

Usulan Strategi Perusahaan PT Progressio Indonesia Menggunakan Analisis SWOT dan Matriks QSPM

Muhammad Rifki Alwan¹, Yuniar¹

¹Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung

E-mail : rifkialwan48@gmail.com

Received 28 01 2022 | Revised 07 03 2022 | Accepted 07 03 2022

ABSTRAK

PT Progressio adalah perusahaan konveksi pakaian seragam dan furniture yang berdiri pada tanggal 08 Februari 1999. Dari hasil wawancara didapat bahwa penjualan produk konveksi PT Progressio tahun 2019 mengalami penurunan yang cukup besar yaitu sebesar 30%. Di masa pandemik penjualan semakin mengalami penurunan hingga mencapai 80%. Penurunan penjualan yang terjadi secara terus menerus dapat membuat perusahaan mengalami kerugian, oleh karena itu salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan adalah melakukan evaluasi terhadap strategi perusahaan. Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk mendapatkan usulan strategi perusahaan adalah metode analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, threats). Pada matriks SWOT strategi perusahaan dibuat berdasarkan data kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, peluang eksternal perusahaan dan ancaman yang dapat terjadi pada perusahaan. Dari matriks IFE dan EFE diketahui bahwa perusahaan berada pada kuadran III dengan strategi yang tepat adalah memaksimalkan peluang dengan mengurangi ancaman dan meminimalkan kelemahan serta meningkatkan kekuatan perusahaan. Hasil dari analisis SWOT didapatkan 10 strategi pemasaran yang kemudian menggunakan matriks QSPM didapat 3 strategi prioritas yaitu mengembangkan variasi produk, mengembangkan media pemasaran online dan meningkatkan pelayanan melalui online dengan selalu meng-update web.

Kata kunci: SWOT, QSPM, strategi, IFE dan EFE

ABSTRACT

PT Progressio is a uniform clothing and furniture convection company that was established on February 8, 1999. From the interview results, it was found that the sales of PT Progressio's convection products in 2019 experienced a fairly large decline, namely by 30%. During the pandemic, sales have decreased by up to 80%. The decline in sales that occurs continuously can make the company suffer losses, therefore one of the steps that can be taken by the company to increase sales is to evaluate the company's strategy. In this study, the method used to obtain the company's strategy proposal is the SWOT analysis method (strength-weakness, opportunity, threats). In the SWOT matrix the company's strategy is made based on data on the company's internal strengths and weaknesses, the company's external opportunities and threats that can occur to the company. From the IFE and EFE matrices it is known that the company is in quadrant III with the right strategy is to maximize opportunities by reducing threats and minimizing weaknesses and increasing company strengths, develop online marketing media and improve services through online by always updating the web.

Keywords: SWOT, QSPM, strategy, IFE and EFE

1. PENDAHULUAN

Kemampuan bersaing perusahaan dipengaruhi oleh strategi perusahaan yang baik mulai dari pelayanan, penetapan harga dan kualitas produk yang dihasilkan. Strategi perusahaan yang baik menjadi faktor penting bagi perusahaan dalam keberhasilan perusahaan untuk memperluas target pasar. Strategi perusahaan sangatlah penting dalam meningkatkan reputasi perusahaan agar para konsumen lebih loyal terhadap perusahaan. PT Progressio adalah perusahaan konveksi pakaian seragam dan *furniture* seperti meja, kursi dan lain-lain yang berdiri pada tanggal 08 Februari 1999. Perusahaan tersebut beralamatkan di Jalan Gudang Utara no 4 Bandung dengan dukungan staf profesional yang berpengalaman dalam bidang produksi pakaian seragam. PT Progressio didapat data penjualan semenjak dari tahun 2019 hingga tahun 2020 mengalami fluktuasi yang cenderung mengalami penurunan pada bagian produksi konveksi sebesar 30%. Sedangkan saat masa pandemik perusahaan semakin mengalami penurunan sebesar 80%. Jika penurunan penjualan terjadi secara terus menerus maka keuntungan yang dimiliki oleh perusahaan akan semakin menurun. Oleh karena itu salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan adalah melakukan evaluasi terhadap strategi perusahaannya.

