
Analisis Swot pada Pemasaran Batik Benang Bintik Lestari Indah Palangka Raya

Rinto Alexandro¹, Windy Utami Putri², Yanti Nurmawati³

^{1,2,3} Universitas Palangka Raya, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 1 May 2020

Received in revised form

30 May 2020

Accepted 5 June 2020

Available online 29 June 2020

Kata Kunci:

Analisis SWOT; Batik Benang Bintik; Strategi Pertumbuhan

Keywords:

SWOT Analysis, Batik Benang Bintik; Growth Strategies

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu penelitian yang dimaksud untuk mengumpulkan informasi mengenai status gejala yang ada, yaitu status suatu gejala apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dan strategi yang tepat untuk diterapkan pada Lestari Indah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki Batik Benang Bintik Lestari Indah ialah selalu mempertahankan produk yang bermutu dan berkualitas tinggi tapi dengan harga yang terjangkau, motif dan warna batik yang bervariasi serta dengan sigap memahami keinginan konsumen terhadap produk. Lokasi yang strategis juga menjadi kekuatan Lestari Indah. Kelemahan pada Batik Benang Bintik Lestari ialah keterbatasan jumlah karyawan, adanya resiko penurunan pendapatan dan tingkat biaya pendistribusian yang tinggi. Batik Benang Bintik Lestari Indah memiliki peluang yaitu pendapatan masyarakat yang meningkat, adanya kemampuan menangkap pangsa pasar, adanya jalinan kerjasama perusahaan dengan konsumen, respon positif konsumen terhadap keberadaan perusahaan. Ancaman yang dihadapi Batik Benang Bintik Lestari Indah adalah banyaknya pesaing dan resiko usaha yang tinggi. Strategi tepat yang dapat digunakan Lestari Indah ialah strategi pertumbuhan agresif dengan penetrasi pasar.

ABSTRACT

This research uses a qualitative approach with a descriptive method, which is the research in question to gather information about the status of existing symptoms, namely the status of a symptom as it is at the time of research. The research aims to determine the right strengths, weaknesses, opportunities, threats and strategies to apply to Lestari Indah. The results of this research show that the strength owned by Lestari Indah yarn Batik is always maintain quality products and high quality but with an affordable price, Batik motifs and colors are varied and with a sprightly understand the wishes of consumers to the product. The strategic location also becomes the strength of Lestari Indah. The weakness in sustainable freckle yarn Batik is the limited number of employees, the risk of decreasing revenue and high distribution cost rates. Batik Freckles Lestari Indah has the opportunity of increasing community income, the ability to capture market share, the presence of corporate cooperation with consumers, positive response of consumers to the existence of the company. The threat to the beautiful sustainable yarn spots Batik is the large number of competitors and high risk of business. A precise strategy that can be used Lestari Indah is an aggressive growth strategy with market penetration.

Copyright © Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi. All rights reserved.

Corresponding author.

E-mail : rintoalexandro@fkip.upr.ac.id (Rinto Alexandro)

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki kekayaan budaya yang beragam. Salah satu kebudayaan yang dimiliki adalah batik yang mempunyai ragam motif. Setiap provinsi yang ada di Indonesia mempunyai khas batik tersendiri. Begitu pula salah satu provinsinya yaitu Kalimantan Tengah mempunyai batik khas yang dinamakan Batik Benang Bintik. Batik Benang Bintik ini juga memiliki berbagai macam motif khas yang berkaitan dengan suku Dayak. Menurut Neni Puji Nur Rahmawati (2017) Benang Bintik merupakan nama lain dari Batik Khas Dayak Kalimantan Tengah. Dalam hal jenis, Benang Bintik tergolong ke dalam berbagai motif khas, di antaranya adalah motif Batang Garing, motif Huma Betang, motif ukiran, motif senjata, motif naga, motif Balanga, motif campuran dan motif-motif lainnya.

