



Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)

Journal homepage: ejournal.widyamataram.ac.id/index.php/j-mae



Analisis SWOT terhadap usaha mebel Karya Wijaya di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

¹Ali Jufri, ^{2*}Bhenu Artha

¹Universitas Muhammadiyah Cirebon, Jl. Tuparev No.70, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45153

²Universitas Widya Mataram, Dalem Mangkubumen KT III/237 Yogyakarta 55132

*e-mail korespondensi: bhenoz27@gmail.com

Article Info	Abstract
<p><i>Keywords: digital finance, literature study, financial industry, financial inclusion, economic contract</i></p>	<p><i>The purpose of this study was to determine the strategy that must be applied by the Karya Wijaya furniture business in Sleman, Special Region of Yogyakarta. This strategy must be applied to stay afloat in the face of business competition. The SWOT analysis has identified the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of Karya Wijaya's furniture business in Sleman, Special Region of Yogyakarta. Its strengths lie in production, marketing, management and personnel. The weaknesses lie in inadequate equipment and there is no specific standard for the payment system. Opportunities that are owned, namely the market share for furniture is very open. The existing threat is the low capacity of the technology used, especially information technology. To be better known to the public, Karya Wijaya's furniture business must enter the marketplace and do online advertising and marketing.</i></p>

Info Artikel	Abstrak
<p>Kata Kunci: keuangan digital, studi literatur, industri keuangan, inklusi keuangan, kontrak ekonomi</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang harus diterapkan oleh pelaku usaha mebel Karya Wijaya di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Strategi ini harus diterapkan untuk tetap bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis. Analisis SWOT telah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis mebel Karya Wijaya di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kekuatannya terletak pada produksi, pemasaran, manajemen dan personel. Kelemahannya terletak pada peralatan yang tidak memadai dan tidak ada standar khusus untuk sistem pembayaran. Peluang yang dimiliki yaitu pangsa pasar furniture sangat terbuka. Ancaman yang ada adalah rendahnya kapasitas teknologi yang digunakan, khususnya teknologi informasi. Agar lebih dikenal masyarakat, bisnis mebel Karya Wijaya harus memasuki pasar dan melakukan periklanan dan pemasaran secara online.</p>

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di era globalisasi ini menjadi sangat ketat, baik di pasar domestik (nasional) maupun pasar global (internasional). Kondisi persaingan yang ketat mengharuskan mempertahankan pelanggan ataupun konsumen dari sebuah produk, termasuk produk mebel sangat ditentukan oleh berbagai kegiatan pemasaran yang dilakukan



oleh produsennya. Salah satu cara mempertahankan konsumen adalah berusaha semaksimal mungkin menerapkan strategi bersaing yang mengikuti perubahan.

Lingkungan industri merupakan salah satu faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh pelaku usaha industri suatu perusahaan. Proses analisis lingkungan industri merupakan suatu usaha untuk mengetahui dan memahami peluang, hambatan, dan ancaman (Phadernrod *et al.*, 2019). Memahami lingkungan bisnis adalah inti dari proses perencanaan strategis. Di antara alat yang paling penting untuk memfasilitasi pemahaman tersebut adalah analisis SWOT (Hill & Westbrook, 1997; Yang, 2010). Hal ini membantu organisasi untuk mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang lingkungan bisnis internal dan eksternal mereka ketika membuat rencana dan keputusan strategis dengan menganalisis dan memposisikan sumber daya dan lingkungan organisasi di empat wilayah: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (Phadernrod *et al.*, 2019). Analisis SWOT tidak diragukan lagi merupakan alat yang berharga untuk perencanaan strategis (Glaister & Richard Falshaw, 1999; Valentin, 2001; Panagiotou, 2003).

