



STRATEGI PENGEMBANGAN HOME INDUSTRY DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN METODE QSPM STUDI KASUS INDUSTRI SEPATU, SANDAL ETNIK DAN KULIT DI CV. DEALLOVA NUSANTARA HS

Muhamad Fajri¹, Ahmad Hipni², Metha Mutia³

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Bina Bangsa

*Email : muhamadfajri12336@gmail.com , ahmad.hipni@binabangsa.ac.id,
metha.mutia@binabangsa.ac.id

ABSTRAK

CV. Deallova Nusantara Hs merupakan sebuah usaha *home industry* yang bergerak dibidang produksi sepatu, sandal etnik dan kulit. Permasalahan yang dihadapi adalah tingkat penjualan yang tidak stabil hingga tingkat penjualan menurun yang disebabkan oleh faktor internal dan eksternal pada perusahaan tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi masalah dan menganalisis strategi pengembangan di CV. Deallova Nusantara Hs. Kemudian memberikan usulan strategi pengembangan dengan analisis SWOT dan matriks QSPM. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan melakukan pengolahan data yang diawali dari tahap masukan, tahap pengolahan data, dan tahap pengambilan keputusan untuk menentukan strategi. Proses menentukan strategi terdiri dari tahap mengolah data IFE dan EFE, analisis SWOT, dan matriks QSPM untuk perumusan strategi yang akan digunakan CV. Deallova Nusantara Hs. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan didapatkan dari faktor kekuatan dengan nilai tertinggi pelayanan yang baik terhadap konsumen skor TAS 0,297, sedangkan faktor kelemahan dengan terendah kurangnya iklan publikasi produksi skor TAS 0,1126, dan faktor peluang dengan nilai tertinggi Menjalani kerjasama dengan instansi pemerintahan dan perusahaan skor TAS 0,4161, sedangkan faktor ancaman dengan nilai terendah maraknya produk yang inovatif dari pesaing skor TAS 0,2194.

Kata Kunci : Matriks IFE, Matriks EFE, Kuadran SWOT, Matriks SWOT, Matriks QSPM

ABSTRACT

CV. Deallova Nusantara Hs is a home industry business engaged in the production of shoes, ethnic sandals and leather. The problem faced is the level of sales that is not stable until the level of sales decreases which is caused by internal and external factors in the company. The purpose of this study is to identify problems and analyze development strategies in CV. Deallova Nusantara Hs. Then provide a proposed development strategy with SWOT analysis and QSPM matrix. The research method used in this study is a qualitative approach by

processing data starting from the input stage, data processing stage, and the decision-making stage to determine the strategy. The process of determining the strategy consists of processing IFE and EFE data, SWOT analysis, and the QSPM matrix for the formulation of strategies that will be used by CV. Deallova Nusantara Hs. Based on the results of the analysis carried out, it was obtained from the strength factor with the highest value of good service to consumers, the TAS score was 0.297, while the weakness factor with the lowest was the lack of advertisements for production publications, the TAS score was 0.1126, and the opportunity factor with the highest score was Collaborating with government agencies and companies. TAS is 0.4161, while the threat factor with the lowest score is the proliferation of innovative products from competitors with a TAS score of 0.2194.

Keywords: *IFE Matrix, EFE Matrix, SWOT Quadrant, SWOT Matrix, QSPM Matrix*

PENDAHULUAN

Industri mengambil peranan pokok dalam pembangunan ekonomi yang dipengaruhi oleh perubahan struktur ekonomi. Terjadinya perubahan struktur ekonomi maka sektor sekunder semakin meningkat dan meluas dibandingkan dengan sektor primer (peternakan, perikanan, pertanian, kehutanan dan pertambangan). Peranan industri itu dapat dilihat dari sumbangan terhadap pendapatan nasional dalam lalu lintas pembayaran luar negeri. Istilah industri itu sendiri adalah suatu bentuk kegiatan manusia yang meningkatkan nilai guna dari bahan atau barang dengan memanfaatkan inovasi teknologi dan keterampilan fisik maupun sumber daya alam yang ada. Pengembangan industri merupakan suatu kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan, dalam arti taraf hidup yang lebih baik. Salah satu bentuk industri yang terus meningkat di Indonesia adalah industri *fashion*. Dalam industri *fashion* perlu penerapan strategi yang tepat, para pelaku *home industry* dapat memelihara serta mengembangkan permintaan konsumen secara berkesinambungan.

