



Strategi Pengembangan Bisnis Mebel Jepara Barokah Di Kabupaten Tolitoli

Febrianto^{1*}, Fitri², Mudassir³

^{1,2,3} Program Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Madako Tolitoli

Informasi Artikel

*Corresponding Penulis :
kulabonga@gmail.com



This is an open access article under the
CC BY license

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

ABSTRACT

This study aims to find out how the business development strategy is for Jepara Barokah furniture and what is the SWOT analysis of the business development strategy for Jepara Barokah furniture in tolitoli regency, Central Sulawesi Province. This study uses a descriptive method with a qualitative approach. From the research result it is know that the strategy of internal factors that can influence the development of the furniture business is not having a systematic financial reporting system in the from of bookingkeeping, the lack of utilization of internet technology in expading marketing areas. And the strategy of eksternal factors that become threats can affect the development of the furniture business, such as the number of competitors selling similar goods. The SWOT matrix clearly describes the external opportunities and threats faced by Jepara Barokah furniture, adjusted to the strengths and weaknesses it has.

Keywords: *Business development strategy, SWOT analysis, Jepara Barokah furniture business*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan bisnis pada mebel Jepara Barokah dan bagaimana analisis SWOT terhadap strategi pengembangan bisnis pada mebel Jepara Barokah di Kabupaten Tolitoli Provinsi Sulawesi Tengah. Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dari hasil penelitian diketahui bahwa bahwa strategi faktor internal yang dapat mempengaruhi pengembangan bisnis mebel yaitu, tidak memiliki sistem laporan keuangan secara sistematis dalam bentuk pembukuan, minimnya pemanfaatan teknologi internet dalam mempeluas daerah pemasaran. Dan strategi faktor eksternal yang menjadi ancaman dapat mempengaruhi pengembangan bisnis mebel seperti, banyaaknya pesaing yang menjual barang sejenis. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi mebel Jepara Barokah, dengan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

Kata Kunci : *Strategi Pengembangan Bisnis, Analisis SWOT, Bisnis Mebel Jepara Barokah*

PENDAHULUAN

Era globalisasi, dunia bisnis berkembang sangat pesat. Akibatnya Dalam era sekarang dimana persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif agar mampu bersaing dengan perusahaan lain dalam bisnis global. Setiap perusahaan harus memiliki strategi atau cara-cara jitu tertentu dalam menarik perhatian calon pembeli. Menurut Lubis dan Andayani (2017), perusahaan harus kreatif dan terus memperbaharui dan memperbaiki pelayanan kepada konsumen serta kualitas produknya sehingga mereka menjadi loyal dan menjadi konsumen tetap yang membeli produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Keunggulan produk juga menjadi salah satu aspek yang dinilai berperan untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Keunggulan produk dipandang dari sisi fungsional maupun dari sisi harga dalam bisnisnya untuk pemenuhan harapan pelanggan didukung oleh atribut-atribut fisik yang melekat pada produk. Dilihat dari segi kualitas produk, kualitas mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang

mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan dan ciri-ciri lainnya. Perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk saja, tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut (Manoy et al. 2021).

Semakin terbukanya peluang bisnis, maka akan semakin banyak juga persaingan didalamnya. Oleh karena itu dibutuhkan strategi bisnis yang tepat dalam pengembangan bisnis agar dapat berhasil dalam mencapai tujuan dan dapat menjadi lebih unggul dibandingkan pesaing lainnya. Analisis yang dianggap mampu untuk menilai suatu produk potensi keunggulan suatu bisnis adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2018), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT ini dilandaskan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), juga secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Strategi pengembangan bisnis yaitu perumusan strategi terdiri dari pengembangan misi bisnis, mengenali peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan objektif jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk dilaksanakan. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis Mebel Jepara Barokah di Kabupaten Tolitoli dengan melihat kondisi lingkungan internal yang dimiliki, dan melihat kondisi lingkungan eksternal yang terjadi.

Melalui analisis SWOT dapat membantu menganalisis strategi bisnis yang dijalankan pemilik bisnis Mebel Jepara Barokah di Kabupaten Tolitoli. Mebel Jepara Barokah di Kabupaten Tolitoli harus dapat menentukan kekuatan dalam bisnisnya karena salah satu kunci untuk melakukan aktivitas bisnis. Kelemahan merupakan hal yang harus diwaspadai pemilik bisnis agar tidak dapat terbaca oleh kompetitor. Disetiap kegiatan bisnis yang dilakukan terdapat kelemahan, dimana kelemahan tersebut dapat diminimalisir agar tidak menjadi hambatan kedepannya bagi Mebel Jepara Barokah di Kabupaten Tolitoli sehingga memiliki *opportunities* atau peluang. Jika peluang itu didapat maka mebel jepara barokah dapat memanfaatkan peluang untuk menarik konsumen lebih banyak lagi. Ancaman merupakan suatu halangan bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

