



# Strategi Komunikasi Pemasaran Sabun Lunak Sapokalinus Kesehatan di CV. Tekad Mandiri melalui Media Sosial dengan Metode Analisis SWOT

Prehatingsih Eka Putri<sup>1</sup>, Roso Prajoko<sup>2</sup>, Topan Setiawan<sup>3</sup>, Fanny Hendro Aryo Putro<sup>4</sup>,  
Wahyuning Chumaeson<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Boyolali, Indonesia

E-mail: [prehantingsihkaputri@gmail.com](mailto:prehantingsihkaputri@gmail.com)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-06-23 Revised: 2024-07-21 Published: 2024-08-09  <b>Keywords:</b> <i>Marketing Communication Strategy; CV. Independent Determination; SWOT Analysis.</i>	The purpose of this study was to determine the marketing strategy for green soap health soft soap that was applied to CV. Independent Determination via social media using the SWOT analysis method and knowing the obstacles faced by CV. Tekad Mandiri in increasing sales of health sapokalinus soft soap products. The research method used is a qualitative descriptive approach. The data collection technique used is by interview, observation and documentation techniques. The results of the research are several alternative strategies that can be carried out by CV. Independent Determination includes online sales, alliances (relationships of people, groups or countries that join together), cost leadership, product focus, costs, differentiation (adjusting orders to meet individual needs), implementing JIT (Just In Time) on time in the production process, immediately do branding (imaging so that a product can attract and stick in the minds of consumers), as well as increase promotion and advertising.

Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-06-23 Direvisi: 2024-07-21 Dipublikasi: 2024-08-09  <b>Kata kunci:</b> <i>Strategi Komunikasi Pemasaran; CV. Penentuan Mandiri; Analisis SWOT.</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran sabun lunak kesehatan green Soap yang diterapkan pada CV. Penentuan Mandiri melalui media sosial dengan menggunakan metode analisis SWOT dan mengetahui kendala yang dihadapi CV. Tekad Mandiri dalam meningkatkan penjualan produk sabun lembut sapokalinus kesehatan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian adalah beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh CV. Penentuan Mandiri meliputi penjualan online, aliansi (hubungan orang, kelompok atau negara yang bergabung bersama), kepemimpinan biaya, fokus produk, biaya, diferensiasi (menyesuaikan pesanan untuk memenuhi kebutuhan individu), penerapan JIT (Just In Time) tepat waktu dalam produksi prosesnya, segera melakukan branding (pencitraan agar suatu produk dapat menarik dan melekat di benak konsumen), serta memperbanyak promosi dan periklanan.

## I. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, manusia menciptakan bisnis sebagai sarana untuk kemakmuran hidup. Bisnis atau usaha merupakan lingkup yang lebih spesifik untuk manusia melakukan aktivitas komunikasi. Berbagai bentuk komunikasi di desain agar bisa mempermudah lembaga usaha untuk mencapai tujuannya, terutama dalam pemasaran perusahaan. Kehidupan manusia dewasa ini sejak awal tidak bisa dipisahkan dengan aktivitas komunikasi, hanya menjadi bagian yang sangat penting di dalam kelangsungan hidup manusia sebagai makhluk sosial. biasanya proses komunikasi antar manusia terjadi dari mulut ke mulut. Aktivitas komunikasi tersebut mendukung terjalannya hubungan yang harmonis. Komunikasi adalah suatu transaksi, proses

simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan sesama manusia melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku.

Pemahaman terhadap proses komunikasi harus dapat mengetahui bagaimana menempatkan diri sebagai komunikator, bagaimana menggunakan media, bagaimana menyusun pesan yang terarah, bagaimana memahami komunikasi, bagaimana memanfaatkan sumber dan bagaimana mengetahui serta mengevaluasi efek. Pesan inti dalam suatu komunikasi tidak selalu eksplisit, contoh pada iklan-iklan produk. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dalam bentuk pemikiran dan pemahaman, baik antar individu, maupun organisasi dengan individu, dengan tujuan maksud pengirim pesan

kepada penerima. Komunikasi biasanya dapat dilihat dalam konteks terbatas antara manusia tetapi sekarang diartikan sebagai komunitas dan industri. Komunikasi yang lebih berkembang mempengaruhi perkembangannya secara signifikan/istimewa. Apalagi ketika perusahaan menghadapi pelanggan ketika produk mereka dipasarkan dan menghadapi persaingan yang ketat. Tanpa proses komunikasi, produk yang dihasilkan perusahaan tidak akan sampai ke konsumen.

