

## STRATEGI PENGEMBANGAN DENGAN ANALISIS SWOT : STUDI KASUS PERUSAHAAN MEDINA CRAFT

Devina Rahmaya Putri<sup>1</sup>, Ulya Syifa'a Rakhmahani<sup>2</sup>, Selfia Okniati Sirait<sup>3</sup>, Avrillia Cahya Rizky  
Pratama<sup>4</sup>

E-mail: [devinarahmaya.2022@student.uny.ac.id](mailto:devinarahmaya.2022@student.uny.ac.id), [ulyasyifaa.2022@student.uny.ac.id](mailto:ulyasyifaa.2022@student.uny.ac.id),  
[selfiaokniati.2022@student.uny.ac.id](mailto:selfiaokniati.2022@student.uny.ac.id), [avrilliacahya.2022@student.uny.ac.id](mailto:avrilliacahya.2022@student.uny.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan perusahaan Medina Craft dengan menggunakan analisis SWOT. Medina Craft adalah perusahaan yang bergerak di bidang kerajinan tangan, khususnya produk-produk souvenir berbahan alami. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Medina Craft memiliki kekuatan dalam kualitas produk yang tinggi, kreativitas yang inovatif, dan komitmen terhadap bahan ramah lingkungan. Namun, perusahaan juga menghadapi beberapa kelebihan seperti keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia yang terampil, dan pemasaran yang kurang efektif. Berdasarkan analisis SWOT, disusun beberapa strategi pengembangan yang direkomendasikan, antara lain : meningkatkan kapasitas produksi melalui investasi di teknologi dan pelatihan sumber daya manusia, memperluas jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan media digital, serta membangun kemitraan strategis dengan pihak lain untuk memperkuat posisi pasar. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi manajemen Medina Craft dalam merumuskan strategi yang efektif untuk pengembangan perusahaan di masa depan dan dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain dalam industri yang sama.

**Keywords:** Industri Kreatif, Medina Group, *SWOT Analysis*, *IFE Analysis*, *EFE Analysis*

### PENDAHULUAN

Menurut kamus [1] pengertian *souvenir* merupakan benda yang relatif kecil dan harganya tidak mahal, untuk dihadiahkan, disimpan, atau dibeli sebagai kenang-kenangan kepada suatu tempat yang dikunjungi, suatu kejadian tertentu, dan sebagainya. (*Souvenir is usually small and relatively inexpensive article given kept or purchased as a reminder of a place visited, an occasion, etc*). *Souvenir* inilah yang menjadi produk utama dari Medina Craft. Ide berdirinya Medina Craft adalah ketika Riza dan Nana merancang souvenir kustom untuk pernikahannya sendiri. Souvenir tersebut bukan hanya sekedar barang, tetapi suatu karya seni yang mencerminkan kepribadian pasangan tersebut dan mengingatkan tamu-tamu tentang momen spesial dalam pernikahan. Arti umum dari “Medina Craft” adalah perusahaan yang berkomitmen menyediakan produk-produk berkualitas tinggi dibuat dengan tangan dan dikerjakan dengan penuh perhatian terhadap detail. Medina Craft *souvenir* didirikan pada awal tahun 2019 oleh Riza dan Nana, merupakan pasangan yang memiliki kecintaan yang

mendalam terhadap seni, kreativitas, dan pernikahan merasa terinspirasi oleh bagaimana elemen-elemen estetika dapat meningkatkan suasana dan keindahan pernikahan. Visi untuk menciptakan perusahaan yang tidak hanya menghasilkan *souvenir* berkualitas tinggi, tetapi juga memberikan pengalaman yang istimewa bagi pasangan dan tamu mereka. Mereka memiliki misi untuk memberikan kreativitas yang tidak terbatas, menciptakan kenangan yang tak terlupakan serta kualitas tidak boleh diragukan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang souvenir Medina Craft menghadapi berbagai tantangan dalam usaha mereka.

