

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA FURNITURE MENGGUNAKAN PENDEKATAN SWOT

Ismawati¹, Abdul Rahim^{2*}, Alief Hakim Abiansyah³

¹²³Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: abdulrahimcr6@gmail.com

Article Info	Abstrak
Article History	
Submitted: 02 Mei 2023	
Accepted: 10 Juni 2023	
Published: 30 Juni 2023	
Keywords	
Development Strategy; Furniture Busines; SWOT Analysis.	<p><i>This aims study to the strategy in developing the furniture business at UD. Abbas Jaya, Sumbawa Regency. This research is a field research that uses descriptive research methods. The type of data used is qualitative data in the form of research informants' answers regarding the object of research collected directly from research informants through interviews. The research informants in this study amounted to 10 people consisting of business owners, managers, employees and consumers of UD. Abbas Jaya Furniture, Sumbawa Regency. Data analysis in this study used the SWOT analysis technique to determine the weaknesses and strengths in the internal environment, and threats and opportunities in the external business environment of UD. Abbas Jaya furniture, Sumbawa Regency. The results of the research show that the furniture business of UD. Abbas Jaya, Sumbawa Regency has enormous potential to be developed. Through the SWOT analysis, several alternative strategies were obtained in an effort to develop the furniture business of UD. Abbas Jaya, Sumbawa Regency, namely improving product quality, providing optimal service, increasing promotions by giving discounts, preparing raw material stocks for production to avoid scarcity, and building relationships with raw material suppliers. By implementing these strategies, it is expected to increase consumer satisfaction so that it will create loyalty among consumers. Thus, the company will have immunity from competitors and win the competition.</i></p>

PENDAHULUAN

Sektor industri bisa dikatakan mempunyai peranan sebagai sektor pemimpin (*leading sector*). *Leading sector* adalah sektor potensial yang dapat berperan sebagai penggerak bagi sektor-sektor lainnya, dengan adanya pembangunan pada sektor industri ini akan memacu dan mengembangkan sektor-sektor lain. Sektor industri bisa menjadi penyokong perekonomian Negara dan memiliki potensi yang sangat besar untuk bisa lebih berkembang dengan memanfaat kemajuan teknologi saat ini. Industri pengolahan merupakan sektor yang memberikan kontribusi signifikan kepada perekonomian nasional karena mampu menyediakan kesempatan kerja bagi masyarakat, mengurangi angka pengangguran, mengurangi angka kemiskinan, penyerapan semangat untuk berwirausaha, dan pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) (Hafie & Yunani, 2021).

Dalam era sekarang ini dimana persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) 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 memperbarui dan memperbaiki pelayanan kepada konsumen serta kualitas produknya sehingga mereka menjadi loyal dan menjadi konsumen tetap yang membeli produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Zaman era globalisasi dan perkembangan dunia telah menyebabkan semakin ketatnya persaingan bagi dunia usaha dalam upaya untuk menembus pasaran yang semakin luas. Untuk meraih posisi yang lebih baik, maka setiap perusahaan harus memperhatikan kecenderungan dari konsumennya. Perusahaan yang dapat memahami

perilaku pasar dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan memberikan keuntungan dalam waktu yang panjang bagi perusahaan berupa terciptanya citra yang baik dibenak konsumen sehingga akan dapat memenuhi persaingan. Konsumen akan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan, artinya mereka akan melakukan pembelian yang berulang ataukah menyampaikan kepada calon konsumen lain sehingga akan meningkatkan angka penjualan (Nasruddin, 2021).

Bagi perusahaan yang berorientasi pada pasar dan konsumen, pemasaran memegang peranan yang sangat penting, karena pemasaran menurut Kotler (dalam Pati et al, 2022) merupakan proses mengidentifikasi, menciptakan, mengkomunikasikan, memberikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Pemasaran berusaha mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen pada pasar sasarannya serta bagaimana memuaskan mereka melalui proses pertukaran dengan tetap mempertahankan tujuan dan kepentingan perusahaan.