CV. Deallova Nusantara HS merupakan *home industry* yang berada di Jl. Raya – Pandeglang No. 818, Palurahan, Kec. Kaduhejo, Kabupaten Pandeglang, Banten 42219. Produk yang dihasilkan CV. Deallova Nusantara HS yaitu sepatu, sandal etnik dan kulit yang mampu memproduksi rata-rata 50 sepatu dengan waktu produksi 9 jam per harinya. Proses pembuatan sepatu dengan proses produksi sebagai berikut :

1. *Desain* : pola, pecah pola, pemolaan (tores ke bahan).
2. *Sewing* (proses menjahit *upper*) : *Cutting* (menggunting bahan penyatuan pola bahan), penyatuan pola dengan *sewing*.
3. *Assembling*/penyatuan ausol dan *upper*, serta
4. *finishing* : *embossing*, buang sampah, dan *packaging*.

Sejalan dengan uraian di atas, *home industry* produksi sepatu ini harus mempunyai perkembangan usaha. Untuk mengatasi perkembangan tersebut perlu adanya penelitian untuk mendapatkan startegi pengembangan *home industry* agar mampu bersaing dan mempertahankan keberadaannya. Metode yang akan digunakan adalah analisis SWOT dan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Penelitian tentang strategi pengembangan pernah dilakukan oleh Adriansyah dan Pramono (2019), tentang perencanaan strategi di PT. X dengan

pendekatan manajemen strategi. Penelitian ini dilakukan didaerah Krian dengan menggunakan metode matriks SWOT, IE dan QSPM.

Menurut Rangkuti (2019), analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis SWOT merupakan singkatan dari kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara simultan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Menurut Purwandari (2019), QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) secara objektif mampu menunjukkan strategi mana yang terbaik dari berbagai alternative. Sedangkan secara konseptual, QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan sejauh mana faktor kesuksesan kunci internal dan eksternal dimanfaatkan atau ditingkatkan. QSPM mengevaluasi kemenarikan relatif dari beberapa pilihan alternatif strategi secara objektif.

Berdasarkan latar belakang penelitian-penelitian yang terdahulu, metode analisis SWOT dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) dapat diaplikasikan pada CV. Deallova Nusantara Hs dalam merencanakan strategi pengembangan dengan mengidentifikasi faktor internal serta eksternal perusahaan, merumuskan beberapa strategi alternatif melalui analisis tersebut untuk mendapatkan prioritas strategi pengembangan *home industry* pada CV. Deallova Nusantara HS. Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh CV. Deallova Nusantara HS masih tergolong konvensional, yaitu dengan memasarkan produknya secara langsung dari mulut ke mulut dan pameran. Ditengah penurunan ekonomi akibat pandemi covid-19 ditambah dengan kompetitor dengan merk ternama, penjualan pun menjadi menurun dan berdampak dari segi pendapatan. Maka penulis memilih topik khusus tentang strategi pengembangan *home industry* dikarenakan mempunyai sifat berorientasi ke masa depan dan juga memiliki fungsi perencanaan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan. Dari faktor tersebut dibutuhkan strategi pengembangan yang tepat dalam melakukan pengembangan *home industry* yang unggul dibanding pesaing dan menciptakan sustainability agar semakin berkembang dari waktu ke waktu.

STUDI KEPUSTAKAAN

Menurut Rangkuti strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Sedangkan Richard L.Daft mendefinisikan strategi secara eksplisit, yaitu rencana tindakan yang menerangkan tentang alokasi sumber daya serta berbagai aktivitas untuk menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing, dan mencapai tujuan perusahaan. Menurut Higgins menjelaskan adanya dalam startegi terdapat empat tingkatan strategi, yang dimana keseluruhannya disebut dengan Master Strategy yang meliputi : *enterprise strategy, corporate strategy, business strategy dan functional strategy*.

untuk mendapatkan startegi pengembangan *home industry* agar mampu bersaing dan mempertahankan keberadaannya. Metode yang akan digunakan adalah analisis SWOT dan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Menurut Rangkuti (2019), analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk

merumuskan strategi pemasaran. Analisis SWOT merupakan singkatan dari kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara simultan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Sedangkan Menurut Purwandari (2019), QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) secara objektif mampu menunjukkan strategi mana yang terbaik dari berbagai alternative. Sedangkan secara konseptual, QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan sejauh mana faktor kesuksesan kunci internal dan eksternal dimanfaatkan atau ditingkatkan. QSPM mengevaluasi kemenarikan relatif dari beberapa pilihan alternatif strategi secara objektif

