

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA SIOMAY DAN BATAGOR SI BOSS SEMARANG (Studi Pada Mahasiswi S1 Aktif FISIP Undip)

Dita Dwi Prihartanti¹, Ari Pradhanawati²

^{1,2}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro
E-mail : ditadwi12@gmail.com

Abstract: *The research aims to determine which advising strategies need to be applied in order to improve competitiveness by looking at internal factors (strengths and weaknesses), external factors (opportunities and threats) and SWOT analysis. This method of research uses a descriptive approach and interviews. There are 8 respondents in this study, namely the owner, 2 employees, and 5 consumers of Siomay dan Batagor Si Boss. The results showed Siomay dan Batagor Si Boss already doing business strategy, but seen from internal factors (Marketing strategic, Segmentation, Targeting, and Positioning and competitiveness), external factors (competition, capital, technology, government policy, economy and environment) there are shortcomings that need to be addressed in order to improve competitiveness. Judging by the SWOT matrix of Siomay dan Batagor Si Boss in the quadrant III with the results of the IFAS 2.45 and EFAS 2.70. There are strengths and opportunities in Siomay dan Batagor Si Boss, but this company has weaknesses and challenges. The suggestion in this research is to implement a strategy in this company.*

Keywords: *Marketing Strategic; Competitiveness; SWOT*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang perlu diterapkan agar mampu meningkatkan daya saing dengan melihat faktor internal (kekuatan dan kelemahan), faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan analisis SWOT. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan dilakukan wawancara. Terdapat 8 responden pada penelitian ini yaitu pemilik, 2 karyawan, dan 5 konsumen Siomay dan Batagor Si Boss. Hasil penelitian menunjukkan Siomay dan Batagor Si Boss sudah melakukan strategi usaha, namun dilihat dari faktor internal (strategi pemasaran, Segmentation, Targeting, dan Positioning dan daya saing), faktor eksternal (persaingan, permodalan, teknologi, kebijakan pemerintah, ekonomi dan lingkungan) terdapat kekurangan yang perlu dibenahi agar dapat meningkatkan daya saing. Dilihat dari matrik SWOT posisi Siomay dan Batagor Si Boss terdapat pada kuadran III dengan hasil IFAS 2,45 dan EFAS 2,70. Terdapat kekuatan dan peluang pada Siomay dan Batagor Si Boss, namun perusahaan ini memiliki kelemahan dan ancaman. Maka saran pada penelitian ini perlu menerapkan strategi pada perusahaan Siomay dan Batagor Si Boss.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Daya Saing, SWOT*

Pendahuluan

Pada era globalisasi ini banyaknya perusahaan yang saling bersaing agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang diharapkan serta dapat menggeser kompetitor dengan produk maupun jasa yang sejenis, sehingga perusahaan melakukan berbagai cara agar dapat melakukan suatu persaingan tersebut. Dalam mempertahankan usahanya perusahaan tersebut dapat melakukan suatu strategi agar dapat bersaing dan melangsungkan hidupnya.

Perusahaan atau sektor bisnis yang sangat memerlukan suatu strategi dalam bersaing tidak hanya perusahaan besar saja namun sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat memerlukan strategi dalam memasarkan produknya. UMKM merupakan sektor yang sangat banyak di Indonesia dan berpengaruh dalam perekonomian di Indonesia hingga saat ini. Banyaknya jenis UMKM salah satunya ialah UMKM yang menawarkan atau menjualkan produknya pada bidang kuliner. Salah satu UMKM dibidang kuliner makanan yang cukup *authentic* sebagai makanan ringan yaitu Siomay. UMKM penghasil produk Siomay yang berada di kota Semarang yaitu Siomay dan Batagor Si Boss yang terletak di Banyumanik.

Berdasarkan data omset yang diperoleh dari Siomay dan Batagor Si Boss pada tahun 2014-2018 jumlah omset pada siomay mengalami fluktuatif atau tidak stabil. Pada tahun 2014 hingga 2016 Siomay dan Batagor Si Boss mengalami kenaikan. Di tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 69,4 persen. Pada tahun 2016 mengalami kenaikan namun tidak sebesar pada tahun 2015 sebesar 20,0 persen. Dan pada tahun 2017 Siomay dan Batagor Si Boss mengalami penurunan sebesar 3,3 persen dan ditahun 2018 mengalami kenaikan namun persentase pertumbuhan tidak sebesar pada tahun 2015 dan 2016 yaitu 1,7 persen dan di tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 1 persen sehingga menjadi 0,7 persen.