Pada umumnya perusahaan didirikan sebagai organisasi yang *profit oriented*, yaitu memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya, maka keputusan pembelian merupakan hal yang sangat penting untuk menjaga eksistensi dan kelangsungan hidup perusahaan. Keputusan pembelian merupakan hal yang akan dilakukan konsumen ketika konsumen mengetahui suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Tjiptono (2019) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Jadi, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang saat dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dengan proses integrasi yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Untuk selalu meningkatkan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan serta faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan konsumen. Perusahaan harus memiliki strategi tertentu yang membedakannya dengan perusahaan lain sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Menarik dan bermanfaat atau tidaknya suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin menarik dan semakin banyak manfaat produk yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi keinginan konsumen untuk membeli. Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

Keungulan produk juga menjadi salah satu aspek yang dinilai berperan untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Keunggulan produk dipandang darisisi fungsional maupun dari sisi harga dalam usahanya 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, kemudahan dalam pengemasan, dan reparasi produk 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 usaha agar dapat berhasil dalam mencapai tujuan dan dapat menjadi lebih unggul dibanding pesaing lainnya. Analisis yang dianggap mampu untuk menilai suatu produk potensi keunggulan suatu usaha 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*).

Melalui analisis SWOT dapat membantu menganalisis strategi usaha yang dijalankan oleh pemilik usaha. Para pelaku usaha harus dapat menentukan strength atau kekuatan dalam usahanya karena merupakan salah satu kunci untuk melakukan aktivitas usaha. Kelemahan merupakan hal yang harus diwaspadai pemilik usaha agar tidak dapat terbaca oleh kompetitor. Di setiap kegiatan usaha yang dilakukan terdapat kelemahan, dimana kelemahan tersebut dapat diminimalisir agar tidak menjadi hambatan kedepannya bagi para pemilik usaha dan setiap usahanya akan memiliki opportunities atau peluang. Jika peluang itu didapat maka para pemilik usaha dapat memanfaatkan peluang untuk menarik konsumen lebih banyak lagi. Ancaman merupakan suatu halangan bagi para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya (Mardiyana, 2022).

Fenomena perkembangan industri di Kabupaten Sumbawa semakin menunjukkan geliat positif, salah satunya adalah industri pengolahan kayu. Kayu merupakan salah satu hasil hutan yang jika dikelola melalui proses yang baik akan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Kayu yang sudah diproduksi mempunyai kegunaan atau manfaat yang sangat banyak, antara lain berguna sebagai bahan bangunan untuk pembuatan rumah, perabotan, mebel, *furniture*, bahan kertas dan lain-lain.

Kabupaten Sumbawa adalah salah satu daerah yang memiliki potensi yang cukup besar dalam mengembangkan industri pengolahan kayu. Hal itu dikarenakan kekayaan alam dari sektor kehutanan yang melimpah, selain itu juga disebabkan karena tingginya permintaan masyarakat terhadap produk hasil olahan kayu. Berbagai perusahaan yang menawarkan hasil olahan kayu berkembang dengan marak di kota ini, disatu sisi memberikan banyak manfaat, diantaranya adalah memberikan kontribusi terhadap tenaga kerja sehingga membantu penyediaan lapangan pekerjaan untuk masyarakat dan tentunya mengurangi tingkat pengangguran. Khususnya bagi masyarakat yang tidak memiliki pendidikan formal ataupun masyarakat yang berhenti sekolah, dengan adanya industri *furniture* ini masyarakat memiliki pekerjaan. Namun disisi lainnya, perkembangan industri pengolahan kayu ini menimbulkan persaingan yang cukup ketat.

Salah satu perusahaan yang menjalankan usaha dibidang pengolahan kayu di Kabupaten Sumbawa adalah UD. Abbas Jaya yang terletak di Kecamatan Lenangguar. UD. Abbas Jaya menjalankan usaha dengan memanfaatkan kayu sebagai bahan untuk membuat produk berbagai *furniture* yang berkaitan dengan perlengkapan rumah yang mencangkup semua barang, seperti kursi, meja, lemari, buffet dan lain sebagainya. Seiring meningkatnya persaingan bisnis dalam merebut pasar konsumen *furniture*, UD. Abbas Jaya membutuhkan analisis strategi dan keputusan strategi yang tepat dalam pengembangan bisnis agar dapat unggul dibanding pesaing. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, maka kondisi internal dan eksternal yang ada pada UD. Abbas Jaya harus terus menerus diperhatikan. Analisis SWOT dianggap tepat dikarenakan melalui analisis SWOT dapat diketahui berbagai hal yang dapat dipertimbangkan dalam memperkuat posisi di pasar dan memajukan perkembangan usaha dibidang *furniture*.

