

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Deskripsi Objek Penelitian

a. Sejarah Singkat Cemilan Alisha

Cemilan Alisha adalah sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang penjualan makanan ringan atau biasa disebut dengan camilan. Produk camilan ini dipasarkan secara *offline* maupun *online*. Pemasaran *offline* dilakukan melalui toko yang berada di Jl. Sungai Andai, Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Dan pemasaran *online* dilakukan melalui *platform e-commerce* Shopee dan media sosial TikTok (wawancara pribadi dengan Khairunnisa, 02 Mei 2025).

Usaha Cemilan Alisha pada mulanya dirintis oleh Khairunnisa pada bulan Februari tahun 2022. Awalnya Khairunnisa hanya coba-coba bikin camilan kacang telur untuk dimakan sendiri, kemudian dijual facebook ternyata banyak yang minat dan untung nya lumayan (wawancara pribadi dengan Khairunnisa, 02 Mei 2025).

Melihat peluang tersebut, Khairunnisa mulai mencari ide-ide produk camilan lainnya melalui YouTube, seperti olahan dari kulit pangsit dan kulit lumpia, serta produk-produk camilan lain yang dapat dikemas ulang (*repacking*) untuk dijual secara eceran. Camilan yang awalnya hanya dijual ke tetangga dan dititipkan ke warung, kemudian

berkembang menjadi kegiatan usaha sampingan ibu rumah tangga (wawancara pribadi dengan Khairunnisa, 02 Mei 2025).

Usaha tersebut mulai berkembang pesat saat Khairunnisa mengenal produk basreng (baso goreng), yaitu camilan yang sedang tren di tahun 2021. Walaupun telat satu tahun, Khairunnisa memberanikan diri untuk membeli basreng 1kg untuk di kemas ulang (*repacking*) agar bisa dijual dengan harga yang lebih terjangkau. Yang awalnya produk camilan yang dijual hanya olahan sendiri kemudian ditambah dengan produk jadi dari toko lain, penjualan jadi meningkat dan menambah motivasi Khairunnisa untuk menjadikan usaha tersebut lebih berkembang lagi (wawancara pribadi dengan Khairunnisa, 02 Mei 2025).

Pada bulan April tahun 2022, Khairunnisa memutuskan berjualan camilan melalui *platform* Shopee. *Platform* Shopee dipilih karena sebelumnya sudah pernah menjual produk *fashion* secara *dropshipper*. Namun karena tidak berjalan dengan lancar, Khairunnisa menfokuskan menjual produk camilan olahan sendiri dan ditambah dengan camilan viral basreng yang dibeli dari toko lain kemudian di *repacking* (wawancara pribadi dengan Khairunnisa, 02 Mei 2025).

Dalam menentukan nama toko di Shopee, Khairunnisa memilih nama “Cemilan Alisha” yang memiliki makna khusus. Nama *Alisha* merupakan kombinasi dari nama anak pertamanya yaitu *Ali*, dan bagian akhir dari namanya sendiri yaitu *Sha* (wawancara pribadi dengan Khairunnisa, 02 Mei 2025). Pemilihan nama ini tidak hanya menjadi

identitas usaha, tetapi juga bentuk kedekatan emosional yang memberi semangat dalam menjalankan bisnis.

Perjalanan usaha Cemilan Alisha tidak selalu mulus, namun berkat ketekunan dan strategi yang tepat, toko ini mampu berkembang pesat dalam waktu yang relatif singkat. Khairunnisa terus berinovasi dalam mengemas produk dan mengikuti tren pasar. Hasil dari konsistensi tersebut mulai terlihat, hingga akhirnya pada tahun 2023, toko Cemilan Alisha mendapat status sebagai *Star+ Seller* pada *platform* Shopee (wawancara pribadi dengan Khairunnisa, 02 Mei 2025). Pencapaian ini mencerminkan tingginya tingkat kepuasan pelanggan, performa penjualan yang relatif stabil, serta pengelolaan toko yang baik. Status ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan pembeli baru, tetapi juga membuka peluang lebih besar untuk terus berkembang di tengah persaingan bisnis.

b. Struktur Organisasi Cemilan Alisha



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Cemilan Alisha

Sumber: diolah peneliti, 2025

Berikut adalah tugas masing-masing bagian (*Job Description*) usaha

Cemilan Alisha :

1) Pemilik

Pada awalnya usaha Cemilan Alisha dirintis oleh Khairunnisa. Seiring berkembangnya usaha, suaminya, Sandi Rosadi ikut terlibat dalam permodalan dan operasional. Saat ini keduanya bekerja sama mengelola usaha dengan pembagian tugas yang berbeda. Adapun rincian tugas masing-masing pemilik adalah sebagai berikut:

a) Khairunnisa (Pengelola *E-Commerce*)

- (1) Mengelola akun toko di Shopee (*upload* produk, *update* stok, edit deskripsi, dll)
- (2) Memeriksa dan menginput nomor resi setiap pesanan
- (3) Mengatur tampilan toko, promo, dan pengaturan lainnya
- (4) Menjawab pesan/chat pelanggan. Memantau performa toko dan penjualan harian
- (5) Menyusun strategi pemasaran online

b) Sandi Rosadi (penanggung jawab *packing* dan pengiriman)

- (1) Bertugas di bagian pengemasan barang sebelum dikirim ke pelanggan.
- (2) Memastikan produk yang dikemas sesuai dengan pesanan pelanggan (tidak tertukar atau salah varian)

(3) Bertanggung jawab dalam proses pengiriman hingga produk diterima oleh jasa ekspedisi atau kurir.

2) Karyawan

- a) Mempacking dan menimbang sesuai permintaan pelanggan.
- b) Memastikan kebersihan dan kerapian kemasan.
- c) Menyiapkan stok produk yang siap dikemas oleh bagian packing.
- d) Membantu menjaga kebersihan area toko offline.
- e) Menata etalase toko dan memastikan produk lengkap di etalase toko.

B. Hasil Penelitian

Optimalisasi usaha Cemilan Alisha, di tinjau dari teori optimalisasi yaitu berdasarkan kinerja keuangan, kebutuhan pelanggan, kualitas produk dan jasa, inovasi dan kreativitas, dan komitmen karyawan adalah sebagai berikut.

1. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha, Secara umum, kinerja keuangan mencakup aspek laba atau keuntungan. Kinerja keuangan Cemilan Alisha menunjukkan tren yang positif sepanjang periode Mei 2024 hingga April 2025. Berdasarkan data penjualan yang diambil dari laporan Shopee, terjadi peningkatan omzet secara bertahap dari bulan ke bulan yang dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4. 1**Omzet Toko Cemilan Alisha (Bulan Mei – Desember 2024)**

No.	Bulan	Omzet
1.	Mei 2024	Rp55.565.606
2.	Juni 2024	Rp58.637.113
3.	Juli 2024	Rp58.559.405
4.	Agustus 2024	Rp61.962.768
5.	September 2024	Rp59.961.883
6.	Oktober 2024	Rp63.081.327
7.	November 2024	Rp71.593.369
8.	Desember 2024	Rp71.970.679
Total		Rp501.331.150

Sumber: Khairunnisa, 15 Mei 2025

Tabel 4.1 diatas adalah catatan omzet bulanan yang diperoleh Toko Cemilan Alisha dari bulan Mei sampai Desember 2024, dimana total omzet yang didapat adalah sebesar Rp501.331.150. Omzet tertinggi tercatat pada bulan Desember 2024 sebesar Rp71.970.679, sementara omzet terendah ada di bulan Mei 2024 sebesar Rp55.565.606.