Kerangka teori manajemen strategis, analisis strategis, perumusan dan implementasi strategi, serta evaluasi dan pengendalian merupakan proses yang berkesinambungan dan dinamis, dimana hubungan antara strategi dan manajemen strategis dengan hubungan antara elemen dan sistem, atau hubungan antara langkah dan proses dapat menganalogikan (Yang, 2010). Manajemen strategis melibatkan evaluasi target manajemen, dan menyusun strategi yang dapat membuat organisasi beradaptasi dengan perubahan lingkungan internal dan eksternal (Yang, 2010). Berdasarkan uraian-uraian diatas maka penelitian ini akan melakukan analisis SWOT terhadap usaha mebel Karya Wijaya di Sleman.

2. KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Analisis SWOT merupakan metode yang umum digunakan untuk menganalisis dan memposisikan sumber daya dan lingkungan organisasi di empat wilayah: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (Samejima *et al.*, 2006). Kekuatan dan Kelemahan merupakan faktor internal (dapat dikendalikan) yang mendukung dan menghambat organisasi untuk mencapai misinya masing-masing (Phadernrod *et al.*, 2019). Peluang dan Ancaman adalah faktor eksternal (tidak terkendali) yang memungkinkan dan melumpuhkan organisasi dalam mencapai misinya (Dyson, 2004). Identifikasi faktor-faktor di empat bidang ini memungkinkan organisasi dapat mengenali kompetensi intinya untuk pengambilan keputusan, perencanaan, dan membangun strategi (Phadernrod *et al.*, 2019). Analisis SWOT adalah alat strategis yang efektif yang dapat digunakan secara efisien dan sumber daya untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis (Benzaghta *et al.*, 2021).

Marques (2009) menggunakan analisis SWOT sebagai alat metodologis untuk menguji konsep kebenaran politik, faktor penting dalam menentukan keberhasilan individu atau kelompok. Li (2020) menyajikan sistem pendukung keputusan kelompok untuk memfasilitasi proses pemilihan pengetahuan inti yang menggunakan karakteristik metode analitis dan matematis tertentu yang ada, termasuk analisis SWOT berbasis pengetahuan,

instrumen audit pengetahuan, analisis kesenjangan, analisis sinergi, ukuran kesamaan, multi-pemrograman linier objektif, dan *fuzzy programming*.

Survei berdasarkan jawaban yang diberikan oleh Chief Executive Officer dari berbagai organisasi di Inggris menunjukkan bahwa analisis SWOT adalah alat strategis yang paling banyak diterapkan oleh organisasi di Inggris (Gunn & Williams, 2007). Survei tentang metode analisis yang digunakan oleh perusahaan di Afrika Selatan untuk pemindaian lingkungan juga menunjukkan bahwa analisis SWOT adalah alat analisis yang paling sering digunakan dengan 87% responden diikuti oleh analisis pesaing dengan 85% responden (Du Toit, 2016). Keuntungan utama dari analisis SWOT adalah kesederhanaannya menghasilkan penggunaannya yang berkelanjutan di perusahaan terkemuka dan komunitas akademik (Ghazinoory *et al.*, 2011) sejak dikembangkan pada 1960-an. Komitmen organisasi juga berperan penting dalam hal ini (Scales & Quincy Brown, 2020). Li (2020) menganalisis empat aspek yang menguntungkan dan tidak menguntungkan pada industry kargo udara di Cina untuk pengembangan lebih lanjut yaitu: (1) kekuatan (basis ekonomi berkelanjutan China dan pemasok kargo yang berkembang biak), (2) kelemahan (kapasitas kargo yang tidak mencukupi dan internasionalisasi bisnis yang kurang), (3) peluang (dukungan otoritas tertinggi, meningkatnya permintaan *e-commerce*, dan momentum teknologi baru), dan (4) tantangan (lingkungan perdagangan yang tidak pasti dan tekanan profitabilitas yang meningkat).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif (Tracy, 2020) menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Quincy *et al.*, 2012) usaha mebel Karya Wijaya di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Analisis ini dilakukan berdasarkan penilaian (skor) faktor faktor internal dan faktor faktor eksternal, sehingga akan diperoleh faktor faktor (elemen) kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap instrumen yang digunakan dalam penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas yang dilakukan memberikan hasil bahwa masing-masing item pertanyaan pada variabel internal dan eksternal seluruhnya valid atau sah karena r korelasi pada masing-masing pertanyaan pada variabel internal dan eksternal lebih besar dari nilai r kritis (0,3) yang berarti bahwa seluruh item pertanyaan dapat digunakan.