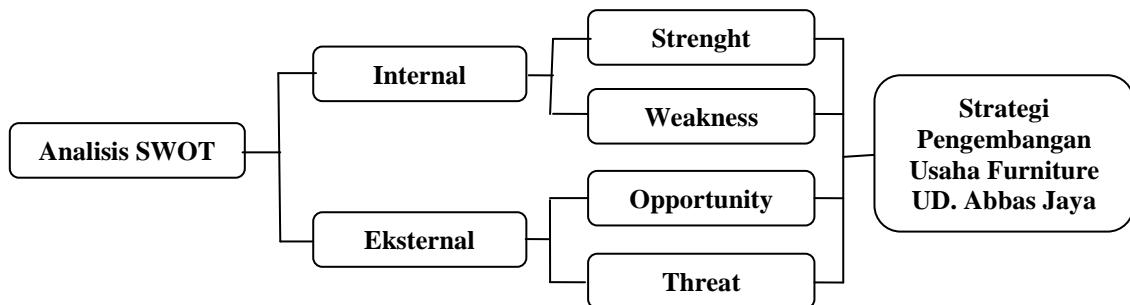
Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan pengkajian lebih mendalam terhadap kondisi internal dan eksternal yang ada pada UD. Abbas Jaya sehingga dapat dirumuskan strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya sehingga dapat memenangkan persaingan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap produk *furniture*. Penggunaan analisis SWOT yang efektif dalam menyusun strategi dengan mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif

berdasarkan faktor-faktor eksternal dan internal yang diidentifikasi sebelumnya memegang peranan penting dalam menentukan strategi kompetitif untuk menjaga kelangsungan hidup dan kontinuitas perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode penelitian deskriptif. Menurut Sukmadinata (2020), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan fenomena yang ada, baik fenomena alami maupun fenomena buatan manusia bisa mencakup aktivitas, 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 usaha furniture pada UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa. Adapun kerangka dan alur pikir penelitian ini disajikan pada gambar berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Pengertian data kualitatif menurut Sugiyono (2019) adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data yang aktual, kemudian disusun, diklasifikasi, dan dianalisis sehingga memungkinkan dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai permasalahan yang ada.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Menurut Hardani *et al.* (2010), data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Dalam hal ini, peneliti memperoleh data atau informasi secara langsung melalui wawancara dengan beberapa narasumber mengenai objek penelitian.

Informan Penelitian

Menurut Moleong (2018), informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian tersebut. Dalam penelitian ini menentukan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik mengambil sampel dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, yang benar-benar menguasai suatu objek yang peneliti teliti (Arikunto, 2019). Sesuai dengan tujuan penelitian tentang strategi pengembangan usaha furniture pada UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa, maka informan pada penelitian ini terdiri atas:

1. Pemilik UD. Abbas Jaya Furniture
2. Manajer UD. Abbas Jaya Furniture
3. Karyawan UD Abbas Jaya Furniture
4. Konsumen UD. Abbas Jaya Furniture.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara. Menurut Berger (dalam Kriyantono, 2020), wawancara merupakan percakapan antara periset (seseorang yang ingin mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang dinilai mempunyai informasi penting terhadap satu objek). Jenis wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara terstruktur, dimana peneliti telah membuat pedoman wawancara yang diberikan kepada informan untuk menjawab permasalahan penelitian. Pertanyaan disusun berdasarkan indikator kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) pada usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT. Melalui analisis SWOT ditentukan alternatif strategi yang paling tepat untuk diterapkan dalam mengembangkan suatu usaha. Teknik analisis SWOT digunakan untuk mengetahui ancaman (*threats*) dan peluang (*opportunities*) yang berasal dari lingkungan eksternal, serta kelemahan (*weakness*) dan kekuatan (*strength*) yang terdapat pada lingkungan internal usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa. Proses penyusunan perancanaan strategi analisis SWOT dapat dilakukan melalui tahapan-tahapan analisis, yaitu pengumpulan data (identifikasi faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman). Setelah komponen-komponen analisis SWOT ditemukan, media yang dapat digunakan untuk menentukan strategi pengembangan usaha adalah dengan menggunakan matrik SWOT. Matrik SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (kekuatan peluang), strategi WO (kelemahan peluang), strategi ST (kekuatan ancaman), dan strategi WT (kelemahan ancaman) (Sarita dan Suprianto, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan beberapa alternatif strategi yang bisa diterapkan dalam mengembangkan suatu usaha. Berdasarkan data yang telah penulis kumpulkan melalui pengamatan langsung di lapangan, penyebaran wawancara serta pengkajian terhadap dokumen dan literatur yang ada, diperoleh informasi tentang faktor internal dan eksternal pada usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa, maka dapat dirumuskan strategi untuk meningkatkan daya saing pada usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Matriks SWOT Pengembangan Usaha Furniture UD. Abbas Jaya

