
STRATEGI MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI KAYU MENGGUNAKAN METODE SWOT PADA UD LANGGENG JAYA DI DESA TAWANGSARI JOMBANG

Oleh

Yunianti Nurul Aulia¹, Siswahyudianto²

^{1,2}Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

E-mail: ¹Auliyunianti256@gmail.com, ²Siswahyudianto25@gmail.com

Article History:

Received: 02-03-2022

Revised: 20-03-2022

Accepted: 22-04-2022

Keywords:

Strategi, Produk, Analisis SWOT, Persaingan

Abstract: Penelitian ini dilatar belakangi dalam menghadapi persaingan perlu adanya strategi yang tepat dan terencana, agar dapat mengantisipasi jalannya usaha dalam menghadapi persaingan yang ketat, dengan menggunakan analisis SWOT dapat diketahui dimana posisi perusahaan berada dan mengambil keputusan strategi yang tepat digunakan pada posisi perusahaan saat ini. Fokus penelitian adalah untuk menganalisis suasana persaingan, penerapan analisis SWOT dan bagaimana strategi meningkatkan produk dengan menggunakan metode SWOT untuk menghadapi persaingan. Dengan tujuan penelitaian agar dapat menganalisis bagaimana analisis SWOT dapat digunakan untuk strategi menghadapi persaingan industri kayu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi serta mwnggunakan teknik analisis dan pengecekan keabsahan data. Hasil penelitian Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT dapat diperoleh bahwa sumbu X dengan nilai sebesar 0,39 dan sumbu Y berada pada posisi peluang dengan nilai sebesar 0,22. Sehingga perusahaan berada pada kuadran 1 artinya perusahaan mendukung strategi agresif (growth Oriented strategy). Dengan ini posisi perusahaan berada pada situasi yang menguntungkan, UD Langgeng Jaya memilik kekuatan dan peluang yang cukup kuat dalam menghadapi persaingan industri kayu

PENDAHULUAN

Persaingan antar bisnisan maupun industr pasti terjadi dan mungkin semakin ketat. Persaingan industri merupakan rivalitasi antara dua atau lebih industri yang sejenis atau mirip untuk menyediakan produk, jasa, harga, distribusi, dan promosi kepada pelanggan. Intensitas persaingan industri tergantung pada jumlah pesaing di pasar yang sama, frekuensi perubahan teknologi dalam industri, frekuensi pengenalan produk baru, penurunan harga,

persetujuan paket yang diberikan kepada pelanggan dari berbagai pesaing, dan perubahan peraturan dan kebijakan pemerintah dan penurunan tarif. Adanya peningkatan kualitas produk dapat memenuhi kepuasan pelanggan sehingga mampu bersaing dengan industri mebel yang lainnya. Industri mebel kayu adalah pekerja sektor informal yang menggunakan berbagai jenis kayu sebagai bahan baku/utama alam proses produksinya serta menerapkan cara kerja yang bersifat tradisional. Mebel kayu adalah istilah yang digunakan untuk perabot rumah tangga yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan barang, tempat duduk, tempat tidur, tempat mengerjakan sesuatu dalam bentuk meja atau tempat menaruh barang di permukaannya. Kualitas adalah titik temu antara kebutuhan konsumen dengan tujuan perusahaan. Perusahaan yang memenangkan persaingan adalah perusahaan yang konsisten menghadirkan kualitas bagi pelanggan, dengan demikian pelanggan akan memberikan uangnya, kepercayaannya, loyalitasnya, dan komitmennya karena mereka puas.

Menghadapi persaingan perlunya manajemen strategi yang tepat dan terencana, dalam menyusun strategi paling ampuh dengan menggunakan metode analisis SWOT. Arnold menganalisa lingkungan internal dan eksternal merupakan bagian dari perencanaan strategis. Salah satu tools yang digunakan adalah SWOT yang merupakan singkatan dari Strength (S), Weakness (W), Opportunity (O) dan Threat (T). Analisa SWOT umumnya digunakan sebagai kerangka dasar strategi perusahaan, produk atau pemasaran dengan cara membuat daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang selanjutnya akan menentukan strategi perusahaan dalam menanggapi persaingan, mengantisipasi situasi serta mencapai tujuan. Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman) merupakan alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (strengths-opportunities), WO (weakness-opportunities), ST (strengths-threats), dan WT (weaknesses-threats).