Lestari Indah adalah CV yang berkecimpung dalam bidang penjualan batik benang bintik khas Kalimantan Tengah. Persaingan dengan kompetitor dalam sektor penjualan batik ini semakin dirasakan oleh Lestari Indah. Guna menghadapi persaingan sebuah usaha diharuskan selalu memiliki strategi pemasaran. Hal ini seperti yang dikatakan dalam penelitian terdahulu oleh Reza dan Hermanto (2016) yang menyimpulkan bahwa PT. SAP segera menerapkan strategi pemasaran baru agar lebih efisien. Adanya penerapan strategi pemasaran pada Lestari Indah dapat membantu memenuhi kepuasan pelanggan yang ingin mereka capai. Menurut Susanto (2014) strategi membantu memberikan kesadaran tentang arah yang dituju perusahaan, menjaga kesinambungannya, serta memudahkan pendelegasian dan proses terjadinya kepemimpinan yang efektif. Strategi pemasaran tersebut juga dapat membantu Lestari Indah dalam menghadapi perubahan lingkungan dan jaman yang dirasa mereka semakin meningkat. Tujuan jangka pendek serta jangka panjang pun dapat Lestari Indah tentukan dengan adanya strategi pemasaran.

Awal pembukaan usaha batik benang bintik Lestari Indah yaitu pada Tahun 2007 hingga Tahun 2017 pendapatannya fluktuatif yang ada awalnya 65% hingga mencapai 80%. Pendapatan ini diharapkan dapat ditingkatkan lagi agar dapat mencapai lebih dari 90%. Oleh karena itu diperlukan penelitian ini yang memiliki tujuan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Selain itu bertujuan pula untuk menemukan strategi yang tepat untuk diterapkan pada Lestari Indah sehingga peningkatan pendapatan tersebut dapat tercapai.

Strategi pemasaran dapat dirumuskan dengan menjadikan metode SWOT sebagai landasan dasar. Menurut Rangkuti (2014), penelitian menentukan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal strengths dan weakness serta lingkungan eksternal opportunities dan threats yang dihadapi dunia bisnis. Adapun dalam lingkungan internal strengths ialah kekuatan, weakness artinya kelemahan sedangkan lingkungan eksternal opportunities adalah kesempatan atau peluang dan threats ialah ancaman. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Iriantara Yosol (2011) bahwa Analisis SWOT adalah mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan organisasi berada pada lingkungan internal, sedangkan peluang dan ancaman berasal dari lingkungan eksternal organisasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis melakukan penelitian dengan judul Analisis SWOT Pada Pemasaran Batik Benang Bintik Lestari Indah Palangka Raya.

2. Metode

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) pada Lestari Indah. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan strategi tepat yang dapat diterapkan pada Lestari Indah.

Lokasi penelitian adalah di Batik Benang Bintik Lestari Indah Jalan Lumba-Lumba II, NO 94 C, Palangka Raya. Sumber data dalam penelitian ini ialah peneliti, Informan yang terdiri dari pemilik usaha, karyawan dan konsumen di Batik Benang Bintik Lestari Indah. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman untuk mengidentifikasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Setelah itu dilakukan perumusan strategi yang tepat dengan melihat posisi dari kuadran usaha. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Assauri (2013) bahwa setelah analisis internal dan eksternal, selanjutnya dilakukan perumusan strategi yang tepat dengan mempertimbangkan di kuadran mana suatu perusahaan yang dikaji berada. Setelah mendapatkan gambaran tersebut, perusahaan sebaiknya menetapkan strateginya sesuai dengan posisi pada kuadrannya, yaitu kuadran pertama adalah strategi pertumbuhan agresif, sedangkan pada kuadran kedua adalah strategi diversifikasi, dan untuk kuadran ketiga adalah strategi putar haluan, serta pada kuadran keempat adalah strategi bertahan atau difensif. Posisi titik kuadran ditentukan dengan rumusan

Total Skor Faktor Kekuatan - Kelemahan

Total Skor Faktor Peluang - Ancaman

3. Hasil dan pembahasan

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan pada informan, peneliti mendapatkan data SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman) yang dimiliki oleh batik Benang Bintik Lestari Indah Palangka Raya sebagai berikut:

Tabel 1. Kombinasi Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (<i>strenghts</i>)	Kelemahan (<i>weakness</i>)
	<ol style="list-style-type: none"> Mutu Kualitas baik Variasi Motif dan Warna yang menarik konsumen. Harga yang Relatif Terjangkau. Pengaruh lokasi terhadap kelangsungan usaha yang baik Pelayanan kepada konsumen yang maksimal Kerjasama yang baik antar karyawan 	<ol style="list-style-type: none"> Keterbatasan akan pendistribusian produk yang ditawarkan. Keterbatasan jumlah karyawan Resiko penurunan pendapatan yang tinggi Tingkat biaya pendistribusian yang tinggi
Peluang (<i>opportunities</i>)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> Meningkatnya Pendapatan Masyarakat. Kemampuan menangkap pangsa pasar yang baik Jalinan kerjasama perusahaan dengan konsumen yang baik Respon positif dari penawaran produk yang ditawarkan Respon positif konsumen terhadap keberadaan perusahaan Tingkat daya beli masyarakat yang semakin tahun semakin meningkat. 	<ol style="list-style-type: none"> Mengintensifkan pada pangsa pasar promosi pada konsumen yang akan dituju. Selalu berinovasi pada produk yang ditawarkan Memberikan jaminan kualitas pada produk yang ditawarkan. Memberikan pelayanan yang maksimal pada konsumen Mengeksplor lagi produk yang ditawarkan tidak hanya di dalam kota sampai luarkota bahkan sampai luar negeri. 	<ol style="list-style-type: none"> Menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan Memberikan pilihan pada konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya Menggunakan media promosi yang tepat untuk menarik minat konsumen Menambah jumlah pada setiap jenis , moti, dan warna yang banyak diminati oleh para konsumen Menambah jumlah karyawan yang mengalami kekurangan
Ancaman(<i>threats</i>)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> Tingkat Persaingan usaha yang tinggi 	<ol style="list-style-type: none"> menetapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan kepada para konsumen. 	<ol style="list-style-type: none"> Menetapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan bagi perusahaan.

2. Kurangnya minat masyarakat pada produk batik	2. memberikan jaminan apabila barang yang sudah dibeli mengalami kerusakan dengan jangka waktu sehari pada saat pembelian dilakukan.	2. Pemilihan karyawan yang kompeten dan dapat dipercaya terhadap tugas dan kewajibannya sebagai karyawan.
3. Resiko usaha yang tinggi	3. menarik karyawan dengan pertimbangan yang matang agar dapat bekerja dengan semestinya.	3. Menarik pangsa pasar yang sesuai dengan tujuan perusahaan.

a. Strategi SO (*strength dan opportunities*)

Strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan perusahaan guna menangkap peluang yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan langsung dengan pemilik batik Benang Bintik Lestari Indah Palangka Raya yaitu Ibu Husniya bahwa:

“Di dalam usaha batik Benang Bintik Lestari Indah ini kami mempunyai beberapa kelebihan seperti kualitas yang baik, motif dan warna yang menarik, harga yang terjangkau dan kami selalu menerima masukan dari konsumen sebagai bahan perbaikan kami dikemudian hari. Setelah saya lihat respon masyarakatpun positif terhadap produk yang kami tawarkan. Kami menggunakan internet sebagai media promosi untuk daerah luar Palangka Raya. Sedangkan bagi masyarakat kota Palangka Raya kami mengikuti Pameran yang sering diadakan pemerintah kota Palangka Raya. Selain itu, kami juga mengikuti kegiatan bazar diadakan di hotel. Tetapi sejauh ini promosi dari mulut ke mulut adalah yang paling efektif”.

Berdasarkan jawaban dari Ibu Husniya selaku pemilik sekaligus pemimpin di Lestari Indah mereka menggunakan media promosi internet untuk konsumen di luar kota. Mengikuti pameran dan bazar untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Hal ini tentunya harus tepat sasaran sesuai pangsa pasar yang akan dituju. Promosi dari mulut ke mulut oleh para pelanggan tetapnya yang menjadi kekuatan dari Lestari Indah.

b. Strategi ST (*strength dan treats*)

Strategi ini diterapkan dimana kekuatan yang dimiliki perusahaan digunakan untuk mengatasi ancaman yang mungkin dapat dihadapi Lestari Indah. Berdasarkan wawancara yang dilakukan langsung dengan pemilik Lestari Indah pada 1 Juni 2017 yaitu Ibu Husniya bahwa: “Saya sebagai pimpinan di dalam usaha Lestari Indah ini mengambil langkah untuk menetapkan harga yang terjangkau agar mampu bersaing. Selain itu, kami memasarkan produk dengan cara jujur kepada konsumen. Kejujuran tersebut contohnya memberitahukan kepada pelanggan produk yang telah lama dan produk baru. Hal ini dilakukan agar pelanggan tidak kecewa dengan kondisi produk yang mungkin motifnya sudah lama diproduksi.”