2. METODOLOGI

Berikut penjelasan metode penelitian yang melihat dari identifikasi permasalahan yang ada, menurut studi literatur yang dipakai, serta penjabaran proses identifikasi melalui diagram alir

2.1. Metodologi Pemecahan Masalah

Mengidentifikasi permasalahan yang ada di PT. Progressio Indonesia dan menganalisa permasalahan tersebut dapat diselesaikan dengan metode analisis SWOT yang dapat menyelesaikan permasalahan ini. Model analisis ini berfokus pada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat berfokus untuk meningkatkan dan menjadikan perusahaan lebih baik. Terdapat metode yang serupa dengan metode SWOT yakni metode SOAR. Bedanya dengan metode SWOT, metode SOAR melihat hal-hal positif dari perusahaan metode ini dapat digunakan pada perusahaan yang sudah berkembang secara baik mulai dari finansial, infrastruktur, SDM dan lain-lain. Metode yang cocok atau yang dapat digunakan untuk memecahkan masalahnya yakni metode analisis SWOT dikarenakan kondisi perusahaan yang sedang mengalami penurunan pendapatan dan perusahaan berkeinginan untuk menaikkan kembali pendapatan perusahaan tersebut. Berikut merupakan dari perbedaan antara SWOT dan SOAR dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Metode

SWOT	SOAR
Fokus pada kelemahan dan gangguan	Fokus pada kekuatan dan peluang
Fokus pada kompetisi –menjadi lebih baik”	Fokus pada kesanggupan – “menjadi yang terbaik”
Peningkatan pendapatan	Inovasi dan meningkatkan nilai
Menghindari pesaing dan membiarkan pemegang saham	Melindungi pemegang saham
Fokus pada analisis -> perencanaan	Fokus pada perencanaan >implementasi
Memperhatikan celah	Memperhatikan hasil

terencana. Dalam strategi S-O, organisasi mengejar peluang-peluang dari luar dengan mempertimbangkan kekuatan perusahaan.

2. Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi. Dalam hal ini, perlu dirancang strategi *turn around* yaitu strategi mengubah haluan. Peluang eksternal yang besar penting untuk diraih, tetapi permasalahan internal atau kelemahan yang ada pada internal organisasi lebih utama untuk dicarikan solusi sehingga capaian peluang yang besar tidak perlu diturunkan skalanya sedikit. Dalam hal ini, kelemahan-kelemahan organisasi perlu diperbaiki dan dicari solusinya untuk memperoleh peluang tersebut.

3. Strategi S-T

Strategi S-T adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki oleh organisasi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi. Strategi ini dikenal dengan istilah diversifikasi atau strategi perbedaan. Mulailah dengan mengidentifikasi kekuatan dan menggunakannya untuk mengurangi ancaman dari luar.

4. Strategi W-T

Strategi W-T adalah strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Dalam kondisi ini, organisasi sedang dalam bahaya, kelemahan menimpa kondisi internal, sedangkan ancaman dari luar juga menyerang. Hal yang perlu dilakukan adalah bersama seluruh elemen organisasi merencanakan sesuatu kegiatan untuk mengurangi kelemahan organisasi dan menghindari dari ancaman eksternal. Berikut merupakan gambar dari matriks SWOT dapat dilihat pada Gambar 2.

	IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
EFAS			
Peluang (<i>Opportunity</i>)		STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)		STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2. Gambar Matriks SWOT

2.4 Penyusunan Matriks QSPM

Berdasarkan hasil matriks SWOT yang telah dihasilkan maka langkah selanjutnya penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang berisikan ketertarikan perusahaan dengan strategi yang dibuat. Data yang dikumpulkan berupa nilai AS, jika sudah terisi maka data tersebut dapat diolah dalam matriks QSPM. Isi dari matriks QSPM tersebut yakni bobot, nilai AS dan TAS. Nilai bobot dan nilai AS diisi oleh karyawan. Nilai AS (*Attractiveness Score*) yang berkisar antara 1 sampai dengan 4 masing-masing dari skala tersebut terdapat kriterianya yakni:

1. nilai 1 = tidak menarik,
2. nilai 2 = agak menarik,
3. nilai 3 = secara logis menarik,
4. nilai 4 = sangat menarik.