Berdasarkan hasil survey yang sudah dilakukan ternyata banyak industri mebel yang berdiri, persaingan antar industri mebel tidak dapat dihindari dan semakin ketat, sehingga berimbas pada salah satu industri mebel yang terdampak akibat persaingan tersebut menjadi sepi pelanggan apalagi di masa pandemic COVID-19 yang masih meningkat. Sehingga menarik peneliti untuk menganalisis strategi peningkatan kualitas produk mebel dalam menghadapi persaingan industri mebel tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti ingin mengkaji mengenai hal yang berpengaruh pada strategi meningkatkan kualitas produk pada UD Langgeng Jaya. Setelah mengamati persoalan tersebut, peneliti menghendaki untuk meneliti lebih lanjut dengan judul "Strategi Meningkatkan Kualitas Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Menggunakan Metode SWOT pada UD Langgeng Jaya di Desa Tawang Sari Jombang", serta diharapkan mendapatkan manfaat untuk meningkatkan perkembangan dan pencapaian usaha.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana suasana persaingan antar usaha industri kayu di desa Tawang Sari Kecamatan Mojowarno?
2. Bagaimana penerapan kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) UD Langgeng Jaya agar mampu bersaing ?
3. Bagaimana strategi meningkatkan kualitas produk UD Langgeng Jaya menggunakan

analisis SWOT untuk menghadapi persaingan usaha?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Untuk mendeskripsikan suasana persaingan antar usaha industry kayu di desa Tawang Sari Kec Mojowarno
2. Untuk mendeskripsikan penerapan kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) UD Langgeng Jaya agar mampu bersaing
3. Untuk mendeskripsikan dan menentukan strategi meningkatkan kualitas produk UD Langgeng Jaya menggunakan analisis SWOT untuk menghadapi persaingan usaha

LANDASAN TEORI

a. Strategi

Strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang.

Menurut Hamel dan Prahalad:

“Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.”

Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah untuk masa depan perusahaan, yang bertujuan untuk membangun visi dan misi perusahaan, menetapkan tujuan strategis serta merancang strategi untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut dalam rangka menciptakan nilai terbaik yang berasal dari konsumen. Manajemen strategis sebagai analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Definisi ini menggambarkan dua elemen utama manajemen strategis.

b. Persaingan

Kompetisi mempunyai pengertian adanya persaingan antara perusahaan untuk mencapai pangsa pasar yang lebih besar. Kompetisi antara perusahaan dalam merebutkan pelanggan akan menuju pada inovasi dan perbaikan produk dan yang pada akhirnya pada harga yang lebih rendah. Dalam pengertian sempit kompetisi adalah perusahaan-perusahaan berusaha sekuat tenaga untuk membuat pelanggan membeli produk mereka bukan produk pesaing. Oleh karena itu, akan terdapat pihak yang menang dan yang kalah. Faktor-faktor lingkungan eksternal industri sebagai pemicu persaingan industri adalah: (1) Intensitas persaingan antar pemain yang ada pada saat ini, (2). Ancaman dari pendatang baru, (3). Kekuatan tawar-menawar dari pemasok, (4). Kekuatan tawar-menawar dari pembeli, dan (5). Ancaman dari produk pengganti.

c. Kualitas produk

Kualitas produk yaitu kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya.

Menurut beberapa para ahli mengemukakan pengertian produk yaitu:

a. Menurut Philip Kotler menyatakan bahwa:

“Definisi produk adalah: “A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need”. Artinya, produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan.”

b. Menurut W.J. Stanton yang dikutip oleh Paulus Lilik Kristianto menyatakan bahwa:

“produk adalah suatu sifat yang kompleks, baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer.”