Berdasarkan jawaban dari Ibu Husniya bahwa menetapkan harga yang bersaing untuk menghindari ancaman dari tumbuhnya usaha dibidang yang sama. Untuk mengatasi ancaman Lestari Indah menguatkan citra baik pada konsumen agar usaha yang dijalankan tetap konsisten.

c. Strategi WO (*weakness dan opportunities*)

Strategi ini diterapkan pada saat adanya peluang yang dimiliki perusahaan guna mengatasi ancaman usaha. Berdasarkan wawancara yang dilakukan Ibu Husniya bahwa: “Sebagai pimpinan di dalam suatu usaha tentunya ini merupakan tantangan bagi saya sendiri karena sebagai pimpinan dituntut untuk selalu berfikir keras bagaimana menghadapi perkembangan zaman dan teknologi yang semakin pesat. Selalu berinovasi merupakan cara andalan saya untuk mempertahankan citra baik usaha yang saya pimpin ini. Dengan begitu konsumen tidak akan memandang sebelah mata usaha saya ini. Peralatan produksi yang kami gunakan dibeli pada 10 tahun lalu. Saya hanya membeli peralatan satu kali saja dan sekarang tidak digunakan lagi karena produksi telah dipindahkan ke pulau Jawa. Jadi peralatan yang tidak digunakan di sini tetap kami rawat dan dibersihkan agar kemudian hari jika dibutuhkan masih layak serta siap dipakai.”

Berdasarkan jawaban dari Ibu Husniya sebagai pemilik sekaligus pimpinan dalam usaha batik Lestari Indah yaitu perusahaan harus melakukan inovasi untuk menangkap peluang yang ada. Hal ini juga agar mempunyai karakter dimata konsumen. Persiapan terhadap hal-hal

yang bisa menghentikan produksi di pulau Jawa juga dapat diatasi dengan adanya tetap tersimpan peralatan produksi sendiri.

d. Strategi WT (*weakness dan treats*)

Strategi ini diterapkan saat perusahaan harus mampu mengatasi kelemahan yang dimiliki perusahaan agar terhindar dari ancaman usaha yang akan dihadapi. Berdasarkan wawancara yang saya lakukan langsung dengan pemilik Lestari Indah yaitu Ibu Husniya bahwa: “Kekurangan dari perusahaan yang saya pimpin ini terletak pada jumlah karyawan, jumlah bahan baku dan biaya pendistribusian yang masih sangat tinggi bagi konsumen yang ada di luar kota. Meskipun demikian sebagai pengusaha harus bisa menghadapi masalah yang ada tersebut dengan menggunakan alternatif yang ada seperti ikut bekerja ketika butuh tenaga lebih. Menerima karyawan baru untuk sementara ini belum dilakukan karena tempat usaha masih dalam tahap perbaikan. Biaya pendistribusian kami atasi dengan membebankan pada konsumen agar tidak mengalami kerugian”.

Berdasarkan jawaban dari Ibu Husinya, Perusahaan harus mampu mencukupi kekurangan bahan baku dan karyawan yang menjadi kekurangan dari perusahaan. Hal ini dilakukan dengan tetap mengawasi ketersediaan bahan baku dan bersedia ikut bekerja ketika dibutuhkan. Biaya pendistribusian untuk pelanggan dari luar kota diberlakukan ongkos kirim.