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif disebutkan bahwa penelitian ini memiliki beberapa karakteristik diantaranya; 1) latar ilmiah 2) manusia sebagai instrumen 3) pemanfaatan pengetahuan non proporsional 4) metode - metode kualitatif 5) sampel purposif 6) analisis data induktif 7) teori yang berlandaskan data lapangan 8) hasil penelitian berdasarkan negosiasi 9) cara pelaporan bersifat kasus 10) aplikasi tentative 11) batas penelitian ditentukan oleh fokus serta 12) keterpercayaan dengan kriteria khusus. 12 Penelitian dilakukan di pusat persepatuan CV Deallova Nusantara HS, Kecamatan Kaduhejo, Kabupaten Pandeglang, Banten. Dengan waktu periode penelitian yakni dimulai 24 Mei 2022 sampai dengan 24 Juli 2022.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah 1) Sumber Data, Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari sumber utama stakeholder terkait, dalam penelitian ini sumber data langsung didapatkan dari pemilik CV. Deallova Nusantara HS. 2) Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas adalah suatu indeks untuk mengatur koefisien korelasi antara skor suatu pertanyaan atau indikator yang diuji dengan skor total pada variabelnya. Uji validitas bertujuan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak yaitu dengan melakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%) artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Prinsip validitas yaitu prinsip keandalan instrumen dalam mengumpulkan data dan harus dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Item instrumen dianggap valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil uji validitas pada kuesioner factor internal dan factor eksternal, dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji Reliabilitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Ini berarti sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas digunakan dengan metode alpha cronbach 0 sampai 1. Item instrumen dianggap reliabel jika lebih besar dari 0,60. 3) Metode Dokumentasi, Adapun pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi yaitu cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada dengan

pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. 4) Metode Kepustakaan, Metode kepustakaan yaitu mempelajari dan memahami hal-hal yang sudah ada dan yang belum ada dalam bentuk buku-buku, literatur- literatur, jurnal-jurnal serta karya-karya ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Metode kepustakaan dimana data yang diambil penulis berasal dari jurnal, skripsi yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti oleh penulis, buku-buku literatur dan penelitian yang sejenis. 5) *Internet Research*, Terkadang buku referensi atau literatur yang dimiliki atau kita pinjam diperpustakaan tertinggal, karena perkembangan zaman dan untuk mengakses informasi yang terbaru maka penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan bantuan teknologi yaitu internet. 6) Metode Wawancara, Dengan bertanya langsung kepada sumber utama, maka akan didapatkan keterangan dengan jelas tentang proses hulu ke hilir produk inovasi yang diteliti dalam penelitian ini. 7) Kuesioner, Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawabnya.

Teknik Analisis Data

Pengolahan data disebut juga analisis data dan penafsiran data. Pengolahan data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah. Pada penelitian kualitatif, pengolahan data dimaksudkan untuk memahami apa yang terdapat dibalik semua data tersebut, mengelompokkannya, meringkasnya menjadi suatu yang kompak dan mudah dimengerti, serta menemukan pola umum yang timbul dari data tersebut. Pengolahan data dalam penelitian ini pada CV. Deallova Nusantara HS menggunakan analisis SWOT, IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) dan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis faktor Variabel

Faktor – faktor internal (kekuatan dan kelemahan) Berdasarkan hasil penelitian lingkungan internal pada CV. Deallova Nusantara Hs, maka diperoleh faktor strategi internal yang berupa kekuatan dan kelemahan. Adapun faktor – faktor strategi internal sebagai berikut :

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Kerjasama yang baik sesama karyawan
- 2) Sering mengikuti pameran
- 3) Adanya pengarahan dan pemberian motivasi sebelum pekerjaan dimulai
- 4) Tempat yang strategis
- 5) Model sepatu yang beragam dan menarik
- 6) Pelayanan yang baik terhadap konsumen
- 7) Tempat yang luas untuk penjualan
- 8) Adanya garansi produk

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Kurangnya iklan publikasi produksi