Dari definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang diciptakan perusahaan agar dapat ditawarkan untuk mendapatkan perhatian dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, yang merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Produk yang ditawarkan setiap badan usaha akan berbeda dan pasti mempunyai karakteristik yang membedakan produk itu dengan produk pesaing walaupun jenis produknya sama sehingga produk itu memiliki keunikan, keistimewaan, keunggulan dalam meraih pasar yang ditargetkan

d. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu strength, weaknesses, opportunities, dan threats. Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (weaknesses), peluang (Opportunities) dan ancaman (threats) dalam suatu spekulasi bisnis. Analisis ini bersifat deskriptif dan subjektif. Bisa saja beberapa orang dalam organisasi memberikan hasil analisis yang berbeda dari keempat bagian analisis SWOT. Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-Peluang- Ancaman) merupakan alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (strengths-opportunities), WO (weakness-opportunities), ST (strengths-threats), dan WT (weaknesses-threats). Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (Eksternal Factor Evaluation) terdiri dari kolom, bobot, rating dan total nilai yang merupakan hasil perkalian dari bobot dan rating. Untuk kolom bobot dan rating diisi sesuai dengan nilai yang merupakan hasil dari pengelompokan factor – factor internal dan eksternal berdasarkan tingkat kepentingannya. Matriks IFE digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Matriks EFE digunakan untuk mengidentifikasi factor – factor eksternal perusahaan. Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman) merupakan alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (strengths- opportunities), WO (weakness-opportunities), ST (strengths-threats), dan WT (weaknesses-threats). Setelah alternatif strategi terbentuk berdasarkan empat set tersebut, maka dilakukan pemilihan strategi yang tepat untuk diterapkan. Untuk mengetahui posisi strategi yang sesuai maka harus dilakukan perhitungan dengan mengakumulasi setiap faktor yang digunakan dalam perumusan strategi. Misalnya untuk menemukan besaran nilai dari strategi SO maka dilakukan penjumlahan dari total pembobotan faktor strength dan opportunity yang sudah ada pada matriks IFAS dan EFAS. Dari keempat set strategi tersebut kemudian

dipilih strategi yang memiliki nilai akumulasi tertinggi dari semua elemen strategi yang ada.

Matriks SWOT

	Strengths ST	Weakness WT
Threats	Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman	Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman
Opportunities	Memanfaatkan potensi untuk meraih peluang	Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang

Sumber: Jurnal Ilmiah Manajemen 2020

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

Peneliti mengambil judul “Strategi Meningkatkan Kualitas dalam menghadapi persaingan Industri Kayu pada UD Langgeng Jaya di Desa Tawang Sari Jombang” dengan menggunakan metode kualitatif. Menurut dengan permasalahan dan tujuan penelitian, maka peneliti memilih pendekatan penelitian kualitatif, dengan pendekatan penelitian observasi dengan pengamatan secara langsung pada objek penelitian. Menurut Lexy J Moleong menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif ini digunakan oleh penulis untuk mengetahui analisis strategi peningkatan kualitas produk dalam menghadapi persaingan industri mebel pada UD Langgeng Jaya. Bagaimana strategi peningkatan kualitas mampu untuk menghadapi persaingan industri kayu.

Lokasi Penelitian

Untuk penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memilih lokasi di Dusun Tawang Sari Desa Catakayam Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang, tepatnya di industri mebel kayu UD Langgeng Jaya.

Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran penulis di lapangan dapat bertindak sebagai instrumen dan sebagai pengumpul data penelitian. Kehadiran seorang penulis sangat dibutuhkan untuk mengumpulkan data melalui wawancara, pengamatan, atau dokumentasi. Dalam hal ini pentingnya kehadiran peneliti langsung turun lapangan.

Data dan Sumber Data

a. Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif diskriptif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata, gambar, bukan dalam bentuk angka.

b. Sumber data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan. Data ini diperoleh secara langsung dengan wawancara dari informan yang sudah ditentukan oleh peneliti terutama pemilik UD Langgeng Jaya.

b. Data sekunder

Menurut Wardiyanta dalam Sugiarto data sekunder merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga. Informasi ini dapat diperoleh melalui studi kepustakaan dengan media buku dan media internet untuk mendukung analisis pembahasan penelitian. Kedua data ini sangat penting untuk mendukung jalannya penelitian, menggambarkan bagaimana keadaan mengenai UD Langgeng Jaya sebagai objek penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan teknik pengamatan (observasi), wawancara, dokumentasi dan catatan lapangan. Peneliti dapat menyesuaikan teknik pengumpulan data sesuai dengan keadaan di tempat penelitian.

1. Pengamatan (observasi)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia observasi berarti pengamatan atau peninjauan secara cermat. Observasi penelitian kualitatif adalah pengamatan langsung terhadap objek untuk mengetahui keberadaan objek, situasi, konteks dan maknanya dalam upaya mengumpulkan data penelitian.