Faktor Internal	Kekuatan - S	Kelemahan - W
Faktor Eksternal	<p>Kekuatan - S</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan desain yang baik 2. Memiliki karyawan yang kompeten. 	<p>Kelemahan - W</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan cukup tinggi.
Peluang - O	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Transaksi dapat dilakukan secara online melalui media digital 2. Produk yang ditawarkan beragam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan layanan yang baik kepada konsumen dengan mempertahankan kualitas dan desain produk yang baik. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi dengan pemberian diskon untuk menarik minat calon kepada

3. Memiliki pelayanan yang baik terhadap konsumen 4. Inovasi produk yang baik 5. Memberikan diskon kepada konsumen yang loyal.		konsumen dan mempertahankan konsumen yang loyal.
Ancaman - T 1. Banyak usaha sejenis sehingga menimbulkan persaingan 2. Kelangkaan bahan baku produk <i>furniture</i> .	Strategi S-T 1. Selalu mengedapankan kualitas dalam menghasilkan produk 2. Menyiapkan stok bahan baku untuk produksi untuk menghindari kelangkaan bahan baku.	Strategi W-T 1. Membangun relasi dengan supplier bahan baku agar tidak mempengaruhi kualitas dan kebijakan harga produk yang sudah ada.

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Tabel 1. Matriks SWOT menunjukkan faktor-faktor strategis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa. Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dirumuskan empat macam strategi untuk meningkatkan daya saing pada usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa, yaitu strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman) dan strategi WT (kelemahan-ancaman).

Pembahasan

Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh pemilik usaha untuk meningkatkan daya saing pada usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa. Matriks SWOT menghasilkan empat alternatif strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT.

1. Strategi SO

Strategi SO dilaksanakan dengan memanfaatkan kekuatan (*strength*) yang dimiliki untuk dapat mengoptimalkan semua peluang (*opportunities*) yang ada. Alternatif strategi yang dihasilkan, yaitu:

- Tetap mempertahankan kualitas dan desain produk yang baik. Kualitas dan desain produk yang baik merupakan aspek yang penting dan sangat menentukan keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu, UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa dituntut agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan memiliki desain yang menarik sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian furniture di UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa.
- Selalu memberikan layanan yang baik kepada konsumen. Pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk dari konsumen tertentu. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Konsumen yang puas akan semakin loyal sehingga tidak akan beralih menggunakan produk dan produsen yang lain untuk memenuhi kebutuhannya di masa yang akan datang.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Michael Purba dan Mira Veranita (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayan dan kualitas produk terhadap keputusan

pembelian scarves and pashmina Alisha pada Fancy Shop. CV. Fancy Shop harus selalu meningkatkan dan tetap menjaga keunggulan produk disaat mulai bermunculan pesaing baru sejenis sehingga dapat menyakinkan dan memberikan bukti bahwa produk yang ditawarkan sesuai yang diharapkan oleh konsumen. Keunggulan suatu produk dapat dilihat dari kualitas yang melekat pada produk tersebut. Selain itu, produk harus disampaikan kepada konsumen dengan cara yang baik, karena konsumen tidak hanya membeli fisik dari suatu produk saja, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana produk tersebut dapat disampaikan dengan baik.