- 2) Kurangnya jumlah Karyawan Toko
 - 3) Beberapa peralatan produksi secara manual
 - 4) Kurangnya promosi produk yang dilakukan
2. Faktor - faktor eksternal (peluang dan ancaman) Berdasarkan hasil penelitian lingkungan eksternal pada CV. Rifky Arafa, maka diperoleh faktor strategi eksternal yang berupa peluang dan ancaman. Adapun faktor - factor strategi eksternal sebagai berikut:
- a. Peluang (*opportunity*)
 - 1) Hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku
 - 2) Berkembangnya teknologi
 - 3) Menjalani kerjasama dengan instansi pemerintahan dan perusahaan
 - 4) Gaya hidup masyarakat berpakaian yang menyukai sandal dan sepatu yang unik
 - b. Ancaman (*threats*)
 - 1) Beralihnya pelanggan pada pesaing yang sejenis
 - 2) Adanya pesaing baru
 - 3) Naiknya harga bahan baku dan pendukung
 - 4) Maraknya produk yang inovatif dari pesaing.

Tahap Masukan

- a. Analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Tabel 1. IFE

No	<i>Internal Faktor Evaluation</i>	Jumlah	Rating	Bobot	Bobot x Rating
	Kekuatan (Strength)				
1	Kerjasama yang baik sesama karyawan	50	3,3333	0,0971	0,323625
2	Sering mengikuti pameran	49	3,2667	0,0951	0,310809
3	Adanya pengarahan dan pemberian motivasi sebelum pekerjaan dimulai	41	2,7333	0,0796	0,217605
4	Tempat yang strategis	47	3,1333	0,0913	0,285955
5	Model sepatu yang beragam dan menarik	42	2,8	0,0816	0,22835
6	Pelayanan yang baik terhadap konsumen	51	3,4	0,099	0,336699
7	Tempat yang luas untuk penjualan	52	3,4667	0,101	0,350032
8	Adanya garansi produk	46	3,0667	0,0893	0,273916
Total (Strength)		378			2,32699
No	Kelemahan (Weakness)	Jumlah	Rating	Bobot	Bobot x Rating
1	Kurangnya iklan publikasi produksi	29	1,9333	0,0563	0,108867
2	Kurangnya jumlah Karyawan Toko	39	2,6	0,0757	0,196893
3	Beberapa peralatan produksi secara manual	37	2,4667	0,0718	0,177217
4	Kurangnya promosi produk yang dilakukan	32	2,1333	0,0621	0,132557
Total (Weakness)		137			0,61553
TOTAL		515		1	2,94252
Selisih					1,71146

Berdasarkan pada matriks IFE pada tabel hasil IFE diperoleh total nilai IFE 2,94252 pada faktor internal CV. Deallova Nusantara Hs, faktor kekuatan dengan nilai tertinggi 0,350032 yaitu tempat yang luas untuk penjualan. Sedangkan faktor kelemahan nilai terendah yaitu kurangnya iklan publikasi produksi dengan nilai 0,108867.

b. Analisis matrik EFE (Eksternal Factor Evaluation)

Tabel 2. EFE

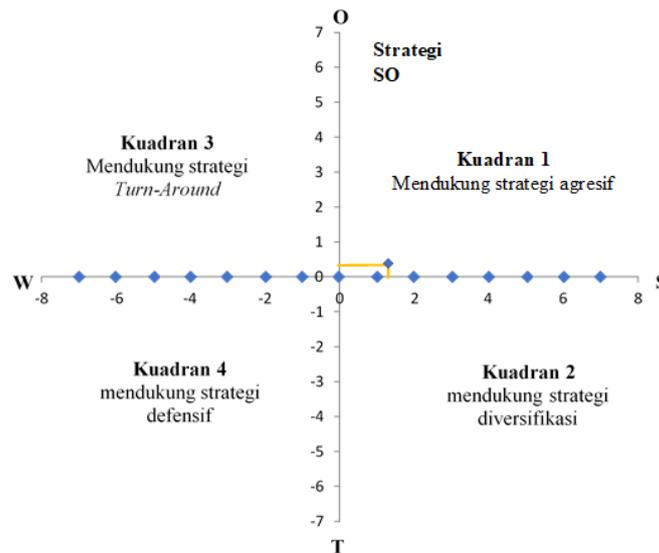
No	External Faktor Evaluation	Jumlah	Rating	Bobot	Bobot x Rating
	Peluang (opportunity)				
1	Hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku	41	2,7333	0,1323	0,36151
2	Berkembangnya teknologi	40	2,6667	0,129	0,34409
3	Menjalani kerjasama dengan instansi pemerintahan dan perusahaan	43	2,8667	0,1387	0,39763
4	Gaya hidup masyarakat berpakaian yang menyukai sandal dan sepatu yang unik	37	2,4667	0,1194	0,29441
Total (Opportunity)		161			1,3976
No	Ancaman (threats)	Jumlah	Rating	Bobot	Bobot x Rating
1	Beralihnya pelanggan pada pesaing yang sejenis	36	2,4	0,1161	0,27871
2	Adanya pesaing baru	37	2,4667	0,1194	0,29441
3	Naiknya harga bahan baku dan pendukung	42	2,8	0,1355	0,37935
4	Maraknya produk yang inovatif dari pesaing	34	2,2667	0,1097	0,2486
Total (Threats)		149			1,2011
Total		310		1	2,5987
Selisih					0,1966

