

## ANALISIS BERSAING (SWOT) USAHA HUMAII GALERY

Herlan Junaidi <sup>1\*</sup>, Ellen Sumiarni <sup>2</sup>, Ulil Amri<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tridinanti, Palembang, Sumatera Selatan <sup>1,2,3</sup>

Email coresponden : <sup>1</sup> [herlanjunaidi19@gmail.com](mailto:herlanjunaidi19@gmail.com)

### ARTICLE INFO

#### Article History

Submission : 23-05-2023

Received : 24-05-2023

Revised : 05-06-2023

Accepted : 09-06-2023

Publish : 10-06-2023

#### Keywords :

SWOT analysis, matriks

IFAS, matriks EFAS

### ABSTRACT

*Humaii Gallery is a clothing rental business for various events. This research was conducted because in Palembang there are many who open businesses similar to Humaii gallery. Therefore, appropriate strategies are needed to increase its competitiveness. This research is descriptive qualitative using SWOT analysis. Data collection techniques are interviews, observation, and documentation, analysis data using data analysis and models developed by Miles and Huberman. Based on the results of the analysis using the IFAS-EFAS matrix, TOWS matrix and Cartesian SWOT diagram. The strategy obtained is a strategy that utilizes the strength factor to overcome the threat factor. The implementation is to improve product quality, so that it has different advantages from similar clothing rental businesses.*

### ABSTRAK

Humaii Galery adalah usaha penyewaan pakaian untuk berbagai acara. Penelitian ini dilakukan karena di Palembang banyak yang membuka usaha sejenis Humaii gallery. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi-strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saingnya. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Teknik pengumpulan data adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi, Analisis data yang menggunakan analisis data dan model yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Berdasarkan hasil analisis yang menggunakan matriks IFAS-EFAS, matriks TOWS dan Diagram Kartesius SWOT. strategi yang di dapat yakni strategi yang yang memanfaatkan faktor kekuatan (Strength) untuk mengatasi faktor ancaman (Threat). Implementasinya adalah meningkatkan kualitas produk, sehingga mempunyai keunggulan yang berbeda dari usaha pnyewaan pakaian yang sejenis.

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting pada perekonomian Indonesia. Ciri khas UMKM adalah tidak diperlukan keahlian, pendidikan yang tinggi, dan modal yang besar (Suprani, 2018). Sumbangan sektor UMKM terhadap nilai ekspor cukup besar. Demikian juga dengan penyerapan tenaga kerja. Demikian juga

dengan jumlah total jenis usaha di Indonesia. Jumlah UMKM di Indonesia tahun 2021 sebesar 65,4 juta. Kontribusi terhadap PDB sebesar 61 persen. Sedangkan penyerapan tenaga kerjanya sebesar 97persen (<https://m.kominfo.go.id/content/detail/>) Jumlah UMKM di Kota Palembang diprediksi mencapai 160 ribu lebih, namun baru tercatat 1.103 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Humaii Galery merupakan salah satu UMKM di Palembang. Usaha Humaii Galery adalah menyewakan pakaian untuk wisuda, pengantin, karnaval, dan acara sejenisnya. Usaha ini telah dirintis sejak Tahun 2021. Pelanggan Humaii galery terus bertambah, apalagi saat menjelang wisuda. Namun, dalam menjalankan usahanya, Humaii Galery harus menghadapi banyak persaingan.

Tingginya persaingan membuat Humaii Galery harus mampu menghadapi tantangan, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan agar usaha Humaii Galery tetap eksis di pasar.

Untuk itu, Humaii Galery harus bisa menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Perubahan lingkungan ini akan menjadi dasar bagi Humaii Galery untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, sehingga usaha yang dijalankan akan memiliki daya saing.

Sejak usaha dimulai, Humaii Galery belum menganalisis keadaan lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Hal ini menyebabkan Humaii Galery belum menemukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Padahal evaluasi ini sangat diperlukan setiap usaha. Evaluasi bisa dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT.

