

### Analisis SWOT Dalam Pengelolaan Strategi Bisnis Pada Ninda Tapis Lampung

Daus Hartono<sup>1</sup>, Ripo Rikardo<sup>2</sup>, Arjun Dzaki Alfin<sup>3</sup>, Vicky F Sanjaya<sup>4</sup>

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung<sup>1,2,3,4</sup>

[daushartono14@gmail.com](mailto:daushartono14@gmail.com)<sup>1</sup>, [arjundz.a@gmail.com](mailto:arjundz.a@gmail.com)<sup>2</sup>, [riporikardo06@gmail.com](mailto:riporikardo06@gmail.com)<sup>3</sup>, [vicky@radenintan.ac.id](mailto:vicky@radenintan.ac.id)<sup>4</sup>

#### Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi bisnis Toko Tapis Ninda, sebuah usaha berbasis budaya lokal yang memproduksi kain adat Lampung dengan desain inovatif dan berkualitas, melalui pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada kualitas produk dan kreativitas desain, sedangkan kelemahan meliputi lokasi yang kurang strategis dan jam operasional yang terbatas. Peluang meliputi dukungan pemerintah terhadap industri kreatif dan kemudahan distribusi melalui platform digital, sedangkan ancaman berasal dari pesaing sejenis dan motif imitasi yang murah. Strategi yang diusulkan meliputi penguatan promosi digital, pengembangan platform pembelian online, dan diversifikasi pemasok untuk menjaga stabilitas produksi. Dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal, Toko Tapis Ninda diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya di pasar lokal dan daya tarik internasional, serta melestarikan warisan budaya Lampung.

**Kata Kunci :** *Analisis SWOT, Strategi Bisnis, Ninda Tapis, Industri Kreatif, Kain Tradisional*

#### PENDAHULUAN

Setiap bisnis memiliki tujuan utama untuk menyediakan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumennya. Dalam dunia bisnis, strategi bisnis merupakan kunci penting untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan. Strategi yang baik memungkinkan bisnis untuk mengatasi tantangan, bersaing dengan pesaing, dan tetap relevan di pasar. Salah satu sektor bisnis yang terus berkembang di Indonesia adalah industri kreatif, termasuk bisnis berbasis budaya lokal seperti kerajinan tekstil tradisional.

Ninda Tapis Lampung merupakan salah satu industri yang bergerak di bidang produksi dan pemasaran kain tradisional khas Lampung. Perusahaan ini tidak hanya menyediakan produk dengan desain yang unik, tetapi juga menawarkan nilai-nilai budaya yang melekat pada setiap karyanya. Dalam menjalankan bisnis, setiap pelaku usaha tentunya memiliki strategi tertentu untuk menjamin keberlangsungan dan perkembangan usahanya. Ninda Tapis sebagai salah satu produsen dan distributor kain tradisional terkemuka di Lampung memiliki keunggulan dalam kualitas dan keunikan produk yang membedakannya dengan kompetitor.

Setiap sektor usaha pasti memiliki tantangan dan persaingan. Begitu pula dengan Ninda Tapis yang harus bersaing dengan produsen dan distributor kain tradisional lainnya, Untuk mempertahankan eksistensi dan keunggulan bersaingnya, perusahaan perlu memiliki strategi yang tepat, salah satunya melalui analisis lingkungan bisnis internal dan eksternal dengan menggunakan alat bantu seperti analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang umum digunakan dalam dunia usaha untuk mengidentifikasi kekuatan dan peluang, serta mencari cara mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

Analisis SWOT dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu analisis internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan, serta analisis eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Faktor eksternal biasanya berada di luar kendali perusahaan, tetapi tetap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlangsungan bisnis. Berdasarkan kondisi dan latar belakang yang telah

dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih mendalam kondisi lingkungan internal dan eksternal Ninda Tapis Lampung, sehingga dapat dirumuskan strategi bisnis yang tepat untuk mendukung keberlangsungan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kekuatan Ninda Tapis Lampung.
2. Mengidentifikasi kelemahan yang dihadapi Ninda Tapis Lampung.
3. Menganalisis peluang yang dapat dimanfaatkan Ninda Tapis Lampung dalam pengembangan usahanya.
4. Menganalisis ancaman yang dihadapi Ninda Tapis Lampung dalam menghadapi persaingan pasar.

## METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan suatu cara untuk memperoleh data yang dibutuhkan terkait dengan permasalahan dalam penelitian. Dalam proses penelitian, metode yang digunakan adalah survei dan wawancara. Proses pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dengan menentukan subjek penelitian yang akan diwawancarai oleh peneliti untuk memperoleh data eksternal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan observasi langsung atau survei di Toko Ninda Tapis. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh informasi tentang proses kepemimpinan di Toko Ninda Tapis dengan cara melakukan wawancara kepada konsumen dan manajer Ninda Tapis. Peneliti perlu menganalisis faktor internal dan eksternal apa saja yang ada di Ninda Tapis untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan daya saing pemasaran produk dengan menggunakan analisis SWOT.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menanyakan langsung kepada konsumen dan pengelola Toko Tapis Ninda Lampung. Matriks IFE merupakan analisis lingkungan internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan matriks EFE merupakan analisis lingkungan eksternal dimana variabel yang digunakan terdiri dari peluang dan ancaman bagi perusahaan. Pada tahap ini instrumen penelitian yang digunakan adalah wawancara dan survei. Pertanyaan yang diberikan kepada informan berisi tentang aspek internal dan eksternal Tapis Ninda Lampung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah analisis tabel matrik IFE dan EFE