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, sekarang ini pengusaha dituntut untuk dapat mengembangkan usahanya, supaya usaha yang dijalankannya dapat berkembang maju dan besar. Definisi pengembangan usaha itu sendiri adalah terdiri dari sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan. Tetapi pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang pada awalnya

dimulai dari nol besar atau baru memulai usaha sangatlah sulit. (Ulfa, 2018: 4)

Dalam mengembangkan usaha, terdapat banyak strategi yang dapat digunakan oleh para pengusaha, salah satu alat untuk menganalisis strategi perusahaan adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan atau usaha kecil. Menurut Rangkuti (2017: 19), analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

Dari berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki Medina Craft dalam melakukan strategi pengembangan usaha harus mampu menemukan satu alternatif yang dapat membawa usaha mengubah kelemahan menjadi kekuatan dan memanfaatkan peluang untuk terus menghadapi ancaman yang ada. Analisis SWOT sangat membantu usaha untuk dapat menganalisis kekuatan yang dimiliki dan kelemahan-kelemahan yang ada, serta seberapa besar peluang yang bisa diambil dan ancaman yang bisa dihadapi untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha yang dijalankan. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik Medina Craft dalam menentukan strategi pengembangan usaha.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan dengan Menggunakan Analisis SWOT : Studi Kasus Perusahaan Medina Craft

## **METODE**

### **2.1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan,

pemikiran orang secara individual maupun kelompok (Syaodih, 2012:60). Sedangkan pendekatan deskriptif menurut Syaodih (2012:56) untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena-fenomena apa adanya. Dalam studi ini peneliti tidak melakukan manipulasi atau memberikan perlakuan-perlakuan tertentu terhadap objek penelitian, semua kegiatan atau peristiwa berjalan seperti apa adanya.

### **2.2. Sumber Data**

Data primer menurut Sugiyono (2019: 164) adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden melalui wawancara langsung dan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan.

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung yang mempunyai hubungan erat dan secara langsung mendukung sumber data primer yang diperoleh dari literature, buku-buku ilmiah, dan dokumen- dokumen yang berhubungan dengan objek penelitian.

### **2.3. Metode Pengumpulan Data**

#### **2.3.1. Wawancara**

Wawancara merupakan bagian dari teknik komunikasi dimana mencari data mengadakan tanya jawab dengan narasumber untuk menggali data yang diperlukan. Dengan wawancara ini keterangan dan informasi tentang data-data yang berhubungan dengan penelitian dapat diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data dari pengusaha. Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari perusahaan tersebut.

#### **2.3.2 Kuesioner**

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

#### **2.3.3 Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal yang berupa dokumen, catatan, arsip-arsip, dan sebagainya

### **2.4 Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Kekuatan (*Strengths*)
- b. Kelemahan (*Weakness*)

c. Peluang (*Opportunities*)

d. Ancaman (*Threats*)

## 2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Dalam pengolahan data dilakukan secara manual dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel kemudian dijelaskan secara deskriptif. Metode pengolahan analisis data yang digunakan untuk identifikasi faktor internal yaitu menggunakan matriks IFAS, sedangkan untuk faktor eksternal menggunakan matriks EFAS (Rangkuti, 2017: 18).

Penyusunan strategi dilakukan melalui tiga tahap yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis data, dan tahap pengambilan keputusan. Tahap pertama adalah tahap input di mana dalam penelitian menggunakan matriks IFAS, matriks EFAS. Proses selanjutnya adalah tahap analisis, pada tahap ini nilai-nilai dari faktor internal dan faktor eksternal dijabarkan dalam bentuk diagram SWOT dengan mengurangi nilai *strengths* dengan nilai *weakness* dan nilai *opportunities* dengan nilai *threats*. Selanjutnya adalah tahap pengambilan keputusan. Pada tahap ini, mengkaji ulang dari empat strategi yang telah dirumuskan dalam tahap analisis. Setelah itu diambil keputusan dalam menentukan strategi yang paling menguntungkan, efektif, dan efisien bagi perusahaan berdasarkan matriks SWOT (Rangkuti, 2017: 19).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang mempengaruhi suatu organisasi, proyek, atau rencana bisnis.