Adapun Industri mebel ialah merupakan salah satu sektor industri yang terus berkembang di Indonesia. Dikarenakan mebel ialah perlengkapan rumah yang mencakup seluruh barang seperti kursi, meja, dan lemari. Hampir disetiap daerah di Indonesia memiliki seni ukir tersendiri. Karena kebutuhan akan produk-produk dari industri mebel terus meningkat karena sektor industri ini memberikan desain interior serta nilai artistik yang dapat memberikan kenyamanan sehingga dapat menunjang berbagai aktifitas. Oleh karena itu, Mebel Indonesia kini juga berperan penting sebagai sumber devisa bagi negara karena peminat produk tidak hanya didalam negeri tetapi juga diluar negeri. Dan keadaan ini membuat para produsen Mebel bersaing untuk menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen

Bisnis Mebel Jepara Barokah di Kabupaten Tolitoli adalah suatu bisnis yang sudah berdiri sejak Tahun 2008 hingga sekarang. Bisnis ini terletak di kelurahan Panasakam Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli yang dimiliki oleh Bapak H. Baharudin. bisnisnya yang bergerak dalam bidang mebel ini mengalami kemajuan yang tetap. Bisnis yang menghasilkan barang mempunyai tujuan yaitu menjual hasil produksi tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi suatu bisnis agar barang yang dihasilkan oleh industri Mebel Jepara Barokah di Kabupaten Tolitoli dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi mebel tersebut. Karena Mebel Jepara Barokah di Kabupaten Tolitoli ini termasuk bisnis yang bergerak dibidang penyediaan kebutuhan dan permintaan. Tujuannya yaitu mendapatkan keuntungan melalui aktivitas dari penjualan barang yang dihasilkan. Dan pengembangan bisnis dan laba yang dicapai dapat digunakan sebagai alat ukur keberhasilan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya.

Mebel Jepara Barokah di Kabupaten Tolitoli memiliki keunggulan yang bisa dikenal oleh masyarakat tolitoli pada umumnya. Dari data yang peneliti dapatkan bahwa mebel

tersebut beraktifitas sangat baik dalam segi pelayanan serta memiliki barang yang bagus dan berkualitas, produk yang tahan lama dan tidak mudah rapuh, membuat konsumen untuk kembali memesan lagi keperluan perabotan rumah tangga. Namun, bisnis mebel Jepara Barokah ini tidak membuat laporan keuangan dari awal memulai bisnis sampai sekarang, sehingga tidak mengetahui berapa besar keuntungan yang didapat selama menjalankan bisnis, untuk memperbaiki lingkungan internal dan eksternal dalam pengembangan suatu bisnis, keduanya harus berjalan dengan baik agar pengembangan bisnis yang dapat tercapai.

Fakta yang terjadi di lapangan tidak ada suatu pembukuan yang dikerjakan. Tidak pula menggunakan sistem pemasaran yang baik, dapat dilihat saat memasarkan hasil produksinya mebel jepara Barokah tidak menyebarkan brosur ataupun poster yang terpampang di tempat umum dan inovasi produk yang monoton. Berdasarkan uraian di atas dan melihat permasalahan, fakta, dan fenomena kondisi yang ada, peneliti tertarik untuk meneliti **“Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Mebel Jepara Barokah di Kabupaten Tolitoli”**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode penelitian deskriptif. Menurut sukmadinata (2020), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjabarkan fenomena yang ada, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena satu dengan fenomena lain. Metode deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran secara sistematis mengenai strategi pengembangan bisnis Mebel Jepara Barokah di Kabupaten Tolitoli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dari data yang didapat dengan wawancara, observasi dan dokumendasi yang berkenaan dengan strategi pengembangan bisnis pada bisnis mebel jepara barokah maka hasil tersebut perlu diadakan pembahasan terhadap hasil temuan dikaitkan dengan teori-teori dan menggunakan alat penelitian pada penelitian ini, untuk pembahasan ini disesuaikan sub yang menjadi pokok pembahasan, kegunaanya untuk mempermudah dalam menjawab pertanyaan yang menjadi landasan dalam penelitian ini, hasil temuannya sebagai berikut.