Sebagai usaha pengrajin kain batik yang terkenal dengan nama Lestari Indah di Palangka Raya menjadi usaha yang sangat menjanjikan bagi pendiri usaha batik tersebut. Selain itu usaha batik benang bintik Lestari Indah ini juga sangat berpengaruh pada pelestarian budaya daerah Kalimantan Tengah dengan mengangkat motif-motif asli. Sebagai suatu usaha tentunya Lestari Indah dituntut untuk selalu memperhatikan bagaimana keadaan pasar dan pesaing. Lestari Indah mengatasi ancaman dan kelemahan yang dimiliki dengan cara selalu berinovasi dan selalu melakukan survey kelapangan. Menghindari untuk memproduksi motif yang sama dengan produk yang lain agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Lestari Indah menghindari ancaman resiko kerugian usaha dengan cara memproduksi dalam jumlah banyak hanya pada motif dan bentuk yang sudah dipesan pelanggan. Jika memproduksi banyak namun tidak terlalu diminati maka lestari indah mengadakan diskon agar tidak mengalami kerugian. Menambahkan ongkos kirim kepada produk-produk yang dipesan oleh pelanggan dari luar wilayah kota Palangka Raya menjadi solusi tingginya harga pendistribusian.

Tabel 2. Hasil Wawancara Terkait Kekuatan dan Kelemahan

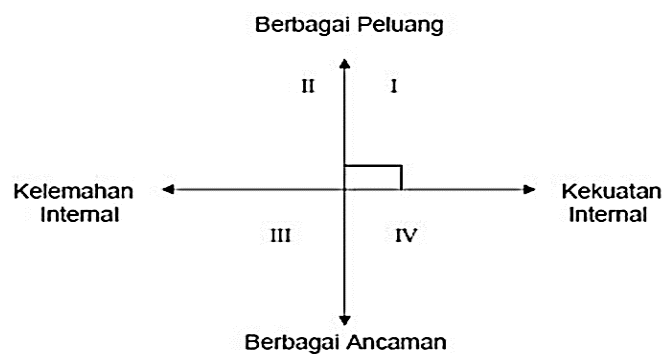
No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN				
1.	Mutu Kualitas baik	0,20	4	0,80
2.	Variasi Motif dan Warna yang menarik konsumen.	0,10	3	0,30
3.	Harga yang Relatif Terjangkau.	0,10	1	0,10
4.	Pengaruh lokasi terhadap kelangsungan usaha yang baik	0,10	2	0,20
5.	Pelayanan kepada konsumen yang maksimal	0,10	2	0,20
6.	Kerjasama yang baik antar karyawan	0,05	2	0,10
KELEMAHAN				
1.	Keterbatasan akan pendistribusian produk yang ditawarkan.			
2.	Keterbatasan jumlah karyawan	0,05	1	0,05
3.	Resiko penurunan pendapatan yang tinggi	0,10	3	0,30
4.	Tingkat biaya pendistribusian yang tinggi	0,10	3	0,30
		0,10	4	0,40
		1,00		2,75

Tabel 3. Hasil Wawancara terkait Peluang dan Ancaman

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG				
1.	Meningkatnya Pendapatan Masyarakat.	0,10	2	0,20
2.	Kemampuan menangkap pangsa pasar yang baik	0,10	4	0,40
3.	Jalinan kerjasama perusahaan dengan konsumen yang baik	0,10	3	0,30
4.	Respon positif dari penawaran produk yang ditawarkan	0,10	3	0,30
5.	Respon positif konsumen terhadap keberadaan perusahaan	0,15	3	0,45
6.	Tingkat daya beli masyarakat yang semakin tahun semakin meningkat.	0,05	2	0,10
ANCAMAN				
1.	Tingkat Persaingan usaha yang tinggi	0,20	4	0,80
2.	Kurangnya minat masyarakat pada produk batik	0,10	2	0,20
3.	Resiko usaha yang tinggi	0,10	2	0,20
		1,00		2,95

$$\begin{aligned}
 \text{Sumbu X} &= (\text{skor Kekuatan} - \text{skor kelemahan}) : 2 \\
 &= (1,70 - 1,05) : 2 \\
 &= 0,65 : 2 \\
 &= 0,32
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Sumbu Y} &= (\text{Skor Peluang} - \text{skor ancaman}) : 2 \\
 &= (1,75 - 1,20) : 2 \\
 &= 0,55 : 2 \\
 &= 0,27
 \end{aligned}$$



Gambar 1. Matriks Strategi SWOT

Gambar 1 memperlihatkan bahwa posisi Lestari Indah berada pada kuadran I. Hal ini menunjukkan strategi tepat yang harus digunakan oleh Lestari Indah adalah strategi pertumbuhan agresif salah satu strategi yang disarankan adalah strategi penetrasi pasar yang berfokus pada peluang,