Tabel 4. 2**Omzet Toko Cemilan Alisha (Bulan Januari– April 2025)**

No.	Bulan	Omzet
1.	Januari 2025	Rp78.965.665
2.	Februari 2025	Rp60.359.715
3.	Maret 2025	Rp137.966.911
4.	April 2025	Rp68.008.510
Total		Rp345.300.801

Sumber: Khairunnisa, 15 Mei 2025

Tabel 4.2 diatas menampilkan catatan omzet bulanan yang diperoleh Toko Cemilan Alisha dari bulan Januari sampai April tahun 2025, dimana total omzet yang didapat adalah sebesar Rp345.300.801.

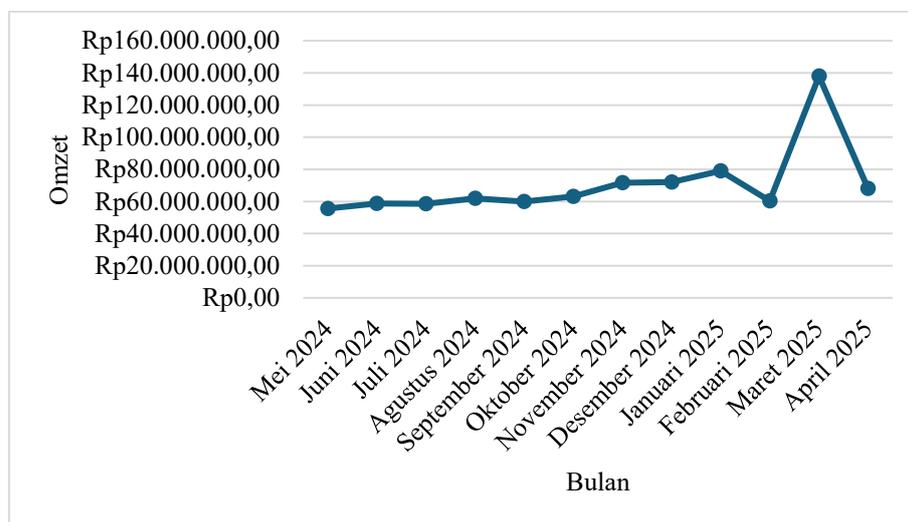
Tabel 4. 3 Omzet Toko Cemilan Alisha (Tahun 2024 – 2025)

No.	Tahun	Omzet
1.	Mei – Desember 2024	Rp501.331.150
2.	Januari – April 2025	Rp345.300.801
Total		Rp846.631.951

Sumber: Khairunnisa, 15 Mei 2025

Tabel 4.3 diatas menampilkan catatan omzet yang diperoleh Toko Cemilan Alisha dari tahun 2024 sampai 2025, dimana total omzet yang didapat adalah sebesar Rp846.631.951.

Tabel-tabel diatas menampilkan catatan omzet bulanan yang diperoleh Toko Cemilan Alisha selama periode Mei 2024 hingga April 2025. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai fluktuasi data, berikut grafik yang memvisualisasikan perubahan omzet penjualan Toko Cemilan Alisha dari bulan ke bulan selama periode pengamatan.



Gambar 4. 2 Grafik Omzet Bulanan (Mei 2024 – April 2025)

Sumber: Khairunnisa, Mei 2025

Berdasarkan data grafik omzet di atas, terlihat bahwa omzet Toko Cemilan Alisha mengalami peningkatan dari bulan ke bulan. Pada awal

periode, omzet berada di kisaran Rp55 juta hingga Rp63 juta. Kemudian terjadi peningkatan signifikan terjadi pada bulan November dan Desember 2024, dengan omzet lebih dari Rp71 juta. Puncaknya terjadi pada Maret 2025, dengan omzet tertinggi mencapai Rp137.966.911. Rata-rata omzet bulanan selama 12 bulan terakhir adalah sekitar Rp50-70 juta, yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan toko berada dalam kondisi stabil dan terus berkembang.

Selain omzet, Kinerja keuangan juga ditentukan oleh keberhasilan strategi promosi yang diterapkan. Iklan Shopee merupakan strategi utama yang digunakan toko Cemilan Alisha untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Iklan yang dijalankan biasanya menampilkan produk langsung di halaman pencarian Shopee maupun pada bagian rekomendasi yang muncul saat pengguna menjelajah aplikasi. Dengan iklan seperti ini, produk Cemilan Alisha menjadi lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli yang sedang mencari camilan serupa.

Oleh karena itu, analisis terhadap performa iklan perlu dilakukan untuk melihat sejauh mana dampaknya terhadap penjualan dan efektivitas biaya yang dikeluarkan. Data berikut akan menguraikan kinerja iklan toko Cemilan Alisha selama tiga bulan terakhir dan kontribusinya terhadap peningkatan omzet.

Tabel 4. 4**Laporan Iklan (Februari 2025 – April 2025)**

Bulan	Tayangan Iklan	Jumlah Klik	Total Pesanan	Produk Terjual	Penjualan	Biaya Iklan
Februari 2025	70.500	5.300	322	623	Rp12.400.000	Rp1.100.000
Maret 2025	12.800	960	48	103	Rp2.200.000	Rp210,600
April 2025	66.600	4.800	230	541	Rp12.500.000	Rp1.100.000

Sumber: Khairunnisa, 15 Mei 2025

Dari data yang ditampilkan pada tabel di atas, terlihat bahwa iklan Shopee memberikan kontribusi positif terhadap penjualan Cemilan Alisha, khususnya pada bulan Februari dan April 2025. Pada kedua bulan tersebut, biaya iklan yang dikeluarkan sebesar Rp1.100.000 mampu menghasilkan penjualan dari iklan sebesar lebih dari Rp12 juta, dengan jumlah produk terjual lebih dari 500 unit. Hal ini menunjukkan bahwa iklan cukup efektif dalam meningkatkan transaksi.

Sebaliknya, pada bulan Maret 2025 terjadi penurunan biaya iklan secara signifikan menjadi sekitar Rp210.000. Penurunan ini bukan disebabkan oleh performa iklan yang buruk, melainkan merupakan strategi yang disengaja oleh pemilik toko mengingat saat itu bertepatan dengan bulan Ramadhan. Pada momen tersebut, permintaan pasar terhadap produk cemilan meningkat secara alami, sehingga iklan tidak diperlukan dalam intensitas tinggi. Meskipun demikian, walaupun biaya iklan sangat

minim, penjualan total toko justru mengalami lonjakan tertinggi dalam periode setahun kebelakang. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi tidak selalu harus bergantung pada pengeluaran iklan yang besar. Momen seperti Ramadhan dapat dimanfaatkan secara untuk menekan biaya promosi. Dengan kata lain, pemanfaatan momentum pasar juga dapat menjadi strategi promosi yang efisien selain iklan.

