

## **Analisis Strategi Keunggulan Bersaing pada Usaha Jahit Ayu Tailor di Kelurahan Hanga-Hanga Kabupaten Banggai**

### *Strategy Analysis of Competitive Advantage in Ayu Tailor's Sewing Business in Hanga-Hanga Village, Banggai Regency*

**Ni Putu Ayu Widyasari<sup>1</sup>, Nur Aisyah<sup>1</sup>, Willyam Kanan<sup>1</sup>, I Ketut Wardana<sup>1</sup>, Heny Ariwijaya<sup>2</sup> Arpan Kurubit<sup>2</sup>**

1 Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tompotika Luwuk

2 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tompotika Luwuk.

\*Email: [niputuayuwidyasari@gmail.com](mailto:niputuayuwidyasari@gmail.com)

#### **Abstrak**

Saat ini begitu banyak usaha jasa jahit yang bermunculan terutama khususnya di kota Luwuk dan menawarkan keunggulan kepada pelanggannya dengan strategi-strategi keunggulan bersaing yang berbeda-beda, namun itu adalah suatu tantangan bagi usaha jahit Ayu Tailor untuk lebih meningkatkan keunggulan bersaing agar dapat bersaing dengan usaha jasa jahit lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi keunggulan bersaing pada usaha jahit Ayu Tailor. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT yaitu menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel IFAS dan EFAS, diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 3,36 dan nilai EFASnya adalah 1,82. Selain itu, hasil perhitungan dapat juga dilihat pada diagram cartesius. Matriks SWOT pada Usaha Jahit Ayu Tailor berada pada posisi SO, dimana Usaha Jahit Ayu Tailor mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki Usaha Jahit Ayu Tailor. Berdasarkan analisis diagram cartesius maka dapat diketahui Usaha Jahit Ayu Tailor berada pada kuadran I yaitu disituasi yang sangat menguntungkan di mana Usaha Jahit Ayu Tailor memiliki kekuatan dan peluang yang sangat baik. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy) Alasannya karena Usaha Jahit Ayu Tailor memiliki nilai kekuatan yang lebih besar jika dibandingkan kelemahan.

**Kata kunci:** strategi, keunggulan, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

#### **Abstract**

*Currently, so many sewing service businesses have sprung up, especially in Luwuk, and offer advantages to their customers with different competitive advantage strategies, but it is a challenge for Ayu Tailor sewing business to improve competitive advantage further to compete with other sewing service businesses. The purpose of this research is to find out how the competitive advantage strategy at Ayu Tailor sewing business. This qualitative study uses the SWOT analysis method, which uses data collection techniques in the form of interviews and observations. The results of research using SWOT analysis based on the results obtained from the IFAS and EFAS tables, it is known that the IFAS value is 3.36 and the EFAS value is 1.82. In addition, the calculation results can also be seen in the Cartesian diagram. The SWOT matrix of Ayu Tailor Sewing Business is in the SO position, where Ayu Tailor Sewing Business can take advantage of existing opportunities with the strengths of Ayu Tailor Sewing Business. Based on the analysis of the cartesian diagram, it can be seen that Ayu Tailor Sewing Business is in quadrant I, which is a very favorable situation where Ayu Tailor Sewing Business has very good strengths and opportunities. The strategy that must be applied in this condition is to support aggressive growth policies (Growth-oriented strategy). The reason is that Ayu Tailor Sewing Business has a greater strength value when compared to weaknesses.*

**Keywords:** strategy, advantages, strengths, weaknesses, opportunities and threats

#### **Pendahuluan**

Dalam menyambut era globalisasi sekarang ini, sebuah perusahaan harus mampu untuk mengikuti perubahan yang terjadi baik di dalam maupun di luar perusahaan. Tentunya untuk

mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi tersebut sangatlah tidak mudah. Perusahaan yang cenderung berpikiran tradisional dan tidak mengharapkan adanya perubahan, tentunya akan menemui banyak kendala kesulitan dalam hal setiap menghadapi operasinya. Setiap perusahaan tentunya memiliki strategi masing-masing dalam berbisnis. Permasalahannya adalah tepatkah strategi itu dipergunakan oleh perusahaan tersebut. Karena bila ternyata strategi yang diterapkan oleh perusahaan tersebut tidak sesuai dengan keadaannya, maka strategi tersebut akan mengakibatkan kegagalan bagi perusahaan tersebut. Berbagai cara dapat dilakukan dalam rangka mencapai keberhasilan dan kesuksesan suatu perusahaan.