Maka perlunya strategi yang diterapkan Siomay dan Batagor Si Boss yaitu strategi pemasaran, menurut Philip Kotler (2004:81) strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran. Strategi pemasaran ini bisa dilihat dari analisis SWOT maupun *marketing mix* agar dapat menentukan daya saing.

Hal ini setiap perusahaan mempunyai strategi pemasarannya masing-masing serta menentukan kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman agar mampu bersaing dan memiliki ciri khas tersendiri terhadap kompetitornya, termasuk dalam perusahaan Siomay dan Batagor Si Boss.”

Kerangka Teori

Strategi Pemasaran

Philip Kotler (2004:81) strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.

Menurut Tjiptono, dkk (2008:6) strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran tersebut.

SWOT

Jogiyanto (2005:46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Daya Saing

Porter (1995:5) mengatakan bahwa: *competition is at the core of the successor failure of firms*. Menurut Muhardi (2007:39) Daya saing operasi merupakan fungsi operasi yang tidak saja berorientasi ke dalam (internal) tetapi juga keluar (eksternal), yakni merespon pasar sasaran usahanya dengan proaktif.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguraikan karakteristik atau sifat - sifat tentang suatu keadaan pada perusahaan Siomay dan Batagor Si Boss. Dalam penelitian ini subjek penelitian berupa UMKM Siomay dan Batagor Si Boss yang memiliki anggota 8 orang. Jumlah yang dipilih untuk subjek penelitian ini yang menjadi sebagai informan yaitu pemilik, 1 karyawan bagian produksi, 1 karyawan bagian toko dan 5 konsumen. Pemilik dipilih sebagai kunci informan, karyawan dan konsumen dipilih sebagai informan utama. Data yang digunakan pada penelitian di Siomay dan Batagor Si Boss adalah data kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber (Sugiyono, 2014: 401): data Primer (penilaian atas faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal perusahaan) dan data sekunder (data yang tidak diperoleh secara langsung dari sumbernya, tetapi didapatkan dari dokumen-dokumen yang dimiliki oleh perusahaan). Teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan wawancara, pengamatan (*observation*) dan dokumentasi.

Hasil

Setelah melakukan identifikasi lingkungan perusahaan maka perlu disusunnya suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) untuk menentukan strategis internal yaitu *Strength and Weakness* perusahaan.

Tabel 1
IFAS

INDIKATOR FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
Kekuatan:			
- Produk yang sangat berkualitas	0,10	3	0,30
- Merk menarik dan mudah diingat	0,05	3	0,15
- Harga yang terjangkau	0,10	3	0,30

INDIKATOR FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
- Diskon produk	0,05	3	0,15
- Produk cocok untuk semua kalangan	0,05	4	0,20
- Pembayaran yang mudah	0,05	3	0,15
- Sudah melakukan pembukuan	0,05	3	0,15
- Menjalin kerjasama	0,10	3	0,30
- Tempat kerja yang nyaman	0,05	4	0,20
TOTAL KEKUATAN	0,60		2,00
Kelemahan:			
- Kurang bervariasi dan beragam	0,10	1	0,10
- Kurangnya promosi	0,10	1	0,10
- Lokasi usaha	0,10	1	0,10
- Desain produk yang kurang menarik	0,05	2	0,10
- Waktu operasional	0,05	1	0,05
TOTAL KELEMAHAN	0,40		0,45
TOTAL S+W	1		2,45

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

EFAS

Setelah membuat tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) untuk menentukan strategis internal yaitu *Strength and Weakness* perusahaan maka perlu menyusun tabel EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) untuk menentukan strategis eksternal yaitu (*Opportunity and Threat*).