Berdasarkan uraian data penjualan, dan performa iklan, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan Cemilan Alisha menunjukkan tren yang positif selama periode Mei 2024 hingga April 2025. Peningkatan omzet terutama pada bulan tertentu seperti Ramadhan, mencerminkan keberhasilan strategi penjualan yang diterapkan.

2. Kebutuhan Pelanggan

Menurut Rahman dan Safeena (2016, hlm. 259), kebutuhan pelanggan dapat didefinisikan sebagai masalah yang ingin dipecahkan oleh pelanggan melalui pembelian barang atau jasa. Cemilan Alisha berupaya memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan mengikuti tren yang sedang berkembang. Strategi awal yang digunakan adalah mencoba stok barang dalam jumlah kecil terlebih dahulu, kemudian meningkatkan jumlah stok jika produk tersebut menunjukkan angka penjualan yang tinggi (wawancara pribadi dengan Khairunnisa, 02 Mei 2025).

Berdasarkan hasil penjualan, terdapat tiga produk yang paling diminati pelanggan, yaitu Basreng Pedas Daun Jeruk Cemilan Snack Viral

Murah, Basreng Pedas Cikruh Daun Jeruk (250gr, 500gr), dan Kripik Kulit Ayam Original Pedas Renyah Krispi. Produk-produk ini digemari karena dari segi rasa, tingkat kepedasan, serta tekstur renyah yang sesuai dengan selera konsumen masa kini.

Selain berfokus pada produk, Cemilan Alisha juga aktif menyesuaikan layanan berdasarkan masukan pelanggan. Penyesuaian dilakukan dari segi rasa maupun kualitas pengemasan. Untuk menjaga loyalitas, Cemilan Alisha menjaga konsistensi kualitas produk, menggunakan kemasan yang aman, merespons pertanyaan pelanggan secara cepat, dan menunjukkan tanggung jawab apabila terjadi kesalahan. Misalnya, jika terjadi pengiriman produk yang tidak sesuai, toko akan menawarkan pengembalian dana atau penukaran produk sebagai solusi (wawancara pribadi dengan Sandi Rosadi, 23 April 2025).

Cemilan Alisha juga memanfaatkan beberapa fitur dari *platform* Shopee untuk mempertahankan pelanggan, antara lain fitur Gratis Ongkir *Extra*, *Cashback Extra*, serta status sebagai *Star+ Seller* yang meningkatkan kepercayaan pembeli. Selain itu, berdasarkan pengamatan terhadap pola pembelian, toko mencatat peningkatan jumlah pesanan pada saat tanggal kembar dan momen hari besar nasional seperti bulan Ramadan (wawancara pribadi dengan Khairunnisa, 02 Mei 2025). Hal ini menjadi acuan bagi toko untuk mempersiapkan stok dan strategi promosi yang tepat sesuai dengan perilaku belanja pelanggan.

Dalam menganalisis kebutuhan pelanggan, jumlah pesanan dan tingkat pembatalan menjadi indikator penting dalam mengevaluasi kinerja keuangan sebuah usaha. Analisis ini penting agar toko tahu kapan permintaan meningkat dan bisa mempersiapkan pelayanan lebih baik. Berdasarkan data penjualan yang diambil dari laporan Shopee, jumlah pesanan dilakukan dan dibatalkan dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4. 5

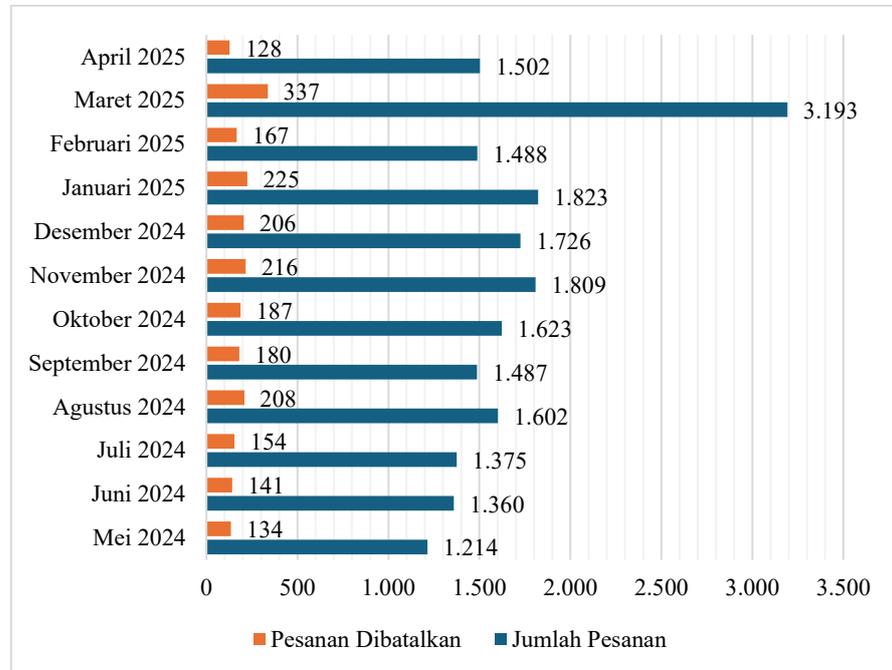
Jumlah Pesanan dan Pesanan Dibatalkan (Mei 2024 – April 2025)

Bulan	Jumlah Pesanan	Pesanan Dibatalkan
Mei 2024	1.214	134
Juni 2024	1.360	141
Juli 2024	1.375	154
Agustus 2024	1.602	208
September 2024	1.487	180
Oktober 2024	1.623	187
November 2024	1.809	216
Desember 2024	1.726	206
Januari 2025	1.823	225
Februari 2025	1.488	167
Maret 2025	3.193	337
Mei 2024	1.502	128

Sumber: Khairunnisa, 15 Mei 2025

Tabel diatas menyajikan data jumlah pesanan yang diterima Toko Cemilan Alisha setiap bulan, disertai dengan jumlah pesanan yang dibatalkan selama periode Mei 2024 hingga April 2025. Untuk

memahami lebih lanjut fluktuasi penjual, peneliti menyajikan grafik dibawah ini.