2.5 Analisis dan Kesimpulan

Hasil dari yang dihasilkan dari setiap pemecahan masalah yang telah diolah akan menghasilkan sebuah analisis yakni analisis terhadap matriks IFE dan EFE, analisis terhadap matriks SWOT dan analisis terhadap matriks QSPM.

3. ISI

3.1 Hasil Penelitian

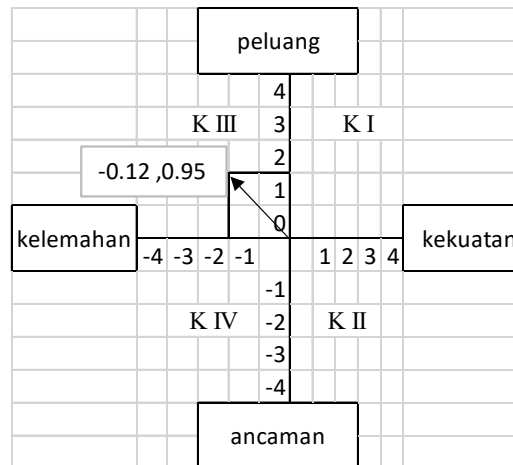
Hasil dari matriks IFE dan EFE dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Matriks IFE dan EFE

No	IFAS	BOBOT	RATING	TOTAL
Strength				
1	Kualitas bahan yang digunakan oleh perusahaan sangatlah baik	0.030	4	0.12
2	Pembuatan produk perusahaan menggunakan mesin dengan model terbaru	0.040	3	0.12
3	Proses quality control produk dilakukan dengan ketat untuk mengurangi cacat pada produk	0.030	3	0.09
4	Harga yang ditawarkan oleh perusahaan standard atau hampir sama dengan perusahaan lain.	0.020	2	0.04
5	Perusahaan sudah memiliki nama atau <i>brand</i> yang cukup besar	0.025	4	0.10
6	perusahaan memproduksi berbagai macam produk seperti apd, masker, jas hujan, seragam dan lain-lain	0.010	3	0.03
7	iklan yang di tampilkan pada web perusahaan menarik dilihat dari kelengkapan profil perusahaan, menampilkan jenis-jenis produk dan Bahasa yang	0.040	3	0.12
8	pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat baik.	0.050	4	0.20
9	Legalitas dan perizinan yang sudah di selesaikan oleh perusahaan menutup peluang terhambatnya perkembangan perusahaan karena sanksi yang diberikan oleh pemerintah	0.100	3	0.30
10	Lingkungan kerja yang meliputi pencahayaan, sirkulasi udara dan suhu pada perusahaan tersebut sangat memadai pencahayaan tidak redup, terdapat ventilasi dan kipas angin sehingga sirkulasi udaranya baik dan suhu didalam perusahaan tersebut berkisar 28°-30° sesuai dengan standard	0.015	3	0.05
total strength				1.17
weakness				
1	Perusahaan belum mengembangkan produk yang dihasilkan seperti: celana, baju, jaket dan lain-lain.	0.040	1	0.04
2	Sering terdapat jahitan yang keluar atau tidak rapih dan terdapat bordiran yang tidak rapih.	0.100	2	0.2
3	Web yang dibuat oleh perusahaan tidak pernah di-update sehingga terkadang konsumen tidak mengetahui informasi terbaru terkait perusahaan	0.100	2	0.2
4	Perusahaan tidak pernah memberikan diskon kepada konsumen	0.050	3	0.15
5	Keterlambatan pesanan masih suka terjadi karena tidak seimbangannya antara jumlah karyawan dengan jumlah pesanan.	0.030	3	0.09
6	Minimnya kegiatan promosi.	0.020	1	0.02
7	Skill operator masih belum merata sehingga sering terdapat produk yang cacat	0.060	1	0.06
8	Kemahiran operator menggunakan mesin pun masih belum mahir	0.200	2	0.4
9	karyawan quality control masih terdapat produk cacat yang lolos kepada konsumen	0.040	3	0.12
total		1		1.28
selisih strength - weakness		-0.12		2.45
No	EFAS	BOBOT	RATING	TOTAL
Opportunity				
1	kebijakan pemerintah akan vaksin membuat selaku produsen pakaian dapat memproduksi kembali pakaian karena dibukanya kembali tempat perbelanjaan	0.02	3	0.06
2	Pemerintah terus mendorong industri pakaian agar tetap produktif dengan membuat alat pelindung diri dan masker pada masa covid 19	0.15	4	0.6
3	Berkembangnya penjualan melalui online membuka peluang kepada perusahaan untuk memperluas penjualan.	0.2	4	0.8
4	Peluang mendapatkan nilai baik dari segi kebersihan lingkungan perusahaan dari pemerintah atau dari konsumen selalu stabil.	0.03	3	0.09
5	Semakin meningkatnya pertumbuhan industri semakin bertambah calon konsumen	0.1	4	0.4
total opportunity				1.95
threats				
1	Kenaikan bahan baku karena menguatnya nilai tukar rupiah terhadap dollar.	0.1	1	0.2
2	Munculnya pesaing baru yang lebih berinovasi.	0.4	1	0.8
total threats		1		1
selisih total opportunity - total threats		0.95		2.95