Dalam analisis ini, kekuatan dan kelemahan internal organisasi dievaluasi, sementara peluang dan ancaman eksternal juga dipertimbangkan. Hasil analisis SWOT digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi yang memaksimalkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi ancaman dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Analisis data dalam penelitian ini mencakup analisis faktor internal dan analisis

faktor eksternal industri kreatif sektor produksi souvenir di kota Kudus melalui matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE). Selanjutnya hasil perhitungan IFE dan EFE akan menggambarkan posisi industri kreatif sektor kerajinan perhiasan mutiara kota Mataram terhadap pesaingnya.

### 3.2 Analisis Kualitatif

#### 3.2.1 Faktor Internal

Faktor internal yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan seperti kekuatan dan kelemahan antara lain :

- 1) Kekuatan (*Strength*) terdiri dari :
  - a. Memiliki Visi dan Misi
  - b. Sumber Daya Manusia Berkualitas
  - c. Kemampuan untuk menggunakan teknologi terbaru
  - d. Merek yang dikenal dan reputasi yang baik
  - e. Akses ke Sumber Daya dan Pasar yang Berharga
  - f. Kualitas Produk atau Layanan yang Unggul
  - g. Kemampuan untuk terus menerus mengembangkan produk atau layanan baru
- 2) Kelemahan (*Weakness*) terdiri dari :
  - a. Biaya bahan baku atau proses produksi yang mahal
  - b. Keterbatasan Pasar
  - c. Keterbatasan Sumber Daya
  - d. Kurangnya Diversifikasi Produk
  - e. Keterbatasan Fleksibilitas
  - f. Kapasitas produksi yang terbatas
  - g. Tergantung pada tenaga kerja terampil

#### 3.2.2 Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang berasal dari luar lingkungan perusahaan seperti peluang dan ancaman antara lain :

- 1) Peluang (*Opportunities*)
  - a. Pertumbuhan penjualan online dan pemasaran produk kerajinan.
  - b. Bekerjasama dengan perencana pernikahan dapat membuka peluang baru.
  - c. Mungkin perusahaan ini bisa mempertimbangkan untuk memperluas jangkauan produk souvenir mereka.
  - d. Menawarkan souvenir yang sesuai dengan tema pernikahan tertentu
  - e. Bekerjasama dengan penyelenggara pernikahan dan vendor pernikahan lainnya untuk menyediakan souvenir

sebagai bagian dari paket pernikahan mereka.

- f. Kesempatan untuk memasuki pasar ekspor.
  - g. Membuat souvenir pernikahan yang ramah lingkungan bisa menarik pasangan yang peduli dengan kelestarian lingkungan.
- 2) Ancaman (*Threats*)
- a. Persaingan dari perusahaan yang memproduksi souvenir lainnya.
  - b. Perubahan selera konsumen.
  - c. Regulasi lingkungan yang ketat.
  - d. Kenaikan biaya bahan baku.
  - e. Kemajuan teknologi baru yang dapat mengubah cara produksi dan distribusi.
  - f. Perubahan cuaca ekstrem yang dapat mempengaruhi.
  - g. Ketergantungan pada pasar tertentu.