Berkembangnya kegiatan perekonomian saat ini menyebabkan banyak produk baru dan layanan jasa yang bermunculan. Yaitu dengan hadirnya produk sabun hijau, di satu sisi konsumen akan dibuat senang dengan semakin bervariasinya produk konsumsi dalam memenuhi kebutuhan, namun di sisi lain konsumen akan semakin bingung memilih produk yang akan dikonsumsi. Di saat konsumen bingung inilah para produsen berlomba-lomba merebut perhatian konsumen dengan menginformasikan dan menawarkan produk agar menjadi pemenang dalam pasar persaingan. Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari suatu komunikator ke komunikan. Perkembangan komunikasi berjalan dengan pesat dan cepat, sehingga banyak dijumpai dalam bidang komunikasi. Salah satu bidang komunikasi yang menyangkut kehidupan sosial adalah komunikasi pemasaran. Perusahaan merupakan suatu badan hukum yang dibentuk oleh beberapa orang atau kelompok yang memiliki keterlibatan dalam menjalankan badan usaha yang bertujuan untuk komersial atau industri. CV. Tekad Mandiri merupakan suatu perusahaan yang beroperasi pada bidang chemicals (bahan-bahan kimia) dan percetakan. Akan tetapi perusahaan ini lebih menguasai diri pada kegiatan produksi dan penjualan sabun hijau.

Hal ini dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sabun hijau. Sabun hijau/green soap merupakan perpaduan antiseptik alami untuk kulit alergi, kulit jerawat, biang keringat, gatal-gatal dan jamur, menghilangkan bau badan, flek-flek di kulit, dan lain-lain. Dalam perusahaan akan terdapat beberapa orang atau sebuah kelompok yang bertanggung jawab pada operasional yang dijalankan. Mereka juga bertanggung jawab atas segala bentuk resiko bisnis atau usaha yang sedang berjalan. Perusahaan perlu melakukan pemantauan terhadap hal dari luar berupa peluang dan ancaman, agar dapat memanfaatkan peluang

bisnis yang ada dan mengurangi ancaman yang datang.

Selain itu perusahaan juga mengelola dengan baik hal dari dalam berupa kekuatan dan kelemahan yang ada sehingga dapat dimanfaatkan sebagai kekuatan dalam menghadapi persaingan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengenali ancaman, kesempatan yang berasal dari luar dengan tidak melupakan kekuatan dan kelemahan pada perusahaan itu sendiri. Faktor strategi internal dan eksternal melalui analisis SWOT, kendala yang dihadapi oleh CV. Tekad Mandiri dalam meningkatkan penjualan produk sabun lunak sapolinus kesehatan. Persoalan di perusahaan CV. Tekad Mandiri yaitu berupa barang yang diproduksinya belum dipasarkan secara online. Perusahaan tersebut memproduksi sabun yang setiap satu cetakan menghasilkan hampir 100 kilogram sabun hijau. Alasan memilih CV. Tekad Mandiri bisa memiliki pelanggan di PT. Multi Kimia Raya Nusantara, Toko Kimia Indrasari, dan lain-lain karena pemilik perusahaan tersebut mengajukan sampel penawaran di setiap perusahaan dan toko-toko kimia dengan pernyataan disetujui atau tidak.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya tidak lepas dari strategi pemasaran yang diterapkannya. Setiap perusahaan membutuhkan alat sebagai acuan untuk menjalankan strategi yang direncanakan dalam kondisi pasar. Analisis SWOT pada perusahaan untuk mengidentifikasi alternatif strategi yang dapat digunakan perusahaan. Analisis SWOT adalah analisis tentang kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) perusahaan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT adalah metode mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor untuk perumusan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika memaksimalkan kekuatan dan peluang sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT mengungkapkan beberapa faktor untuk desain sistematis dari strategi perusahaan. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan.

