lokal dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Peluang lainnya adalah menciptakan produk khas atau eksklusif yang dapat menjadi pembeda dari pesaing di industri ritel.

Namun, ancaman yang dihadapi tidak dapat diabaikan, seperti persaingan ketat dengan supermarket modern yang telah menerapkan digitalisasi dan menawarkan promosi agresif. Pergeseran preferensi konsumen terhadap belanja daring juga menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh Pasaraya Bintang 21.

Untuk berkembang, Pasaraya Bintang 21 perlu mengatasi kelemahan internal dengan melakukan transformasi digital dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, memanfaatkan peluang e-commerce dan kerja sama lokal akan menjadi langkah penting untuk memperkuat daya saing dan relevansi di tengah industri ritel yang terus berkembang.

Untuk memperkaya analisis ini, perbandingan dilakukan dengan tiga penelitian yang relevan:

- Penelitian oleh Surahman et al. (2024)

Dalam jurnal *"Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT pada Retail Tradisional di Toko Pangestu"*, Surahman et al. menyoroti pentingnya strategi berbasis SWOT untuk memahami kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal dalam industri ritel tradisional. Penelitian ini mengungkapkan bahwa keterbatasan teknologi menjadi salah satu penghambat utama efisiensi, terutama pada pengelolaan stok dan transaksi. Hal ini relevan dengan Pasaraya Bintang 21 yang menghadapi tantangan serupa dalam digitalisasi operasional. Strategi pemasaran berbasis media digital juga ditekankan sebagai solusi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

- Penelitian oleh Hanafi Fadli (2019)

Dalam jurnal *"Strategic Management: Analisis SWOT pada PT. Gajah Tunggal Tbk"*, Hanafi menggarisbawahi pentingnya kerja sama strategis dengan pihak eksternal, seperti layanan logistik lokal, untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Penelitian ini relevan dengan peluang Pasaraya Bintang 21 yang dapat memanfaatkan kerja sama dengan layanan pengiriman lokal untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kenyamanan pelanggan [17].

- Penelitian oleh Sundari et al. (2022)

Jurnal *"Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba"* menyoroti bahwa perusahaan yang mampu menciptakan produk unik atau eksklusif memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar yang kompetitif. Dalam konteks Pasaraya Bintang 21, pengembangan produk khas

atau eksklusif dapat menjadi strategi untuk menarik pelanggan baru dan membangun loyalitas pelanggan lama [18].

V. KESIMPULAN

Hal ini didasarkan pada identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berdampak pada operasional bisnis serta daya saing ritel. Kekuatan utama Pasaraya Bintang 21 adalah lokasinya yang strategis di pusat Kota Tanjungpinang, yang memudahkan akses bagi pelanggan lokal maupun wisatawan. Selain itu, beragam produk yang ditawarkan, mulai dari kebutuhan rumah tangga hingga elektronik, menjadikan pasaraya ini pilihan utama bagi masyarakat setempat. Namun, Pasaraya Bintang 21 juga menghadapi kelemahan, seperti teknologi operasional yang masih dilakukan secara manual, keterbatasan saluran digital untuk menjangkau pelanggan lebih luas, serta ketergantungan yang tinggi pada konsumen lokal.

Dari segi peluang, Pasaraya Bintang 21 dapat memanfaatkan tren belanja daring yang terus meningkat untuk memperluas pasar melalui adopsi platform e-commerce. Kolaborasi dengan layanan pengiriman lokal juga dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Namun, ancaman utama berasal dari persaingan dengan supermarket modern yang telah mengadopsi digitalisasi secara agresif dan menawarkan pengalaman belanja daring yang lebih menarik, termasuk promosi yang lebih kompetitif.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi operasional merupakan langkah strategis yang sangat penting bagi Pasaraya Bintang 21 untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan ritel yang semakin ketat. Selain itu, pengembangan produk khas atau eksklusif yang hanya tersedia di Pasaraya Bintang 21 dapat menjadi pembeda yang signifikan untuk menarik pelanggan baru sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Namun, implementasi strategi ini memerlukan perencanaan yang matang untuk mengurangi risiko finansial yang mungkin timbul dari investasi dalam teknologi dan pemasaran digital.