Gambar 4. 3 Grafik Jumlah Pesanan dan Pesanan Dibatalkan
(Mei 2024-April 2025)

Sumber: Khairunnisa, 15 Mei 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2 dan grafik yang ditampilkan, terlihat bahwa jumlah pesanan cenderung meningkat dari Mei 2024 hingga Januari 2025, dengan lonjakan tertinggi pada Maret 2025 mencapai 3.193 pesanan. Jumlah pembatalan juga meningkat seiring dengan bertambahnya pesanan, namun tetap dalam proporsi yang wajar. Puncak pembatalan terjadi pada Maret 2025 sebesar 337 pesanan, yang masih sebanding dengan total transaksi saat itu. Tingkat pembatalan yang relatif stabil menunjukkan bahwa operasional toko berjalan cukup

baik, meskipun perlu perhatian khusus pada bulan-bulan dengan lonjakan pesanan untuk menjaga pelayanan tetap optimal.

3. Kualitas Produk dan Jasa

Toko Cemilan Alisha menjaga kualitas produknya agar tetap baik saat sampai ke tangan pelanggan. Salah satu caranya adalah dengan membedakan jenis kemasan berdasarkan berat produk. Untuk produk berukuran 250 gram, digunakan kemasan *zip lock* yang praktis dan bisa ditutup kembali. Sementara itu, untuk produk dari 500gram ke atas menggunakan plastik berlapis yang direkatkan menggunakan pemanas. Selain itu, produk juga dibungkus lagi menggunakan bubble wrap agar aman selama proses pengiriman, terutama untuk jarak jauh.

Dengan kemasan seperti ini, produk tetap dalam kondisi baik dan tidak mudah rusak. Cemilan Alisha juga menjaga kualitas rasa dan kerenyahan produk dengan proses produksi yang konsisten. Dari hasil wawancara, tidak ada kendala dalam menjaga rasa dan kualitas produk sejauh ini. Namun, Cemilan Alisha pernah mengalami kendala seperti salah kirim atau produk rusak. Jika itu terjadi, toko akan bertanggung jawab dengan menawarkan pengembalian uang atau penukaran produk. Pelanggan yang memberi masukan terkait kualitas produk juga ditanggapi dengan baik, dan masukan tersebut digunakan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan toko.

Berikut merupakan beberapa testimoni pelanggan yang menunjukkan tingkat kepuasan terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh Cemilan Alisha.



Gambar 4. 4 Testimoni Pelanggan I Cemilan Alisha

Sumber: Shopee, 2025

Gambar 4.4 menunjukkan testimoni pelanggan atas produk Basreng dari Cemilan Alisha melalui ulasan di platform Shopee. Pelanggan dengan nama pengguna rahmatferdyy memberikan penilaian positif terhadap rasa (mantap), tekstur (gurih manis enak), serta kualitas kemasan yang aman hingga 10000%. Ia juga menyebut bahwa produk selalu diterima dalam kondisi aman tanpa kerusakan, serta menyampaikan harapan agar toko terus sukses.



Gambar 4. 5 Testimoni Pelanggan II Cemilan Alisha

Sumber: Shopee, 2025

Gambar 4.5 menampilkan testimoni lain dari pelanggan andhiraayup, yang menyatakan bahwa basreng memiliki rasa enak dengan bumbu yang melimpah dan tekstur tidak keras. Ia juga menyebut sudah sering melakukan pemesanan ulang di toko ini. Testimoni ini diperkuat dengan foto produk yang dikirim oleh pembeli secara langsung, menunjukkan tampilan produk yang menarik dan sesuai ekspektasi.

Kedua testimoni ini menjadi bukti nyata bahwa Cemilan Alisha berhasil menjaga kualitas produk dari segi rasa, tekstur, dan keamanan kemasan, serta mampu menciptakan loyalitas pelanggan.

Selain menjaga kualitas rasa, kemasan, dan pelayanan, Cemilan Alisha juga memperhatikan aspek keamanan konsumsi produk. Untuk produk dengan merek tertentu, tanggal kedaluwarsa sudah tertera langsung dari produsen. Untuk produk repack, toko tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa secara langsung pada kemasan. Sebagai gantinya, Cemilan

Alisha memastikan bahwa stok produk tidak disimpan dalam jangka waktu lama dan selalu dalam kondisi baik saat dikirim ke pelanggan.

Pengemasan dilakukan secara bertahap berdasarkan jumlah pembelian perhari, sehingga produk yang dikirim adalah hasil pengemasan terbaru. Hingga saat ini, tidak ditemukan keluhan dari pelanggan terkait produk yang kedaluwarsa atau tidak layak dikonsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa pada produk *repack*, toko tetap menjaga keamanan produk yang dijual.

4. Inovasi dan Kreativitas

Inovasi dan kreativitas merupakan hal penting yang dapat membantu usaha bertahan dan berkembang, terutama di *platform e-commerce* seperti Shopee. Cemilan Alisha aktif melakukan inovasi pada produk, terutama dengan menambahkan varian rasa baru secara berkala. Hal ini dilakukan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang di pasar, misalnya produk dengan rasa pedas yang sedang viral di media sosial.

Dalam hal inovasi pemasaran, Cemilan Alisha hanya mengandalkan iklan Shopee sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan.

Meskipun belum bekerja sama dengan *influencer* atau *affiliate*, toko menyadari pentingnya aspek visual. Foto dan video produk yang menarik dinilai berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Dan walaupun pemilik toko tidak sering mengubah tampilan toko dan deskripsi produk, sesekali pembaruan dilakukan jika dianggap perlu.

Dari sisi pengemasan, toko terus berinovasi agar produk tetap aman selama pengiriman, seperti penggunaan *bubble wrap* untuk kemasan besar dan zip lock untuk ukuran kecil. Ide-ide inovasi biasanya diperoleh dari pengamatan terhadap tren pasar dan produk viral yang muncul di media sosial. Selain itu, masukan dari pelanggan juga menjadi pertimbangan dalam mengembangkan produk baru. Meskipun strategi pemasaran digital belum sepenuhnya dimaksimalkan, langkah-langkah inovatif sederhana ini membantu Cemilan Alisha tetap bertahan di tengah persaingan bisnis online sekarang ini.

5. Komitmen Karyawan

Komitmen karyawan memiliki peran penting dalam menunjang proses optimalisasi usaha Cemilan Alisha. Dalam kegiatan operasional sehari-hari, usaha ini dibantu oleh dua orang karyawan tetap, yaitu Nur Latifah dan Nazemi Roaini. Kedua karyawan tersebut memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran kegiatan usaha, baik dari segi pelayanan pelanggan maupun pengelolaan toko offline. Tugas utama mereka meliputi proses penimbangan dan pengemasan produk sesuai permintaan pelanggan, menjaga kebersihan serta kerapian kemasan, menyiapkan stok produk, menata etalase toko offline, dan memastikan ketersediaan produk tetap lengkap.

Untuk memastikan karyawan bekerja dengan efisien, pemilik toko secara rutin datang langsung ke toko untuk memantau kinerja karyawan. Pemantauan ini dilakukan agar setiap pekerjaan terlaksana

sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil wawancara, tidak ditemukan kendala dalam pengaturan jam kerja maupun pembagian tugas karena karyawan telah memahami dan terbiasa dengan tanggung jawab masing-masing.