Tabel 2
EFAS

INDIKATOR FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
Peluang:			
- Pinjaman dari Bank	0,10	3	0,30
- Teknologi yang berkembang secara pesat	0,20	4	0,80
- Keinginan dan kebutuhan masyarakat	0,10	3	0,30
- Banyak masyarakat yang menyukai siomay	0,20	4	0,80
TOTAL PELUANG	0,60		2,20
Ancaman:			
- Banyaknya pesaing	0,10	1	0,10
- Daya beli masyarakat menurun	0,10	1	0,20
- Bahan baku langka		2	

INDIKATOR FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
TOTAL ANCAMAN	0,40		0,50
TOTAL O+T	1		2,70

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

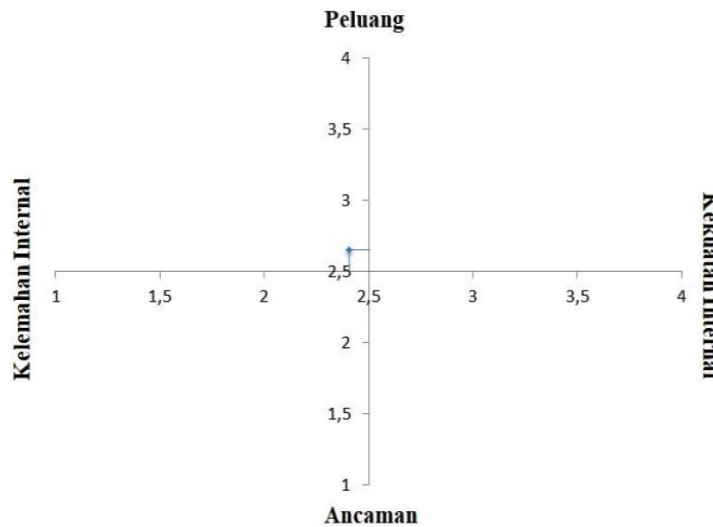
Analisis Diagram SWOT

Setelah menyusun perhitungan IFAS dan EFAS maka dilakukan analisis diagram SWOT agar dapat mengetahui posisi kuadran yang cocok untuk menentukan strategi usaha Siomay dan Batagor Si Boss pada Gambar 1.

Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT pada Tabel 3 dianalisis dengan melihat kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman yang dimiliki usaha Siomay dan Batagor Si Boss, dengan tujuan menentukan strategi-strategi yang tepat bagi usaha Siomay dan Batagor Si Boss.

Gambar 1
Diagram SWOT



Tabel 3
Matriks SWOT

Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
1. Produk yang berkualitas	1. Kurang bervariasi dan beragam
2. Merk menarik dan mudah diingat	2. Kurangnya promosi
3. Harga yang terjangkau	3. Lokasi usaha
4. Diskon produk	4. Desain produk yang kurang menarik
5. Produk cocok untuk semua kalangan	5. Waktu operasional

	6. Pembayaran yang mudah	
	7. Sudah melakukan pembukuan	
	8. Menjalिन kerjasama	
	9. Tempat kerja yang nyaman	
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Pinjaman dari Bank	1. Memanfaatkan teknologi dan masyarakat yang menyukai siomay semaksimal mungkin agar dapat memperkenalkan merk produk serta memberikan informasi adanya diskon pada produk agar mudah dapat diketahui oleh masyarakat	1. Memanfaatkan pinjaman dari bank untuk membangun maupun mengembangkan tempat usaha.
2. Teknologi yang berkembang secara pesat	2. Menjalिन kerjasama dengan berbagai pihak agar dapat menambah pangsa pasar.	2. Memanfaatkan teknologi lebih aktif pada media sosial untuk sarana promosi agar produk dikenal oleh masyarakat dan memperluas pangsa pasar.
3. Keinginan dan kebutuhan masyarakat	3. Keinginan dan kebutuhan masyarakat dapat dimanfaatkan oleh usaha Siomay dan Batagor Si Boss dengan lebih meningkatkan kualitas produk, harga yang terjangkau, diskon produk, dan pembayaran yang mudah	3. Menambah variasi dan ragam produk lebih menarik agar menaikkan minat beli masyarakat atas keinginan dan kebutuhan masyarakat yang menyukai siomay
4. Banyak masyarakat yang menyukai siomay	4. Selalu mengikuti event dalam memasarkan produk	4. Mendesain ulang produk dari segi tempat dan lain-lain karena banyaknya masyarakat yang menyukai produk siomay.
	5. Memanfaatkan teknologi sebagai proses pembukuan dan alat pembayaran usaha Siomay dan Batagor Si Boss	5. Memilih orang yang terpercaya untuk mengambil alih kegiatan operasional jika pemilik sedang berhalangan atau tidak bisa melakukan kegiatan usaha.
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Banyaknya pesaing	1. Mempertahankan harga atau menaikan harga nilai produk sedikit walaupun bahan baku langka	1. Melakukan inovasi produk dari pesaing yang lain agar daya beli masyarakat meningkat
2. Daya beli masyarakat menurun		
3. Bahan baku langka		