Tabel 1. Matrik Internal Faktor Analisis

No	Kekuatan	Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
1.	Kualitas produk dengan bahan baku pilihan.	0,13	4	0,52
2.	Harga kompetitif	0,10	3	0,30
3.	Tempat nyaman dan area parkir luas	0,10	3	0,30
4.	Pelayanan ramah	0,10	3	0,30
5.	Desain kain yang inovatif dan khas.	0,15	4	0,60
6.	Pengenalan merek yang kreatif melalui media sosial	0,10	3	0,30

7.	Inovasi busana fashion show internasional	0,11	3	0,33
----	---	------	---	------

No	Kelemahan	Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
1.	Barang lama restock	0,07	3	0,21
2.	Tempat kurang strategis	0,09	3	0,27
3.	Jam oprasional yang kurang lama	0,05	2	0,10
<b>Total</b>		<b>1,00</b>	<b>31</b>	<b>3,23</b>

Sumber: Data Diolah

Tabel 2. Matrik Ekstrenal Faktor Analisis

No.	Peluang	Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
1.	Potensi daya tarik global	0,11	3	<b>0,33</b>
2.	Adanya dukungan pemerintah untuk industri kreatif dan kerajinan tradisional.	0,23	4	<b>0,92</b>
3.	Adanya Go-jek, Grab, maxim mempermudah pengiriman barang	0,09	2	<b>0,18</b>

No.	Ancaman	Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
1.	Banyaknya pesaing yang sejenis dan non sejenis	0,27	4	<b>1,08</b>
2.	Tidak tersedianya platform Pembelian online	0,17	3	<b>0,51</b>
3.	Adanya tiruan motif dengan harga lebih murah	0,13	3	<b>0,39</b>
4.	Ketergantungan pada pemasok tertentu	0,20	3	<b>0,60</b>
<b>Total</b>		<b>1,00</b>	<b>23</b>	<b>4,01</b>

Sumber: Data Diolah

Hasil yang diperoleh dari analisis Tapis Ninda Lampung yaitu terdapat tabel bobot faktor internal dan eksternal. Tabel 1 menunjukkan matrik internal yang terdiri dari tabel kekuatan dan kelemahan. Pada matrik kekuatan memiliki bobot sebesar 0,79 sedangkan skor 2,65 untuk matrik kelemahan dengan bobot 1,00 memiliki skor 3,23. Tabel 2 menunjukkan matrik eksternal terdapat tabel peluang dan ancaman. Pada matrik peluang memiliki bobot sebesar 0,43 dengan skor 1,43 sedangkan matrik ancaman memiliki bobot sebesar 1,00 dengan skor 4,01.

Setelah menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Ninda Tapis, selanjutnya dapat membuat suatu bahan untuk mengetahui dimana posisi perusahaan dalam persaingan. Dalam matrik ini dapat dilihat dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Dalam pembahasan ini digunakan analisis SWOT yang akan membandingkan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal.

### **Analisis Matriks SWOT**

Berdasarkan analisis matriks SWOT dapat disimpulkan bahwa faktor internal Toko Ninda Tapis tergolong cukup kuat, dengan total skor tertimbang sebesar 2,65. Peluang yang dimiliki Toko Ninda Tapis juga lebih besar dibandingkan dengan ancamannya, dengan skor peluang tertimbang sebesar 1,43 terhadap ancaman sebesar 3,22. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Ninda Tapis memiliki potensi untuk memperkuat posisinya di pasar kain tradisional dengan memanfaatkan keunggulan internal dan peluang eksternal.

Pengembangan Strategi Pemasaran Dari Analisis SWOT Store Ninda Tapis, yaitu:

1. Strategi SO (*Strengths Opportunities*)

Toko Tapis Ninda dapat memanfaatkan kualitas produk dan keunikan desain kainnya yang khas untuk menarik perhatian pasar lokal dan internasional. Pameran seni dan budaya merupakan sarana yang efektif untuk memperluas pasar, sementara pengenalan merek melalui media sosial dapat meningkatkan brand awareness.

2. Strategi WO (*Weakness Opportunities*)

perbaiki sistem inventaris untuk mengatasi keterlambatan dalam pengisian ulang barang dan pembukaan gerai di lokasi strategis. Penyesuaian jam operasional juga merupakan langkah penting untuk memberikan fleksibilitas kepada pelanggan.

3. Strategi ST (*Strengths Threats*)

Toko Ninda Tapis dapat menonjolkan keunikan produknya sebagai pembeda utama dengan kompetitor. Pengembangan platform belanja online akan mendukung upaya ini sekaligus memperluas jangkauan pelanggan. Diversifikasi pemasok bahan baku juga menjadi langkah penting untuk menjaga stabilitas produksi.