Dalam pengelolaan sistem Shopee, pemilik toko memegang peranan penuh. Meskipun demikian, karyawan tetap mendapatkan pengarahan sejak awal bekerja, terutama dalam menjaga kualitas pelayanan dan pengemasan. Peran karyawan dalam pengembangan usaha juga cukup signifikan. Mengingat mereka menghabiskan lebih banyak waktu di toko dibandingkan pemilik, mereka kerap memberikan masukan yang relevan mengenai hal-hal yang perlu dievaluasi. Ide dan saran dari karyawan sering kali menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan oleh pemilik toko.

Dengan pembagian tugas yang jelas, pengawasan langsung dari pemilik, serta kontribusi aktif karyawan dalam memberikan masukan, aspek komitmen karyawan menjadi salah satu faktor pendukung utama dalam proses optimalisasi usaha Cemilan Alisha secara keseluruhan.

C. Analisis Data

Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis SWOT. Analisis ini akan menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman Toko Cemilan Alisha pada saat proses optimalisasi usahanya. Berikut faktor-faktor Internal yaitu *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan), dan faktor-faktor eksternal yaitu *Opportunity*

(peluang), dan *Threat* (ancaman) pada usaha Cemilan Alisha, berdasarkan indikator teori optimalisasi.

1. *Strenght* (Kekuatan)

a. Omzet Bulanan Relatif Stabil

Usaha Cemilan Alisha memiliki omzet yang relatif stabil setiap bulan. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan berjalan dengan baik, bahkan pada waktu-waktu tertentu seperti bulan puasa dan akhir tahun, omzet bisa meningkat karena permintaan yang lebih tinggi.

b. Efektivitas Strategi Iklan Shopee

Cemilan Alisha menggunakan fitur iklan yang disediakan oleh Shopee untuk mempromosikan produknya. Dengan iklan, produk lebih sering muncul di halaman pencarian atau rekomendasi, membantu meningkatkan jumlah kunjungan ke toko, dan pada akhirnya berdampak pada kenaikan penjualan.

c. Penyesuaian produk dengan tren pasar

Cemilan Alisha selalu memperbarui produknya agar sesuai dengan selera pasar yang terus berubah. Misalnya, saat camilan pedas sedang populer, toko ikut menghadirkan varian tersebut. Langkah ini membuat produk tetap relevan dan menarik minat pembeli.

d. Status Star+ *Seller*

Cemilan Alisha telah meraih status Star+ *Seller* di Shopee, menandakan performa toko sangat baik dalam hal pelayanan, kecepatan pengiriman, dan ulasan pembeli. Ini menambah daya tarik

bagi calon pembeli baru.

e. Bergabung program Gratis Ongkir *Extra* dan *Cashback Extra*

Program ini sangat diminati pembeli karena memberikan keuntungan berupa penghematan biaya kirim dan potongan harga. Dengan adanya program ini, pelanggan merasa lebih tertarik untuk berbelanja dan cenderung melakukan pembelian berulang.

f. Konsistensi Kualitas Produk dan Rasa

Meskipun hanya melakukan repacking, Cemilan Alisha tetap menjaga kualitas rasa produk dengan membatasi jumlah stok agar tidak terlalu lama disimpan. Hal ini dilakukan untuk mencegah kerusakan atau perubahan rasa, sehingga produk tetap bagus saat diterima pelanggan.

g. Pengemasan Produk yang aman dan praktis

Cemilan Alisha menggunakan kemasan yang disesuaikan dengan berat produk, seperti zip lock untuk ukuran kecil dan plastik berlapis untuk ukuran besar. Semua produk juga dibungkus bubble wrap agar aman saat pengiriman. Pengemasan ini menjaga produk tetap utuh saat sampai ke tangan pelanggan.

h. Fleksibilitas Pengiriman

Cemilan Alisha berlokasi tidak jauh dari pusat kota Banjarmasin, sehingga memudahkan akses pengiriman ke berbagai wilayah. Lokasi strategis ini mendukung proses pengiriman yang lebih cepat dan efisien.

i. Varian produk beragam

Cemilan Alisha menyediakan berbagai jenis cemilan dengan aneka rasa dan ukuran, sehingga mampu menjangkau selera konsumen yang beragam. Ketersediaan banyak pilihan membuat pelanggan merasa lebih leluasa dalam menentukan produk yang diinginkan.

j. Karyawan kompeten

Cemilan Alisha didukung oleh karyawan yang telah terlatih dan memahami tugasnya dengan baik. Mereka tidak hanya bertanggung jawab dalam proses pengemasan dan pelayanan, tetapi juga turut memberikan masukan yang relevan untuk pengembangan usaha. Karyawan yang kompeten membantu menjaga kualitas operasional tetap konsisten, serta berperan aktif dalam memastikan kegiatan usaha berjalan lancar setiap harinya.

2. *Weakness* (Kelemahan)

a. Omzet meningkat drastis hanya pada moment tertentu

Penjualan cenderung naik hanya pada momen-momen tertentu seperti bulan puasa atau akhir tahun. Di luar waktu tersebut, penjualan menurun signifikan karena belum ada strategi untuk mempertahankan penjualan sepanjang tahun.

b. Ketergantungan kepada iklan Shopee

Cemilan Alisha belum secara aktif memanfaatkan media sosial, website, atau kolaborasi digital lainnya untuk promosi, sehingga pangsa pasar masih terbatas.

c. Produk viral tidak bertahan lama

Tren makanan cepat berubah. Produk yang sempat viral dan laris, bisa tiba-tiba sepi peminat. Hal ini menyulitkan Cemilan Alisha untuk mempertahankan penjualan jangka panjang dan membuat stok produk tertentu berisiko tidak laku.

d. Tekanan menjaga status Star+ *Seller*

Dengan tergabung Status Star+ *Seller* toko harus terus menjaga performa seperti pengiriman cepat, rating tinggi, dan minim pembatalan. Jika tidak terpenuhi, status bisa dicabut dan berdampak pada kepercayaan pelanggan.

e. Biaya Admin Tinggi

Program seperti Gratis Ongkir *Extra*, *Cashback Extra*, dan Star+ *Seller* memiliki biaya admin yang cukup tinggi. Biaya ini memotong margin keuntungan dan menjadi beban tersendiri, terutama jika penjualan sedang menurun.

f. Tidak memiliki kendali atas kualitas awal produk

Karena Cemilan Alisha hanya melakukan *repacking*, kualitas awal produk sepenuhnya bergantung pada *supplier*. Jika kualitas dari *supplier* menurun, maka nama baik toko bisa ikut terdampak meskipun proses pengemasan tetap baik.

g. Resiko barang rusak dan hilang

Pengiriman melalui jasa ekspedisi membawa risiko kerusakan atau kehilangan barang. Hal ini bisa menyebabkan komplain dari

pelanggan, menurunkan kepuasan, dan berpotensi menambah biaya retur atau penggantian.

h. Ketidakseimbangan persediaan produk

Cemilan Alisha memiliki banyak varian produk, namun tidak semuanya memiliki tingkat penjualan yang sama. Hal ini menyebabkan beberapa produk menumpuk di stok, sementara yang laris cepat habis. Ketidakseimbangan ini bisa menyebabkan pemborosan tempat, risiko kedaluwarsa, dan kerugian karena produk yang tidak terjual.

i. Skala tenaga kerja terbatas

Cemilan Alisha hanya dibantu oleh dua karyawan tetap, sehingga kapasitas tenaga kerja masih terbatas. Hal ini membatasi kemampuan toko dalam mengelola pesanan dalam jumlah besar, memperluas cakupan layanan, dan melakukan berbagai aktivitas operasional secara lebih optimal.