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berikut strategi yang dapat dijalankan:

1. Strategi S-O

Strategi S-O merupakan strategi yang dibentuk atas gabungan dari faktor internal berupa kekuatan dan faktor eksternal berupa peluang. Berikut strategi S-O usaha Siomay dan Batagor Si Boss:

- a. Memanfaatkan teknologi dan masyarakat yang menyukai siomay semaksimal mungkin agar dapat memperkenalkan merk produk, serta memberikan informasi adanya diskon pada produk agar mudah dapat diketahui oleh masyarakat
- b. Menjalani kerjasama dengan berbagai pihak agar dapat menambah pangsa pasar
- c. Keinginan dan kebutuhan masyarakat dapat dimanfaatkan oleh usaha Siomay dan Batagor Si Boss dengan lebih meningkatkan kualitas produk, harga yang terjangkau, diskon produk dan pembayaran yang mudah
- d. Selalu mengikuti event dalam memasarkan produk
- e. Memanfaatkan teknologi sebagai proses pembukuan usaha dan alat pembayaran Siomay dan Batagor Si Boss

2. Strategi W-O

Strategi W-O merupakan strategi yang dibentuk atas gabungan dari faktor internal berupa kelemahan dan faktor eksternal berupa peluang. Berikut strategi W-O usaha Siomay dan Batagor Si Boss:

- a. Memanfaatkan teknologi lebih aktif pada media sosial untuk sarana promosi agar produk dikenal oleh masyarakat dan memperluas pangsa pasar
- b. Memanfaatkan pinjaman dari bank untuk membangun maupun mengembangkan tempat usaha
- c. Menambah variasi dan ragam produk lebih menarik agar menaikkan minat beli masyarakat atas keinginan dan kebutuhan masyarakat yang menyukai siomay
- d. Mendesain ulang produk dari segi tempat dan lain-lain karena banyaknya masyarakat yang menyukai produk siomay
- e. Memilih orang yang terpercaya untuk mengambil alih kegiatan operasional jika pemilik sedang berhalangan atau tidak bisa melakukan kegiatan usaha

3. Strategi S-T

Strategi S-T merupakan strategi yang dibentuk atas gabungan dari faktor internal berupa kekuatan dan faktor eksternal berupa ancaman. Strategi S-T usaha Siomay dan Batagor Si Boss adalah mempertahankan harga atau menaikkan harga nilai produk sedikit walaupun bahan baku langka.

4. Strategi W-T

Strategi W-T merupakan strategi yang dibentuk atas gabungan dari faktor internal berupa kelemahan dan faktor eksternal berupa ancaman. Strategi W-T usaha Siomay dan Batagor Si Boss adalah melakukan inovasi produk dari pesaing yang lain agar daya beli masyarakat meningkat.

Pembahasan

Siomay dan Batagor Si Boss telah menetapkan strategi pemasaran yang sudah direncanakan berupa strategi promosi, membangun relasi dengan masyarakat dan strategi produk. Strategi promosi yang dilakukan Siomay dan Batagor Si Boss yaitu dengan mengenalkan produknya melalui media sosial berupa instagram dan whatsapp serta promosi dengan mengikuti bazaar. Sedangkan

membangun relasi dengan masyarakat, Siomay dan Batagor Si Boss melakukan hubungan berupa kerjasama kepada masyarakat sebagai media promosi dan membantu menjualkan produknya dengan menjadikan *reseller* pada produk tersebut. Dan strategi produk yang dilakukan Siomay dan Batagor Si Boss yaitu kualitas yang unggul.

Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Rangkuti (2014:19) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT menurut Fred R. David (2005:47) yaitu:

Faktor Internal

Faktor Internal menurut Glueck & Jauch (1998:162) lingkungan internal adalah proses di mana strategi mengkaji faktor internal (kekuatan dan kelemahan) untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan yang berarti, sehingga dapat mengelola peluang secara efektif dan menghadapi ancaman yang terdapat dalam lingkungan.