Penelitian SWOT sebuah usaha telah banyak dilakukan. Anggraeni (2017) meneliti mengenai Analisis SWOT Pada UMKM Keripik Tempe AMEL Malang. Analisis menggunakan matriks IFAS-EFAS, matriks TOWS dan Diagram Kartesius SWOT. Strategi yang didapat adalah strategi di kuadran IV yaitu strategi ST yang merupakan strategi yang memanfaatkan faktor kekuatan (Strength) untuk mengatasi faktor ancaman (Threat). Implementasinya adalah meningkatkan kualitas produk sehingga mempunyai keunggulan yang berbeda dari keripik tempe lain.

Penelitian Bobihu (2018) tentang Strategi Pengembangan Usaha Stik Jagung Pada UMKM Lestari Di Desa Barakati menggunakan analisis SWOT. Faktor eksternal usaha ini adalah peluang UMKM Lestari berupa konsumsi makanan jadi, meningkatnya jumlah penduduk, pertumbuhan ekonomi daerah, Perkembangan teknologi dan Ekspansi usaha. Ancaman UMKM Lestari adalah Produk sejenis, peningkatan harga bahan baku utama, tarif transportasi yang semakin mahal, adanya saingan , perubahan selera konsumen dan regulasi pajak. Strategi pengembangan usaha Stik Jagung di UMKM Lestari berdasarkan diagram SWOT pada posisi kuadran III, maka strategi yang terpilih adalah kombinasi strategi S-T yaitu: 1). Diversifikasi produk , 2). Membuat surat kemitraan dengan petani jagung.

## METODE

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2023 di UMKM Stik Jagung Lestari di Humaii Galery Palembang.

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini adalah penelitian studi kasus. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan Pemilik Humaii Galery berjumlah 1 orang, pegawai Humaii Galery berjumlah 3 orang, dan pelanggan Humaii Galery yang diambil secara acak hanya 6 orang. Jadi total sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 9 orang. Data sekunder di peroleh berbagai literatur.

### Teknik Analisis Data

Pengolahan data penelitian ini berupa kuantitatif. Perumusan strategi pengembangan usaha akan digunakan matriks EFE dan IFE, matriks SWOT untuk mendapatkan beberapa alternatif strategi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Identifikasi dan Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Cinderamata khas Palembang

#### a. Analisis Lingkungan Eksternal Humaii Galery

**Tabel 1.**  
**Rumusan kekuatan dan kelemahan Humaii Galery**

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tenaga Kerja mudah didapatkan</li> <li>- Ijin usaha mudah diperoleh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tenaga Kerja belum Profesional</li> <li>- Kemampuan (skill) tenaga kerja masih kurang</li> </ul>
Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk berkualitas</li> <li>- Produk yang ditawarkan unik</li> <li>- Promosi dagang sering dilakukan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemasaran produk masih terbatas</li> <li>- Pelanggan masih terbatas</li> </ul>
Keuangan/akuntansi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modal usaha relatif kecil</li> <li>- Modal dari tabungan sendiri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minimnya modal yang dimiliki</li> <li>- Belum terbentuknya jejaring bisnis dengan lembaga keuangan</li> </ul>
Operasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk mudah didapatkan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jumlah produk masih terbatas</li> <li>- Minimnya sarana dan</li> </ul>

		prasarana operasional usaha
Penelitian dan Pengembangan	- Peralatan yang digunakan sudah memadai	- Disain produk belum bervariasi - Belum terbentuknya mitra inkubator bisnis
Sistem Informasi Manajemen	- Sudah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi	- Pengembangan bisnis digital masih kurang

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

**b. Analisis Lingkungan Eksternal Humaii Galery**

**Tabel 2**  
**Rumusan peluang dan ancaman Humaii Galery**

Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
Lingkungan Makro	- Teknologi Informasi (internet) membantu pemasaran - Pelanggan yang terus bertambah - Usaha mulai di kenal di Kota Palembang - Rencana meminjam dana usaha ke bank	-Pesaing usaha sejenis semakin banyak -Kondisi perekonomian yang menurun saat ini
Lingkungan Mikro	- Dukungan dari keluarga - Permintaan meningkat pada event-event tertentu - Rencana meluaskan pasaran produk memotivasi pengusaha untuk mengembangkan usaha	-Banyaknya usaha sejenis mempengaruhi harga dan pendapatan -Masih banyak masyarakat yang menjahit sendiri pakaian untuk acara tertentu -Sulit dikembangkan karena memerlukan kreativitas.
Lingkungan Industri	-	-Banyaknya produk substitusi