Persaingan yang semakin tajam dalam industri jasa menyebabkan prioritas perusahaan harus berfokus pada strategi keunggulan bersaingnya. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan pada akhirnya akan membentuk loyalitas tinggi didalam diri pelanggan. Strategi menurut (Husein Umar 2001 : 32) merupakan tindakan yang senantiasa meningkat dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sadar pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Strategi terhadap lingkungan eksternal dapat ditetapkan dengan mengetahui apa yang menjadi ancaman (threats) dan apa yang menjadi peluang (opportunities) bagi perusahaan. Setelah mengetahui lingkungan internal perlu dilakukan guna mengetahui apa yang menjadi kekuatan (strengths) dan apa yang menjadi kelemahan (weaknesses) dari perusahaan. Meningkatkan strategi dan mempertahankan agar tetap unggul dalam persaingan pangsa pasar di era modern seperti sekarang ini, dibutuhkan strategi dan analisis yang matang untuk meningkatkan pendapatan dalam meningkatkan sebuah perusahaan agar tidak mengalami apa yang dinamakan istilah "Gulung Tikar" atau bangkrut.

SWOT merupakan salah satu alat yang dapat dipakai untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan suatu perusahaan khususnya pada bidang pemasaran. Analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunity) dan ancaman (threat) yang dimiliki dan dihadapi oleh perusahaan. Analisis SWOT timbul secara langsung atau tidak langsung karena adanya persaingan yang datang dari perusahaan lain yang memproduksi barang dan jasa yang sejenis dengan produk perusahaan.

Saat ini begitu banyak usaha jasa jahit yang bermunculan terutama khususnya di kota Luwuk dan menawarkan keunggulan kepada pelanggannya dengan strategi-strategi keunggulan bersaing yang berbeda-beda, namun itu adalah suatu tantangan bagi usaha jahit Ayu Tailor untuk lebih meningkatkan keunggulan bersaing agar dapat bersaing dengan usaha jasa jahit lainnya.

Dapat di katakana bahwa strategi keunggulan yang lebih baik adalah hal utama jaminan terbaik untuk menarik lebih banyak pelanggan dan agar dapat bersaing dan menghasilkan perkembangan usaha yang lebih baik lagi bagi Ayu Tailor. Didalam usaha jasa jahit pengertian sebuah strategi bersaing yang dimaksud adalah suatu pendekatan jangka panjang yang digunakan suatu bisnis untuk memperoleh keunggulan kompetitif dimata target konsumen mereka. Dengan menyusun strategi bersaing yang efektif akan membantu suatu usaha dalam mengembangkan, meningkatkan, dan memanfaatkan satu atau lebih keunggulan bersaing.

Usaha Jahit Ayu Tailor merupakan salah satu usaha jasa jahit yang berada di Kelurahan Hanga-hanga. Usaha Jahit Ayu Tailor resmi dibuka pada tahun 2009 dan menjadi salah satu usaha jahit yang mudah dijangkau oleh seluruh masyarakat. Untuk meningkatkan keunggulan bersaing yang lebih baik dan benar maka diperlukan strategi bersaing agar dapat meningkatkan daya minat pelanggan. Suatu strategi keunggulan bersaing yang harus dibuat harus memperhatikan semua lingkungan internal dan eksternal toko. Hal ini disebabkan karena faktor internal dan faktor eksternal setiap usaha jahit berbeda-beda.

Dari uraian dilatar belakang tersebut dan untuk mengetahui apa saja faktor internal, eksternal lingkungan dan bagaimana strategi keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Usaha Jahit Ayu Tailor, maka penting untuk mengkaji strategi keunggulan bersaing usaha jahit ayu tailor di kelurahan Hanga-Hanga kabupaten Banggai.