2. Wawancara

Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara bebas terpimpin. Arikunto menjelaskan bahwa wawancara bebas terpimpin adalah wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat. Pertanyaan akan dikembangkan pada saat melakukan wawancara pada informan. Peneliti mendapatkan informasi mengenai objek penelitian dengan wawancara langsung kepada pemilik UD Langgeng Jaya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara untuk memperoleh data dan informasi seperti buku, arsip, dokumen, buku, dan foto dalam bentuk laporan dan informasi yang berguna untuk penelitian. Dokumen digunakan untuk mengumpulkan dan memvalidasi data.

Teknik Analisis Data

1. Pengumpulan Data

Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkrip wawancara, men-scanning materi, menetik data lapangan atau memilah-milah dan menyusun data tersebut kedalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

2. Reduksi data (data reduction)

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tak perlu dan mengorganisasikan data-data yang telah di reduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan menjadi tema.

3. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data merupakan analisis dalam bentuk matriks, network, cart, atau grafis. Pada penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, tabel, bagan dan hubungan antar kategori. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami.

4. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing/Verivication)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. Secara skematis proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dapat digambarkan sebagai berikut:

Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini agar data yang disajikan merupakan data yang sah maka digunakan kriteria derajat kepercayaan, sebagaimana yang dikemukakan oleh Moleong yang meliputi tiga cara yaitu:

1. Ketekunan/ Keajegan Pengamatan
2. Triangulasi
3. Pemeriksaan Teman Sejawat
4. Menggunakan Bahan Referensi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil UD Langgeng Jaya

Nama perusahaan : UD Langgeng Jaya

Nama Pemilik : Fuadi

Alamat Perusahaan : Jl. Mujahiddin Dusun Tawang Sari RT 01/RW 14 Desa Catak Gayam
Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang

Bidang Industri : Mebel

Produk : Peralatan Rumah Tangga, Meja, Kursi, Jendela, Gawang Pintu, almari, dipan, tempat pot tanaman. Tempat minum gallon dan lain sebagainya

2. Sejarah singkat berdirinya usaha

Usaha ini berdiri sejak tahun 1990, UD Langgeng Jaya terletak di Dusun Tawang Sari RT 001/RW 014 Desa Catak Gayam Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang. Dengan modal awal pembangunan usaha sebesar RP. 500.000, bapak Fuadi mendirikan usaha ini dengan dukungan keluarga. Saat ini usaha yang telah memiliki surat izin dari pemerintah atau surat keterangan usaha yang diperoleh sejak 10 tahun yang lalu dengan memiliki 3 karyawan yang dulunya memiliki banyak karyawan namun sekarang di desa ini banyak yang membangun usaha mebel sendiri sehingga berdampak usaha mebel UD Langgeng Jaya lambat laun karyawannya membangun usahanya sendiri atau berpindah ketempat mebel lainnya. Dulu sebelum industri ini memiliki izin usaha tempat usaha tidak memiliki tempat usaha yang tetap, hingga memiliki lokasi tetap pada tahun 2007 walaupun ditempat tersebut bisa dikatakan kurang strategis, karena berdekatan dengan aliran sungai yang sering terdampak banjir kiriman. Dan kurang luasnya lokasi usaha.

Sejak awal pembangunan usaha sering menemui kendala salah satunya yaitu tidak stabilnya harga bahan baku, sepi nya pembeli atau pemesan dan permintaan bahan baku yang berbeda dengan persediaan bahan baku yang sudah tersedia sehingga harus mencari

bahan baku yang diinginkan pelanggan. Setiap usaha pasti ada pasang surut usaha dalam bangun usaha tetapi kita harus optimis percaya diri untuk membangun usaha yang lebih baik dengan cara yang pertama meningkatkan kualitas produk yang kedua pelayanan kemasan yang tepat waktu yang ketiga selalu menerima masukan dari pemesan. Untuk saat ini banyak mebel yang dibangun disekitar UD Langgeng Jaya sehingga persaingan tidak dapat dihindari.