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

**c . Matrik IFE (Internal Factor Evaluation)**

Analisis matrik IFE merupakan hasil dari identifikasi faktor internal berupa kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness) yang berpengaruh terhadap Humaii Galery. Penentuan nilai dan bobot dengan menggunakan metode *paired comparison*. Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 3**  
**Hasil analisis matrik IFE Humaii Galery**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating/ Ranking</b>	<b>Skor</b>
<b>Kekuatan</b>			
A= Tenaga kerja mudah didapatkan	0,055	2,333	0,128
B= Ijin usaha mudah diperoleh	0,061	1,556	0,094
C= Produk berkualitas	0,067	1,556	0,104
D= Produk yang ditawarkan unik	0,056	3,333	0,187
E= IPromosi dagang sering dilakukan	0,085	2,556	0,217
F= Sudah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi	0,054	3,778	0,204
<b>Kelemahan</b>			
G= Pelanggan masih terbatas (mahasiswa dan pelajar)	0,071	1,222	0,086
H= Minimnya modal yang dimiliki	0,071	2,667	0,189
I= Jumlah produk masih terbatas	0,06	1,333	0,08
J= Minimnya sarana dan prasarana operasional usaha	0,082	2,333	0,191
K= Disain produk belum bervariasi	0,058	1,222	0,071
L= Modal usaha relatif kecil	0,066	2,556	0,169
M= Disain produk belum bervariasi	0,085	1,667	0,141
N= Belum terbentuk mitra inkubator bisnis	0,083	1,889	0,157
M= Pengembangan bisnis digital masih kurang	0,048	3,111	0,149
	<b>1,00</b>		<b>2,167</b>

Hasil perhitungan dengan menggunakan matrik IFE diperoleh total skor yang sebesar 2,167 (Tabel 3). Skor bobot total yang berada di bawah 2,5, mengindikasikan bahwa lemahnya posisi internal usaha Humaii Galery dalam mengatasi kelemahan yang ada. Hasil dari tabel 3 dapat dilihat kekuatan utama usaha Humaii Galery adalah promosi dagang sering dilakukan (skor 0,217) karena usaha Humaii Galery sudah memanfaatkan media sosial untuk promosi. Kelemahan usaha Humaii Galery adalah pelanggan masih terbatas (skor 0,071). Hal ini membuat usaha Humaii Galery mengalami kesulitan untuk mengembangkan usahanya.

**d.. Matrik EFE (External Factor Evaluation)**

Analisis matrik EFE merupakan hasil dari identifikasi faktor internal berupa kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness) yang berpengaruh terhadap Humaii Galery. Penentuan nilai dan bobot dengan menggunakan metode *paired comparison*. Penentuan rating diperoleh dari dua 9 (sembilan) responden usaha Humaii Galery, sedangkan total skor dengan mengalikan bobot dan rating. Hasil analisis matrik EFE dapat dilihat pada tabel 4

**Tabel. 4**  
**Hasil analisis matrik EFE Humaii Galery**

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating/ Ranking</b>	<b>Skor</b>
<b>Peluang</b>			
A= Teknologi Informasi membantu pemasaran	0,09	2,444	0,219
B= Pelanggan yang terus bertambah	0,073	3,777	0,276
C= Usaha mulai di kenal di Kota Palembang	0,106	2,222	0,236
D= Dukungan dari keluarga	0,068	3,222	0,219
E= Rencana meminjam dana usaha ke bank	0,083	1,333	0,111
F= Permintaan meningkat saat event-event tertentu	0,054	4	0,22
G= Rencana meluaskan pasaran ke luar kota memotivasi pengusaha untuk mengembangkan usaha	0,055	3,777	0,208
<b>Ancaman</b>			
H= Pesaing usaha sejenis semakin banyak	0,082	1,777	0,146
I= Persaingan usaha sejenis sangat mempengaruhi pada Harga dan Pendapatan	0,081	1,555	0,126
J= Masih banyak masyarakat yang menjahit sendiri pakaian untuk acara tertentu	0,088	2,888	0,254
K= Kondisi perekonomian yang menurun	0,073	3,222	0,235
L= Sulit dikembangkan karena memerlukan kreativitas	0,084	1,888	0,159
M= Banyaknya produk substitusi	0,066	2,555	0,169
<b>Total</b>	<b>1,000</b>		<b>2,409</b>