3. *Opportunity* (Peluang)

a. Peluang Ekspansi Toko

Pertumbuhan belanja *online* terus meningkat, termasuk untuk produk cemilan, sehingga memberikan peluang ekspansi yang besar bagi Cemilan Alisha ke pasar luar daerah atau nasional.

b. Adanya Tren Cemilan Terbaru

Tren cemilan selalu berubah dan muncul produk baru yang sedang digemari konsumen. Cemilan Alisha dapat memanfaatkan tren ini

dengan menghadirkan varian produk yang sesuai agar tetap menarik minat pembeli dan tidak ketinggalan zaman.

c. *Benefit* mengikuti *event-event platform* Shopee

Shopee sering mengadakan *event* besar seperti diskon besar, gratis ongkir, dan *cashback*. Mengikuti *event* ini memberi keuntungan untuk meningkatkan visibilitas toko dan menarik lebih banyak pembeli, sehingga penjualan bisa meningkat secara signifikan.

d. Meningkatkan Loyalitas pelanggan

Dengan memberikan pelayanan baik, produk berkualitas, dan program khusus seperti diskon atau hadiah untuk pelanggan setia, Cemilan Alisha dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Ini penting agar pelanggan terus kembali dan merekomendasikan toko ke orang lain.

e. *Branding* pembeda dari kompetitor

Cemilan Alisha berusaha membangun citra merek yang unik dan berbeda dari pesaing, misalnya lewat kemasan menarik dan kualitas produk yang konsisten. *Branding* ini membantu pelanggan mudah mengenali dan memilih produk Cemilan Alisha dibandingkan merek lain di pasaran.

f. Kolaborasi dengan *Influencer* dan *Affiliate Marketing*

Bekerja sama dengan *influencer* atau program *affiliate* bisa memperluas jangkauan pasar dan menarik pelanggan baru, khususnya dari kalangan muda yang aktif di media sosial. Ini

merupakan peluang penting yang belum dimanfaatkan secara maksimal oleh Cemilan Alisha

g. Efisiensi proses *packing*

Proses pengemasan yang cepat dan rapi sangat bergantung pada kerja keras dan kesungguhan karyawan. Karyawan yang serius dalam mengemas produk membantu menjaga kualitas dan mengurangi kerusakan saat pengiriman. Dengan begitu, karyawan yang komitmen membuat pengemasan lebih efisien dan usaha berjalan lancar.

4. *Threat* (Ancaman)

a. Perang harga dengan kompetitor

Persaingan harga yang ketat dengan toko lain membuat Cemilan Alisha harus berhati-hati agar tetap menarik bagi pembeli tanpa mengorbankan keuntungan. Kompetitor yang memberi diskon besar atau harga lebih murah bisa mengurangi pangsa pasar.

b. Perubahan kebijakan tarif iklan

Jika *platform* Shopee mengubah tarif atau aturan iklan, biaya promosi bisa naik secara tiba-tiba. Hal ini bisa memengaruhi anggaran pemasaran dan berpotensi menurunkan efektivitas iklan, sehingga berdampak pada penjualan.

c. Ketergantungan pada *platform* Shopee

Cemilan Alisha sangat bergantung pada Shopee sebagai tempat utama berjualan. Jika terjadi masalah seperti perubahan algoritma

atau gangguan sistem di Shopee, penjualan bisa turun drastis.

d. Perubahan biaya administrasi program-program shopee

Biaya admin yang dikenakan untuk program seperti Gratis Ongkir dan *Cashback* bisa berubah sewaktu-waktu. Jika biaya ini naik, maka margin keuntungan toko akan berkurang, sehingga perlu pengelolaan biaya yang hati-hati agar usaha tetap menguntungkan.

e. Masalah pada logistik dan pengiriman

Keterlambatan pengiriman karena musim liburan, cuaca buruk, atau kendala kurir bisa menyebabkan pelanggan kecewa dan menurunkan reputasi toko.

f. Perubahan harga bahan baku dan kemasan

Harga bahan utama dan kemasan bisa naik sewaktu-waktu karena inflasi atau pasokan terganggu, yang dapat menurunkan margin keuntungan jika tidak segera diantisipasi.

g. Ketergantungan pada karyawan tetap

Usaha sangat bergantung pada dua karyawan utama. Jika salah satu berhalangan atau keluar, operasional bisa terganggu karena belum ada pengganti yang siap. Ini menjadi risiko yang perlu diperhatikan.

Setelah dilakukan analisis terhadap faktor *internal* dan *eksternal* usaha Cemilan Alisha, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan hasil analisis SWOT tersebut dalam bentuk strategi yang lebih terukur dan terarah. Implementasi ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki usaha, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman

yang mungkin menghambat perkembangan usaha.

Metode yang digunakan adalah dengan menyusun hasil analisis ke dalam bentuk tabel matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), tabel matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dan tabel matriks SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*). Hasil dari tabel matriks IFAS, EFAS dan matrik SWOT ini akan menjadi dasar dalam menyusun strategi optimalisasi usaha agar lebih efektif dan efiseien.

Tabel 4. 6

Matriks Analisis Faktor Internal (IFAS) Usaha Cemilan Alisha

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan:			
1. Omzet bulanan relatif stabil	0,10	4	0,40
2. Efektivitas strategi iklan shopee	0,08	3	0,24
3. Penyesuaian produk dengan tren pasar	0,07	3	0,21
4. Status Star+ <i>Seller</i>	0,06	3	0,18
5. Fitur Gratis Ongkir <i>Extra</i> dan Cashback <i>extra</i>	0,07	4	0,28
6. Konsistensi kualitas produk dan rasa	0,10	3	0,30
7. Fleksibilitas pengiriman	0,06	3	0,18
8. Karyawan kompeten	0,05	3	0,15
Sub total	0,59		1,94
Kelemahan:			
1. Omzet meningkat hanya pada moment tertentu	0,05	3	0,15
	0,06	2	0,12

2. Ketergantungan iklan Shopee	0,04	3	0,12
3. Produk viral tidak bertahan lama	0,04	4	0,16
4. Tekanan menjaga status Star+ <i>Seller</i>	0,06	2	0,12
5. Biaya admin tinggi	0,08	3	0,24
6. Tidak memiliki kendali atas kualitas awal produk	0,04	4	0,16
7. Resiko barang rusak dan hilang	0,04	4	0,16
8. Skala tenaga kerja terbatas			
Sub total	0,41		1,23
Total	1,00		3,17

Sumber: diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil penyusunan matriks IFAS, nilai faktor-faktor kekuatan (*strenght*) adalah 1,94 dan nilai faktor-faktor kelemahan (*weakness*) adalah 1,23. Nilai ini menunjukkan bahwa Cemilan Alisha mempunyai faktor kekuatan internal lebih dominan daripada faktor kelemahan dalam menentukan strategi bisnisnya.

