

## Investigasi Perkembangan Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless, Kota Depok: Pembuktian dengan Analisis SWOT

Syamruddin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
dosen01343@unpam.ac.id

Manuskrip: 9 Agustus 2024; Ditinjau: 12 Agustus 2024; Diterima: 13 Agustus 2024;

Online: Agustus-2024; Diterbitkan: Agustus-2024

\*Korespondensi Penulis

### Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perkembangan Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless di Kota Depok. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Teknik analisis data meliputi Analisis SWOT, Analisis Matriks IFE, Analisis Matriks EFE, Analisis Matriks IE, Matriks SWOT, dan Diagram Analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan pada Matriks IFE kekuatan dan kelemahan dengan skor 3,16. Kemudian pada Matriks IFE peluang dan ancaman dengan skor 3,04. Berdasarkan Matriks IE, posisi perusahaan yang berada di sel I, memperlihatkan strategi yang sesuai adalah tumbuh dan kembangkan (*growth and build*) yang berarti strategi ini disesuaikan dengan kekuatan dari sisi internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang tepat untuk mendapat keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan pada Matriks SWOT dengan menggunakan rumus SO, WO, ST, dan WT diperoleh sembilan strategi. Adapun hasil Diagram Analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan pada posisi Kuadran I yaitu mendukung strategi agresif. Dari analisis antara IFE, EFE, IE, Matriks SWOT, dan Diagram Analisis SWOT, diperoleh strategi alternatif yaitu mengembangkan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, menciptakan lapangan pekerjaan, mempertahankan kualitas produk yang dijual, dan merekrut pegawai produksi tambahan yang lebih berpengalaman.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT; Perkembangan Bisnis; Matriks SWOT; UMKM

### Abstract

*The purpose of this research is to determine the development of the Metal and Stainless Furniture Equipment Business in Depok City. The research method used is qualitative. Data analysis techniques include SWOT analysis, IFE matrix analysis, EFE matrix analysis, IE matrix analysis, SWOT matrix and SWOT analysis diagram. The research results show the IFE Matrix's strengths and weaknesses with a score of 3.16. Then in the IFE Matrix opportunities and threats with a score of 3.04. Based on the IE Matrix, the company's position in cell I shows that the appropriate strategy is growth and development (*growth and build*), which means this strategy is adjusted to the internal strengths of the company to take advantage of the right opportunities to gain profits for the company. Meanwhile, in the SWOT Matrix using the SO, WO, ST and WT formulas, nine strategies are obtained. The results of the SWOT Analysis Diagram show that the company in Quadrant I position supports aggressive strategies. From the analysis between IFE, EFE, IE, SWOT Matrix, and SWOT Analysis Diagram, an alternative strategy was obtained, namely developing product quality to maintain customer loyalty, creating jobs, maintaining the quality of products sold, and recruiting additional production employees who are more experienced.*

**Keywords:** SWOT Analysis; Business Development; SWOT Matrix; MSMEs

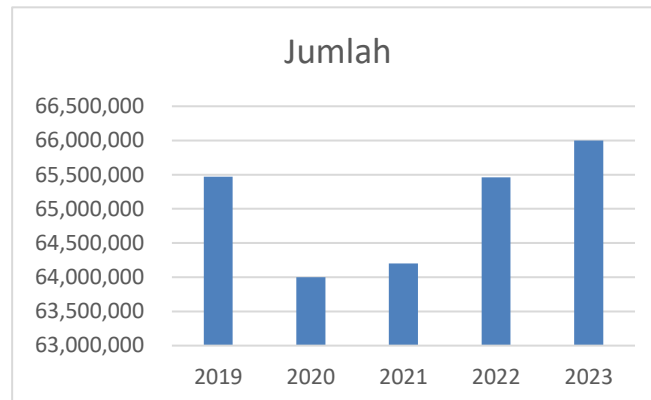
## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia terus mengalami pertumbuhan. Kendati persaingan bisnis yang semakin kompetitif tidak membuat pelaku UMKM jatuh. Bahkan mampu bertahan dan bersaing dengan pelaku usaha berskala besar. Kehandalan UMKM sudah terbukti saat terjadinya krisis ekonomi dan multidimensi yang menimpa Indonesia 26 tahun lalu.



Dari tahun ke tahun jumlah pelaku UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan. Animo masyarakat untuk terjun ke dunia bisnis yang begitu besar jelas sangat menggembirakan. Hal itu menjadi salah satu indikasi dari semakin membaiknya kondisi perekonomian di Tanah Air.

Berdasarkan data yang diolah dari berbagai sumber, dalam kurun waktu selama lima tahun terakhir terjadi peningkatan dalam hal jumlah UMKM di Indonesia. Hal itu bisa dilihat dari jumlah UMKM pada Grafik 1.



**Grafik 1. Jumlah UMKM di Indonesia 2019-2023**

Dari Grafik 1 di atas, terlihat adanya peningkatan dalam jumlah UMKM dari tahun ke tahun selama lima tahun terakhir sejak tahun 2019. Pada tahun 2019 jumlah UMKM mencapai 65.470.000 unit. Kemudian pada tahun 2020 terjadi penurunan yaitu menjadi 64.000.000 unit.

Selanjutnya pada tahun 2021 kembali beranjak naik menjadi 64.200.000 unit. Sementara itu pada tahun 2022 meningkat tajam menjadi 65.460.000 unit. Sedangkan pada tahun 2023 jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 66.000.000 unit.

Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat saat ini adalah di bidang bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless (*Metal and Stainless Furniture Equipment*). Hal ini sejalan dengan permintaan akan produk yang berbahan baku logam dan stainless ini yang terus mengalami peningkatan. Tidak hanya untuk kebutuhan dalam negeri, namun juga untuk memenuhi permintaan pasar luar negeri.

Seperti halnya yang ditekuni oleh salah satu pelaku bisnis peralatan perabotan logam dan stainless yang berlokasi di Serua, Bojongsari, Depok, Jawa Barat. Sejak berdiri sekitar 20 tahun lalu, usaha yang bernaung di bawah PT Citra Karsa Integritas ini dalam perjalanannya telah mengalami pasang surut. Kendati bisnisnya pernah mengalami penurunan, namun kini secara perlahan mulai bangkit kembali.

Bangkitnya kembali usaha peralatan perabotan logam dan stainless membuat perusahaan mulai menggeliat kembali. Hal itu ditandai dengan mulai banyaknya pesanan akan produk dari logam dan stainless. Atas dasar itulah peneliti sangat tertarik untuk mengetahui kondisi bisnis PT Citra Karsa Integritas saat ini.

Dalam penelitian terdahulu berjudul Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus) ditemukan ada beberapa masalah yang dihadapi oleh beberapa pengusaha kecil yang sulit dikembangkan karena tidak memiliki tempat untuk memasarkan produk mereka, kualitas sumber daya manusia yang kurang terlatih untuk menghambat proses produksi, perusahaan tidak memiliki manajemen keuangan yang baik sehingga kesulitan pengelolaan dana, dengan persaingan yang semakin ketat (Istiqomah & Irsad Andriyanto, 2018).

Sementara itu dalam penelitian berjudul Strategi Pengembangan Usaha dengan Metode Analisis SWOT pada Home Industri Wen-Dang Jahe di Kabupaten Kukar menunjukkan bawa strategi rumah yang bisa diterapkan industri jahe Wen-Dang di distrik Kukar mempertahankan rasa produk merek dagangnya dan meningkatkan permintaan pasar dan memperluas penjualan konsinyasi (Mardiyana, 2022).

Dalam penelitian lain juga diperoleh hasil analisis SWOT di mana faktor internal kekuatan utama yaitu letak produksi berdekatan dengan agen snak atau toko makanan. Faktor eksternal peluang utama yaitu produk mempunyai legalitas perizinan dari pemerintah (Anfal Ainul Yaqin, 2021).

Sedangkan dalam penelitian berjudul Analisis SWOT Pengembangan Industri Konveksi Perumahan Kogaya dalam Menghadapi Barang Import China diperoleh bahwa analisis SWOT yang

dilakukan terhadap Konveksi Kogaya dapat dilihat bahwa Konveksi Kogaya masuk pada kategori kuadran I, atau dapat disebut juga berada pada situasi yang sangat menguntungkan (Lucky Safitri, 2020).

Selanjutnya dalam penelitian berjudul diperoleh hasil bahwa analisis SWOT Sebagai Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha pada Aspek Operasional Perusahaan Cargo PT. Power Express Indonesia Melalui Analisis SWOT perusahaan mampu melihat kondisi bisnisnya secara keseluruhan. PT. Power Express Indonesia berada pada di kuadran I. Posisi ini menandakan perusahaan di posisi kuat dan berpeluang maka strategi yang harus diterapkan adalah SO yaitu adanya pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan tenaga kerja yang berkualitas memenuhi standar untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, keramahan customer service dalam bekerja sesuai dengan standar pelayanan yang membuat pelanggan tetap banyak (Mila Priwanti Ningrum et al., 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, dalam penelitian ini teknik yang dilakukan yaitu dengan menggunakan Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats*). Melalui teknik ini akan diketahui berada di mana posisi perusahaan. Kemudian melalui Analisis SWOT juga akan diketahui strategi apa yang akan dilakukan perusahaan agar terus tumbuh, berkembang, dan maju.

## Tinjauan Pustaka

### UMKM

UMKM adalah sebuah bisnis atau usaha produktif yang dijalankan secara perorangan, kelompok, rumah tangga, atau badan usaha kecil yang memenuhi standar sebagai usaha mikro. Jadi, bisa disimpulkan bahwa UMKM ini sebagai sebuah bisnis yang dikelola oleh masyarakat dari kalangan menengah ke bawah.

UU 20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, mendefinisikan UMKM berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. UMKM bukanlah anak perusahaan, cabang perusahaan, atau bagian dari perusahaan atau bisnis skala besar.

Usaha yang masuk kriteria UMKM adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2.500.000.000,-.

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja (BPS, 2013). Menurut BPS, usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja lima orang sampai dengan 19 orang.

### Manajemen Strategi

Menurut Eddy Yunus (2016), manajemen strategi merupakan hal-hal penting yang meliputi beberapa pokok di antaranya:

1. Perumusan misi perusahaan, maksud, filosofi, dan sasaran perusahaan.
2. Melakukan analisis kondisi terhadap kapabilitas internal perusahaan.
3. Menilai lingkungan eksternal, faktor persaingan, dan faktor kontekstual perusahaan.
4. Menganalisis sumber daya perusahaan.
5. Mengidentifikasi pilihan yang menguntungkan dan mengevaluasinya berdasarkan misi perusahaan.
6. Menentukan tujuan jangka panjang dan strategi utama.
7. Mengembangkan tujuan tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
8. Mengimplementasikan strategi dengan memajemen seluruh sumber daya perusahaan.
9. Mengevaluasi keberhasilan proses.