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matrik EFE diperoleh total skor yang dimiliki oleh usaha Humaii Galery 2,409. Skor bobot total yang berada di atas 2,5, mengindikasikan bahwa usaha Humaii Galery mampu merespon dengan baik faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman. Peluang utama

yang dimiliki oleh usaha Humaii Galery adalah Pelanggan yang terus bertambah (skor 0,276). Pelanggan bertambah

Ancaman utama dari usaha Humaii Galery adalah masih banyak masyarakat yang menjahit sendiri pakaian untuk acara tertentu (skor 0,254). Pilihan menjahit sendiri pakaian yang akan dipakai pada acara tertentu masih banyak dilakukan masyarakat, dengan alasan menjahit sendiri lebih nyaman dipakai.

## 2.Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi Cinderamata khas Palembang

### a. Matrik IE (Internal-External)

Berdasarkan hasil dari matrik EFE dan matrik IFE maka dapat dibuat matrik Internal-Eksternal atau matrik IE. Matrik IE digunakan untuk menganalisis posisi usaha secara lebih detail dan melihat strategi apa yang tepat untuk diterapkan oleh pengusaha. Hasil dari penilaian matrik IE untuk usaha Humaii Galery dapat dilihat pada gambar 1.

		Total Skor IFE			
		Kuat	Sedang	Lemah	
		4,0	3,0	2,0	1,0
Total Skor EFE	Tinggi	I	II	III	
	Sedang	IV	V	VI	
	Rendah	VII	VIII	IX	

Additional data from the image:  
 - Total Skor IFE: 2,167 (highlighted in red)  
 - Total Skor EFE: 2,409 (highlighted in red)  
 - The position of the business is marked at cell V.

**Gambar 1.**  
**Matrik IE usaha Humaii Galery**

Nilai rata-rata IFE sebesar 2,167 dan EFE sebesar 2,409 menunjukkan posisi usaha Humaii Galery berada pada sel V. Ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat adalah strategi menjaga dan mempertahankan.

Kemudian Strategi yang dapat diterapkan oleh Humaii Galery adalah strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk. Strategi penetrasi pasar dilakukan untuk menghadapi perkembangan pasar dengan meningkatkan jumlah pelanggan lebih banyak lagi. Pangsa pasar dapat ditingkatkan dengan melakukan promosi yang lebih baik, memperluas wilayah pemasaran, mempertahankan harga, menjalin kerjasama dengan pengusaha lain seperti usaha fotografer, membuka kios di tempat yang strategis dan memperbaiki kualitas pelayanan.

Strategi pada matrik IFE merupakan strategi umum yang tidak memiliki strategi yang lebih khusus. Karenanya matrik IFE sebaiknya dilengkapi dengan matrik SWOT yang berupa langkah-langkah kongkrit yang dapat memberikan uraian lebih detail mengenai alternatif strategi yang sebaiknya dilakukan oleh Humaii Galery.

### **b. Analisis SWOT Humaii Galery**

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal Humaii Galery, maka dapat disusun beberapa strategi dalam matrik SWOT sebagai berikut:

#### **1. Strategi *Strength- Opportunity (S-O)***

Strategi S-O adalah strategi yang mengandalkan kekuatan internal Humaii Galery dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Terdapat tiga alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi S-O yaitu :

- a. Tenaga kerja mudah didapatkan dan dipadu dengan Teknologi Informasi (internet) membantu pemasaran guna memudahkan Humaii Galery melayani pelanggan yang semakin banyak datang.
- b. Izin usaha mudah diperoleh sehingga usaha Humaii Galery mulai di kenal di Kota Palembang.
- c. Produk berkualitas dengan dukungan dari keluarga menambah semangat pemilik untuk rencana meminjam dana usaha ke bank sehingga rencana meluaskan pasaran produk dapat segera terwujud.