Jika digunakan dengan benar, analisis SWOT membantu untuk melihat aspek yang tidak terlihat hingga sekarang. Teknik analisis SWOT pada dasarnya merupakan metode untuk menentukan berbagai kondisi yang menjadi dasar para perencana strategis. Analisis SWOT hanyalah pemeriksaan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, serta peluang dan ancaman

di lingkungan eksternal. Lebih lanjut dijelaskan bahwa analisis SWOT membandingkan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dengan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang menentukan pilihan strategi.

## **II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan peneliti di CV. Tekad Mandiri yang terletak di Jalan Nanas No. 4. Kelurahan Siswodipuran, Kecamatan Boyolali. Kode pos: 57311 sebagai fokus penelitian agar penulis dapat melakukan penelitian ini dengan cermat, terfokus dan mudah dalam memperoleh data serta informasi yang peneliti butuhkan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai bulan April 2023. Objek penelitian ini di CV. Tekad Mandiri sebagai perusahaan yang memproduksi sabun hijau kesehatan dan beroperasi pada bidang chemicals (bahan-bahan kimia) serta percetakan. Akan tetapi perusahaan ini lebih menguasai diri pada kegiatan produksi dan penjualan sabun hijau. Hal ini dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sabun hijau.

Data primer adalah sumber data yang langsung menginformasikan kepada pengumpul data. Peneliti mengumpulkan informasi langsung dari sumber pertama objek penelitian. (Sugiyono, 2018:456). Data primer merupakan informasi yang diperoleh dari objek data. Berupa data: faktor strategi internal dan external melalui penyusunan analisis SWOT. Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung menyediakan data untuk pengumpulan data. (Sugiyono, 2019:186). Data sekunder merupakan data yang didapatkan dengan membaca dan mempelajari referensi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode wawancara, pengamatan (observasi) dan triangulasi (menggabungkan) buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini. Ada 2 jenis data yang disusun dalam penulisan ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi diperoleh dari subjek, sedangkan data sekunder merupakan informasi diperoleh dari sumber lain yang relevan. Teknik pengumpulan data adalah pengumpulan data dalam penelitian dengan menggunakan metode yang sistematis untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. (Djaman Satori dan Aan Komariah, 2011:103).

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

Perusahaan merupakan suatu badan hukum yang dibentuk oleh beberapa orang /

kelompok yang memiliki keterlibatan dalam menjalankan badan usaha yang bertujuan untuk komersial / industri

CV. Tekad Mandiri merupakan suatu perusahaan yang beroperasi pada bidang chemicals (bahan-bahan kimia) dan percetakan. Akan tetapi perusahaan ini lebih menguasai diri pada kegiatan produksi dan penjualan sabun hijau. Hal ini dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sabun hijau. Sabun hijau /green soap merupakan perpaduan antiseptik alami untuk kulit alergi, kulit jerawat, biang keringat, gatal-gatal, jamur, menghilangkan bau badan, flek-flek di kulit, dan lain-lain. Dalam perusahaan akan terdapat beberapa orang atau sebuah kelompok yang bertanggung jawab pada operasional yang dijalankan. Mereka juga bertanggung jawab atas segala bentuk resiko bisnis/usaha yang sedang berjalan. Perusahaan perlu melakukan pemantauan terhadap hal dari luar berupa peluang dan ancaman, agar dapat memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan mengurangi ancaman yang datang.

Selain itu perusahaan juga mengelola dengan baik hal dari dalam berupa kekuatan dan kelemahan yang ada sehingga dapat dimanfaatkan sebagai kekuatan dalam menghadapi persaingan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengenali ancaman, kesempatan yang berasal dari luar dengan tidak melupakan kekuatan dan kelemahan pada perusahaan itu sendiri. Setiap perusahaan mempunyai strategi pemasaran hal ini berperan penting untuk menentukan strategi perusahaan yang akan digunakan. Faktor strategi internal dan eksternal melalui analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang dimiliki dan akan dihadapi oleh perusahaan. Analisis SWOT pada perusahaan untuk mengidentifikasi alternatif strategi yang dapat digunakan perusahaan.