## **Metode**

### ***Lokasi dan waktu penelitian***

Lokasi penelitian adalah Usaha Jahit Ayu Tailor yang berlokasi di Kelurahan Hanga-hanga, Kabupaten Banggai. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan penulis bahwa jasa jahit tersebut merupakan salah satu jasa jahit bersaing yang ada di Luwuk tipe penelitiannya. Penelitian ini dimulai dari bulan Desember tahun 2022 sampai bulan Juni tahun 2023.

### **Sumber data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumbernya. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak-pihak terkait mengenai masalah yang akan diteliti (informan). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik maupun karyawan Ayu Tailor. Sebagai alat ukur variabel-variabel tersebut, maka dalam penelitian ini konsumen sebagai responden, dan tanggapan responden dituangkan melalui kuesioner dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT ini digunakan untuk mengetahui factor internal dan eksternal dari lingkungan perusahaan.

### **Analisis Data**

Teknik analisis yang digunakan dalam usulan penelitian ini adalah menggunakan Analisis SWOT. Analisis factor internal haruslah mengetahui adanya kekuatan (strength), serta mengetahui kelemahan (weakness). Sedangkan analisis terhadap factor eksternal harus dapat mengetahui peluang (opportunity) dan dapat mengetahui pula ancaman (treath). Analisis untuk mengetahui strength, weaknesses, opportunity, dan treath sering disebut analisis SWOT yang merupakan singkatan dari keempat hal tersebut. Matriks SWOT menggunakan beberapa strategi, yaitu:

1. Strategi S.O, yaitu memanfaatkan peluang yang ada dengan keunggulan organisasi (comparative advantage comparative).
2. Strategi S.T, yaitu memobilisasi beberapa keunggulan untuk mencapai sasaran (mobilization).
3. Strategi W.O, yaitu memilih factor mana yang dipacu dan factor mana yang ditunda (investmen/divestmen).
4. Strategi W.T, yaitu perlu kehati-hatian atau kewaspadaan dalam mencapai sasaran (damage control).

Melalui alat bantu ini suatu perusahaan dapat juga memandang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai suatu kesatuan yang integral dalam perumusan strategi.

#### **1. Matriks Faktor Strategi Internal**

Strategi internal perusahaan diidentifikasi dalam suatu tabel IIFAS (Internal Factors Analysis Summary) yang disusun untuk merumuskan factor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka Strength dan Weakness perusahaan. Tahapnya adalah :

- a. Tentukan factor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing factor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) berdasarkan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing factor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor). Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negative kebalikannya. Kalikan bobot dengan kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh factor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing factor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai 1,0 (poor).
- d. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.

#### **2. Matriks Faktor Strategi Eksternal**

Faktor Strategi Eksternal (EFAS) berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS) :

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman)
- b. Beri bobot masing-masing factor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00 .
- c. Hitung rating dalam kolom 3 untuk masing-masing factor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor). Pemberian nilai rating untuk factor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil , diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya jika nilai ancamannya sangat besar, rintangnya adalah 1.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh factor pembobotan dalam kolom 4.
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### ***Keunggulan Bersaing Pada Usaha Jahit Ayu Tailor***

Strategi keunggulan bersaing adalah kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan suatu perusahaan dari persaingan di antara perusahaan lain. Strategi keunggulan bersaing meliputi diferensiasi, keunggulan biaya rendah, dan strategi fokus.

##### 1. Diferensiasi

Strategi ini adalah upaya untuk membuat pelayanan dan produk yang berbeda dengan yang lain. Produk dan pelayanan harus memiliki kelebihan atau keistimewaan tersendiri yang akan menjadi daya tarik bagi konsumennya. Strategi diferensiasi pada Usaha Jahit Ayu Tailor yaitu kualitas hasil jahitan yang rapi dan pelayanan yang baik kepada konsumen.

##### 2. Keunggulan Biaya Rendah

Strategi ini biasanya menawarkan produk yang dijual dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan produk lain yang sejenis sehingga mampu bersaing dengan baik. Keunggulan biaya rendah pada Usaha Jahit Ayu Tailor yaitu harga atau biaya ditentukan berdasarkan bahan dan tingkat kerumitan jahitan.