Manajemen strategi menjelaskan proses pengambilan keputusan dalam suatu dinamika perusahaan atau organisasi, melakukan analisis lingkungan strategi, dan penerapan tahapan manajemen strategi. Adapun penerapan tahapan manajemen strategi meliputi formulasi, implementasi, pengendalian, dan evaluasi strategis.

### Alat Analisis Lingkungan Perusahaan

Analisis lingkungan perusahaan merupakan salah satu bentuk dari proses manajemen strategi. Hasil dari analisis ini nantinya akan digunakan untuk merumuskan hingga mengevaluasi strategi. Adapun matriks yang dipakai dalam analisis lingkungan perusahaan antara lain analisis SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT, dan Diagram Analisis SWOT.

## Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah singkatan yang berasal dari empat elemen yakni *strength* yang berarti kekuatan, *weakness* yang berarti kelemahan, *opportunities* yang berarti kesempatan, dan *threats* yang berarti ancaman. Dengan demikian, analisis SWOT dapat diartikan sebagai sebuah teknik perencanaan strategi maupun penyelesaian masalah yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya untuk keperluan bisnis tertentu ataupun suatu proyek.

Menurut Galavan (2014) analisis SWOT (*strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threats*) yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal.

## Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE Matrix)

Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factors Evaluation*-IFE Matrix) merupakan alat formulasi strategi yang meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area-area tersebut. Matriks ini disusun untuk menentukan seberapa baik keadaan internal perusahaan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (David, 2016).

## Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE Matrix)

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation*-EFE Matrix) membantu para penyusun strategi untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan. Matriks ini disusun untuk menentukan seberapa baik perusahaan dalam merespon peluang dan ancaman yang dihadapi. Matriks ini akan digunakan secara bersama-sama dengan Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factors Evaluation*-IFE Matrix) dalam penyusunan matriks internal eksternal (David, 2016).

## Matriks Internal dan Eksternal (IE Matrix)

Matriks internal eksternal membantu mengetahui posisi perusahaan ke dalam 9 sel. Matriks ini terdiri dari 2 dimensi, yakni total skor Matriks IFE pada sumbu X dan Matriks EFE pada sumbu Y (David, 2016).

### 1. Matriks SWOT (SWOT Matrix)

Menurut David (2006), Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi perusahaan dengan memadukan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan yang disesuaikan dengan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Penentuan Analisis SWOT dilakukan setelah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang diperoleh dari hasil identifikasi matriks IFE dan EFE. Matriks ini menghasilkan empat strategi yakni strategi SO (mengggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), strategi WO (mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang), strategi ST (memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman), serta strategi WT (meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman).

### 2. Diagram Analisis SWOT (SWOT Analysis Diagram)

Diagram Analisis SWOT digunakan untuk melihat di mana posisi perusahaan saat ini berada. Terdapat 4 kuadran dengan kategori yang berbeda. Kuadran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki peluang dan kekuatan untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan ketika perusahaan dalam kondisi ini yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Kuadran 2 yaitu ketika perusahaan sedang menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus dilakukan yaitu menggunakan kekuatan untuk dapat memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Kuadran 3 yaitu perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, dia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG Matrix. Fokus perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Kuadran 4 merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

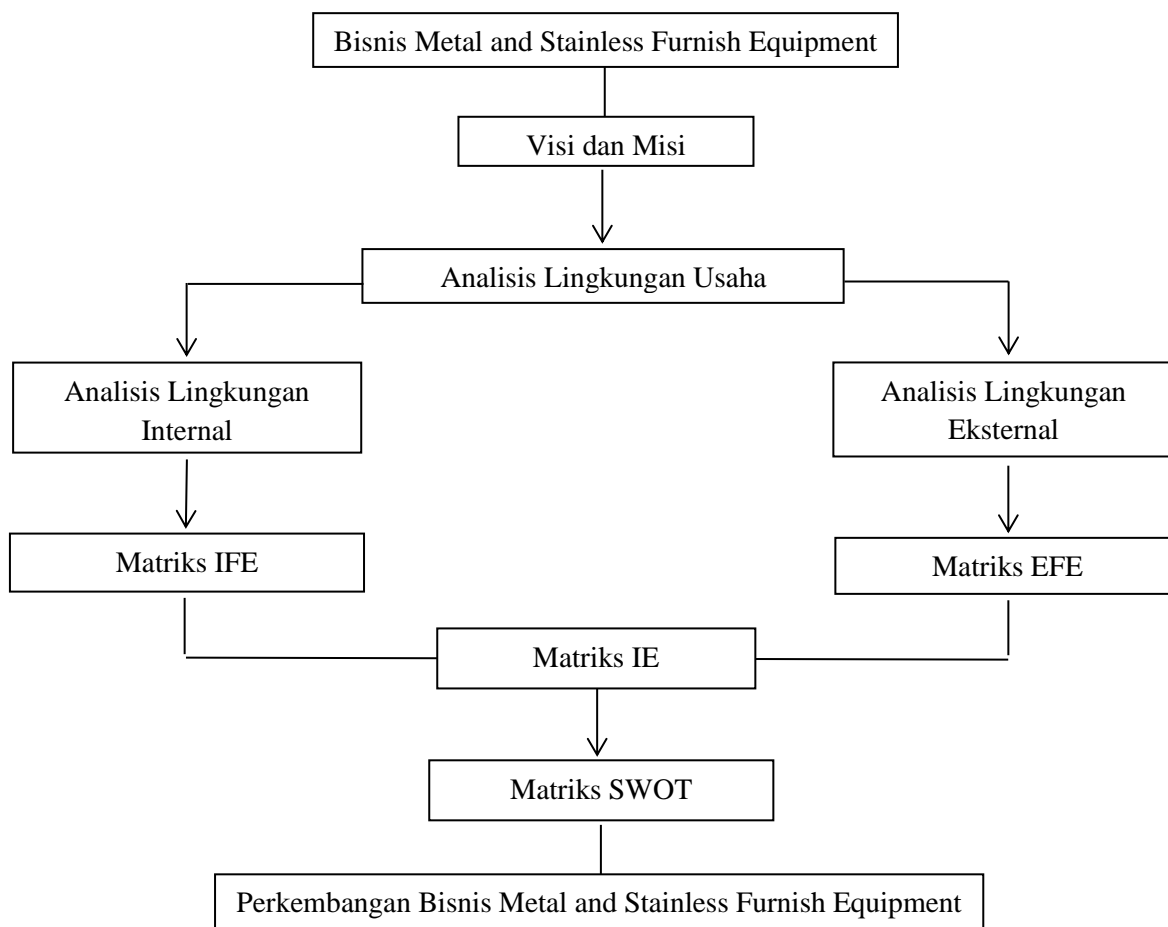
### 3. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan, dan pemantapan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang besar terutama teknologi industri pengembangan usaha adalah istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan analiansi dengan yang lain.