Analisis SWOT adalah metode mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor untuk perumusan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika memaksimalkan kekuatan dan peluang sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT mengungkapkan beberapa faktor untuk desain sistematis dari strategi perusahaan. Proses pengambilan keputusan strategis

selalu berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Jika digunakan dengan benar, analisis SWOT membantu untuk melihat aspek yang tidak terlihat hingga sekarang. Teknik analisis SWOT pada dasarnya merupakan metode untuk menentukan berbagai kondisi yang menjadi dasar para perencana strategis.

Analisis SWOT hanyalah pemeriksaan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, serta peluang dan ancaman di lingkungan eksternal. Lebih lanjut dijelaskan bahwa analisis SWOT membandingkan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dengan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang menentukan pilihan strategi. Beberapa analisis yang digunakan untuk mengukur kemampuan sumber daya di dalam perusahaan, antara lain: analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunity, dan Threats) dan analisis rantai nilai dan pandangan berbasis sumber daya. Analisis SWOT secara sistematis mengidentifikasi berbagai faktor untuk perumusan strategi perusahaan. Analisis ini memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. (Rangkuti, 2018: 83).

## B. Pembahasan

Perusahaan merupakan suatu badan hukum yang dibentuk oleh beberapa orang / kelompok yang memiliki keterlibatan dalam menjalankan badan usaha yang bertujuan untuk komersial / industri. CV. Tekad Mandiri merupakan suatu perusahaan yang beroperasi pada bidang chemicals (bahan-bahan kimia) dan percetakan. Akan tetapi perusahaan ini lebih menguasai diri pada kegiatan produksi dan penjualan sabun hijau. Hal ini dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sabun hijau. Sabun hijau/green soap merupakan perpaduan antiseptik alami untuk kulit alergi, kulit jerawat, biang keringat, gatal-gatal dan jamur, menghilangkan bau badan, flek-flek di kulit, dan lain-lain.

Dalam perusahaan akan terdapat beberapa orang atau sebuah kelompok yang bertanggung jawab pada operasional yang dijalankan. Mereka juga bertanggung jawab atas segala bentuk resiko bisnis atau usaha yang sedang berjalan. Perusahaan perlu melakukan pemantauan terhadap hal dari luar

berupa peluang dan ancaman, agar dapat memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan mengurangi ancaman yang datang.

Selain itu perusahaan juga mengelola dengan baik hal dari dalam berupa kekuatan dan kelemahan yang ada sehingga dapat dimanfaatkan sebagai kekuatan dalam menghadapi persaingan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengenali ancaman, kesempatan yang berasal dari luar dengan tidak melupakan kekuatan dan kelemahan pada perusahaan itu sendiri. Faktor strategi internal dan eksternal melalui analisis SWOT, kendala yang dihadapi oleh CV. Tekad Mandiri dalam meningkatkan penjualan produk sabun lunak sapolinus kesehatan. Persoalan di perusahaan CV. Tekad Mandiri yaitu berupa barang yang diproduksinya belum dipasarkan secara online. Perusahaan tersebut memproduksi sabun yang setiap satu cetakan menghasilkan hampir 100 kilogram sabun hijau. Setiap perusahaan mempunyai strategi pemasaran hal ini berperan penting untuk menentukan strategi perusahaan yang akan digunakan. Faktor strategi internal dan eksternal melalui analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang dimiliki dan akan dihadapi oleh perusahaan. Analisis SWOT pada perusahaan untuk mengidentifikasi alternatif strategi yang dapat digunakan perusahaan. Analisis SWOT adalah metode mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor untuk perumusan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika memaksimalkan kekuatan dan peluang sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT mengungkapkan beberapa faktor untuk desain sistematis dari strategi perusahaan. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan.

## IV. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Dari hasil temuan penelitian serta pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan terhadap akun media sosial perusahaan yaitu:

1. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan melalui media sosial sudah tepat dilakukan melalui beberapa hal untuk mendukung pemasaran

yang dilaksanakan agar sesuai dengan tujuan yang sudah di rencanakan.

2. Dalam mengukur hasil yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melihat kepuasan konsumen.

#### **B. Saran**

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Sabun Lunak Sapokalinus Kesehatan di CV. Tekad Mandiri melalui Media Sosial dengan Metode Analisis SWOT.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Aan Komariah, Djaman Satori (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Penerbit: Alfabeta. Bandung.