Tabel 4. Kombinasi Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan (<i>strenghts</i>)	Kelemahan (<i>weakness</i>)
	1. Mutu Kualitas baik 2. Variasi Motif dan Warna yang menarik konsumen. 3. Harga yang Relatif Terjangkau. 4. Pengaruh lokasi terhadap kelangsungan usaha yang baik 5. Pelayanan kepada konsumen yang maksimal 6. Kerjasama yang baik antar karyawan	1. Keterbatasan akan pendistribusian produk yang ditawarkan. 2. Keterbatasan jumlah karyawan 3. Resiko penurunan pendapatan yang tinggi 4. Tingkat biaya pendistribusian yang tinggi
Peluang (<i>opportunities</i>)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Meningkatnya Pendapatan Masyarakat. 2. Kemampuan menagkap pangsa pasar yang baik 3. Jalinan kerjasama perusahaan dengan konsumen yang baik 4. Respon positif dari penawaran produk yang ditawarkan 5. Respon positif konsumen terhadap keberadaan perusahaan 6. Tingkat daya beli masyarakat yang semakin tahun semakin meningkat.	1. Mengintensifkan pada pangsa pasar promosi pada konsumen yang akan dituju. 2. Selalu berinovasi pada produk yang ditawarkan 3. Memberikan jaminan kualitas pada produk yang ditawarkan. 4. Memberikan pelayanan yang maksimal pada konsumen 5. Menawarkan produk yang tidak hanya di dalam kota tetapi sampai ke luarkota dan luar negeri.	1. Menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan 2. Memberikan pilihan pada konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya 3. Menggunakan media promosi yang tepat untuk menarik minat konsumen 4. Menambah jumlah pada setiap jenis, motif, dan warna yang banyak diminati oleh para konsumen 5. Menambah jumlah karyawan yang mengalami kekurangan
Ancaman(<i>threats</i>)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Tingkat Persaingan usaha yang tinggi 2. Kurangnya minat masyarakat pada produk batik 3. Resiko usaha yang tinggi	1. menetapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan kepada para konsumen. 2. memberikan jaminan apabila barang yang sudah dibeli mengalami kerusakan dengan jangka waktu sehari pada saat pembelian dilakukan. 3. menarik karyawan dengan pertimbangan yang matang	1. Menetapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan bagi perusahaan. 2. Pemilihan karyawan yang kompeten dan dapat dipercaya terhadap tugas dan kewajibannya sebagai karyawan. 3. Menarik pangsa pasar yang sesuai dengan tujuan perusahaan.

agar dapat bekerja dengan semestinya.

Lestari Indah memiliki kekuatan (strength) yaitu produk bermutu, berkualitas, variasi motif dan warna yang menarik konsumen, harga yang terjangkau, posisi lokasi yang tepat, pelayanan terhadap konsumen yang dilakukan dengan maksimal, dan kerjasama yang baik antar karyawan. Kekuatan ini selalu dimaksimalkan oleh Lestari Indah agar selalu unggul ketika menghadapi persaingan. Sejalan dengan yang dikatakan oleh Fajar (2019) bahwa strengths merupakan suatu keunggulan/kelebihan yang dimiliki oleh sebuah organisasi. Strengths adalah faktor-faktor yang selama ini berhasil dikendalikan, sehingga memberikan dampak positif bagi organisasi.

ini menunjukkan bahwa kelemahan (weakness) dari Lestari Indah adalah keterbatasan pendistribusian produk yang ditawarkan karena biaya pendistribusian yang tinggi, keterbatasan jumlah karyawan, dan resiko penurunan pendapatan yang tinggi. Kelemahan yang dimiliki oleh Lestari Indah ini dapat menghambat kemajuan usaha dalam berbagai aspek. Seperti yang dikatakan oleh Fajar (2019) yang mengatakan Weaknesses merupakan sisi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi. Weaknesses adalah faktor yang tidak berhasil dikelola sehingga memberikan dampak yang negatif. Akan tetapi jika organisasi bisa mengolah kelemahan menjadi kelebihan yang tidak dimiliki para pesaingnya, maka hal tersebut dapat menjadi kekuatan tersendiri bagi organisasi tersebut.