Tabel 1.
Nilai Bobot Faktor Internal

No.	Faktor Internal	Skor	N	Rerata
1	Pemasaran	1,1	4	0,275
2	Produksi	1,35	4	0,3375
3	Sarana & Prasarana	0,85	4	0,2125
4	Manajemen & Personalia	0,7	4	0,175
Total		4		1

Tabel 2.
Nilai Bobot Faktor Eksternal

No.	Faktor Eksternal	Skor	N	Rerata
1	Lingkungan Ekonomi	1,45	4	0,3625
2	Lingkungan Pesaing	0,85	4	0,2125
3	Kondisi Pasar	1,2	4	0,3
4	IPTEK	0,5	4	0,125
Total		4		1

Kekuatan dan kelemahan pada usaha mebel Karya Wijaya adalah kekuatan perusahaan, terdiri dari pemasaran (*product, place, dan promotion*), produksi (proses produksi, waktu penyelesaian dan ketersediaan bahan baku) dan manajemen dan personalia (tenaga kerja, struktur organisasi, hubungan antar anggota, kedisiplinan kerja, pembagian gaji/upah dan kesesuaian gaji/upah dengan keahlian perusahaan). Kelemahan perusahaan, terdiri dari *price* (belum rapinya ketentuan dalam hal pembayaran dan penetapan harga yang belum sepenuhnya terjangkau oleh semua kalangan), serta sarana dan prasarana berupa peralatan yang disediakan kurang memadai).

Peluang perusahaan, yaitu lingkungan ekonomi (daya beli konsumen yang tinggi dan potensi lingkungan bisnis yang mendukung), lingkungan pesaing (bermunculan perusahaan pesaing yang sejenis membuat menariknya industri mebel ini, penawaran produk yang lebih baik dari perusahaan pesaing membuat semakin menarik perusahaan untuk lebih unggul lagi dari perusahaan pesaing dalam mengembangkan perusahaan, munculnya perusahaan dengan produk yang sejenis membuat semakin kompetitif persaingan, serta kondisi pasar (permintaan produk mebel tinggi menunjukkan tingginya minat konsumen terhadap mebel ini). Ancaman yang dimiliki perusahaan, yaitu penggunaan teknologi informasi yang masih rendah.

Usaha yang dapat dilakukan Karya Wijaya, berdasarkan analisis SWOT yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut: (1) *Product*, perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas produk dan terus melakukan inovasi produk produk yang akan dihasilkan, dengan disesuaikan dengan selera konsumen dan tren pasar, (2) *Price*, perusahaan harus dapat disesuaikan dengan kualitas produknya. Ini dilakukan agar perusahaan mampu menerobos pada semua kalangan, dan harga yang ada disesuaikan dengan kualitas yang ditawarkan dari suatu produk, (3) *Place*, perusahaan harus terus memperluas jaringan pemasarannya, misalnya dengan bekerjasama dengan perantara perantara yang berhubungan dengan jaringan distribusi produk sehingga akan lebih mudah bagi perusahaan untuk memperbesar daerah pemasarannya, dan pemasarannya tidak hanya untuk wilayah lokal saja (DIY), namun dapat ditingkatkan yaitu ke seluruh Indonesia dan bahkan ke luar negeri, (4) *Promotion*, perusahaan terus meningkatkan usaha promosi, yaitu dengan beriklan di media sosial, masuk ke *marketplace*, agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Strategi yang dapat dilakukan oleh Karya Wijaya yaitu dengan melakukan strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Hal ini senada dengan penelitian yang telah dilaksanakan oleh Afatsyar (2018) dan Bagio & Arisman (2021).