##### 3. Strategi Fokus

Strategi ini memusatkan pada kelompok pembeli produk serta melayani sebagian kecil kelompok konsumen. Strategi fokus pada Usaha Jahit Ayu Tailor yaitu mampu mengembangkan model busana untuk semua kalangan.

#### ***Analisis SWOT***

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal.

Faktor-faktor analisis lingkungan internal :

Faktor Kekuatan (*strength*) :

##### 1. Kualitas hasil jahitan yang rapi dan pelayanan yang baik kepada konsumen

Kualitas hasil jahitan yang rapi dan pelayanan yang baik kepada konsumen di Usaha Jahit Ayu Tailor hal itulah yang membuat Ayu Tailor memiliki jumlah pelanggan yang sangat banyak.

##### 2. Harga atau biaya ditentukan berdasarkan bahan dan tingkat kerumitan jahitan

Harga atau biaya ditentukan berdasarkan bahan dan tingkat kerumitan jahitan, jika model yang dipesan relative mudah untuk dijahit maka harga yang diberikan juga akan lebih murah.

##### 3. Mampu mengembangkan model busana untuk semua kalangan

Dalam usaha menjahit ini harus melihat peluang yang ada karena dalam dunia fashion atau mode yang ada saat ini harus bisa mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern maka untuk bisa bertahan harus memfokuskan pada keinginan konsumen yang berubah-ubah.

Faktor kelemahan (*weaknesses*)

##### 1. Tempat usaha yang kurang strategis

Usaha Jahit Ayu Tailor terletak di Kelurahan Hanga-hanga tepatnya di Kelapa Dua Atas. Karena letaknya yang kurang strategis menyebabkan banyak masyarakat yang kurang mengetahui usaha Jahit Ayu Tailor tersebut.

##### 2. Strategi pemasaran yang monoton

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Usaha Jahit Ayu Tailor hanya melalui media social saja dan itu masih sangat kurang. Referensi pengalaman dari orang lain ataupun masyarakat masih kurang mengenai usaha tersebut.

##### 3. Pendapatan yang tidak menentu

Secara umum dapat dikatakan bahwa usaha menjahit dari segi pendapatan fluktuatif, kadang ramai dan tidak selalu sepi pelanggan. Apalagi banyak permintaan menjahit biasa hanya di hari-hari tertentu, misalnya pada musim pernikahan, acara lebaran dan tahun ajaran baru. Jadi bisa dikatakan di hari-hari lain permintaan menjahit cenderung meresakan sepi pelanggan. Hal ini dapat mempengaruhi pendapatan usaha jahit Ayu Tailor.

Faktor-faktor analisis lingkungan eksternal :

Peluang (*opportunity*) :

1. Semua orang membutuhkan jasa jahit

Peluang usaha menjahit memiliki prospek yang bagus, terlebih jika pada musim-musim tertentu. Seperti pada saat menjelang lebaran, menjelang tahun ajaran baru atau jika ada acara penting seperti pernikahan.

2. Kebutuhan akan pakaian tidak akan pernah berhenti cenderung mengalami peningkatan.

3. Melayani permintaan busana model apapun

Semakin berkembangnya zaman banyak masyarakat kaum muda maupun ibu-ibu yang menginginkan baju dengan model trend yang sedang berkembang. Sehingga banyak permintaan dari kaum muda maupun ibu-ibu rumah tangga akan model yang sedang trend dengan kualitas yang baik.

Ancaman (*threats*) :

1. Pertumbuhan pesaing yang meningkat

Banyaknya usaha jasa jahit yang serupa di kota luwuk mengakibatkan persaingan antar usaha jahit sering terjadi.

2. Kenaikan harga ongkos jahit

Persaingan yang tinggi dan ketat, terutama terkait ongkos menjahit. Pelanggan pasti menilai biaya menjahit di Ayu Tailor dengan usaha jahit lainnya, jadi Ayu Tailor harus menentukan harga menjahit yang tepat.