Menurut Nurrohmah (2015) pengembangan usaha adalah suatu bentuk dari usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Pengembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi.

### Kerangka Pemikiran

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berikut kerangka berpikir sebagaimana pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Berpikir

### METODE

Populasi menurut Sugiyono (2017) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya manusia tapi juga objek dan benda-benda alam lainnya. Peneliti memberikan pertanyaan kepada pemilik yang berhak mengisi dan seluruh karyawan Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless. Selanjutnya menurut Sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menemukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili). Dalam

penelitian ini yang dijadikan informan adalah sebanyak 10 orang yang terdiri dari 1 orang pimpinan, 1 orang bagian pemasaran, 3 orang bagian welder, 3 orang bagian bending, dan 2 orang bagian pengiriman. Sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan teknik simple random sampling. Dalam penelitian ini proses pengumpulan data diperoleh setelah peneliti mendapatkan izin dari manajemen Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless. untuk mengadakan penelitian. Sebagai langkah awal penelitian, peneliti meminta izin kepada informan untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Kemudian peneliti melakukan wawancara dan pengisian kuesioner kepada karyawan Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless.Murni. Metode pengolahan dan analisis data terdiri dari analisis deskriptif. Alat analisis yang digunakan dalam merumuskan strategi perusahaan adalah Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT dan Diagram Analisis SWOT (David, 2016).

## HASIL dan PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Analisis SWOT

Setelah dilakukan analisis internal dan eksternal, diperoleh dari hasil kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, sebagaimana dijelaskan pada Tabel 4.

**Tabel 1. Analisis SWOT**

<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>
a. Memiliki produk yang berkualitas. b. Bahan bakunya aman. c. Lokasi usaha yang strategis. d. Pelayanannya bagus. e. Harga yang kompetitif.	a. Kurang adanya pengaturan manajemen yang teratur. b. Kurangnya tenaga kerja. c. Tidak adanya promosi via media sosial. d. Ketergantungan bahan baku. e. Kondisi dan jumlah peralatan produksi.
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>	<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>
a. Perluasan jaringan dalam hal pemasaran dan promosi. b. Adanya kepercayaan dari konsumen. c. Pertumbuhan ekonomi yang kian membaik. d. Dapat membuka lapangan pekerjaan. e. Penggunaan teknologi yang semakin canggih.	a. Konsumen semakin sensitif terhadap harga. b. Konsumen semakin sensitif terhadap kualitas produk. c. Pesaing yang semakin banyak. d. Naiknya harga bahan baku. e. Pembayaran yang tidak lancar.

#### Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Setelah semua kekuatan dan kelemahan diketahui maka dapat dilakukan analisis IFE (Internal Factor Evaluation) dengan memberikan penilaian dan rating sebagaimana tertera pada Tabel 5.

**Tabel 2. Penentuan Skor IFE**

No.	Faktor Internal	Rating	Bobot	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1.	Memiliki produk yang berkualitas.	4	0,13483	0,53933
2.	Bahan bakunya aman.	3,16667	0,10674	0,33801
3.	Lokasi usaha yang strategis.	2,83333	0,09551	0,2706
4.	Pelayanannya bagus.	3,5	0,11798	0,41292
5.	Harga yang kompetitif.	3,16667	0,10674	0,33801
<b>Sub Total</b>			<b>0,5618</b>	<b>1,89888</b>
<b>Kelemahan</b>				
1.	Kurang adanya pengaturan manajemen yang teratur.	1,66667	0,05618	0,09363
2.	Kurangnya tenaga kerja.	1,66667	0,05618	0,09363
3.	Tidak adanya promosi via media social.	2,5	0,08427	0,21067
4.	Ketergantungan bahan baku.	3,5	0,11798	0,41292
5.	Kondisi dan jumlah peralatan produksi.	3,66667	0,1236	0,45318
<b>Sub Total</b>			<b>0,4382</b>	<b>1,26404</b>
<b>Jumlah Total</b>			<b>1</b>	<b>3,16292</b>