### 3.3 Analisis Kuantitatif

Tabel 1. *Internal Factor Evaluation (IFE)*

No	Kekuatan dan Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	Memiliki Visi dan Misi	4	4/7	2,28
2	Sumber Daya Manusia Berkualitas	3,72	3,72/7	6,9
3	Kemampuan untuk menggunakan teknologi terbaru	3,76	3,76/7	2,01
4	Merek yang dikenal dan reputasi yang baik	3,88	3,88/7	2,15
5	Akses ke Sumber Daya dan Pasar yang Berharga	3,64	3,64/7	1,89
6	Kualitas Produk atau Layanan yang Unggul	3,2	3,2/7	1,46
7	Kemampuan untuk terus menerus mengembangkan produk atau layanan baru	3,68	3,68/7	1,93
<b>Total Kekuatan</b>		<b>25,88</b>	<b>3,69</b>	<b>18,62</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Biaya bahan baku atau proses produksi yang mahal	3	3/7	1,28
2	Keterbatasan Pasar	3	3/7	1,28
3	Keterbatasan Sumber Daya	3	3/7	1,28
4	Kurangnya Diversifikasi Produk	3	3/7	1,28
5	Keterbatasan Fleksibilitas	3	3/7	1,28
6	Kapasitas produksi yang terbatas	3	3/7	1,28
7	Tergantung pada tenaga kerja terampil	3	3/7	1,28
<b>Total Kelemahan</b>		<b>21</b>	<b>3</b>	<b>8,96</b>
<b>Total Nilai IFE</b>		<b>46,88</b>	<b>0,69</b>	<b>9,66</b>

Tabel 2. *External Factor Evaluation (EFE)*

No	Peluang dan Ancaman	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1	Pertumbuhan penjualan online dan pemasaran produk kerajinan.	3	3/7	1,28
2	Bekerjasama dengan perencana pernikahan dapat membuka peluang baru.	3	3/7	1,28
3	Mungkin perusahaan ini bisa mempertimbangkan untuk memperluas jangkauan produk souvenir mereka.	3	3/7	1,28
4	Menawarkan souvenir yang sesuai dengan tema pernikahan tertentu	4	4/7	2,28
5	Bekerjasama dengan penyelenggara pernikahan dan vendor pernikahan lainnya untuk menyediakan souvenir sebagai bagian dari paket pernikahan mereka.	4	4/7	2,28
6	Kesempatan untuk memasuki pasar ekspor.	4	4/7	2,28
7	Membuat souvenir pernikahan yang ramah lingkungan bisa menarik pasangan yang peduli dengan kelestarian lingkungan	3	3/7	1,28
<b>Total Peluang</b>		<b>24</b>	<b>3,42</b>	<b>11,96</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Persaingan dari perusahaan yang memproduksi souvenir lainnya.	2	2/7	0,57
2	Perubahan selera konsumen	2	2/7	0,57
3	Regulasi lingkungan yang ketat	3	3/7	1,28
4	Kenaikan biaya bahan baku.	3	3/7	1,28
5	Kemajuan teknologi baru yang dapat mengubah cara produksi dan distribusi.	2	2/7	0,57
6	Perubahan cuaca ekstrem yang dapat mempengaruhi	2	2/7	0,57
7	Ketergantungan pada pasar tertentu.	2	2/7	0,57
<b>Total Ancaman</b>		<b>16</b>	<b>2,28</b>	<b>5,41</b>
<b>Total Nilai EFE</b>		<b>40</b>	<b>1,14</b>	<b>6,55</b>

Berdasarkan hasil-hasil yang didapat dari analisis internal dan eksternal pada tabel-tabel diatas, hasilnya dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Skor total kekuatan = 18,62
2. Skor total kelemahan = 8,96
3. Skor total peluang = 11,96
4. Skor total ancaman = 5,41

Nilai faktor kekuatan lebih besar dari faktor kelemahan, demikian pula nilai faktor peluang lebih besar dari faktor ancaman. Ini berarti posisi industri pembuatan souvenir Medina Craft berada pada posisi pertumbuhan. Kondisi internal industri kreatif ini cukup kuat dengan lingkungan yang sedikit mengancam. Untuk mencari titik koordinat dalam sistem sumbu dapat dicari melalui cara sebagai berikut:

1. Koordinat analisis internal  
(Skor Total Kekuatan - Skor Total Kelemahan)  
= 18,62 - 8,96 = 9,66
2. Koordinat analisis eksternal  
(Skor Total Peluang - Skor Total Ancaman)  
= 11,96 - 5,41 = 6,55