3. Harga bahan baku yang sewaktu-waktu naik

Kendala lain dari usaha jahit yaitu harga bahan pakaian, mesin jahit dan alat lainnya yang sewaktu-waktu bisa naik.

Tabel 1. Analisis SWOT pada Usaha Jahit Ayu Tailor

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas hasil jahitan yang rapi dan pelayanan yang baik kepada konsumen.</li> <li>2. Harga atau biaya ditentukan berdasarkan bahan dan tingkat kerumitan jahitan.</li> <li>3. Mampu mengembangkan model busana untuk semua kalangan.</li> </ol> | <p><b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tempat yang kurang strategis.</li> <li>2. Strategi pemasaran yang monoton.</li> <li>3. Pendapatan yang tidak menentu.</li> </ol>    |
| <p><b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Semua orang membutuhkan jasa jahit</li> <li>2. Kebutuhan akan pakaian tidak akan pernah berhenti cenderung mengalami peningkatan.</li> <li>3. Melayani permintaan busana model apapun.</li> </ol>  | <p><b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan pesaing yang meningkat.</li> <li>2. Kenaikan harga ongkos jahit.</li> <li>3. Harga bahan baku sewaktu-waktu naik.</li> </ol> |

### ***Matriks SWOT***

Matris SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur factor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternative strategi yang dapat dilihat pada gambar tabel dibawah ini :

Tabel 2. Matriks Swot

|  |   |   |
|--|---|---|
| <p><b>IFAS</b></p> <p><b>EFAS</b></p>  | <p><b>STRENGTH (s)</b></p> <p><b>Kekuatan</b></p> <p>1) Kualitas hasil jahitan yang rapi dan pelayanan yang baik kepada konsumen.<br/>2) Harga atau biaya ditentukan berdasarkan bahan dan tingkat kerumitan jahitan.<br/>3) Mampu mengembangkan model busana untuk semua kalangan.</p> | <p><b>WEAKNESSES (w)</b></p> <p><b>Kelemahan</b></p> <p>1. Tempat yang kurang strategis<br/>2. Strategi pemasaran yang monoton<br/>3. Pendapatan yang tidak menentu</p> |
| <p><b>OPPORTUNITY (o)</b></p> <p><b>Peluang</b></p> <p>1. Semua orang membutuhkan jasa jahit<br/>2. Kebutuhan akan pakaian tidak akan pernah berhenti cenderung mengalami peningkatan<br/>3. Melayani permintaan busana model apapun</p> | <p><b>STRATEGI SO</b></p> <p>1. Menjaga kualitas hasil jahitan dan menciptakan kenyamanan kepada konsumen.<br/>2. Memberikan harga yang lebih kompetitif.</p>   | <p><b>STRATEGI WO</b></p> <p>1. Memanfaatkan media social untuk promosi<br/>2. Selalu mengupgrade desain produk</p>   |
| <p><b>TREATH (t)</b></p> <p><b>Ancaman</b></p> <p>1. Pertumbuhan pesaing yang meningkat<br/>2. Kenaikan harga ongkos jahit<br/>3. Harga bahan baku sewaktu-waktu naik</p>  | <p><b>STRATEGI ST</b></p> <p>1. Mempertahankan kualitas bahan baku dan kualitas kualitas jahitan<br/>2. Harga ongkos jahit dapat dinaikan dengan kualitas tetap terjaga</p>   | <p><b>STRATEGI WT</b></p> <p>1. Mengontrol pembelian bahan baku</p>   |

### ***Perhitungan Penentuan Pembobotan Skor SWOT***

Dari pemetaan SWOT pada Usaha Jahit Ayu Tailor dapat ditentukan bobot dan rating pada isian kuisioner.