**Matriks EFE (External Factor Evaluation)**

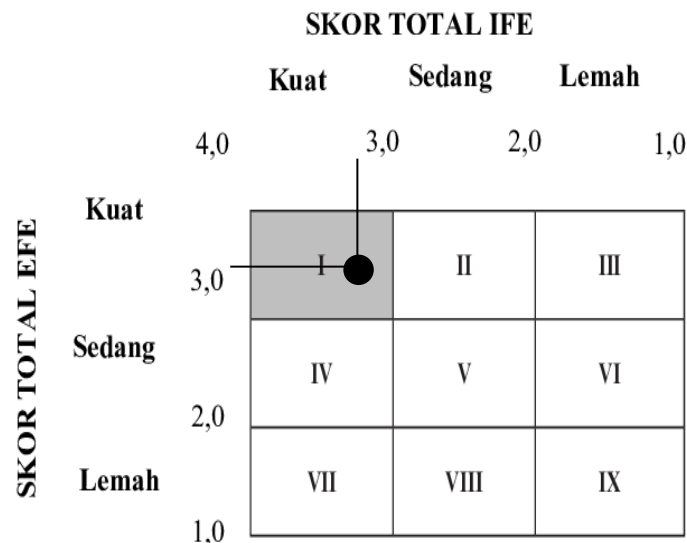
Setelah semua peluang dan ancaman diketahui maka akan dilakukan analisis EFE (External Factor Evaluation) dengan memberikan penilaian dan rating seperti tampak pada Tabel 3.

**Tabel 3. Penentuan Skor EFE**

No.	Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor
<b>Peluang</b>				
1.	Perluasan jaringan dalam hal pemasaran dan promosi.	4	0,13559	0,54237
2.	Adanya kepercayaan dari konsumen.	3,66667	0,12429	0,45574
3.	Pertumbuhan ekonomi yang kian membaik.	2,66667	0,0904	0,24105
4.	Dapat membuka lapangan pekerjaan.	2,83333	0,09605	0,27213
5.	Penggunaan teknologi yang semakin canggih.	3	0,10169	0,30508
<b>Sub Total</b>			<b>0,54802</b>	<b>1,81638</b>
<b>Ancaman</b>				
1.	Konsumen semakin sensitif terhadap harga.	2,33333	0,0791	0,18456
2.	Konsumen semakin sensitif terhadap kualitas produk.	2,16667	0,07345	0,15913
3.	Pesaing yang semakin banyak.	2,66667	0,0904	0,24105
4.	Naiknya harga bahan baku.	3	0,10169	0,30508
5.	Pembayaran yang tidak lancar.	3,16667	0,10734	0,33992
<b>Sub Total</b>			<b>0,45198</b>	<b>1,22976</b>
<b>Jumlah Total</b>			<b>1</b>	<b>3,04614</b>

**Matriks IE (Internal External)**

Matriks IE merupakan gambaran yang menunjukkan hasil perhitungan skor Matriks IFE dan EFE. Pada perhitungan tersebut didapat skor Matriks IFE yaitu 3,36 dan skor matriks EFE yaitu 3,19. Hasil tersebut ditempatkan dalam sel matriks IE sebagaimana pada Gambar 3.



**Gambar 3. Penentuan Posisi Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless**

Posisi perusahaan yang berada pada sel I, memperlihatkan strategi yang sesuai adalah tumbuh dan kembangkan (*growth and build*) yang berarti strategi ini disesuaikan dengan kekuatan dari sisi internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang tepat untuk mendapat keuntungan bagi perusahaan. Matriks IE memetakan pilihan strategi yang sesuai dengan karakteristik dari Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horisontal).

Hasil yang dapat diterapkan bagi strategi perusahaan ialah usaha untuk meningkatkan pasar secara lebih intensif. Dengan begitu, dapat diupayakan Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless mendekati peluang pasar yang lebih besar. Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless dapat

memperkenalkan produk yang ada saat ini ke pasar baru. Hal ini dapat memperkembangkan produk dalam upaya peningkatan penjualan.

### Matriks SWOT

Berdasarkan kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman, maka Matriks SWOT dapat memaparkan dengan jelas bagaimana situasi perusahaan yang tepat sesuai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki untuk merespon peluang dan ancaman. Adapun matriks ini menghasilkan empat jenis strategi yang dapat diterapkan yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Matriks SWOT dari Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless dapat dilihat pada Tabel 4.