2. Strategi WO

Strategi WO dilakukan dengan meminimalisir kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki untuk dapat mengoptimalkan semua peluang (*opportunities*) yang ada. Alternatif strategi yang dihasilkan, yaitu meningkatkan promosi dengan pemberian diskon untuk menarik minat calon kepada konsumen dan mempertahankan konsumen yang loyal.

Tidak dapat dipungkiri bahwa harga merupakan salah satu aspek yang akan dipertimbangkan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian. Konsumen akan membandingkan harga suatu produk dengan harga produk sejenis yang ditawarkan oleh produsen yang lain. Melalui program diskon akan memberikan persepsi kepada konsumen bahwa harga yang dibayar lebih murah dibanding yang seharusnya sehingga diharapkan dapat menarik minat konsumen agar melakukan pembelian.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kumala dan Fageh (2022) yang menyatakan bahwa diskon memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel yang bersifat memediasi. Diskon adalah salah satu cara menarik minat, respons cepat dan antusias konsumen dalam melakukan pembelian atas suatu produk sehingga harapannya dapat memberikan dampak positif bagi keuntungan perusahaan.

3. Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threats*). Alternatif strategi yang dihasilkan, yaitu:

a. Selalu mengedapankan kualitas dalam menghasilkan produk. Dalam era persaingan usaha yang semakin ketat, menjaga kepuasan konsumen merupakan aspek yang sangat penting untuk menjaga eksistensi dan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang dapat memuaskan konsumennya akan menciptakan loyalitas dikalangan konsumen sehingga memiliki kekebalan dari pesaing. Untuk memberikan kepuasan bagi konsumen, perusahaan harus dapat menghadirkan produk dengan kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aghitsni dan Busyra (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu hal penting yang di telaah oleh calon pembeli saat akan membeli sesuatu. Maka dari hal tersebut, perusahaan harus mempersiapkan kualitas produk yang bernilai mutu tinggi agar produk tersebut menjadi produk yang popular dibandingkan dengan kualitas produk pesaing.

b. Menyiapkan stok bahan baku untuk produksi untuk menghindari kelangkaan bahan baku. Mengingat bahan baku yang semakin menipis sehingga UD Abbas Jaya harus mampu menyetok bahan baku lebih banyak lagi. Banyaknya permintaan konsumen terhadap produk *furniture* pada UD. Abbas Jaya, dengan ketersedian bahan baku yang cukup, maka UD. Abbas Jaya akan lebih cepat dalam memproduksi pesanan konsumen sehingga volume penjualan diharapkan dapat meningkat.

Hal ini mendukung temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Vatma Wati et al. (2022) yang menyatakan bahwa persediaan bahan baku mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap proses produksi dan peningkatan volume penjualan. Lancar atau tidaknya proses produksi suatu perusahaan ditentukan oleh persediaan bahan baku yang optimal. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mampu mengendalikan persediaan bahan baku yang optimal untuk kelancaran proses produksi sehingga tujuan perusahaan berupa peningkatan volume penjualan dapat tercapai.

4. Strategi WT

Strategi WT dilakukan dengan meminimalisir kelemahan (*weaknesses*) serta menghindari ancaman (*threats*). Alternatif strategi yang dihasilkan, yaitu membangun relasi dengan supplier bahan baku agar tidak mempengaruhi kualitas dan kebijakan harga produk yang sudah ada.

Persediaan bahan baku bagi perusahaan merupakan salah kunci terpenting dalam operasional perusahaan dan semua organisasi tentunya memiliki sistem perencanaan dan persediaan. Dengan tersedianya persediaan bahan baku maka diharapkan pada perusahaan industri dapat melakukan proses produksi sesuai kebutuhan atau permintaan konsumen. Selain itu, dengan adanya persediaan bahan baku yang cukup juga diharapkan kegiatan produksi/ pelayanan konsumen perusahaan dapat terhindar dari terjadinya kekurangan bahan baku. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat membangun relasi dengan supplier bahan baku agar dapat menjamin ketersediaan bahan baku di perusahaan sehingga proses produksi dapat berjalan dengan lancar.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riza Ramadhanty dan Yuli Evitha (2021) yang menunjukkan adanya pengaruh dan berpengaruh secara signifikan dan positif antara pengendalian persediaan bahan baku terhadap proses produksi. Untuk menjamin kelancaran dan kesinambungan proses produksi serta mencapai tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka perlu diadakan suatu tindakan yang terarah dalam mengendalikan persediaan khususnya persediaan bahan baku. Perusahaan yang tidak dapat memenuhi permintaan konsumen akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan sehingga perlu dilakukan perbaikan. Perusahaan harus memperhatikan persediaan bahan baku dalam kelancaran proses produksinya sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen, salah satunya dengan menjalin kemitraan dengan supplier bahan baku.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa menggunakan pendekatan SWOT, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Melalui analisis SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan dalam upaya pengembangan usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa, yaitu meningkatkan kualitas produk, memberikan layanan yang optimal, meningkatkan promosi dengan pemberian diskon, menyiapkan stok bahan baku untuk produksi untuk menghindari kelangkaan, dan membangun relasi dengan supplier bahan baku. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga akan menciptakan loyalitas dikalangan konsumen. Dengan demikian, perusahaan akan memiliki kekebalan dari pesaing dan memenangkan persaingan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menemukan beberapa saran sebagai berikut.