Tabel 3. Kategori Rating Variabel

| <b>Jawaban</b> | <b>Keterangan</b> | <b>Rating</b> |
|----------------|-------------------|---------------|
| SS             | Sangat Setuju     | 4             |
| S              | Setuju            | 3             |
| KS             | Kurang Setuju     | 2             |
| TS             | Tidak Setuju      | 1             |

Dari keterangan di atas maka dapat ditentukan tabel di bawah ini :

Tabel 4. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

| No                                   | Faktor Internal  | Jumlah | Bobot | Rating | Skor |
|--------------------------------------|--|--------|-------|--------|------|
| <b>Kekuatan (<i>strength</i>)</b>    |  |        |       |        |      |
| 1                                    | Kualitas hasil jahitan yang rapi dan pelayanan yang baik kepada konsumen     | 120    | 0,24  | 4      | 0,96 |
| 2                                    | Harga atau biaya ditentukan berdasarkan bahan dan tingkat kerumitan jahitan. | 120    | 0,24  | 4      | 0,96 |
| 3                                    | Mampu mengembangkan model busana untuk semua kalangan.                       | 120    | 0,24  | 4      | 0,96 |
| Subtotal                             |  | 360    | 0,72  |        | 2,88 |
| <b>Kelemahan (<i>weaknesses</i>)</b> |  |        |       |        |      |
| 1                                    | Tempat yang kurang strategis   | 55     | 0,11  | 2      | 0,22 |
| 2                                    | Strategi pemasaran yang monoton  | 45     | 0,09  | 2      | 0,18 |
| 3                                    | Pendapatan yang tidak menentu  | 40     | 0,08  | 1      | 0,08 |
| Subtotal                             |  | 140    | 0,28  |        | 0,48 |
| Total Keseluruhan                    |  | 500    | 0,1   |        | 3,36 |

Pembobotan berdasarkan penilaian IFAS yaitu sebagai berikut :

0,0 – 0,06 = Tidak Kuat

0,07 – 0,13 = Cukup Kuat

0,14 – 0,2 = Kuat

> 0,2 = Sangat Kuat

Berdasarkan pada tabel 4.5 di atas faktor-faktor kekuatan (*strength*) mempunyai nilai skor 2,88 sedangkan faktor-faktor kelemahan (*weakneses*) mempunyai nilai skor 0,48. Sehingga dapat dikatakan bahwa skor kekuatan yang masih lebih tinggi dibandingkan dengan kelemahan dalam menentukan strategi bersaingnya. Kemudian dapat disajikan analisis skor EFAS ( *Eksternal Strategic Faktor Analysis*) pada Usaha Jahit Ayu Tailor yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

| No                                  | Faktor Eksternal  | Jumlah | Bobot | Rating | Skor |
|-------------------------------------|---|--------|-------|--------|------|
| <b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b> |   |        |       |        |      |
| 1.                                  | Semua orang membutuhkan   | 120    | 0,3   | 4      | 0,12 |
| 2.                                  | Kebutuhan akan pakaian tidak akan pernah berhenti cenderung mengalami peningkatan | 80     | 0,2   | 4      | 0,8  |
| 3.                                  | Melayani permintaan busana model apapun   | 80     | 0,2   | 3      | 0,6  |
| Subtotal                            |   | 280    | 0,7   |        | 1,52 |
| <b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>     |   |        |       |        |      |
| 1.                                  | Pertumbuhan pesaing yang meningkat  | 40     | 0,1   | 1      | 0,1  |
| 2.                                  | Kenaikan harga ongkos jahit   | 40     | 0,1   | 1      | 0,1  |
| 3.                                  | Harga bahan baku sewaktu-waktu naik   | 40     | 0,1   | 1      | 0,1  |
| subtotal                            |   | 120    | 0,3   |        | 0,3  |
| Total Keseluruhan                   |   | 400    | 0,1   |        | 1,82 |

Pembobotan berdasarkan penilaian IFAS yaitu sebagai berikut :