REFERENSI

- [1] W. Lianardi dan S. Chandra, "Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And Price On Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru," *Kewirausahaan dan Bisnis*, vol. 45, no. 1, hal. 45–58, 2019, [Daring]. Tersedia pada: <http://www.ejournal.pelitaIndonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- [2] J. Saputra dan A. R. Tanaamah, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi dengan Menggunakan Metode Ward and Peppard pada Swalayan," *J. Sist. Komput. dan Inform.*, vol. 3, no. 3, hal. 289, 2022, doi: 10.30865/json.v3i3.3907.
- [3] S. Surahman, Okseriama Patresia Tulak, S. N. Aisyah, Syelah Biring Tasik S, B. Nabila, dan H. H. Khotimah, "Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis Swot Pada Retail Tradisional Di Toko Pangestu," *J. Manaj. Bisnis Jayakarta*, vol. 5, no. 02, hal. 212–222, 2024, doi: 10.53825/jmbjayakarta.v5i02.212.
- [4] I. G. Made dan D. Hartawan, "Analisis Swot Pasar Tradisional (Studi Komparatif antara Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada)," *Artha Satya Dharma J. Kaji. Ekon. dan Bisnis*, vol. 12, no. 2, hal. 176–184, 2019.

- [5] A. I. Wulannata, "Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia," *J. Ekon. Dan Bisnis*, vol. 20, no. 1, hal. 133–144, 2017.
- [6] D. M. Sasoko dan I. Mahrudi, "Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan," *J. Perspektif-Jayabaya J. Public Adm.*, vol. 22, no. 1, hal. 8–19, 2023.
- [7] I. Gudianto, C., Sedyono, E., & Sembiring, "Analisis Sistem E - Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing," vol. 2, no. 1, hal. 6–10, 2022.
- [8] I. G. N. A. Wiswasta, I. A. A. Agung, dan I. M. Tamba, *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. 2018.
- [9] S. Sundari, Eko Riadi, R. Alexandro, Fendy Hariatama, dan Merisa Oktaria, "Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba," *Edunomics J.*, vol. 3, no. 1, hal. 1–10, 2022, doi: 10.37304/ej.v3i1.3871.
- [10] R. N. Paradise, R. Marisa, N. Putri, C. D. Utami, dan I. Istimal, "Peta Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Ancaman (SWOT) Industri Arang Tempurung Kelapa Di Kelurahan Muncul, Tangerang Selatan," *Indones. J. Econ. Appl.*, vol. 1, no. 1, hal. 51–60, 2018, doi: 10.32546/ijea.v1i1.169.
- [11] L. Hanafi Fadli, "STRATEGIC MANAGEMENT ANALISIS SWOT Pada PT. Gajah Tunggal Tbk," *Sist. Inf.*, vol. 1, no. November, 2019, doi: 10.31933/JEMSI.
- [12] F. N. A. Fatimah Dwi, *TEKNIS ANALISIS SWOT*. Penerbit ANAK HEBAT INDONESIA, 2020.
- [13] M. M. Helms dan J. Nixon, *Exploring SWOT analysis – where are we now?: A review of academic research from the last decade*, vol. 3, no. 3. 2010. doi: 10.1108/17554251011064837.
- [14] Gurel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *Journal of International Social Research*, 10(51).
- [15] J. Padhye, V. Firoiu, and D. Towsley, "A stochastic model of TCP Reno congestion avoidance and control," Univ. of Massachusetts, Amherst, MA, CMPSCI Tech. Rep. 99-02, 1999.
- [16] Eldapendra, I. (2020). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Toko Satunusa Ritel Tanjungpinang. *Jurnal Bangkit Indonesia*, 9(1), 126-136.
- [17] Fadli, L. H. (2019). Strategic management Analisis Swot pada pt. Gajah Tunggal Tbk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(2), 106-114.
- [18] Sundari, S., Riadi, E., Alexandro, R., & Oktaria, M. (2022). Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba: Studi Kasus Pada Cokelat Klasik Palangka Raya. *Edunomics Journal*, 3(1), 1-10.