Gambar 1. Diagram Matriks SWOT



Pada kuadran I (strategi SO) strategi umum yang dapat dilakukan oleh industri adalah menggunakan kekuatan untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada. Pada kuadran II (strategi WO) industri dapat membuat keunggulan pada kesempatan yang ada sebagai acuan untuk memfokuskan kegiatan dengan menghindari kelemahan. Pada kuadran III (strategi WT) industri harus meminimumkan segala kelemahan untuk menghadapi setiap ancaman. Terakhir, pada kuadran IV (strategi ST) industri harus menjadikan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan

menciptakan diversifikasi untuk menciptakan peluang.

Berdasarkan diagram matriks SWOT, Medina Craft berada di kuadran I. Sehingga yang perlu dilakukan Medina Craft adalah meningkatkan strategi.

### 3.4 Rumusan Strategi Pengembangan

Tahap berikutnya dalam analisa SWOT adalah menentukan strategi berdasarkan letak posisi kuadran. Industri kreatif produksi souvenir Medina Craft terletak pada kuadran I dengan luas matrik 63,273. Luas matrik tersebut lebih besar dari luas matrik ketiga kuadran lainnya sehingga prioritas strategi yang dipilih adalah strategi SO. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) adalah salah satu dari empat strategi utama dalam analisis SWOT, yang bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan internal (*Strengths*) organisasi untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal (*Opportunities*) yang ada. Dengan kata lain, strategi ini dirancang untuk menggunakan keunggulan internal perusahaan untuk meraih peluang yang tersedia di pasar.

Strategi SO merupakan strategi yang memfokuskan pada penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk, integrasi (ke depan, ke belakang, horisontal) dan diversifikasi (konsentris, horisontal, konglomerasi). Strategi SO berfokus pada pertumbuhan yang stabil dengan memaksimalkan kekuatan internal dan memanfaatkan peluang pasar yang tersedia untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan.

Merujuk pada konsep umum strategi SO di atas, maka dapat dirumuskan strategi pengembangan industri kreatif produksi souvenir Medina Craft, sebagai berikut :

- 1) Melakukan kerja sama dengan pihak-pihak lain dengan menerapkan teknologi terbaru
- 2) Melakukan promosi melalui sosial media sehingga dapat dijangkau oleh banyak konsumen baik lokal maupun internasional
- 3) Melakukan inovasi produk untuk meningkatkan kualitas produk dan menciptakan produk yang ramah lingkungan.

### KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan strategi perusahaan Medina Craft, yang bergerak di

bidang kerajinan tangan khususnya souvenir berbahan alami, menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan melalui wawancara, kuisioner, dan dokumentasi, ditemukan bahwa Medina Craft memiliki kekuatan seperti kualitas produk yang tinggi, kreativitas yang inovatif, dan komitmen terhadap bahan ramah lingkungan. Namun, perusahaan juga menghadapi kelemahan berupa keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia terampil, dan pemasaran yang kurang efektif.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa Medina Craft berada dalam posisi yang kuat secara internal dan memiliki peluang signifikan secara eksternal, tetapi perlu menghadapi beberapa ancaman dan mengatasi kelemahan yang ada. Hasil analisis ini menunjukkan posisi perusahaan di kuadran I matriks SWOT, yang mengindikasikan bahwa strategi pengembangan harus fokus pada pemanfaatan kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang.

Beberapa strategi pengembangan yang direkomendasikan antara lain :

1. Meningkatkan kapasitas produksi melalui investasi dalam teknologi dan pelatihan sumber daya manusia.
2. Memperluas jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan media digital.
3. Membangun kemitraan strategis dengan pihak lain untuk memperkuat posisi pasar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Collins COBUILD advanced dictionary., Boston: Heinle Cengage Learning, 2009.
- Nana, Syaodih. 2012. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rangkuti, Freddy. 2017. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2019. Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. Bandung: CV.ALFABETA
- Sugiyono. 2019. Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. Bandung: CV.ALFABETA