HASIL PENELITIAN

Matriks analisis SWOT menghasilkan empat elemen strategi dengan mengkombinasikan keempat faktor yang dianalisis. Elemen tersebut terdiri dari SO, WO, ST, dan WT. Pertama, Strength-Opportunity (SO) merupakan strategi untuk memaksimalkan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada sehingga dapat bersaing. Kedua, Weakness-Opportunity (WO) merupakan strategi untuk mengurangi kelemahan dengan memanfaatkan peluang. Ketiga, Strength-Threats (ST) merupakan strategi untuk mengurangi atau meminimalkan ancaman dari luar perusahaan dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Keempat, Weakness-Threats (WT) merupakan strategi bertahan dengan mengurangi kelemahan yang dimiliki dan menghindari ancaman dari luar perusahaan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan peneliti didapatkan hasil analisis SWOT dan matriks SWOT dari UD Langgeng Jaya sebagai berikut:

1. Faktor internal

- Strength (Kekuatan)

- a. Kualitas produk terjamin berkualitas tinggi
- b. Kualitas bahan baku
- c. Pelayan terkait ketepatan waktu pengerjaan produk
- d. Penyediaan bahan baku yang terkontrol

- Weakness (Kelemahan)

- a. Lokasi yang kurang strategis dan kurang luas
- b. Perlatan yang kurang memadai
- c. Harga mahal
- d. Belum ada promosi secara online hanya melakukan dengan word of mouth (mulut ke mulut)

2. Faktor eksternal

- Opportunity (Peluang)

- a. Memiliki pelanggan yang royal
- b. Pangsa pasar luas
- c. Produk tidak terpatok pada katalog produk, bisa pesan produk sesuai keinginan

- Threats (Ancaman)

- a. Persaingan antar industri kayu
- b. Terjadinya musim pancaroba dan musim penghujan yang menghambat pengolahan kayu
- c. Kenaikan / ketidakstabilan harga bahan baku

PEMBAHASAN

Matriks IFAS dan EFAS

1. **Matriks Internal Strategy Factor Analysis Summary (IFAS)**

Matriks faktor internal adalah matriks yang terdiri dari kekuatan & kelemahan yang ada didalam internal perusahaan. Kekuatan adalah semua sumber daya yang potensial dimiliki perusahaan yg memperlihatkan adanya pemanfaatan output sumber daya yg bisa dioptimalkan sang perusahaan. Berikut merupakan matriks UD Langgeng Jaya

Tabel Matriks IFAS

Kode	Kekuatan (S)	Bobot	Rating	Skor
S1	Kualitas produk terjamin berkualitas tinggi	0,13	3	0,39
S2	Kualitas bahan baku	0,13	3	0,39
S3	Pelayan terkait ketepatan waktu pengerjaan produk	0,13	3	0,39
S4	Penyediaan bahan baku yang terkontrol	0,12	4	0,48
Total Perhitungan Bobot Kekuatan				1,65
Kode	Kelemahan (W)	Bobot	Rating	Skor
W1	Lokasi yang kurang strategis dan kurang luas	0,13	3	0,39
W2	Perlatan yang kurang memadai	0,12	2	0,24
W3	Harga mahal	0,12	2	0,24
W4	Belum ada promosi secara online hanya melakukan dengan word of mouth (mulut ke mulut)	0,12	3	0,39
Total Perhitungan Bobot Kelemahan		1.0		1,26
Total Perhitungan Matriks IFAS				0,39

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2022)

2. **Matriks Eksternak Strategy Factor Analysis Summary (EFAS)**

Matriks faktor strategi eksternal berguna untuk merumuskan faktor-faktor strategis eksternal dalam kerangka peluang (Opportunities) and kesempatan (Threats) dengan melihat berbagai kemungkinan adanya peluang dan ancaman digunakan dalam menghadapi pesaing. Berikut adalah matiks dari UD Langgeng Jaya:

Tabel Matriks EFAS

Kode	Peluang (O)	Bobot	Rating	Skor
P1	Memiliki pelanggan yang royal	0,17	3	0,51
P2	Pangsa pasar luas	0,17	3	0,51
P3	Produk tidak terpatok pada katalog produk, bisa pesan produk sesuai keinginan	0,17	3	0,51
Total Perhitungan Bobot Peluang				1,53

Kode	Ancaman (T)	Bobot	Rating	Skor
T1	Persaing antar industri kayu	0,17	3	0,51
T2	Terjadinya musim pancaroba dan musim penghujan yang menghambat pengolahan kayu	0,16	2	0,32
T3	Kenaikan / ketidakstabilan harga bahan baku	0,16	3	0,48
Total Ancaman	Perhitungan Bobot			1,31
Total Perhitungan Matriks EFAS				0.22