Lingkungan Internal pada Siomay dan Batagor Si Boss menurut Fred R. David (2005:47) yaitu:

1. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan Siomay dan Batagor Si Boss yaitu produk yang berkualitas, merk menarik dan mudah diingat, harga yang terjangkau, diskon produk, produk cocok untuk semua kalangan, pembayaran yang mudah, sudah melakukan pembukuan, menjalin kerjasama, tempat kerja yang nyaman
2. Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Kelemahan pada Siomay dan Batagor Si Boss yaitu kurang bervariasi dan beragam, kurangnya promosi, lokasi usaha, desain produk yang kurang menarik, dan waktu operasional.

Faktor Eksternal

Lingkungan Eksternal Chuck Williams (2001:51) Lingkungan eksternal merupakan semua kejadian diluar perusahaan yang memiliki potensi untuk mempengaruhi perusahaan.

Lingkungan Internal pada Siomay dan Batagor Si Boss menurut Fred R. David (2005:47) yaitu:

1. Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Peluang pada Siomay dan Batagor Si Boss yaitu bantuan dari pemerintah, teknologi yang berkembang secara pesat, keinginan dan kebutuhan masyarakat, banyak masyarakat yang menyukai siomay.
2. Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman pada Siomay dan Batagor Si Boss yaitu banyaknya pesaing, daya beli masyarakat menurun, bahan baku langka.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada Siomay dan Batagor Si Boss Semarang” yang terdiri faktor internal berupa bauran pemasaran; Segmentasi, Targeting dan Positioning; dan daya saing. Serta faktor

eksternal berupa persaingan, permodalan, teknologi, kebijakan pemerintah, ekonomi, lingkungan serta melakukan analisis SWOT yang dilakukan oleh Siomay dan Batagor Si Boss maka kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada faktor lingkungan internal Siomay dan Batagor Si Boss memiliki kekuatan berupa kualitas produk yang sangat baik dari segi bahan baku maupun rasa yang diberikan, selain itu produk yang diberikan cocok untuk semua kalangan dari anak kecil hingga dewasa. Merk pada usaha ini terbilang menarik dan mudah diingat oleh konsumen. Harga produk pada usaha ini cukup terjangkau oleh konsumen bahkan konsumen dapat memperoleh diskon atau potongan harga pada pembelian bersekala besar. Untuk pembayaran sendiri usaha Siomay dan Batagor Si Boss memberikan bentuk pembayaran dengan dua cara yaitu transfer maupun tunai, hal ini agar mempermudah konsumen dalam menentukan pembayaran mana yang akan dipilih.

Selain konsumen pada usaha ini karyawan merasakan tempatnya bekerja cukup nyaman sehingga membuat karyawan betah untuk bekerja di Siomay dan Batagor Si Boss. Usaha ini sudah melakukan pembukuan dalam mengelola keuangannya dan sudah menjalin kerjasama kepada berbagai pihak seperti *re-seller*.

Namun selain kekuatan yang dimiliki, usaha ini memiliki kelemahan yaitu produk yang diberikan Siomay dan Batagor Si Boss terbilang kurang bervariasi maupun beragam karena produk yang dijual Si Boss hanya satu jenis yang original dan ditambah pelengkap saja. Bahkan dari desain produk sendiri terbilang kurang menarik bagi konsumen dalam membeli produk siomay. Jarak lokasi usaha Siomay dan Batagor Si Boss bertempat di Banyumanik hal ini terbilang jauh dari kota selain itu letak lokasi usahanya sendiri hanya dapat diketahui oleh pihak internal atau pihak yang pernah beli sebelum lokasi pindah saja, dikarenakan promosi yang kurang sehingga konsumen kurang mengetahui produk ini.

Promosi yang dilakukan Siomay dan Batagor Si Boss terbilang masih pasif karena promosi yang dilakukan lebih banyak ke *word of mouth* yaitu mengenai rekomendasi, menjalin hubungan, bujukan, komentar serta pengalaman konsumen dalam membeli produk Siomay dan Batagor Si Boss saja sehingga yang mengetahui promosi ini lebih ke internal. Selain itu waktu operasional Siomay dan Batagor Si Boss terbilang masih minim dikarenakan seluruh kendali kegiatan usaha dipegang oleh pemilik dan belum ada yang menggantikan kegiatan yang dilakukan pemilik jika sedang berhalangan atau tidak bisa.