Kuadran cartesius didapatkan dari hasil perhitungan selisis pada matriks IFE dan EFE. Hasil selisih yang didapatkan dari kedua faktor tersebut perusahaan berada pada kuadran III adalah negatif (-0.12), positif (0.95), hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) yang sangat bagus sehingga perusahaan masih mampu berkompetisi dengan usaha-usaha lain yang sejenis. Sehingga strategi yang

harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang strategis dimana faktor kekuatan tetap dipertahankan dan dikembangkan lagi dengan berupaya memperbaiki kelemahan serta meningkatkan peluang yang dimiliki yang didapatkan dari matriks IFE dan EFE dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 3. Kuadran Cartesius

Hasil dari matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 3. Sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Matriks SWOT

DAFTAR INTERNAL		Strength		weakness	
		S1	Kualitas bahan yang digunakan oleh perusahaan sangatlah baik	W1	Perusahaan belum mengembangkan produk yang dihasilkan seperti: celana, baju, jaket dan lain-lain.
		S2	Pembuatan produk perusahaan menggunakan mesin dengan model terbaru	W2	Sering terdapat jahitan yang kehar atau tidak rapih dan terdapat bordiran yang tidak rapih.
		S3	Proses quality control produk dilakukan dengan ketat untuk mengurangi cacat pada produk	W3	Web yang dibuat oleh perusahaan tidak pernah di-update sehingga terkadang konsumen tidak mengetahui informasi terbaru terkait
		S4	Harga yang ditawarkan oleh perusahaan standard atau hampir sama dengan perusahaan lain.	W4	Perusahaan tidak pernah memberikan diskon kepada konsumen
		S5	Perusahaan sudah memiliki nama atau brand yang cukup besar	W5	Keterlambatan pesanan masih suka terjadi karena tidak seimbangnya antara jumlah karyawan dengan jumlah pesanan.
		S6	perusahaan memproduksi berbagai macam produk seperti apd, masker, jas hujan, seragam dan lain-lain	W6	Minimnya kegiatan promosi.
		S7	iklan yang di tampilkan pada web perusahaan menarik dilihat dari kelengkapan profil perusahaan, menampilkan jenis-jenis produk dan Bahasa	W7	Skill operator masih belum merata sehingga sering terdapat produk yang cacat
		S8	pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat baik.	W8	Kemahiran operator menggunakan mesin pun masih belum mahir
		S9	Legalitas dan perizinan yang sudah di selesaikan oleh perusahaan menutup peluang terhambatnya perkembangan perusahaan karena sanksi yang diberikan oleh pemerintah.	W9	karyawan quality control masih terdapat produk cacat yang lolos kepada konsumen
S10	Lingkungan kerja yang meliputi pencahayaan, sirkulasi udara dan suhu pada perusahaan tersebut sangat memadai pencahayaan tidak redup, terdapat ventilasi dan kipas angin sehingga sirkulasi udaranya baik dan suhu didalam perusahaan tersebut berkisar 28°-30° sesuai dengan standard				
		STRATEGI SO		STRATEGI WO	
O1	kebijakan pemerintah akan vaksin membuat selaku produsen pakaian dapat memproduksi kembali pakaian karena dibukanya kembali tempat pembelian.	1	Mengembangkan pemasaran melalui online (seperti membuat konten di: instagram, youtube, tiktok dll) dengan berlandaskan izin, legalitas dan brand perusahaan untuk berani memasarkan lebih luas lagi (S7,S9,O3)	2	Meningkatkan dan memaksimalkan pelayanan melalui online dengan selalu meng-update web (W3,W6,O3)
O2	Pemerintah terus mendorong industri pakaian agar tetap produktif dengan membuat alat pelindung diri dan masker pada			3	Membuka lapangan pekerjaan baru agar dapat memberlakukan sistem shift kerja kepada karyawan agar perusahaan dapat selalu produktif tanpa harus menambah beban kerja berlebih kepada karyawan (W5,O2)
O3	Berkembangnya penjualan melalui online membuka peluang kepada perusahaan untuk memperluas penjualan.				
O4	Peluang mendapatkan nilai baik dari segi kebersihan lingkungan perusahaan dari pemerintah atau dari konsumen selalu stabil.				
O5	Semakin meningkatnya pertumbuhan industri semakin bertambah calon konsumen				
		STRATEGI ST		STRATEGI WT	
T1	Kenaikan bahan baku karena menguatnya nilai tukar rupiah terhadap dollar.	4	mengembangkan variasi produk seperti : baju, celana, jaket dan lain-lain agar konsumen lebih loyal (S6,T2)	5	Membangun kerjasama yang baik dengan pemasok untuk mengantisipasi naiknya harga bahan baku (W2,T1)
T2	Munculnya pesaing baru yang lebih berinovasi.				