1. Pemilik usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa hendaknya bisa memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi hasil produksi. Dengan modal awal untuk pemilihan mesin yang benar-benar berkualitas dan baru, penyediaan gudang untuk penyimpanan barang yang memadai. Faktor yang paling dominan adalah tenaga kerja, pemilik usaha harus bisa memilih tenaga kerja yang memiliki kecepatan dan kreativitas dalam bekerja. Selain itu, pemilik usaha harus bisa mengatur dan memanfaatkan bahan baku yang berkualitas dalam produksi.
2. Disarankan kepada pemilik perusahaan agar mampu mempertahankan eksistensi atau bahkan meningkatkan penjualan dan minat konsumen untuk membeli hasil produksi dari usaha furniture UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa dengan memperhatikan harga dan produknya serta menerapkan teknologi yang semakin canggih dalam mendukung pemasaran yang bisa dilakukan secara online dalam upaya meningkatkan permintaan terhadap furniture yang dihasilkan UD. Abbas Jaya Kabupaten Sumbawa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W.I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 6(3): 38-51.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hafie, A., & Yunani, A. (2021). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku terhadap Hasil Produksi Industri Pengolahan Kayu di Kelurahan Alalak Selatan dan Kelurahan Alalak Tengah Kecamatan Banjarmasin Utara. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, Vol. 4(2): 344-355.
- Hardani, H., Andriani, H., Fardani, R.A., Ustiawaty, J., Utami, E.F., Sukmana, D.J., Istiqomah, R.R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis dan Disertai*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kumala, F.O.N., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, Vol. 6(1): 1-11.
- Lubis, A.S., & Andayani, N.R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, Vol. 1(2): 232-243.
- Manoy, T.I., Mananeke, L., & Jorie, R.J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA*, Vol. 9(4): 314-323.
- Mardiyana. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis SWOT Pada Home Industri Wen-Dang Jahe di Kabupaten Kukar. *eJournal Administrasi Bisnis*, Vol. 10(1): 1-11.

- Moleong, L.J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasruddin. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota di PT. Hadji Kalla Cabang Palopo. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, Vol. 3(2): 19-27.
- Pati, A.W., Sari, I.P., Oktaria, H., & Amalia, K.N. (2022). Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru Pada Masa Pandemi Covid-19 di STEBIS IGM Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, Vol. 2(1): 89-102.
- Purba, M., & Veranita, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Scarves and Pashmina Alisha Fancy Shop). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Ilmu Sosial: Co-Management*, Vol. 4(1): 632-640.
- Ramadhan, R., & Evitha, Y. (2021). Pengaruh Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kain Terhadap Proses Produksi Pada PT. Ratna Dewi Tunggal Abadi. *Jurnal Manajemen Logistik*, Vol. 1(1): 29-37.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sarita, M., & Suprianto. (2022). Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Lapak Taman Genang Genis Sumbawa Besar. *Samalewa: Jurnal Riset dan Kajian Manajemen*, Vol. 2(1): 50-58.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N.S. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wati, V., Sulaiman, & Gasim. (2022). Pengaruh Persediaan Bahan Baku Terhadap Proses Produksi Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Royal Bakery Alif TDM Kupang). *Jurnal Akuntansi (JA)*, Vol. 9(1): 1-7.