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah, 2022)

Diagram Analisis SWOT

Analisis data menggunakan matriks IE bisa digunakan namun Dari analisis pada table faktor internal dan eksternal diatas menunjukkan bahwa nilai pada skor masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

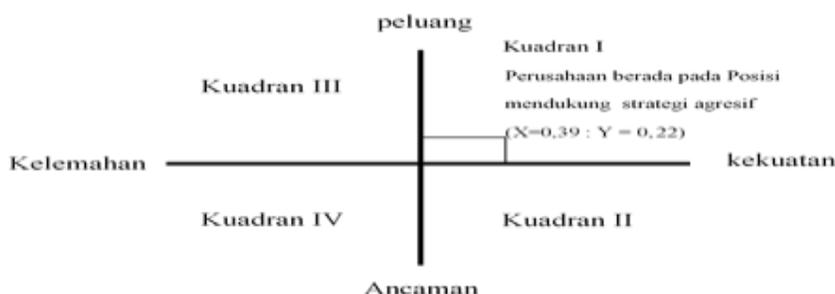
- Faktor kekuatan (*Strenghts*) : 1,65
- Faktor kelemahan (*weaknesse*) : 1,26
- Faktor peluang (*Opportunities*) : 1,53
- Faktor ancaman (*threats*) : 1,31

Setelah itu menentukan titik koordinat diagram untuk mengetahui dimana posisi perusahaan saat ini agar dapat menentukan strategi dengan tepat, berikut adalah menentukan titik koordinat diagram:

- Koordinat analisis internal (X)
= Kekuatan(S)-Kelemahan(W) = 1,65-1,26 = 0,39
- Koordinat analisis eksternal (Y)
= Peluang(O)-Ancaman(T) = 1,53-1,31 = 0,22

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa dari koordinat diagram SWOT bernilai positif dengan sumbu X (Internal perusahaan) sebesar 0,39 sedangkan sumbu Y (Eksternal perusahaan) sebesar 0,22. Dari kedua koordinat tersebut dapat ditentukan posisi perusahaan berada dalam koordinat 1, 2, 3 atau 4 yang masing-masing kuadran memiliki strategi yang dapat membantu perusahaan.

Diagram SWOT



Sumber data diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT diatas dapat diperoleh bahwa sumbu X dan Y menunjukkan posisi strategi meningkatkan kualitas produk berada pada kuadran I (satu) yang artinya mendukung strategi agresif atau pertumbuhan karena sumbu X dengan nilai sebesar 0,39 dan sumbu Y berada pada posisi peluang dengan nilai sebesar 0,22. Dengan ini posisi perusahaan berada pada situasi yang menguntungkan, UD Langgeng Jaya memiliki kekuatan dan peluang yang cukup kuat sehingga cocok menggunakan strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan didukung strategi agresif (*growth Oriented strategy*), perlu adanya penyerangan (Agresif) dengan membuat produk yang bervariasi. Menurut Freddy Rangkuti posisi mendukung strategi agresif merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.¹ berdasarkan perhitungan matriks diatas maka didapatkan hasil analisis matriks sebagai berikut:

Hasil Matriks SWOT UD Langgeng Jaya

<i>Internal Strategy Factor Analysis Summary (IFAS)</i> <i>Eksternal Strategy Factor Analysis Summary (EFAS)</i>	Strenght (S)	Weakness (W)
	1. Kualitas produk terjamin berkualitas tinggi 2. Kualitas bahan baku 3. Pelayan terkait ketepatan waktu pengerjaan produk 4. Penyediaan bahan baku yang terkontrol	1. Lokasi yang kurang strategis dan kurang luas 2. Perlatan yang kurang memadai 3. Harga mahal 4. Belum ada promosi secara online hanya melakukan dengan word of mouth (mulut ke mulut)
Opportunity (O)	Strenght- Opprtunities (SO)	Weakness- Opportunities (WO)
1. Memiliki pelanggan yang royal 2. Pangsa pasar luas 3. Produk tidak terpatok pada katalog produk, bisa pesan produk sesuai keinginan	1. Mempertahankan kualitas produk dan pelayanan 2. Mempertahankan kualitas bahan baku 3. Melakukan pendekatan dengan konsumen dan membangun kepercayaan konsumen (CRM) pada UD Langgeng Jaya	1. Meningkatkan pemasaran, dengan promosi secara online melalui sosmed dan WhatsApp 2. Melengkapi peralatan yang dibutuhkan dalam proses pembuatan produk 3. Mencari tempat yang lebih strategis