Hasil penelitian juga menunjukkan peluang (opportunities) dari Lestari Indah ialah meningkatnya pendapatan masyarakat sehingga daya beli masyarakat jugasemakin meningkat, kemampuan menangkap pangsa pasar yang baik, jalinan kerjasama usaha dengan konsumen yang baik, respon positif dari penawaran produk yang ditawarkan, respon positif konsumen terhadap keberadaan usaha. Peluang yang dimiliki Lestari Indah ini jika dimanfaatkan dengan tepat akan memberikan manfaat positif bagi usaha. Selain itu, perkembangan usaha Lestari Indah dalam berbagai bidang dapat tercapai. Sejalan dengan pendapat dari Fajar (2019) yang mengemukakan bahwa opportunity adalah faktor yang ada di luar kendail manajemen, tetapi kemunculannya akan memberikan suatu peluang atau kesempatan yang dapat membuat kesuksesan bagi organisasi, apabila organisasi tersebut mempunyai kekuatan yang cukup untuk beradaptasi.

Ancaman (treath) yang dimiliki Lestari Indah dalam hasil penelitian ini adalah tingkat persaingan usaha yang tinggi, kurangnya minat masyarakat pada produk batik dan resiko usaha menanggung kerugian yang tinggi jika tidak diperhitungkan dengan cermat. Beberapa hal yang dimiliki oleh Lestari Indah tersebut tidak menguntungkan bagi peningkatan usaha. Tujuan usaha yang diinginkan oleh Lestari Indah akan terhambat dengan ancaman tersebut. Sejalan dengan yang dikatakan oleh Fajar (2019) bahwa threats adalah faktor-faktor yang berada di luar manajemen, tetapi bila muncul akan mengancam hidup organisasi tersebut. Ancaman merupakan penghalang utama bagi organisasi dalam mencapai posisi saat ini atau posisi yang diinginkan.

4. Simpulan dan saran

Lestari Indah berada pada kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa Lestari Indah dapat menerapkan strategi pertumbuhan agresif sebagai strategi yang tepat. Adapun strategi yang disarankan adalah penetrasi pasar agar lebih berfokus pada peluang yang dapat lebih dimaksimalkan kan lagi pemanfaatannya. Keunggulan dari hasil penelitian ini adalah Lestari Indah dapat mempertimbangkan penetrasi pasar untuk strategi yang digunakan. Mengintensifkan pada pangsa pasar promosi pada konsumen yang akan dituju dapat dilakukan untuk memaksimalkan peluang. Selalu berinovasi pada produk yang ditawarkan dan memberikan jaminan kualitas pada produk yang ditawarkan. Memberikan pelayanan yang maksimal pada konsumen. Penawaran produk tidak hanya di dalam kota sampai ke luar kota bahkan sampai ke luar negeri. Kelemahannya ialah jika penetrasi pasar ini tidak diawasi dengan baik dengan melihat langsung ke lapangan maka akan rentan tidak tercapai.

Saran yang dapat diberikan ialah hendaknya Lestari Indah menambah jumlah karyawan yang masih kurang. Meskipun selama ini sudah bisa diatasi namun jika usaha semakin besar maka akan semakin banyak membutuhkan tenaga. Kedua, hendaknya memperbanyak media pemasaran dengan memanfaatkan media seperti Website, Facebook, Line dan WhatsApp demi mencapai tujuan perusahaan. Saran bagi peneliti berikutnya untuk menyempurnakan penelitian ini ialah supaya dapat memperoleh data yang lebih banyak dan mendalam sehingga Lestari Indah dan UMKM lain mendapatkan banyak masukan.

Daftar Rujukan

- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Fajar, N. 2016. *Tehnik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*. Yogyakarta: Quadrant.
- Iriantara, Y. 2011. *Hubungan Media, Konsep, Pendekatan Praktik*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Neni, P. 24 Mei 2020. *Benang Bintik Kalteng*. <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbkalbar/wp-content/uploads/sites/22/2017/10/BENANG-BINTIK-KALTENG.pdf>
- Reca & Harmanto. *Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express pada PT SAP*. *Jurnal Metris*. Vol 17, No. 2.
- Susanto, AB. 2014. *Manajemen Strategik Komprhensif*. Jakarta: Erlangga.