#### **2. Strategi *Weakness - Opportunity (W-O)***

Strategi W-O adalah strategi digunakan untuk mengatasi kelemahan internal dan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki oleh Humaii Galery. Ada dua alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi W-O, yaitu :

- a. Rencana meminjam dana usaha ke bank untuk mengatasi minimnya modal yang dimiliki.
- b. Rencana meluaskan pasaran ke luar kota memotivasi pengusaha untuk mengembangkan usaha disertai kegiatan promosi yang gencar dan terus menerus dengan memanfaatkan Teknologi Informasi.

#### **3. Strategi *Strength Threats (S-T)***

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal galery untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal. Hanya satu

strategi yang bisa dilakukan Humaii Galery yaitu menciptakan produk sendiri dengan model dan bahan yang lebih variatif.

#### 4. *Strategi Weakness - Threats (W – T)*

Strategi W-T merupakan strategi untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Adapun strategi yang bisa dilakukan adalah bekerjasama dengan pihak yang menyediakan modal dan disain produk untuk meningkatkan produksi dan pangsa pasar.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Strategi Humaii Galery untuk meningkatkan pemasaran adalah melakukan promosi dengan berbagai cara, yaitu promosi dari mulut ke mulut dan strategi dengan memanfaatkan media sosial.
- b. Hasil dari analisis faktor internal Humaii Galery dengan menggunakan matrik IE, kekuatan utama usaha adalah tenaga kerja yang mudah didapat, izin usaha mudah diperoleh, serta dukungan keluarga, kelemahan utama adalah minimnya modal yang dimiliki. Total skor matrik IE sebesar 2,167 dibawah skor bobot total 2,5, mengindikasikan bahwa lemahnya posisi internal Humaii Galery. Hasil dari analisis matrik EFE yaitu Peluang utama adalah Rencana meluaskan pasaran ke luar kota. Sedangkan Ancaman utama adalah pesaing usaha sejenis semakin banyak. Total skor matrik EFE diperoleh sebesar 2,409 di bawah skor bobot total 2,5, mengindikasikan bahwa usaha belum mampu merespon dengan baik faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman.
- c. Hasil dari penilaian matrik IE menunjukkan posisi Humaii Galery pada sel V. Pada posisi ini strategi yang tepat untuk digunakan adalah strategi menjaga dan mempertahankan. Strategi yang dapat diterapkan oleh Humaii Galery adalah strategi perluasan pasar dan produk. Hasil analisis SWOT menghasilkan 4 alternatif strategi yang dapat dipilih oleh perusahaan yaitu: 1) bekerjasama dengan pihak yang menyediakan modal dan disain produk untuk meningkatkan produksi dan pangsa pasar 2) Memanfaatkan dukungan keluarga dan kemudahan mendapatkan izin usaha serta menciptakan produk sendiri, 3) Menjalankan sistem manajemen organisasi yang lebih baik. 4) Memperluas pemasaran dengan melakukan promosi yang gencar s dengan memanfaatkan Teknologi Informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bobihu, Rekawati, Mahludin Baruwadi, Yuriko Boekoesoe, 2018, Strategi Pengembangan Usaha Stik Jagung Pada Usaha Mikro Kecil Menengan (UMKM) Lestari Di Desa Barakati, AGRINESIA Vol. 3 No. 1 November 2018, P-ISSN : 2597 – 7075 E-ISSN : 2541 – 6847
- Kereh, Dennis., Benu, Noortje., dan Agnes, Loho. 2017. Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Kerajinan Bambu Di Kinilow Kecamatan Tomohon utara Kota Tomohon. Jurnal. Program Studi Agribisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado
- Pratiwi, Anggraeni, Sunarti, M. Kholid Mawardi, 2017, Analisis SWOT Pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 43 No.1 Februari 2017|, [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)