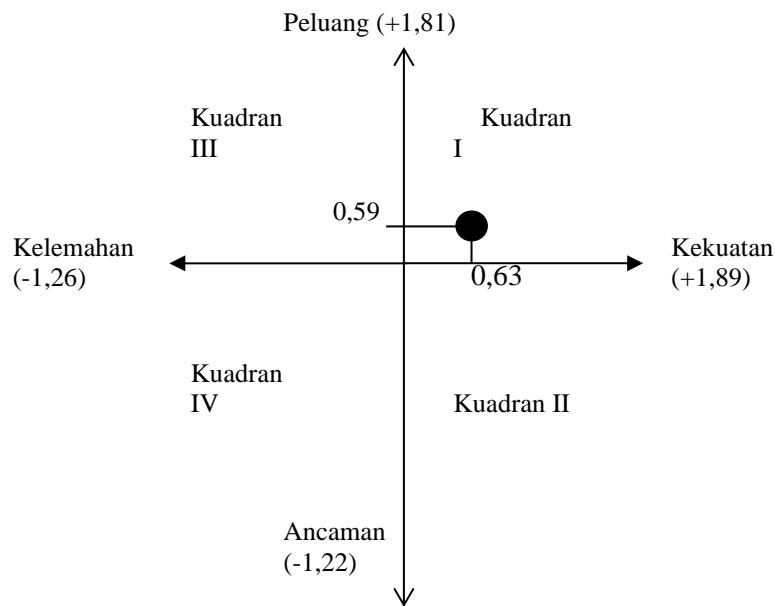
**Tabel 4. Matriks SWOT**

IFE	Strenghts (S)	Weaknesses (W)
EFE	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki produk yang berkualitas.</li> <li>Bahan bakunya aman.</li> <li>Lokasi usaha yang strategis.</li> <li>Pelayanannya bagus.</li> <li>Harga yang kompetitif.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kurang adanya pengaturan manajemen yang teratur.</li> <li>Kurangnya tenaga kerja.</li> <li>Tidak adanya promosi melalui media sosial.</li> <li>Ketergantungan bahan baku.</li> <li>Kondisi dan jumlah peralatan produksi.</li> </ol>
Opportunities (O)	SO	WO
<ol style="list-style-type: none"> <li>Perluasan jaringan dalam hal pemasaran dan promosi.</li> <li>Adanya kepercayaan dari konsumen.</li> <li>Pertumbuhan ekonomi yang kian membaik.</li> <li>Dapat membuka lapangan pekerjaan.</li> <li>Penggunaan teknologi yang semakin canggih.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas konsumen.</li> <li>Mengembangkan pemasaran secara lebih masif.</li> <li>Memberikan pelayanan yang lebih baik dan membuat strategi harga agar tetap dapat bersaing.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengaturan manajemen lebih baik dan merekrut tenaga kerja yang baru.</li> <li>Melakukan promosi yang lebih gencar.</li> <li>Menjamin tersedianya bahan baku dan menambah peralatan yang lebih modern agar tidak mengalami kendala saat proses produksi.</li> </ol>
Threaths (T)	ST	WT
<ol style="list-style-type: none"> <li>Konsumen semakin sensitif terhadap harga.</li> <li>Konsumen semakin sensitif terhadap kualitas produk.</li> <li>Pesaing yang semakin banyak.</li> <li>Naiknya harga bahan baku.</li> <li>Pembayaran yang tidak lancar.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memperkuat pelayanan pada semua lini.</li> <li>Mengembangkan strategi bersaing dan penetapan harga yang lebih baik.</li> <li>Mempertahankan kualitas produk dan tersedianya bahan baku.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan kualitas produk.</li> <li>Merekrut tambahan karyawan pada bidang produksi yang lebih berpengalaman.</li> <li>Menggencarkan promosi melalui media sosial.</li> </ol>

### Diagram Analisis SWOT

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci, di mana *strenght* 1,89, *weakness* 1,26, *opportunity* 1,81, dan *threat* 1,22. Dengan demikian dapat diketahui selisih total skor faktor *strenght* dan *weakness* (+) 0,63, sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *threat* (+) 0,59.





Gambar 4. Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan Gambar 4 di atas dapat diketahui titik potongan diagram berada pada sumbu X,Y (0,63;0,59) berada pada diagram I di mana posisi tersebut berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif. Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless berada pada situasi yang menguntungkan, memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan dalam kuadran I ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) agar perusahaan dapat berkembang dengan baik.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, pada Tabel 5 Matriks IFE menunjukkan skor untuk kekuatan/*strengths* sebesar 1,89, sedangkan kelemahan/*weaknesses* sebesar 1,26. Sehingga hasil skor pembobotan total yang diperoleh sebesar 3,16. Apabila kekuatan dan kelemahan itu dioptimalkan maka akan mengatasi berbagai kelemahan yang ada. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai total skor pada Matriks IFE sebesar  $1,89 \geq 1,26$  yang artinya kondisi internal memiliki kekuatan untuk mengatasi situasi.

Pada Matriks EFE yang ditunjukkan pada Tabel 6 skor yang diperoleh untuk peluang/*opportunities* sebesar 1,82, sedangkan skor untuk ancaman/*threats* sebesar 1,22. Sehingga hasil skor pembobotan dari Matriks EFE adalah 3,04. Jika semua variabel atau faktor peluang yang ada dimanfaatkan dengan optimal maka akan dapat dibuktikan dengan nilai total EFE sebesar  $1,82 \geq 1,22$  yang berarti sistem mampu merespon situasi eksternal yang ada.

Pada diagram di atas tampak Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless berada pada kuadran I, di mana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Karena perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini setelah dilakukan analisis Matriks SWOT yang ditunjukkan pada faktor internal dan eksternal.

Setelah merumuskan semua kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada, kemudian dilakukan penyusunan faktor-faktor strategi usaha dengan Matriks SWOT. Adapun skema dalam Matriks SWOT yaitu dengan menggandeng kekuatan dengan peluang perusahaan (SO) dan kelemahan dengan peluang perusahaan (WO) dan kekuatan dengan ancaman perusahaan (ST) dan kelemahan dengan ancaman perusahaan (WT). Hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan internal untuk mendapatkan peluang yang ada. Meminimalisir kelemahan untuk mengantisipasi ancaman dari pihak eksternal.

Berdasarkan Matriks SWOT diketahui strategi *Strengths-Opportunities* (SO) meliputi: (1) Meningkatkan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas konsumen. (2) Mengembangkan pemasaran secara lebih masif. (3) Memberikan pelayanan yang lebih baik dan membuat strategi harga agar tetap dapat bersaing.

Strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO) meliputi: (1) Pengaturan manajemen lebih baik dan merekrut tenaga kerja yang baru. (2) Melakukan promosi yang lebih gencar. (3) Menjamin tersedianya bahan baku dan menambah peralatan yang lebih modern agar tidak mengalami kendala saat proses produksi.

Strategi *Strengths-Threats* (ST) meliputi: (1) Memperkuat pelayanan pada semua lini. (2) Mengembangkan strategi bersaing dan penetapan harga yang lebih baik. (3) Mempertahankan kualitas produk dan tersedianya bahan baku.

Strategi *Weaknesses-Threats* (WT) meliputi: (1) Meningkatkan kualitas produk. (2) Merekrut tambahan karyawan pada bidang produksi yang lebih berpengalaman. (3) Menggencarkan promosi melalui media sosial.

## SIMPULAN

Matriks IFE menunjukkan bahwa faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,66, karena total skor IFE di atas 2,5 maka hal ini mengidentifikasi bahwa posisi internalnya kuat, di mana usaha ini memiliki kekuatan baik dari segi produk. Selanjutnya di dalam Matriks EFE menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,04. Hal ini mengindikasikan bahwa Usaha Peralatan Perabotan Logam dan Stainless merespon peluang yang ada dan menghindari ancaman-ancaman yang ada.

Pada Matriks IE menunjukkan hasil perhitungan skor Matriks IFE dan EFE. Adapun hasil perhitungan yang skor Matriks IFE 3,16 dan skor Matriks EFE 3,04. Hal tersebut menempatkan posisi perusahaan yang berada di sel I, yaitu memperlihatkan strategi yang sesuai adalah tumbuh dan kembangkan (*growth and build*) yang berarti strategi ini disesuaikan dengan kekuatan dari sisi internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang tepat untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan.

Strategi yang diterapkan untuk Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless yaitu strategi SO. Strategi ini dibuat dengan melihat kekuatan-kekuatan yang dimiliki Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless untuk meraih peluang yang ada. Alternatif strategi yang dihasilkan yaitu meningkatkan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas konsumen, mengembangkan pemasaran secara lebih masif serta memberikan pelayanan yang lebih baik dan membuat strategi harga agar tetap dapat bersaing.

Kemudian strategi WO dibuat untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang dimiliki Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless untuk memanfaatkan peluang yang ada. Alternatif strategi yang dihasilkan yaitu pengaturan manajemen lebih baik dan merekrut tenaga kerja yang baru, melakukan promosi yang lebih gencar serta menjamin tersedianya bahan baku dan menambah peralatan yang lebih modern agar tidak mengalami kendala saat proses produksi..

Selanjutnya strategi ST dibuat dengan melihat kekuatan-kekuatan yang dimiliki Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless untuk menghadapi ancaman yang ada. Alternatif strategi yang dihasilkan yakni memperkuat pelayanan pada semua lini, mengembangkan strategi bersaing dan penetapan harga yang lebih baik serta mempertahankan kualitas produk dan tersedianya bahan baku.

Strategi WT dibuat dengan melihat kemungkinan mengurangi kelemahan-kelemahan yang dimiliki Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless untuk menghindari ancaman yang ada. Alternatif strategi yang dihasilkan yakni meningkatkan kualitas produk, merekrut tambahan karyawan pada bidang produksi yang lebih berpengalaman dan menggencarkan promosi melalui media sosial.

Selanjutnya dalam Diagram Analisis SWOT terdapat titik potongan diagram yang berada pada sumbu X,Y (0,63:0,59) yakni pada diagram I di mana posisi tersebut berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif. Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless berada pada situasi yang menguntungkan, memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan dalam kuadran I ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) agar perusahaan dapat berkembang dengan baik.