0,0 – 0,06 = Tidak Kuat

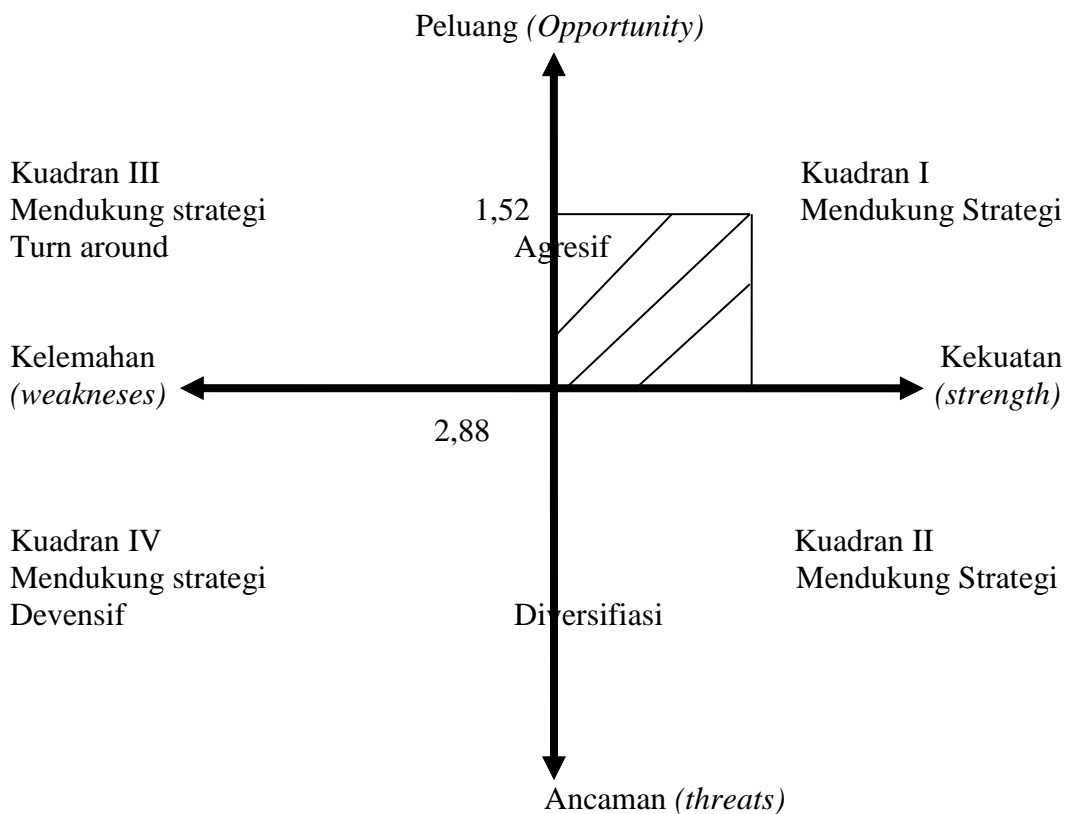
0,07 – 0,13 = Cukup Kuat

0,14 – 0,2 = Kuat

> 0,2 = Sangat Kuat

Pada tabel 4.6 di atas faktor-faktor peluang (*opportunity*) mempunyai skor 1,52 dan faktor-faktor ancaman (*threats*) mempunyai nilai skor 0,3 ini berarti dalam upaya menentukan strategi bersaingnya Usaha Jahit Ayu Tailor mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman

yang ada. Nilai total skor dari masing-masing dapat dirinci, *strength* 2,88, *weaknesses* 0,48, maka diketahui selisih total skor *strength* dan *weaknesses* adalah (+) 2,4. Selanjutnya, nilai skor *opportunity* 1,52, dan *threats* 0,4, maka diketahui selisih total skor *opportunity* dan *threats* (+) 1,22. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan diagram cartecius analisis SWOT, dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut :



Gambar 1. Diagram cartesius Analisis SWOT Usaha Jahit Ayu Tailor

Dari diagram cartesius di atas, sangat jelas menunjukkan bahwa Usaha Jahit Ayu Tailor berada pada diagram I yaitu disituasi yang sangat menguntungkan di mana Usaha Jahit Ayu Tailor memiliki kekuatan dan peluang yang sangat baik. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang *agresif* (*Growth oriented strategy*). Alasannya karena Usaha Jahit Ayu Tailor memiliki nilai kekuatan yang lebih besar jika dibandingkan kelemahan.