Selanjutnya Analisis Faktor Eksternal (EFAS), disusun berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor internal yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu peluang dan ancaman usaha. Faktor-faktor tersebut telah dianalisis sehingga pada tahap ini dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan matriks EFAS. Adapun tabel matriks EFAS disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 7

Matriks Analisis Faktor Eksternal (EFAS) Usaha Cemilan Alisha

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang:			
1. Peluang Ekspansi Toko	0,08	3	0,24
2. Adanya Trend Cemilan Terbaru	0,09	4	0,36
3. Benefit mengikuti event-event <i>platform</i> Shopee	0,07	3	0,21
4. Meningkatkan Loyalitas pelanggan	0,08	3	0,24
5. Branding pembeda dari kompetitor	0,05	2	0,10
6. Kolaborasi dengan Influencer dan Affiliate Marketing	0,08	2	0,16
7. Efisiensi proses packing	0,06	3	0,18
Sub total	0,51		1,49
Ancaman:			
1. Perang harga dengan kompetitor	0,08	2	0,16
2. Perubahan kebijakan tarif iklan	0,07	3	0,21
3. Ketergantungan pada <i>platform</i> Shopee	0,07	2	0,14
4. Perubahan biaya administrasi	0,09	1	0,9
5. Masalah pada logistik dan pengiriman	0,06	4	0,24
	0,07	3	0,21

6. Perubahan harga bahan baku dan kemasan	0,06	4	0,24
7. Munculnya trend camilan sehat			
Sub total	0,49		2,20
Total	1,00		3,69

Sumber: diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil penyusunan matriks EFAS diatas, nilai faktor-faktor peluang (*opportunity*) adalah 1,49 dan nilai faktor-faktor ancaman (*threat*) adalah 2,20. Nilai ini menunjukkan bahwa Cemilan Alisha mempunyai faktor ancaman eksternal lebih dominan daripada memanfaatkan faktor peluang yang ada.

Tabel 4. 8

Matriks SWOT Usaha Cemilan Alisha

Faktor Internal	Kekuatan , (Strength)	Kelemahan (Weakness)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Omzet Bulanan Relatif Stabil 2. Efektivitas Strategi Iklan Shopee 3. Penyesuaian produk dengan tren pasar 4. Status Star+ <i>Seller</i> 5. Fitur Gratis Ongkir Extra dan Cashback Extra 6. Konsistensi Kualitas Produk dan Rasa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Omzet meningkat hanya pada moment tertentu 2. Ketergantungan iklan Shopee 3. Produk viral tidak bertahan lama 4. Tekanan menjaga status Star+ <i>Seller</i> 5. Biaya Admin Tinggi

<p>Faktor Eksternal</p>	<p>7. Pengemasan produk yang aman dan praktis 8. Fleksibilitas Pengiriman 9. Keragaman Varian Produk 10. Karyawan kompeten</p>	<p>6. Tidak memiliki kendali atas kualitas awal produk 7. Resiko barang rusak dan hilang 8. Ketidakseimbangan persediaan produk 9. Skala tenaga kerja terbatas</p>
<p>Peluang (Opportunity)</p>	<p>Strategi S-O</p>	<p>Strategi W-O</p>
<p>1. Peluang ekspansi toko 2. Adanya trend cemilan terbaru 3. Benefit mengikuti event-event <i>platform</i> Shopee 4. Meningkatkan loyalitas pelanggan 5. <i>Branding</i> pembeda dari kompetitor 6. Kolaborasi dengan <i>influencer</i> dan <i>affiliate marketing</i> 7. Efisiensi proses packing</p>	<p>1. Memanfaatkan status <i>Star+ Seller</i> dan iklan Shopee untuk memperluas jangkauan pasar. 2. Menambah varian produk yang sesuai tren dengan kemasan menarik 3. Aktif mengikuti event-event Shopee untuk naikan penjualan 4. Menjaga kualitas produk agar pelanggan puas dan balik belanja lagi 5. Buat produk bundling edisi tren terbaru. 6. Menggunakan kemasan menarik,</p>	<p>1. Mulai promosi lewat website, Instagram, dan TikTok agar tidak hanya mengandalkan Shopee. 2. Pantau tren lewat media sosial untuk hindari stok produk yang cepat rusak atau tidak laku. 3. Manfaatkan Shopee Live untuk menjual produk yang menumpuk dengan diskon khusus. 4. Buat konten <i>behind-the-scenes</i> (packing atau kirim barang) sebagai bentuk promosi gratis dan membangun</p>

	<p>seperti ditambah label untuk membangun brand yang beda dari pesaing</p> <p>7. Kerja sama dengan <i>influencer</i> lokal untuk review jujur dan promosi.</p>	<p>kepercayaan pembeli.</p> <p>5. Menambah karyawan <i>part-time moment</i> khusus disaat penjualan naik drastis.</p>
Ancaman (<i>Threat</i>)	Strategi S-T	Strategi W-T
<p>1. Perang harga dengan kompetitor</p> <p>2. Perubahan kebijakan tarif iklan</p> <p>3. Ketergantungan pada <i>platform</i> Shopee</p> <p>4. Perubahan biaya administrasi program-program Shopee</p> <p>5. Masalah pada logistik dan pengiriman</p> <p>6. Perubahan harga bahan baku dan kemasan</p> <p>7. Munculnya trend camilan sehat</p> <p>8. Ketergantungan pada karyawan tetap</p>	<p>1. Jaga kualitas dan branding produk agar tetap unggul meski harga pesaing lebih murah.</p> <p>2. Bikin <i>backup</i> data pelanggan dan mulai kumpulkan database WA agar tidak terlalu tergantung pada iklan Shopee.</p> <p>3. Cek dan mengatur harga jual supaya tetap untung walau biaya naik.</p> <p>4. Menyediakan beberapa pilihan jasa kirim agar tetap bisa mengirim saat ada masalah logistik.</p> <p>5. Latih karyawan cadangan dari sekarang agar</p>	<p>1. Mengurangi produk yang tidak stabil penjualannya agar tidak rugi di masa sepi.</p> <p>2. Cari alternatif supplier bahan dan kemasan yang lebih stabil dan harganya bersaing.</p> <p>3. Buat konten promosi gratis agar tidak harus keluar banyak uang untuk iklan.</p> <p>4. Fokus promosi ke produk dengan margin tinggi untuk mengimbangi biaya admin Shopee.</p> <p>5. Atur Stok dan kemasan supaya tidak boros dan tetap hemat.</p>

	operasional tetap jalan jika karyawan utama berhalangan.	
--	--	--

Sumber: diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil penyusunan matriks SWOT diatas, terdapat empat alternatif strategis yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan usaha Cemilan Alisha, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi *Strengths-Opportunities*