## PENGHARGAAN

Penelitian ini dibiayai secara mandiri. Ucapan terima kasih disampaikan kepada manajemen PT Citra Karsa Integritas selaku pemegang otoritas Bisnis Peralatan Perabotan Logam dan Stainless.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Budiman, I., Tarigan, U. P. P., Mardhatillah, A., Sembiring, A. C., & Teddy, W. (2018, April). Developing business strategies using SWOT analysis in a color crackers industry. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1007, No. 1, p. 012023). IOP Publishing.
2. Christina, V., & Soedarsa, H. G. (2022). SWOT Analysis of Noodle Shop Product Business Development 81 During the Covid 19 Pandemic. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(1), 37-46.
3. Cui, J., Allan, A., & Lin, D. (2019). SWOT analysis and development strategies for underground pedestrian systems. *Tunnelling and Underground Space Technology*, 87, 127-133.
4. David, F. R. 2016. *Manajemen Strategik*. Alih Bahasa Alexander Sindoro. Jakarta: Prehallindo.
5. Galavan, R. 2014. *Doing Business Strategy*. Ireland: NuBooks.
6. Hasbullah, H., Haekal, J., Prayogi, P. R., & Eko, D. E. A. P. D. (2021). Business Development Strategy Using Swot Analysis Method In Culinary Industry. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3), 53-61.
7. Hatta, I. H., Riskarini, D., & Ichwani, T. (2019). Business Development Strategy Model of SMEs Through SWOT and EFE-IFE Analysis. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 3(1).
8. Hendri, N. S., Suharyo, O. S., & Susanto, A. D. (2019). Business Development Strategy Analysis PT. X Using the SWOT Method. *International Journal of Academic and Applied Research (IJAAR)*, 3(4).
9. Hidayat, A., Mu'allim, A., Zaini, Z., & Badruddin, S. (2022). Business Development, Business Model, Canvas, SWOT Analysis Preliminary. *Central Asia & the Caucasus* (14046091), 23(1).
10. Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363-382.
11. Kurmanalina, A., Bimbetova, B., Omarova, A., Kaiyrgaliyeva, M., Bekbusinova, G., Saimova, S., & Saparaliyev, D. (2020). A swot analysis of factors influencing the development of agriculture sector and agribusiness entrepreneurship. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 26(1), 1-8.
12. Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 4(2), 921-932.
13. Lucky, S. (2020). Analisis Swot Pengembangan Industri Konveksi Perusahaan Kogaya Dalam Menghadapi Barang Import Dari China. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), 532-542.
14. Mardiyana, M. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis SWOT Pada Home Industri Wen-Dang Jahe Di Kabupaten Kukar. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(1), 1-11.
15. Maulina, E., & Raharja, S. U. J. (2018). SWOT analysis for business strategies: a case of Virage Awi in the bamboo craft industries, Bandung, Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 213-224.
16. Namugenyi, C., Nimmagadda, S. L., & Reiners, T. (2019). Design of a SWOT analysis model and its evaluation in diverse digital business ecosystem contexts. *Procedia Computer Science*, 159, 1145-1154.
17. Ningrum, M. P., Pribadiyono, P., & Istanti, E. (2021). Analisis SWOT sebagai Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha pada Aspek Operasional Perusahaan Cargo PT. Power Express Indonesia. *Benchmark*, 1(2), 75-84.
18. Nurrohmah, I. (2015). Analisis perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah sebelum dan sesudah menerima pembiayaan musyarakah pada koperasi jasa keuangan syariah BMT (Studi kasus: BMT Beringharjo Yogyakarta). Universitas Negeri Yogyakarta.
19. Nuryani, S. (2023). Callie Qudsiyyah's business development strategy uses SWOT analysis and the business model canvas. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(1), 30-37.
20. Parameswari, R., Silaswara, D., & Andy, A. (2021). Swot Analysis Of Small And Medium Micro Business Development In Jatiuwung District, Tangerang City. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(2), 92-101.
21. Pramayanti, D., Rachmawati, M., Sudrajat, J., Permana, I., & Sutisna, E. (2021, May). Business Development Strategy Using Swot Analysis at Home Business Lilis Bolu Purwasari Karawang. In

- Proceedings of the 1st International Conference on Law, Social Science, Economics, and Education, ICLSSEE 2021, March 6th 2021, Jakarta, Indonesia.
22. Prasetyo, B., Syaikhullah, G., & Rahmasari, R. (2022, February). SWOT Analysis of TEFA Breeding and Hatchery Business Development at Jember State Polytechnic. In 2nd International Conference on Social Science, Humanity and Public Health (ICOSHIP 2021) (pp. 234-239). Atlantis Press.
  23. Putra, S. P., & Alamsyah, G. F. (2022). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Bengkel Pratama Motor). *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(1), 01-21.
  24. Rangkuti, F. 2014. Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
  25. Rizki, S., & Wijaya, F. (2024). Business development strategy using canvas business model and SWOT analysis on Bedroomstore. *id. Journal of Management Science (JMAS)*, 7(1), 371-378.
  26. Rusdiansyah, R., Al Rasyid, H., & Sosrowidigdo, S. (2020). Business development management model at Samo-Samo recycling house based on SWOT analysis. *Sinkron: jurnal dan penelitian teknik informatika*, 5(1), 1-6.
  27. Safitri, E. D., Junaedi, S. R. P., & Priono, A. (2023). SWOT Analysis is Used in the Startup Business Development Strategy. *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 2(2), 136-142.
  28. Shalsabila, A., & Widodasih, R. W. K. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis Swot Pada Umkm Iin Collection Di Cikarang Pusat. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 9(2), 14-24.
  29. Sonia, D. R., Sanjaya, A., & Hutajulu, M. J. (2020). Business development strategies using SWOT analysis in the Cahaya Modern home industry. *J. Adm*, 7, 117-128.
  30. Stefan, D., Vasile, V., Oltean, A., Comes, C. A., Stefan, A. B., Ciucan-Rusu, L., ... & Timus, M. (2021). Women entrepreneurship and sustainable business development: Key findings from a SWOT–AHP analysis. *Sustainability*, 13(9), 5298.
  31. Subaktilah, Y., Kuswardani, N., & Yuwanti, S. (2018). Analisis SWOT: Faktor internal dan eksternal pada pengembangan usaha gula merah tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Agroteknologi*, 12(02), 107-115.
  32. Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
  33. Syamruddin, S. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Baby Buncis Kenya Kelompok Tani “Baby French Farmer Group” Dari Aspek IFAS, EFAS, dan IE. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(1), 118-131.
  34. Syamruddin, S. (2019). Evaluasi Kelayakan Bisnis Steam Mobil “Top Clean” Tangerang Selatan Ditinjau Dari Aspek Operasional. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 1(2), 182-195.
  35. Syarifudin, M. Q., Rianto, B., & Nuhman, N. (2022). Analysis of SWOT Strategy in Sustainable Management of Mangrove Ecosystems in Kaliwlingi Village, Brebes Sub-district, Brebes District. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 6(1), 1-16.
  36. UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
  37. Yaqin, A. A. (2021). Analisis Swot dalam Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Rumahan di Ud. Sumber Abadi Tanggulangin. *JISO: Journal of Industrial and Systems Optimization*, 4(2), 81-87.