### Pembahasan

Berdasarkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang didapat dari hasil penelitian, hasil analisis pada tabel 4.5 Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) menunjukkan faktor kekuatan (*strength*) dengan sub total 2,88 sedangkan faktor kelemahan (*weaknesses*) dengan sub total 0,48. Sementara hasil analisis tabel 4.6 Matriks Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) menunjukkan faktor peluang (*opportunity*) mempunyai sub total 1,52 sedangkan faktor ancaman (*threat*) mempunyai sub total 0,3. Dari sub total IFAS dan EFAS tersebut menunjukkan bahwa posisi Usaha Jahit Ayu Tailor pada Diagram Cartesius Analisis SWOT , Usaha Jahit Ayu Tailor berada pada kuadran I yaitu disituasi yang sangat menguntungkan di mana Usaha Jahit Ayu Tailor memiliki kekuatan dan peluang yang sangat baik. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang *agresif* (*Growth oriented strategy*). Alasannya karena Usaha Jahit Ayu Tailor memiliki nilai kekuatan yang lebih besar jika dibandingkan kelemahan. Keunggulan bersaing pada Usaha Jahit Ayu Tailor yaitu berada pada kekuatannya karena pada kekuatan terdapat 3 penentu keunggulan bersaing suatu usaha yaitu strategi diferensiasi kualitas



hasil jahitan yang rapi dan pelayanan yang baik kepada konsumen, Keunggulan biaya rendah yaitu harga atau biaya ditentukan berdasarkan bahan dan tingkat kerumitan jahitan dan strategi fokus yaitu mampu mengembangkan model busana untuk semua kalangan.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel IFAS dan tabel matriks EFAS, diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 3,36 dan nilai EFASnya adalah 1,92. Selain itu, hasil perhitungan dapat juga dilihat pada diagram cartesius. Matriks SWOT pada Usaha Jahit Ayu Tailor berada pada kotak SO, dimana Usaha Jahit Ayu Tailor mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki Usaha Jahit Ayu Tailor, hal ini berdampak baik bagi Usaha Jahit Ayu Tailor karena dapat mengurangi kelemahan dan meminimalisir ancaman. Berdasarkan analisis diagram cartesius maka dapat diketahui Usaha Jahit Ayu Tailor berada pada kuadran I yaitu disituasi yang sangat menguntungkan di mana Usaha Jahit Ayu Tailor memiliki kekuatan dan peluang yang sangat baik. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growthoriented strategy) Alasannya karena Usaha Jahit Ayu Tailor memiliki nilai kekuatan yang lebih besar jika dibandingkan kelemahan. Dalam mencapai keunggulan bersaing usaha, usaha jahit harus memiliki startegi yang dapat menarik perhatian konsumen serta dapat bertahan dengan usaha serupa. Usaha Jahit Ayu Tailor sudah mencapai keunggulan bersaing dengan melakukan beberapa strategi yaitu strategi diferensiasi kualitas hasil jahitan yang rapi dan pelayanan yang baik kepada konsumen, Keunggulan biaya rendah yaitu harga atau biaya ditentukan berdasarkan bahan dan tingkat kerumitan jahitan dan strategi fokus yaitu mampu mengembangkan model busana untuk semua kalangan.

### **Daftar Pustaka**

- Budi, J. D. (2016). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Jatim Selatan Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2). 70-79
- Augusty, F. (2006). *Metode penelitian manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jumingan, S. K. B. (2011). *Studi kelayakan bisnis : teori dan pembuatan proposal kelayakan*. Jakarta: Bumi Aksara..
- Kottler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran edisi kedua belas jilid 1*. Penerbit: PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran edisi 12 jilid 1 terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Porter, M. E. (2007). *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Assauri, S. (2008). *Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan kedelapan*, Jakarta : Raja Grafindo.
- Assauri, S. (2012). *Strategi Marketing: Sustaining Lofetime Customer Value*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Durianto, Sugiarto, Widjaja, Supratikno. (2003). *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Umar, H. (2001). *Strategi Management In Action*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Wani, C. (2019). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing pada Pt. Riau Wisata Hati Tour and Travel Di Pekanbaru, Skripsi, Universitas Islam Riau.
- Inaku, A. W. (2018). Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) Master Cafe & Resto Kota Gorontalo. Skripsi, Universitas Negeri Gorontalo.