2. Pada faktor lingkungan eksternal usaha Siomay dan Batagor Si Bos memiliki peluang yang terdiri dari teknologi yang berkembang secara pesat, pinjaman dari bank baik dari segi permodalan, adanya keinginan dan kebutuhan masyarakat, banyak masyarakat yang menyukai siomay. Namun walaupun Siomay dan Batagor Si Boss memiliki peluang tetap tidak dapat dipungkiri usaha ini memiliki ancaman yang terdiri dari banyaknya pesaing pada usaha ini, daya beli masyarakat menurun, bahan baku yang langka

Saran

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan penulis untuk Siomay dan Batagor Si Boss yaitu:

1. Melihat kelemahan dan ancaman pada Siomay dan Batagor Si Boss maka perlu adanya:

- a. Strategi pemasaran pada produk, perlu adanya inovasi produk tanpa mengubah produk original dan menambah variasi ragam produk serta sekaligus mendesain ulang tampilan produk agar konsumen tidak bosan.
 - b. Strategi pemasaran pada promosi, perlu memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin baik sebagai sarana promosi dengan memanfaatkan media sosial, informasi produk ke konsumen serta banyaknya event yang di Semarang terutama dalam bidang kuliner dapat dimanfaatkan oleh Siomay dan Batagor Si Boss dalam memasarkan produknya agar dapat menguntungkan usaha.
 - c. Strategi pemasaran pada letak, perlu membangun usaha atau cabang ditempat yang lebih strategis agar masyarakat mudah mendapatkan produk Siomay dan Batagor Si Boss, hal ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan bantuan atau pinjaman dari pihak luar seperti bank atau investor.
 - d. Strategi pemasaran pada daya saing berupa waktu, untuk mengontrol strategi pemasaran perlu adanya orang terpercaya yang dapat mewakili dalam menggantikan pengawasan kegiatan usaha selain pemilik usaha.
 - e. Mempertahankan harga atau menaikkan harga nilai produk sedikit walaupun bahan baku langka. Sering tidaknya kelangkaan bahan baku produk pada Siomay dan Batagor Si Boss mengusahakan agar harga yang ditawarkan tidak dinaikan secara drastis agar masyarakat tidak berpindah ke pengusaha lain yang sejenis.
2. Selain menentukan strategi dari kelemahan dan ancaman, kekuatan dan peluang bisa dimanfaatkan oleh Siomay dan Batagor Si Boss dengan melakukan strategi:
- a. Memanfaatkan teknologi agar dapat memperkenalkan merk produk, memberikan informasi adanya diskon pada produk agar mudah dapat dikenal oleh masyarakat, sarana kerjasama terhadap berbagai pihak agar dapat memperluas pangsa pasar. Teknologi juga dapat berfungsi sebagai sarana pembukuan agar keuangan perusahaan mudah dilakukan.
 - b. Suatu keinginan dan kebutuhan masyarakat dapat dimanfaatkan oleh usaha Siomay dan Batagor Si Boss dengan tetap memiliki kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau, diskon produk dan sistem pembayaran yang mudah. Dan usaha Siomay dan Batagor Si Boss tetap selalu mengikuti event acara dalam menjualkan dan memperkenalkan produknya.
 - c. Dengan meningkatkan daya saing, perlu meningkatkan suatu kekuatan usaha yang telah ditetapkan, mengurangi suatu kelemahan yang dialami Siomay dan Batagor Si Boss, memanfaatkan peluang semaksimal mungkin dan menahan maupun menghindari ancaman yang dapat mempengaruhi usaha.

Daftar Referensi

- David, Fred R. (2005). *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta : Salemba Empat
- Glueck dan Jauch.(1998). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Terjemahan Murad dan Henry. Jakarta: Erlangga.

- Jogiyanto, H.M.(2005). *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI
- Kotler,P. dan G. Armstrong. (2004). *Dasar –dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jilid I. Penerbit PT. Indeks Kel. Gramedia. Jakarta.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Muhardi. (2007). *Strategi Operasi: Untuk Keunggulan Bersaing*.Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Porter, Michael E. (1995). *Strategi Bersaing Teknik Menganalisa Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan keduabelas. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana.(2008).*Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Williams, Chuck.(2001).*Management Edition 1*.Jakarta: Salemba Empat.