Berdasarkan matriks EFE diperoleh total nilai dari faktor eksternal secara menyeluruh sebesar 2,5987. Nilai tertinggi pada faktor peluang yakni menjalani kerjasama dengan instansi pemerintahan dan perusahaan dengan nilai 0,39763. Sedangkan nilai terendah faktor ancaman yakni maraknya produk yang inovatif dari pesaing dengan nilai 0,2486.

Tahap Analisis

a. Kuadran SWOT

Dari hasil pengolahan data pemberian nilai selisih pada matriks IFE dan matriks EFE, maka didapatkan total (*Strength*) - Total (*Weakness*) IFE sebesar 1,77146 dan total (*opportunity*) - total (*threath*) EFE sebesar 0,1966 akan terbentuk titik acuan matriks kuadran SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan tersebut.



Gambar 1. Diagram kuadran SWOT

Pada gambar diatas dapat diketahui bahwa CV. Deallova Nusantara Hs berada posisi diantara sumbu *Opportunity* dan *Strength* yakni kuadran 1. Artinya, CV. Deallova Nusantara Hs disarankan untuk melakukan strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan (*strength*) internal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang (*Opportunity*) eksternal untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat.

b. Matriks SWOT

Tabel 3. Matriks SWOT

		Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
		SW OT	1. Kerjasama yang baik sesama karyawan
2. Sering mengikuti pameran	2. Kurangnya jumlah karyawan		
3. Adanya pengarahan dan pemberian motivasi sebelum pekerjaan dimulai	3. Beberapa peralatan produksi secara manual		
4. Tempat yang strategis	4. Kurangnya promosi produk yang dilakukan		
5. Model sepatu yang beragam dan			
6. Pelayanan yang baik terhadap			
7. Tempat yang luas untuk penjualan			
8. Adanya garansi km untuk produk sandal dan sepatu			
Peluang (<i>Opportunities</i>)		Strategi S-O	Strategi W-O
1. Hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku	Memberikan pengertian terhadap karyawan untuk aktif berteknologi agar bisa mengikuti <i>fashion</i> terutama di media sosial.	Dengan berkembangnya teknologi maka harus diimplementasikan promosi produk dalam bentuk iklan secara digitalisasi.	
2. Berkenbangnya teknologi	Memberikan pelayanan yang baik kepada setiap konsumen agar bisa menjadi konsumen yang berkelanjutan.	Menggunakan peralatan dengan teknologi terbaru agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen.	
3. Merjalani kerjasama dengan instansi pemerintahan dan perusahaan	Menjadi pemasok unggulan bagi <i>fashion</i> sepatu.		
4. Gaya hidup masyarakat berpakaian yang menyukai sandal dan sepatu yang unik			
Ancaman (<i>Threats</i>)		Strategi S-T	Strategi W-T
1. Beralhnya pelanggan pada pesaing yang sejenis	Meningkatkan kualitas dan inovasi produk agar tidak tersaingi dengan produk lain	Mengikuti tren sepatu dan melakukan inovasi terhadap produk serta memberikan diskon.	
2. Adanya pesaing baru	Meningkatkan kemampuan manajemen dan pelayanan agar konsumen puas untuk belanja		
3. Naiknya harga bahan baku dan pendukung			
4. Maraknya produk yang inovatif dari pesaing			

Tahap Pengambilan Keputusan

a. Quantitative Strategic Matrix (QSPM)