	4. Menyediakan <i>catalog</i> produk yang lebih bervariasi namun tetap menerima request gambaran produk yang diinginkan konsumen	walaupun memakan waktu dan biaya yang lebih 4. Memberikan pelayanan yang terbaik pada pelanggan yang setia
Threats (T)	Strengths-Threats (ST)	Weakness-Threats (WT)
1. Persaing antar industri kayu 2. Terjadinya musim pancaroba dan musim penghujan yang menghambat pengolahan kayu 3. Kenaikan / ketidakstabilan harga bahan baku	1. Pengendalian persediaan bahan baku harus tetap terkontrol dan memanfaatkan waktu saat harga bahan baku turun 2. Memberikan kualitas produk dan layanan terbaik walaupun harga bahan baku tidak stabil yang berdampak pada harga produk 3. Lebih bisa memprediksi datangnya cuaca 4. Menyiapkan gudang kayu sebagai tempat penyimpanan kayu yang siap diolah	1. UD Langgeng Jaya harus mampu meningkatkan daya saing agar mampu bersaing dengan industri kayu yang lain. 2. Menyesuaikan harga bahan baku dengan harga produk agar tidak merugikan dan konsumen mendapatkan harga yang pas

Sumber : Hasil penelitian yang diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis matrika diatas, sehingga untuk meningkatkan kualitas produk dapat menggunakan:

1. Melalui kegiatan *product research and development* (penelitian dan pengembangan produk)

Strategi pengembangan produk sang UD Langgeng Jaya dilakukan menggunakan cara memfokuskan peningkatan kualitas produk menggunakan pertimbangan pengolahan yg benar. Pengembangan produk UD Langgeng Jaya mampu memakai cara menerapkan perkembangan teknologi terkini dalam pengolahan produk & produk yang digunakan misalnya dalam mengelola produk.

2. Tawarkan harga produk yang kompetitif

Dalam hal ini UD Langgeng Jaya memberikan harga normal atau harga yang sesuai dengan pasaran, dan juga tergantung dari bahan baku yang diolah. Jika memiliki bahan baku yang mahal otomatis ada kenaikan harga jadi. Namun beberapa mebel sekitar UD Langgeng Jaya ada yang mematok harga produk lebih tinggi juga adanya yang sama dengan harga produk pasaran.

3. Memberikan pelayanan yang baik untuk menghadapi Persaingan

UD Langgeng Jaya memberikan pelayanan yang nyaman dan komunikatif pada para pembeli dengan menjelaskan detail produk bahan apa saja yang dipakai dan menghabiskan berapa banyak dana yang dibutuhkan agar pembeli tidak salah dalam membeli produk. Mempercepat pelayanan dan menerapkan level pelayanan juga perlu dilakukan, dalam UD Langgeng Jaya mempercepat pelayanan sudah dilakukan dengan memproses pemesanan mebel dengan tepat waktu.

4. Tetap mempertahankan kualitas produk yang berkualitas untuk mencapai kepuasan konsumen

Produk UD Langgeng Jaya sudah termasuk produk yang berkualitas, sehingga perlu untuk UD Langgeng Jaya mempertahankan kualitas produk yang ada. Namun, memang masih perlu adanya inovasi-inovasi dalam produk yang disediakan agar lebih menarik minat pembeli. Jika bahan bakumakin mahal bisa mengganti barang tersebut dengan harga yang sama namun barang juga kuat atau terjamin menunjang kualitas produk.

5. Memperluas promosi sesuai dengan target pasar dan dilakukan secara online

Promosi pada saat ini sering menggunakan media online karena dirasa lebih efektif bisa menjangkau semua pasar atau kalangan. Sehingga promosi menggunakan media online penting untuk dilakukan karena UD Langgeng Jaya belum melakukan promosi secara Online.