Tabel 4.2

Matriks SWOT Analisis Strategi Mebel Jepara Barokah

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayan yang baik 2. Memiliki barang yang di nilai bagus oleh pelanggan 3. Karyawan mampu dalam bidangnya 4. Kemampuan pembiayaan yang mencukupi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya Pemanfaatan teknologi Internet Dalam memasarkan barang 2. Hasil keuntungan dari produk belum ada peningkatan 3. Tidak memiliki sistem laporan keuangan secara sistematis dan dalam pembukuan
Faktor Eksternal		

Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan baik dengan konsumen 2. Kemajuan teknologi informasi 3. Menarik pelanggan dengan pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas 4. Mampu bersaing dengan mebel lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memulai untuk menambah produk baru dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, ilmu pengetahuan 2. Mempertahankan kualitas produk yang telah dikenal oleh masyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk dengan mengandalkan kualitas produk 2. Melakukan pembukuan agar dapat meningkatkan kinerja mebel
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemajuan teknologi informasi terbuka umum untuk para pesaing 2. Minat pelanggan beralih ke prabot dari bahan lain 3. Terdapat banyak pesaing dengan produk sejenis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan pelayanan yang baik untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan 2. meningkatkan kualitas produk agar konsumen tidak berpindah ke produk bahan lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. melakukan laporan keuangan yang baik untuk mengetahui faktor apa yang menghambat operasi mebel serta bisa melihat keuntungan dan kerugian mebel 2. memanfaatkan teknologi canggih untuk menyediakan produk baru pada mebel

Dari berbagai alternatif strategi yang ada, perusahaan dapat memilih mana yang sesuai untuk Mebel Jepara Jepara Barokah berdasarkan analisis faktor-faktor internal dan eksternal yang telah dilakukan sebelumnya. Mebel Jepara Barokah dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mendapatkan peluang yang ada dengan menggunakan strategi antara lain:

1. Memulai untuk menambah produk baru dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, ilmu pengetahuan.
2. Mempertahankan kualitas produk yang telah dikenal oleh masyarakat.
3. Memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk dengan mengandalkan kualitas produk.
4. Melakukan pembukuan agar dapat meningkatkan kinerja mebel.
5. Mempertahankan pelayanan yang baik untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
6. meningkatkan kualitas produk agar konsumen tidak berpindah ke produk bahan lain.
7. melakukan laporan keuangan yang baik untuk mengetahui faktor apa yang menghambat operasi mebel serta bisa melihat keuntungan dan kerugian mebel.

memanfaatkan teknologi canggih untuk menyediakan produk baru pada mebel agar dapat bersaing dengan sehat.

KESIMPULAN

Strategi pengembangan bisnis pada Mebel Jepara Barokah menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang memengaruhi arah pengembangan usahanya. Dari sisi internal, kendala utama terletak pada belum adanya sistem laporan

keuangan yang sistematis dalam bentuk pembukuan, serta masih minimnya pemanfaatan teknologi internet dalam memperluas wilayah pemasaran. Sementara itu, dari sisi eksternal, ancaman utama datang dari banyaknya pesaing yang menjual produk sejenis, yang dapat memengaruhi daya saing usaha. Berdasarkan analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan industri mebel ini meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT meliputi strategi *strength-opportunity* (SO), *weakness-opportunity* (WO), *strength-threat* (ST), dan *weakness-threat* (WT). Matriks tersebut secara jelas menggambarkan bagaimana Mebel Jepara Barokah menghadapi peluang dan ancaman eksternal dengan menyesuaikannya terhadap kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki

DAFTAR PUSTAKA

- David. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Saparudin. 2008. Strategi Pengembangan Bisnis Roti Tanjong Di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen. *Jurnal S Pertanian*, Vol. 1 No. 3, 223-233.
- Hardani et al. 2010. Analisis penentuan strategi dalam Lingkungan Bisnis Yang Kompetitif Studi Kasus pada PT. Pelindo IV (Persero). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4 No. 1, 33-48.
- Sarita, dan suprianto. 2022. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Determinan dan Prospeknya. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pengembangan*, Vol. 9 No. 1, 44-45.
- Lubis dan andayani. 2013. Model Implementasi Strategi Sebagai Determinan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 12 No. 1, 65-74.
- Hafisah. 2010. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Utara. *Jurnal Galung Tropika*, Vol. 4 No. 1, 60-67.
- Arikunto, Suharsimi. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Balai Pustaka
- Sukmadinata. 2020. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Fitri Amalia. (2012). *Pengelolaan dan Pengembangan Bisnis Furniture pada UD. Ethnic Furniture*
- Moleong. (2010). *Analisis Perencanaan Strategi Bisnis pada UKM Mebel Bambu di Kabupaten Purworejo*.
- Sri Riskiani. (2014). *Strategi Pengembangan Produk Olahan Rotan Industri Mebel Kaili Jaya di Palu*