4. Strategi WT (*Weakness Threats*)

pemanfaatan promosi digital untuk mengatasi keterbatasan lokasi, pengembangan e-commerce untuk memenuhi kebutuhan pasar modern, dan pelatihan karyawan untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Agar dapat bertahan dan berkembang, Ninda Tapis memerlukan strategi SWOT yang memanfaatkan kekuatan, mengurangi kelemahan, serta memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman. Toko Ninda Tapis memiliki keunggulan dalam kualitas produk dan desain yang inovatif, serta dukungan terhadap industri kreatif yang dapat menjadi fondasi yang kuat untuk tumbuh. Dengan memanfaatkan peluang melalui pengenalan merek yang lebih baik dan pameran budaya, perusahaan dapat memperluas pasarnya. Namun, tantangan seperti lokasi yang kurang strategis dan motif imitasi harus segera diatasi. Strategi pemasaran yang inovatif seperti promosi digital dan pembukaan cabang di lokasi yang strategis diharapkan dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Menjaga kepuasan pelanggan melalui layanan yang ramah dan manajemen inventaris yang baik juga menjadi elemen penting.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, serta simpulan yang telah diuraikan di atas, maka saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut; Melakukan inovasi pemasaran agar promosi yang dilakukan dapat lebih efektif. Dalam persaingan usaha kain tradisional, penting bagi Ninda Tapis untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal, termasuk platform e-commerce, agar dapat

menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan brand awareness dan daya tarik produk di kalangan konsumen.

Pembukaan cabang di wilayah strategis juga perlu diperhatikan sebagai langkah untuk memperluas pasar dan memudahkan akses pelanggan. Dengan lokasi yang lebih strategis, pelanggan dapat lebih mudah mengunjungi toko dan melakukan pembelian, sehingga potensi penjualan dapat meningkat. Selain itu, pelatihan karyawan merupakan salah satu elemen penting yang harus diperhatikan. Pelatihan yang baik akan memastikan kualitas layanan pelanggan meningkat, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada kepuasan konsumen dan menciptakan loyalitas pelanggan. Diversifikasi pemasok bahan baku juga sangat disarankan untuk mengurangi ketergantungan pada satu sumber. Dengan adanya pemasok alternatif, risiko gangguan operasional akibat keterbatasan pasokan dapat diminimalkan. Pengelolaan yang lebih efisien dalam berbagai aspek, mulai dari pemasaran, pelayanan, hingga operasional, diharapkan dapat membantu Toko Tapis Ninda dalam mempertahankan pertumbuhan dan meningkatkan daya saing baik di pasar lokal maupun meningkatkan daya tarik global.

## REFERENSI

- Afrianto, Matthew Tristan, And Budi Setiawan, 'Analisis Swot Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Mie Koclok Di Cirebon', 1, 2024, Pp. 1–17
- Ekonomi, Fakultas, And Universitas Brawijaya, 'Jki 3.2.2024', 3.2 (2024), Pp. 331–44
- Ichsan, Muhammad, 'Pengelolaan Perpustakaan Di Man 6 Aceh Besar', *Skripsi*, 2018, P. 95
- Komang, N I, Gita Prastya, Jurusan Administrasi Bisnis, And Politeknik Negeri Bali, 'Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Meeting Package', 2023
- Monica, Manuel Agnesia Anggi, Khosmas Khosmas, And Okianna Okianna, 'Analisis Strategi Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Daya Saing Pelaku Distro Clothing Di Kota Pontianak', *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 9.10 (2020), Pp. 1–10
- Performance, Improve Sales, Ahmad Kevin Alfirdaus, Agung Winarno, Magister Manajemen, And Universitas Negeri Malang, 'Literasi Manajemen Umkm Aniza Collection Dalam Bidang Tas Dan Aksesoris Guna Meningkatkan Peforma Penjualan', *Jipm: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1.4 (2023), Pp. 221–29
- Rudi, Haryono, Kepercayaan, Minat Menabung, And D I Bank, 'Rudi Haryono', 1.12 (2021), Pp. 2338–46
- Safitri, Pony, And Zakia Fajrin, 'Strategi Bisnis Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kopiah Resam Mentari Kota Pangkalpinang', *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 22.1 (2019), Pp. 61–74,
- Sutrimono, 'Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Sewa Mobil Di Rental Restu Kabupaten Biak Numfor', *Jurnal "Gema Kampus"*, 13.1 (2018), Pp. 1–7
- Syafikarani, Aisyi, 'Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Pemasaran Album K-Pop (Studi Kasus: Weverse Shop – Bts)', *Tanra: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 8.1 (2021), P. 1
- Zed, Etty Zuliawati, Nanci Margaret Teresia N, And Suci Nur Utami, 'Yume: Journal Of Management Efektivitas Penjualan Online Vs Offline Terhadap Pengembangan Usaha Study Kasus Pt Turmanerika Sukses Bersama', 7.2 (2024), Pp. 1014–19