1. Strategi S-O

Strategi S-O didapatkan dari daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada. Berikut merupakan penjelasan dari strategi yang telah dibuat yaitu mengembangkan pemasaran melalui online (seperti membuat konten di: instagram, youtube, tiktok dan lain-lain) dengan berlandaskan izin, legalitas dan brand perusahaan untuk berani memasarkan lebih luas lagi (S7, S9, O3)

2. Strategi W-O

Strategi W-O daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari

peluang yang ada. Berikut penjelasan dari strategi yang telah dibuat:

- a. Meningkatkan dan memaksimalkan pelayanan melalui online dengan selalu meng-update *web* (W3, W6, O3)
- b. Membuka lapangan pekerjaan baru agar dapat memberlakukan sistem shift kerja kepada karyawan agar perusahaan dapat selalu produktif tanpa harus menambah beban kerja berlebih kepada karyawan (W5, O2)

3. Strategi S-T

Strategi S-T daftar kekuatan untuk menghindari ancaman. Berikut penjelasan dari strategi yang dibuat yaitu mengembangkan variasi produk dan kualitas seperti: baju, celana, jaket dan lain-lain agar konsumen lebih loyal (S6, T2)

4. Strategi W-T

Strategi W-T daftar kegiatan yang dapat memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman. Berikut penjelsan dari strategi yang dibuat yaitu membangun kerjasama yang baik dengan pemasok untuk mengantisipasi naiknya harga bahan baku (W2, T1)

Hasil dari matriks QSPM dapat dilihat pada Tabel 4 Sebagai berikut:

Tabel 4. Matriks QSPM

No	Alternatif Strategi	Total As	Peringkat
1	Mengembangkan pemasaran melalui online (seperti membuat konten di: instagram, youtube, tiktok dll) dengan berlandaskan izin, legalitas dan brand perusahaan untuk berani memasarkan lebih luas lagi (S7,S9,O3)	5.925	3
2	Meningkatkan dan memaksimalkan pelayanan melalui online dengan selalu meng-update web (W3,W6,O3)	6.37	1
3	Membuka lapangan pekerjaan baru agar dapat memberlakukan sistem shift kerja kepada karyawan agar perusahaan dapat selalu produktif tanpa harus menambah beban kerja berlebih kepada karyawan (W5,O2)	5.42	4
4	mengembangkan variasi produk seperti : baju, celana, jaket dan lain-lain agar konsumen lebih loyal (S6,T2)	6.31	2
5	Membangun kerjasama yang baik dengan pemasok untuk mengantisipasi naiknya harga bahan baku (W2,T1)	5.045	5