Strategi ini berfokus pada menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

a. Memanfaatkan status Star+ *Seller* dan iklan Shopee

Dengan performa toko yang baik, status Star+ *Seller* dan fitur iklan dimaksimalkan untuk menjangkau lebih banyak pembeli dan memperluas pasar.

b. Menambah varian produk yang sesuai tren

Menghadirkan camilan baru yang sedang tren dengan kemasan yang menarik menjadi cara untuk menarik minat konsumen baru dan mempertahankan daya saing.

c. Aktif mengikut event Shopee

Partisipasi dalam event-event seperti promo tanggal kembar dan flash sale dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan.

d. Menjaga kualitas produk

Konsistensi rasa dan mutu produk menjadi kekuatan utama untuk membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan.

e. Buat produk *bundling* edisi tren terbaru

Bundling bertema tren dikemas menarik untuk menarik perhatian dan mendorong pembelian dalam jumlah lebih besar seperti “Jajanan Viral TikTok”.

f. Menggunakan kemasan dan label brand

Kemasan menarik dan label brand digunakan untuk memperkuat identitas toko dan membedakan dari pesaing.

g. Kerja sama dengan *influencer* lokal

Menggandeng *influencer* lokal untuk review jujur membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan pembeli.

2. Strategi *Weakness-Opportunities*

Strategi ini berfokus pada menggunakan peluang untuk mengatasi kelemahan yang ada.

a. Promosi lewat *website*, Instagram, dan TikTok

Agar tidak hanya bergantung pada Shopee, promosi diperluas ke *platform* lain seperti *website*, Instagram, dan TikTok untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan membangun komunitas pelanggan.

b. Memantau tren lewat media sosial

Pantauan aktif terhadap tren di media sosial membantu mencegah penumpukan stok produk yang cepat basi atau tidak laku, sekaligus mengarahkan inovasi produk sesuai permintaan pasar.

c. Manfaatkan Shopee Live untuk mengurangi stok menumpuk

Produk yang menumpuk dijual lewat Shopee Live dengan diskon menarik sebagai strategi untuk mengurangi risiko kerugian dan menarik pembeli secara langsung.

d. Buat konten *behind-the-scenes* sebagai promosi gratis

Konten seperti proses packing atau pengiriman dibagikan di media sosial sebagai promosi gratis yang membangun kepercayaan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

e. Menambah karyawan part-time saat penjualan meningkat

Untuk mengatasi keterbatasan tenaga kerja saat permintaan tinggi, ditambahkan karyawan part-time khusus momen ramai agar operasional tetap lancar dan pelayanan optimal.

3. Strategi *Strenghts-Threats*

Strategi ini berfokus pada menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada.

a. Menjaga kualitas dan branding

Meskipun pesaing menawarkan harga lebih murah, Cemilan Alisha fokus menjaga kualitas dan citra merek sebagai nilai lebih yang membuat pelanggan tetap setia.

b. Membangun database pelanggan di luar Shopee

Dengan membuat backup data pelanggan dan mengumpulkan nomor WhatsApp, toko mulai mengurangi ketergantungan pada iklan Shopee dan membangun jalur pemasaran langsung.

c. Mengatur harga jual agar tetap untung meski biaya naik

Kekuatan dalam pengelolaan keuangan dimanfaatkan untuk menyesuaikan harga secara cermat agar tetap kompetitif dan menguntungkan walau ada kenaikan biaya operasional.

d. Menyediakan beberapa opsi jasa kirim

Dengan fleksibilitas pengiriman, Cemilan Alisha tetap dapat melayani pesanan meskipun terjadi gangguan logistik pada satu ekspedisi.

e. Melatih karyawan cadangan sejak dini

Karyawan cadangan mulai dilatih agar operasional tetap berjalan lancar jika ada kendala mendadak seperti karyawan utama berhalangan.

4. Strategi *Weakness-Threats*

Strategi ini berfokus pada menggunakan peluang untuk mengatasi ancaman yang ada.

a. Mengurangi produk dengan penjualan tidak stabil

Produk yang kurang laku secara konsisten dikurangi agar tidak menyebabkan kerugian, terutama saat masa sepi penjualan.

b. Mencari alternatif supplier yang lebih stabil dan bersaing

Untuk mengatasi ketergantungan pada supplier tertentu, perlu mencari bahan dan kemasan dari pemasok lain yang lebih stabil dan terjangkau.

c. Membuat konten promosi gratis

Sebagai solusi atas keterbatasan anggaran iklan, Cemilan Alisha memanfaatkan konten original seperti video singkat atau foto produk sebagai media promosi gratis.

d. Fokus promosi pada produk dengan margin tinggi

Promosi diarahkan ke produk yang memberikan keuntungan lebih besar agar dapat menutupi biaya admin Shopee dan tetap menjaga profitabilitas.

e. Mengatur stok dan kemasan secara efisien

Pengelolaan stok dan kemasan dilakukan dengan cermat agar tidak terjadi pemborosan, menjaga efisiensi dan menekan biaya operasional.

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan dengan menggunakan metode Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS) di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa analisis SWOT pada usaha Cemilan Alisha perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut, terutama pada faktor eksternalnya.

Pada faktor internal, usaha Cemilan Alisha memiliki nilai kekuatan (*Strengths*) sebesar 1,94, sedangkan nilai kelemahan (*Weaknesses*) sebesar 1,23. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan internal masih lebih tinggi dari kelemahannya, dengan selisih sebesar 0,71 poin, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara internal usaha Cemilan Alisha memiliki modal yang cukup baik untuk bertahan dan berkembang.

Namun, pada faktor eksternal, usaha Cemilan Alisha menghadapi kondisi yang berbeda. Nilai peluang (*Opportunities*) sebesar 1,49, sementara nilai ancaman (*Threats*) justru lebih tinggi, yaitu 2,20, dengan selisih -0,71 poin. Hal ini menunjukkan bahwa usaha lebih banyak dilakukan dalam menghadapi tekanan atau tantangan dari lingkungan eksternal dibandingkan dengan peluang yang tersedia. Ancaman-ancaman ini antara lain berasal dari ketatnya persaingan, perubahan tarif iklan, ketergantungan pada *platform* tertentu, serta kenaikan harga bahan baku dan risiko pengiriman.

Berdasarkan hasil tersebut tersebut, usaha Cemilan Alisha berada pada posisi internal yang cukup kuat tetapi menghadapi posisi eksternal yang kurang menguntungkan. Yang berarti meskipun dari dalam usaha memiliki keunggulan, namun untuk bertahan dan tumbuh secara optimal di pasar, usaha ini perlu lebih adaptif dalam mengantisipasi perubahan eksternal, serta mencari strategi untuk mengubah ancaman menjadi peluang.