Tabel 4. Matriks QSPM

NO	Internal Factor Evaluation	Bobot	Strategi	
			AS	TAS
Kekuatan				
1	Kerjasama yang baik sesama karyawan	0,0971	3	0,2913
2	Sering mengikuti pameran	0,0951	3	0,2853
3	Adanya pengarahan dan pemberian motivasi sebelum pekerjaan dimulai	0,0796	3	0,2388
4	Tempat yang strategis	0,0913	3	0,2739
5	Model sepatu yang beragam dan menarik	0,0816	3	0,2448
6	Pelayanan yang baik terhadap konsumen	0,099	3	0,297
7	Tempat yang luas untuk penjualan	0,0101	3	0,0303
8	Adanya garansi produk	0,0893	3	0,2679
Kelemahan				
1	kurangnya iklan publikasi produksi	0,0563	2	0,1126
2	Kurangnya jumlah karyawan toko	0,0757	3	0,2271
3	Beberapa peralatan produksi secara manual	0,0718	2	0,1436
4	Kurangnya penjualan dengan inovasi digital	0,0621	2	0,1242
TOTAL		1	33	2,5368
NO	Eksternal Faktor Evaluation	Bobot	Strategi	
			AS	TAS
Peluang				
1	Hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku	0,1323	3	0,3969
2	Berkembangnya teknologi	0,129	3	0,387
3	Menjalani kerjasama dengan instansi pemerintahan dan perusahaan	0,1387	3	0,4161
4	Gaya hidup masyarakat berpakaian yang menyukai sandal dan sepatu yang unik	0,1194	2	0,2388
Ancaman				
1	Beralihnya pelanggan pada pesaing yang sejenis	0,1161	2	0,2322
2	Adanya pesaing baru	0,1194	2	0,2388
3	Naiknya harga bahan baku dan pendukung	0,1355	3	0,4065
4	Maraknya produk yang inovatif dari pesaing	0,1097	2	0,2194
TOTAL		1	20	2,5357

1. Pada IFE (Internal Faktor Evaluasi) dilihat pada faktor kekuatan dengan skor tertinggi yaitu Pelayanan yang baik terhadap konsumen dengan skor TAS 0,297 dengan hasil strategi meningkatkan pelayanan yang baik dan memberikan kenyamanan terhadap konsumen. Kerjasama yang baik sesama karyawan dengan skor TAS 0,2913 dengan hasil strategi meningkatkan

komunikasi karyawan agar bisa bekerja sama hingga bisa menyelesaikan pekerjaan lebih cepat. Sedangkan pada faktor kelemahan dengan skor terendah, kurangnya iklan promosi produk dengan skor TAS 0,1126 dengan hasil strategi meningkatkan promosi iklan dengan digitalisasi agar konsumen dalam dan luar daerah hingga luar negeri mengenali produk, kurangnya penjualan dengan inovasi *digital* dengan skor TAS 0,1242 dengan hasil strategi dengan berkembangnya teknologi maka harus diimplementasikan promosi produk dalam bentuk iklan secara digitalisasi. Dari Hasil perhitungan dengan menggunakan QSPM didapatkan total nilai TAS pada bagian IFE sebesar 2,874.

2. Pada EFE (External Faktor Evaluasi) dilihat pada faktor peluang tertinggi yaitu menjalani kerjasama dengan instansi pemerintahan dan perusahaan dengan skor TAS 0,4161 dengan hasil strategi menjaga komunikasi dengan pelanggan agar tetap menjadi pelanggan yang berkelanjutan dan hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku dengan skor TAS 0,402 dengan hasil strategi menjaga komunikasi dengan pemasok bahan baku agar diprioritaskan persediaan bahan baku untuk CV. Deallova Nusantara Hs dari pemasok. Sedangkan pada faktor ancaman dengan nilai skor terendah maraknya produk yang inovatif dari pesaing dengan skor TAS 0,2194 dengan hasil strategi mengikuti tren fashion dan melakukan inovasi terhadap produk dan Beralihnya pelanggan pada pesaing yang sejenis dengan skor TAS 0,2322 dengan hasil strategi mempertahankan citra atau image CV. Deallova Nusantara Hs agar konsumen tidak berkurang dan membuat menambah konsumen baru. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan QSPM didapatkan total nilai TAS pada bagian EFE sebesar 2,5357.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis telah lakukan diketahui bahwa Hasil dari analisis SWOT faktor internal yang menjadi kekuatan utama yaitu tempat yang luas untuk penjualan. Sedangkan faktor internal yang menjadi kelemahan utama yaitu Kurangnya iklan publikasi produksi dan faktor eksternal yang menjadi ancaman utama adalah maraknya produk yang inovatif dari pesaing sedangkan yang menjadi peluang utama adalah menjalani kerjasama dengan instansi pemerintahan dan perusahaan. CV. Deallova Nusantara Hs berada pada posisi kuadran satu yaitu disarankan untuk melakukan strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan (*strength*) internal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang (*Opportunity*) eksternal untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat. Berdasarkan analisis QSPM terdapat beberapa strategi namun strategi yang diprioritaskan untuk dilakukan oleh CV. Deallova Nusantara Hs secara berurutan mulai dari nilai skor yang tertinggi dari kekuatan dan peluang yaitu pelayanan yang baik terhadap konsumen, kerjasama yang baik sesama karyawan, menjalani kerjasama dengan instansi pemerintahan dan perusahaan, dan Hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku. Serta mengevaluasi nilai skor terendah dari kelemahan dan ancaman yaitu kurangnya

penjualan dengan inovasi digital, kurangnya iklan publikasi produksi, maraknya produk yang inovatif dari pesaing, dan beralihnya pelanggan pada pesaing yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Pemilihan Strategi Bisnis dengan menggunakan (QSPM) *Quantitative Strategic Planning Matrix* Sentra Industri Gerabah Kasongan, Bantul , (Yogyakarta) Semarang Universitas diponegoro 2009.
- Fuadi, alfi. 2019 Strategi Pengembangan Sentra Batik Jetis Sidoarjo Menggunakan SWOT, SPACE, Dan QSPM. Prosiding SemNas. TI.107 - TI.112
- Husni, M. 2009 Manajemen Strategi. Kudus: DIPA STAIN Kudus Hal 16-17 <http://eprints.stainkudus.ac.id>
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo.
- Nurazizah, D., Marina, I., Sulaksana, J. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Oncom. *Jurnal Orhid Agri*. 2776-8740
- Nisak, Z. Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif Era Baru Manajemen. Edward Tanujaya, Edisi 9. *jurnal Unisla*, hal 2
- Partini, siti T. 2019 Refolmulasi Strategi Pemasaran Pada Toko Busana Muslim my Hijab: Aplikasi Analisis SWOT, Matriks CPM dan QSPM. *Published By Cano Ekonomos*.
- Pranatanaya, ida, B.G., Arcana, Komang, T.P. 2021 Strategi Pengembangan Minuman Tradisional Arak Bali Menggunakan Model Analisis SWOT Dan QSPM Studi Kasus Desa Tri Eka Buana Karang Asem Bali. *Jurnal ilmu multidisiplin*. 2798-7329
- Pujiati. 2018 Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Home Industri Hanger "Ayam Jago" Tulungagung [skripsi] Tulungagung: IAIN Tulungagung.
- Rafinska Kezia. 2021 Divestasi. <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak/divestasi/2021/01> (diakses pada tanggal 27 Mei 2022 pukul 20.43 WIB)
- Riadi, Muchlisin 2020. Pengembangan Usaha (Pengertian, Jenis, dan Tahapan). <https://www.kajianpustaka.com/2020/03/pengembangan-usaha-pengertian-jenis-strategi-dan-tahapan.html?1> (diakses pada tanggal 29 Mei 2022 pukul 10.10 WIB)
- Renni. 2016 Analisis SWOT, Analisis ETOP dan Analisis SAP. <https://www.coursehero.com/file/p7n3f0t/strategi-WO-strategi-ini-diterapkan-berdasarkan-pemanfaatan-peluang-yang-ada/.hal> 14-16 (diakses pada tanggal 27 Mei 2022 pukul 22.43 WIB)
- Rangkuti, Freddy 1997 Analisis *Swot* Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi untuk Menghadapi Abad 21 : Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Sihombing, Jaya, P. 2015. Analisis SWOT Pada Industri Kerajinan Batik Griya Batik MasPekalongan [skripsi]. Semarang Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Widiyarini., Hunusalela, Zeny, F. 2019 perencanaan Strategi Pemasaran menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM Dalam Upaya Peningkatan Penjualan PT Prima Vista Solusi. *Journal of Applied Business and Economic*. 387-397