Strategi agresif yang dapat diterapkan adalah perluasan pangsa pasar dan peningkatan volume penjualan Karya Wijaya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis SWOT yang dilakukan telah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi usaha mebel Karya Wijaya di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan perlu melakukan beberapa perbaikan dan peningkatan untuk dapat bersaing di tengah kondisi saat ini. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan identifikasi strategi dengan metode *literature review* (Artha & Jufri, 2021; Khairi *et al.*, 2021) dan juga meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi laba yang diperoleh perusahaan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Afatsyar, Q. (2018). Analisis SWOT Pengembangan Usaha Adiguna Mebel Surabaya (Studi Kasus di Adiguna Mebel Surabaya). *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(1), 2822–2834.
- Artha, B., & Jufri, A. (2021). BOARD GENDER DIVERSITY: SUATU TELAAH PUSTAKA. *Jurnal Proaksi*, 8(1), 193–200.
- Bagio, R., & Arisman. (2021). IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PERKAYUAN NARAPIDANA DI LAPAS KELAS IIA LAHAT. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(4), 478–488.
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73.
- Du Toit, A. S. A. (2016). Using environmental scanning to collect strategic information: A South African survey. *International Journal of Information Management*, 36(1), 16–24.
- Dyson, R. G. (2004). Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European Journal of Operational Research*, 152(3), 631–640.
- Ghazinoory, S., Abdi, M., & Azadegan-Mehr, M. (2011). SSGG metodologija: Praeties ir ateities analizė. *Journal of Business Economics and Management*, 12(1), 24–48.
- Glaister, K. W., & Richard Falshaw, J. (1999). Strategic planning: Still going strong? *Long Range Planning*, 32(1), 107–116.
- Gunn, R., & Williams, W. (2007). Strategic tools: an empirical investigation into strategy in practice in the UK. *Strategic Change*, 16(5), 201–216. <https://doi.org/10.1002/jsc.799>
- Hill, T., & Westbrook, R. (1997). SWOT Analysis: It's Time for a Product Recall. *Long Range Planning*, 30(1), 46–52.
- Khairi, A., Bahri, B., & Artha, B. (2021). A Literature Review of Non-Performing Loan. *Journal of Business and Management Review*, 2(5), 366–373.
- Li, T. (2020). A SWOT analysis of China's air cargo sector in the context of COVID-19 pandemic. *Journal of Air Transport Management*, 88, 101875.
- Marques, J. F. (2009). How politically correct is political correctness? A SWOT analysis of this phenomenon. *Business & Society*, 48(2), 257-266.
- Panagiotou, G. (2003). Bringing SWOT into focus. *Business Strategy Review*, 14(2), 8–10.
- Phadernrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2019). Importance-Performance Analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*, 44, 194–203. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>

- Quincy, R., Lu, S., & Huang, C. C. (2012). SWOT analysis: Raising capacity of your organization. *Rutgers School of Social Work*.
- Samejima, M., Shimizu, Y., Akiyoshi, M., & Komoda, N. (2006). SWOT analysis support tool for verification of business strategy. *2006 IEEE International Conference on Computational Cybernetics, ICCCC*.
- Scales, A. N., & Quincy Brown, H. (2020). The effects of organizational commitment and harmonious passion on voluntary turnover among social workers: A mixed methods study. *Children and Youth Services Review*, 110, 104782.
- Tracy, S. J. (2019). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact*. John Wiley & Sons.
- Valentin, E. K. (2001). Swot Analysis from a Resource-Based View. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9(2), 54–69.
- Yang, Y. (2010). SWOT-TOPSIS integration method for strategic decision. *Proceedings of the International Conference on E-Business and E-Government, ICEE 2010*, 1575–1578.