Lima strategi perusahaan yang berdasarkan tingkat daya tarik perusahaan untuk menggunakan strategi tersebut serta berdasarkan peringkat dari hasil TAS. Hasil TAS terbesar ada di angka 6.37 dan hasil TAS terkecil ada di angka 5.045. Berikut peringkat dari 5 strategi tersebut:

1. mengembangkan variasi produk seperti: baju, celana, jaket dan lain-lain agar konsumen lebih loyal (S6, T2)
2. Meningkatkan dan memaksimalkan pelayanan melalui *online* dengan selalu meng-*update web* (W3, W6, O3)
3. Mengembangkan pemasaran melalui *online* (seperti membuat konten di: instagram, youtube, tiktok dan lain-lain) dengan berlandaskan izin, legalitas dan *brand* perusahaan untuk berani memasarkan lebih luas lagi (S7, S9, O3)
4. Membuka lapangan pekerjaan baru agar dapat memberlakukan sistem *shift* kerja kepada karyawan agar perusahaan dapat selalu produktif tanpa harus menambah beban kerja berlebih kepada karyawan (W5, O2)
5. Membangun kerjasama yang baik dengan pemasok untuk mengantisipasi naiknya harga bahan baku (W2, T1)

Analisis Matriks IFE dan EFE, Jika dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada karyawan dan pemilik dilihat dari jawabannya menunjukkan bahwa rata-rata mengisi di *range* 4-3 yang artinya perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang sesuai dengan kondisi perusahaan sekarang, sedangkan untuk tabel kelemahan karyawan menunjukkan bahwa rata-rata mengisi

di *range* 1-2 yang artinya karyawan pun merasakan kelemahan dan ancaman pada perusahaan tersebut. Kesimpulan dari hasil total skor yang didapat dari kedua faktor nilai yang didapat rata-rata lebih besar dari 2,50 yaitu 2.51 dan 2.50 yang artinya kondisi dari perusahaan secara internal kuat dan secara eksternal perusahaan tersebut ada peluang.

Analisis Matriks SWOT, Berdasarkan dari ke 5 strategi tersebut, strategi yang mengarah kepada pemasaran melalui online lebih dominan. Karena disesuaikan dengan kondisi saat ini yang masih pada masa pandemi dan semua kegiatan kebanyakan melakukan kegiatan virtual atau *online*. Analisis Matriks QSPM, Berdasarkan hasil matriks SWOT didapatkan 5 strategi baru. Hasil tersebut diperingkat sesuai dengan daya tarik dari perusahaan terhadap strategi tersebut. Untuk alternatif strategi yang diprioritaskan terlebih dahulu untuk di perusahaan tersebut adalah 3 urutan strategi tertinggi yakni:

1. mengembangkan variasi produk seperti: baju, celana, jaket dan lain-lain agar konsumen lebih loyal (S6, T2)
2. Meningkatkan dan memaksimalkan pelayanan melalui *online* dengan selalu meng-*update* web (W3, W6, O3)
3. Mengembangkan pemasaran melalui online (seperti membuat konten di: instagram, youtube, tiktok dan lain-lain) dengan berlandaskan izin, legalitas dan *brand* perusahaan untuk berani memasarkan lebih luas lagi (S7, S9, O3)

4. KESIMPULAN

Hasil matriks IFE dan EFE menunjukkan perusahaan berada pada kuadran I yang bernilai positif. Hasil penelitian mendapatkan kesimpulan bahwa alternatif yang dihasilkan terdapat 5 alternatif strategi perusahaan, Hasil analisis menggunakan matrik QSPM didapatkan 3 alternatif strategi yang disarankan kepada perusahaan berdasarkan peringkat yang telah didapatkan yakni: mengembangkan variasi produk seperti: baju, celana, jaket dan lain-lain agar konsumen lebih loyal, Meningkatkan dan memaksimalkan pelayanan melalui *online* dengan selalu meng-*update* web, Mengembangkan pemasaran melalui *online* (seperti membuat konten di: instagram, youtube, tiktok dll) dengan berlandaskan izin, legalitas dan *brand* perusahaan untuk berani memasarkan lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajriansyah, M. Rizki dan Isnati. 2019. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Rangkuti, Freddy. 2000. *Analisis Swot Teknik Membeda Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.