6. Perluas target Pasar dan pangsa pasar.

Perluasan target pasar juga sangat penting dilakukan untuk menghadapi persaingan seperti menambahkan jenis produk dengan perencanaan target pasar yang baru. Dengan memberikan tambahan inovasi dan launching produk dengan model yang menarik bisa memperluas target pasar yang awalnya untuk kebutuhan RT bisa merambak pada tempat-tempat nongkrong anak muda. Dan perlu meningkatkan dan memperluas pangsa pasar mampu bersaing dan volume penjualan dapat ditingkatkan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil analisis SWOT menunjukkan posisi perusahaan berada pada kuadran I yang artinya mendukung strategi agresif sehingga strategi yang dapat digunakan oleh UD Langgeng Jaya dalam menghadapi persaingan industri di desa Tawang Sari yaitu Melalui kegiatan *product research and development* (penelitian dan pengembangan produk), Tawarkan harga produk yang kompetitif, Memberikan pelayanan yang baik untuk menghadapi Persaingan, Tetap mempertahankan kualitas produk yang berkualitas untuk mencapai kepuasan konsumen, Memperluas promosi sesuai dengan target pasar dan dilakukan secara online, dan Perluas target Pasar dan pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aan Komariah dan Djam'an Satori. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:

- Alfabeta,
- [2] Anissa Mayang Indri Astuti dan Shinta Ratnawati, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100)", jurnal ilmu Manajemen, Vol. 17, No. 2, 2020.
- [3] Agus B siswanto dan M. Afia Sawn. 2019. "Analisis Swot Dengan Metode Kuisisioner". Semarang: CV. Pilar Nusantara
- [4] Cerahwati, Indah. "Pengaruh Teknologi Dan Persaingan Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara)". Skripsi. 2020.
- [5] Claudia Vanesha, Altje Tumbel, dan Maria Tielung, "Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, TBK Manado), Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Vol. 16
- [6] Daga, Rosnaini. 2017. "Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan". Gowa: Global Research and Consulting Institute.
- [7] Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora..* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [8] Danim, Sudarwan. 2002. "Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora". Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [9] David, F.R. (2004). "Manajemen Strategi Konsep". Alexander Sindoro, penerjemah: Agus Widyantoro, editor. Jakarta (ID): Indeks. Terjemahan dari: *Concepts of Strategic Manajement*. Ed ke-7.
- [10] Dhika Amalia Kurniawan, M. Z. 2019. Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo Melalui Analisis Matriks IFAS dan EFAS. *Al-Tijarah*, 5 (2), 93-103.
- [11] Fred & R. David. 2011. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Salemba Empat,
- [12] Hamel, G dan Prahalad, C, K, 2006. *Kompetisi Masa Depan*. Jakarta : Bina Rupa,
- [13] Hany Setyorini, M. E. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus:Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5 (1), 46-53.
- [14] Istiqomah dan Irsad Andriyanto, " Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputri Kudus)". *Bisnis*. Vol. 5. No.2. 2017.
- [15] Kustiawati Ningsig dan Hamamah, " Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) Buah Naga Organik (Hylocereus Undatus)". *Jurnal Agribisnis*
- [16] Lexy J Moleong. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- [17] Lina, Roidah. 2018. " Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental Dalam Strategi", *Jurnal ekonomi, akuntansi, manajemen dan bisnis*. Vol.1. No.1.
- [18] Lisaria Putri, Rumanintya . 2016. "Peningkatan Kualitas Produk Melalui Penerapan Prosedur Dan Sistem Produksi: Studi Pada UD Wijaya Kusuma Kota Blitar" Universitas Islam Blitar, *Jurnal WRA*. Vol 4. No.2.
- [19] Manampiring Rendy Romy, Michael M. Rengkung, Vicky H. Makarau, (Pengaruh

- Perkembangan Industri Mbel Terhadap Pola Pemnfaatan Lahan Di Desa Leilem Kecamatan Sonder), Jurnal Arsitektur Universitas Sam Ratulangi
- [20] Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. 2014. *Qualitative data analysis: A methods sourcebook. 3rd.* Thousand Oaks. CA: Sage,
- [21] Mutiara Lusiana Annisa, "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis SWOT Pada Online Store Shopee", Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol. 4, NO. 1, E-ISSN 2599-3410.
- [22] Pearce, John A. dan Robinson, Richard B. 2013. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian.*Jakarta: Salemba Empat
- [23] Rosa Indah, Dewi "Analisi SWOT pada Saqinah Swalayan di Kota Langsa",Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 4, No. 1, 2015.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN