

## STRATEGI BERTAHAN HOME INDUSTRY KOPYAH ABU IMAM PASURUAN

Dewi Mumpuni Yudowati<sup>1</sup>, Unia ningsih<sup>2</sup>

Stebi Syaikhona Kholil Sidogiri Pasuruan

Email: [dewimumpuni@syaikhonakholidogiri.ac.id](mailto:dewimumpuni@syaikhonakholidogiri.ac.id), [unianingsih95@gmail.com](mailto:unianingsih95@gmail.com)

### Abstract:

*Competition in the business world is unavoidable, therefore if you want to enter the business world, you need self-preparation or a survival strategy to face other business competitors. Survival strategies are several ways that are used by a person, or group of people to maintain the existence of a self that is valuable or considered valuable, both material and non-material. The approach used in this study is a qualitative approach. Qualitative research is research that aims to gain a deep understanding of a phenomenon in a society without using the process of measurement and calculation. Data collection methods used in this study include observation or observations, interviews with key informants, and documentation that supports the research process. The data analysis technique used in this research is using SWOT analysis. Based on the results of the analysis, it can be seen that the best defensive strategy that must be done at this time is to apply the SO (strength opportunities) strategy. This strategy is carried out to take advantage of the company's strengths in order to capture the opportunities the company has. Using promotional media that is right on target, namely promotional media with internet networks because promotional media with internet networks are very appropriate to use in the modern era, consumers can access their requests easily and flexibly because they can be done anywhere and anytime. The researcher hopes that entrepreneurs will pay more attention to the problems of competition and obstacles in the home industry so that they can compete with large industries.*

**Keyword:** *Defensive Strategy, SWOT Analysis*

### Abstrak:

Persaingan dalam dunia bisnis tidak bisa dihindari, maka dari itu jika ingin terjun ke dalam dunia bisnis dibutuhkan persiapan diri atau strategi bertahan untuk menghadapi para pesaing bisnis lainnya. Strategi bertahan merupakan beberapa cara yang digunakan oleh seseorang, atau sekelompok orang untuk mempertahankan eksistensi kediriannya yang bernilai atau dianggap bernilai, baik yang bersifat material maupun non material (Haviland:36). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Lex J Moleong (2013). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena didalam suatu masyarakat tanpa menggunakan proses pengukuran dan perhitungan. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya observasi atau pengamatan, wawancara dengan informan kunci, dan dokumentasi yang mendukung proses penelitian. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis, dapat dilihat bahwa strategi bertahan terbaik yang harus dilakukan saat ini adalah menerapkan strategi SO (strength opportunities). Strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan perusahaan guna menangkap peluang yang dimiliki perusahaan. Menggunakan media promosi yang tepat sasaran yaitu media promosi dengan jaringan internet karena media promosi dengan jaringan internet sangat tepat digunakan pada era modern, konsumen dapat mengakses permintaannya dengan mudah dan fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Peneliti berharap agar pengusaha lebih memperhatikan permasalahan persaingan dan hambatan pada home industry agar dapat bersaing dengan industry besar.

**Kata Kunci :** *Strategi Bertahan, Analisis SWOT*

### Pendahuluan

Perkembangan wilayah tidak dapat dipisahkan dari paradigma pertumbuhan ekonomi wilayah (Anwar, 2001 dalam Merdekawati, 2016). Pertumbuhan ekonomi wilayah tentu tidak lepas dari kontribusi sektor-sektor ekonomi, salah satunya sektor industri. Sesuai dengan

Undang undang Nomor 3 Tahun 2014 pasal 1 di poin 2, Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri (Pemerintah, 2014).

Pada zaman sekarang Kebanyakan orang memiliki keinginan untuk menjadi seorang pengusaha, dimulai dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Home industry). Akan tetapi untuk mendirikan home industri sendiri tidak mudah, kita harus membuat perencanaan untuk menganalisa secara komprehensif terhadap peluang dan ancaman serta kelemahan dan kekuatan dari usaha yang akan dikelola. Pengusaha juga harus mempunyai kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat dan cermat. Hal inilah yang menjadi dasar mengapa mindset pengusaha sukses mempunyai peran yang penting bagi mereka yang ingin menjadi pengusaha. Seorang calon pengusaha tidak bisa menggunakan mindset karyawan, karena mindset karyawan tidak akan bisa mengambil keputusan dengan tepat sebagaimana mindset yang dimiliki pengusaha.

Ada lima keadaan yang memungkinkan industri kecil mampu bertahan ditengah persaingan yang datang dari industri berskala besar menurut Supratikno (dalam Yustika, 2000: 30) sebagai berikut:

1. Usaha industri kecil bergerak dalam pasar yang terpecah-pecah (fragmented market), sehingga keberadaan skala ekonomi tidak terlalu penting yang menyebabkan skala ekonomi usaha besar tidak menonjol.
2. Usaha industri kecil menghasilkan produk-produk dengan karakteristik elastisitas pendapatan yang tinggi, sehingga apabila terjadi kenaikan pendapatan masyarakat, permintaan akan produk-produk UMKM juga meningkat.
3. Usaha kecilmemiliki memiliki heterogenitas tinggi. Khususnya heterogitasteknologi yang bisa digunakan, sehingga dapat menghasilkan variasi produk yang beraneka ragam.
4. Usaha industri keciltergabung dalam suatu klaster (sentra industri), sehingga mampu memanfaatkan efisiensi kolektif, misalnya dalam hal pembelian bahan baku, pemanfaatan tenaga kerja terampil, dan pemasaran bersama.
5. Usaha industri kecil diuntungkan oleh kondisi geografis, yang membuat produk-produk industri kecil memperoleh proteksi alam karena pasar yang dilayani tidak terjangkau oleh inovasi produk-produk industri skala besar. (Siti Irene Astuti D, 2018)

Menurut Porter (1985) mengemukakan bahwa pada dasarnya ada 3 strategi penting untuk mendapatkan kesuksesan dalam bidang pemasaran produk, yaitu:(1) keunggulan dalam biaya/ongkos (cost leadership). Pemasaran produk dengan mengandalkan keunggulan dalam biaya, misalnya menjual produk dengan harga yang murah namun dengan kualitas yang baik. Hal ini bisa dilakukan karna perusahaan mampu menghemat biaya produksi dalam proses produksi, baik pada pemilihan bahan baku, proses, kemasan maupun biaya untuk tenaga kerja., (2) keunggulan karena adanya ciri pembeda atau keunikan dari produk yang dihasilkan (diferensiasi). Strategi ini menekankan pada aspek keunikan pada produk yang dipasarkan, baik penekanan pada merk, kualitas atau image dari produknya itu sendiri. Untuk strategi ini biasanya diikuti dengan biaya yang tinggi. (3) keunggulan karena memfokuskan pada target atau segmen pasar tertentu.

Strategi ini mengandalkan pada suatu fokus tertentu. Seorang pengusaha persaingan dalam dunia bisnis tidak bisa dihindari, maka dari itu jika ingin terjun ke dalam dunia bisnis dibutuhkan persiapan diri atau strategi bertahan untuk menghadapi para pesaing bisnis lainnya. strategi bertahan merupakan beberapa cara yang digunakan oleh seseorang, atau sekelompok orang untuk mempertahankan eksistensi kediriannya yang bernilai atau dianggap bernilai, baik yang bersifat material maupun non material (Purwanti, 2016) Adanya pesaing dalam sebuah bisnis merupakan hal yang normal, persaingan bisnis menjadi salah satu resiko besar yang harus di hadapi para pelaku bisnis. Apalagi dengan letak geografis kabupaten Pasuruan yang berada di delta jalur ekonomi Surabaya-Jember/ Banyuwangi/ Bali, Surabaya-

malang, dan Malang-jember/ Banyuwangi/ Bali sangat strategis untuk penempatan usaha bisnis. Dan adanya jalan tol Gempol-Pasuruan menjadikan Kabupaten Pasuruan menjadi pilihan yang tepat bagi pengembangan investasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran signifikan bagi pertumbuhan sektor perekonomian nasional (Adibah, 2018).

Begitu juga dengan yang dialami oleh para pengusaha industri kopiah rumahan masyarakat desa kenep, pertumbuhan perekonomian yang semakin pesat juga menyebabkan persaingan juga dirasa semakin ketat dengan bermunculannya pengusaha kopiah lainnya, baik yang masih dalam satu kawasan desa kenep sendiri atau pun dari wilayah lainnya. salah satu Home industry yang masih eksis dalam usaha kopiah di wilayah pasuruan adalah kopiah abu imam. Usaha kopiah abu imam memiliki ciri khas yang berbeda dengan kopiah pada umumnya di pasuruan. Perbedaan tersebut terlihat dari ciri khas dan bentuk kopiah yang dipasarkan.

Berdasarkan hasil penelitian Evita Sari (2020) menggambarkan terdapat beberapa upaya yang dilakukan untuk mempertahankan industridiantaranya adalah:inovasi corak dan bentuk sehingga produk dapat diminati oleh pasar. Kedua, perluasan pasar yang dilakukan untuk menambah keuntungan dan menjamin kestabilan produksi. Ketiga, pelibatan generasi muda untuk mendapatkan inovasi baru sebagai penerus industri. Keempat, dengan cara mengikuti pelatihan guna menambah kreasi dan inovasi berbagai macam jenis sehingga memiliki harga nilai jual yang cukup tinggi (Sari, 2020).

Persaingan pasar yang ada para pengusaha akan mendapati 2 pilihan yakni mundur atau terus maju, mundur itu berarti gulung tikar atau menutup rapat usaha yang telah dibangun sekian tahun atau memilih maju melakukan inovasi-inovasi terbaru sebagai salah satu strategi survival dalam menghadapi persaingan dagang para pengusaha kopiah. Salah satu langkah yang dapat dilakukan dalam upaya mempertahankan Home industry yang dijalankan adalah dengan merumuskan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu uji yang digunakan untuk memetakan kondisi internal dan eksternal. Pemetaan tersebut digunakan untuk menyusun strategi yang tepat untuk tetap eksis dalam persaingan dengan usaha sejenis atau semacamnya.

## **Landasan Teori**

### **1. UMKM**

Pengertian UMKM, Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR No.XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi, usaha mikro, kecil, dan menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui UU No.9 tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke undang-undang no.20 pasal 1 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi criteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan atau bukan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi criteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian

baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

## 2. Manajemen Strategi

Manajemen strategis (*strategic management*) dapat dipahami sebagai proses pemilihan dan penerapan strategi- strategi. Sedangkan strategi adalah pola alokasi sumber daya yang memungkinkan organisasi-organisasi dapat mempertahankan kinerjanya. David (2005) juga berpendapat bahwa manajemen strategis merupakan seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai obyektifnya. Selain itu, Hunger dan Wheelen mendefinisikan, manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian dari definisi di atas dapat diketahui bahwa manajemen strategis merupakan proses untuk membantu organisasi dalam merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan dan tindakan manajerial yang membuat organisasi mampu mencapai tujuan secara efektif.

Sedangkan komponen pokok manajemen strategik dalam perspektif Suwarno(2008) adalah: (1) analisis lingkungan bisnis yang diperlukan untuk mendeteksi peluang dan ancaman bisnis (2) analisis profil perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan (3) strategi bisnis yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan memperhatikan (4) visi misi perusahaan. Hubungan antara lingkungan bisnis dan profil perusahaan memberikan indikasi pada apa yang mungkin dapat dikerjakan (*what is possible*). Dari sini posisi perusahaan di pasar dapat diketahui. Sedangkan keterkaitan antara analisis lingkungan bisnis, profil perusahaan, dan visi serta misi perusahaan menunjuk pada apa yang diinginkan (*what is desired*) oleh pemilik dan manajemen perusahaan. Secara metodologis, strategi bisnis terdiri dari tiga proses yang saling kait-mengait dan tidak terputus, yakni proses perumusan (formulasi), proses implementasi (eksekusi), dan proses pengawasan (pengendalian) strategi.

## Metode

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Lex J Moleong (2013). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena didalam suatu masyarakat tanpa menggunakan proses pengukuran dan perhitungan. Metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, peneliti kualitatif akan menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kualifikasi lainnya. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya observasi atau pengamatan, wawancara dengan informan kunci, dan dokumentasi yang mendukung proses penelitian. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi yang tepat dalam eksistabilitas daya saing kopyah abu imam.

## Hasil

Home industry kopyah Abu Imam ini terletak di desa Kenep kecamatan Beji kabupaten Pasuruan. Tepatnya Di Desa Kluncing-legi Kelurahan Kenep Kecamatan Beji. Lokasinya berada di pemukiman masyarakat yang mana di desa tersebut terdapat cukup banyak pengusaha kopyah hingga desa tersebut terkenal akan kopyah nya. Home industry kopyah ini merupakan salah satu Home industry yang ada di kabupaten Pasuruan atau lebih tepatnya di desa Kenep kecamatan Beji kabupaten Pasuruan. Usaha ini didirikan sejak tahun 2015 dikarenakan ingin membangun usaha sendiri. Mindset utama Bapak Saifuddin

mendirikan Home industry ini adalah beliau tidak ingin tergantung pada pabrik, beliau menginginkan mempunyai usaha sendiri. Juga dengan adanya Home industry ini diharapkan juga dapat memberikan manfaat terhadap masyarakat sekitar yang belum mempunyai pekerjaan.

Penetapan harga jual pada Home industry kopiah ini dibagi menjadi tiga macam sesuai dengan jenis kopiah dan tingkat kesulitan pembuatannya seperti data dibawah ini :

Nama Kopiah	Harga Kopiah perkodi
Oman	340.000.00,-
Pakistan	300.000.00,-
Malaysia	270.000.00,-
Ashagofa	240.000.00,-

Penyaluran distribusi produk kopiah pada Home industry kopiah Abu Imam yaitu dari dari Home industry kopiah sebagai produsen disalurkan kepada agen (distributor), kemudian dari agen disalurkan kepada para reseller, selanjutnya didisalurkan ketangan konsumen. Home industry kopiah ini merupakan usaha milik perseorangan yang hanya dimodali oleh satu pemodal, yaitu Bapak Saifuddin sendiri. Modal awal berasal dari milik pribadi bukan dari pinjaman atau dana bantuan. Persaingan usaha merupakan rivalitas yang terjadi diantara para pelaku usaha untuk dapat memperoleh konsumen dengan menawarkan barang yang berkualitas baik dan harga yang baik pula.

Dalam dunia industry persaingan merupakan hal yang wajar, tetapi persaingan di Kluncing legi ialah termasuk kedalam persaingan yang sehat. Karena seperti kata bapak Saifuddin, apabila terdapat pesanan yang tidak dapat di penuhi sepenuhnya maka pengusaha tersebut akan meminta bantuan terhadap pengusaha yang lain. Karna sistem Home industry di dusun kluncing legi adalah kerja sama. Karena persaingan usaha yang sehat dapat membantu mendorong pertumbuhan ekonomi indonesia. Konferensi daring sarasehan virtual 100 ekonomi dengan tema “Transformasi Ekonomi Indonesia Menuju Negara Maju dan Berdaya Saing” ekonomi senior Kodrat Wibowo mengatakan, selain persaingan usaha yang sehat, ada beberapa faktor yang lain yang bisa mendorong akselerasi ekonomi. Faktor-faktor tersebut antara lain: a. Bila suatu negara bisa mencapai kondisi full employment maka akselerasi ekonomi dipastikan akan berjalan. b. Motif pelaku usaha dalam jangka pendek haus bisa profit serta dalam jangka panjang dapat memenuhi riset dan pengembangan. c. Persaingan usaha yang sehat.

Menurut Kodrat Wibowo, apabila ingin mendorong pelaku usaha UMKM melek digital seperti yang diinginkan pemerintah maka perlu adanya sistem kemitraan antara UMKM dengan pelaku usaha besar. Kemitraan ini perlu dibangun sehingga tidak akan ada unsur penguasaan, pengendalian besar terhadap kecil agar persaingan usaha dapat secara efisien dilakukan. Jadi dari ketiga faktor diatas juga harus bisa diterapkan pada Home industry Abu Imam ini, bukan hanya salah satunya saja. Supaya usaha ini dapat terus bertahan dan juga bisa mendorong akselerasi ekonomi

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil Analisis data yang digunakan untuk mengetahui potret Home industry kopiah ABU IMAM dan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk-produk Home industry kopiah ABU IMAM, sehingga bisa diketahui langkah-langkah untuk menetapkan strategi bertahan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang guna mengatasi kelemahan dan ancaman yang terjadi.

Data Tahap-tahap proses analisis SWOT yang meliputi faktor internal dan eksternal pelaksanaan pada Home industry kopiah ABU IMAM sebagai berikut:

- a. Analisis Faktor Eksternal dan Internal
  - 1) Faktor Eksternal (EFAS)

- a) Perkembangan Teknolgi Perkembangan teknologi akan mempermudah dan memperlancar pelayanan kepada konsumen. Selain itu perkembangan teknologi juga dapat menunjang kinerja perusahaan secara keseluruhan. Perkembangan tekhnologi Home industry kopiah ABU IMAM berdampak positif dalam menunjang kegiatan usaha.
  - b) Kebijakan Pemerintah  
Kebijakan yang dikeluarkan pemerintah seringkali memberi pengaruh besar terhadap perusahaan. Bagi Home industry kopiah ABU IMAM kebijakan pemerintah perizinan tentang distribusi bahan baku yang masih kompleks dan meningkatkan harga bahan bakar minyak bersubsidi mengakibatkan dilema bagi perusahaan dalam menentukan harga produk yang ditawarkan.
  - c) Pangsa Pasar  
pangsa pasar merupakan prestasi bagi perusahaan. Home industry kopiah ABU IMAM menentukan fokus pangsa pasar lokal dimulai dari Kecamatan Beji hingga Kabupaten dan Kota Pasuruan.
  - d) Struktur persaingan Munculnya pesaing usaha kopiah di wilayah Pasuruan juga menjadi pesaing yang perlu diwaspadai. Home industry kopiah ABU IMAM harus mengupayakan sesuatu yang lebih dimata konsumen agar usaha tetap kokoh dan mampu berkembang di tengah persaingan usaha.
  - e) Daya beli masyarakat Perekonomian nasional yang tidak stabil mengakibatkan penurunan tingkat daya beli konsumen. Hal ini mengakibatkan konsumen cenderung untuk mengutamakan kebutuhan primernya yang lebih mendesak.
- 2) Faktor Internal (IFAS)
- a) Produk Home industry kopiah ABU IMAM  
Kualitas produk memegang peran penting dalam masalah kepuasan konsumen. Produk yang baik akan memberikan citra baik perusahaan di mata konsumen. kualitas bahan kopiah di Abu Imam sangat diutamakan untuk mengikat konsumen. Dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas hal ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan, selain itu sebagai bentuk tanggung jawab pada produknya. Dengan semakin meningkatnya persaingan bisnis dibidang industri kopiah, maka sebuah Home industry dituntut untuk mempertahankan kualitas produknya.
  - b) Penetapan harga produk  
Harga suatu produk merupakan nilai yang diterima oleh konsumen sebagai pengorbanan yang harus dikeluarkan. Bagi perusahaan harga juga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap keuntungan perusahaan. Dalam mematok penetapan harga perusahaan harus mampu menetapkan nilai dimana nilai tersebut berada di tengah antara kemampuan konsumen untuk membeli dan keinginan perusahaan untuk memperoleh laba.  
Home industry kopiah ABU IMAM menetapkan harga jual produk menyesuaikan dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan lain sehingga tidak berdampak citra buruk di mata konsumen dan perusahaan tetap dapat menerima laba seperti yang diperoleh usaha lain.
  - c) Kegiatan promosi  
Home industry kopiah Abu Imam. Promosi merupakan kegiatan penting untuk mencapai goal pemasaran produk perusahaan. Promosi dapat dikatakan berhasil apabila produk yang ditawarkan mendapat respon positif dari konsumen. Dalam kegiatan promosi Home industry ABU IMAM ditinjau dari media yang digunakan sudah tepat. Wilayah promosi yang luas didukung dengan media promosi melalui karyawan yang handal dan media online yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun akan mempermudah konsumen dalam mengenali produk yang ditawarkan perusahaan.
  - d) Pelayanan konsumen

Pelayanan yang memuaskan akan meningkatkan omset penjualan produk perusahaan. Konsumen akan merasa senang dan dihargai apabila diberikan pelayanan yang maksimal. Home industry kopiah Abu Imam dalam memberikan pelayanan menggunakan beberapa macam cara, diantaranya: memberikan fasilitas COD, dan diskon. Karakteristik wirausaha merupakan hal penting, karena konsumen tidak hanya melihat produk yang kita hasilkan namun, pastilah bagaimana cara kita melayani pembeli juga merupakan hal yang penting. Apabila kita melayani pembeli dengan kasar, dan seenaknya maka konsumen akan enggan membeli meskipun produk yang kita hasilkan memiliki kualitas yang baik. Selain itu pantang menyerah, bersaing secara sehat, dan memberi kesempatan pada yang lain untuk mencari nafkah keluarganya. Seperti yang dijelaskan bapak Saifuddin yakni menjaga kepercayaan pelanggan dengan cara selalu menjaga kualitas kopiah. Itu juga termasuk karakter wirausaha yang baik karena dengan menjaga kepercayaan pembeli, usaha yang kita jalani bisa tetap bertahan di pasaran.

e) Lokasi Home industry

Lokasi strategis dapat dilihat atas pertimbangan dimana lokasi perusahaan mudah dijangkau dan diakses oleh konsumen. Pemilihan lokasi Home industry kopiah Abu Imam dinilai cukup strategis, sebab perusahaan berada di wilayah konsumen yang memiliki tingkat permintaan yang aktif dan belum terlalu banyak pesaing usaha di bidang yang sama.

f) Jenis dan model produk

Home industry kopiah Abu Imam memiliki empat macam jenis kopiah. model kopiah yang ada di Abu Imam tidak hanya satu model saja. Home industry kopiah Abu Imam memberikan beberapa model ke pasaran, macam – macam model kopiah ini sangat perlu dilakukan melihat dari semakin banyaknya industri kopiah yang bermunculan. Selain itu inovasi warna juga sangat diperlukan untuk menambah variasi produk.

g) Sarana dan fasilitas kerja yang dimiliki

Sarana dan fasilitas perusahaan digunakan untuk mendukung kinerja karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Home industry kopiah ABU IMAM memiliki fasilitas dan sarana yang cukup untuk mendukung kinerja karyawan dan memberikan kenyamanan karyawan saat bekerja, sehingga pada saat ini Home industry kopiah ABU IMAM tidak memiliki kendala yang berkaitan dengan sarana dan fasilitas kerja.

h) Segmen pasar

Banyak faktor yang mendasari segmentasi pasar untuk sebuah produk. Jenis produk dapat menentukan segmen pasar yang masuk dalam kategori tertentu. Home industry kopiah ABU IMAM mengklasifikasikan segmen pasar berdasarkan tingkat pendapatan, kebutuhan, dan status sosial.

i) Penelitian kepada konsumen

Pada kegiatan promosi pasti terdapat kendala dalam memasarkan produk kepada konsumen. Kendala yang dihadapi bisa berasal dari konsumen itu sendiri, contohnya sifat konsumen yang sering berubah mengikuti jaman dan selera konsumen yang berbeda. Untuk mengatasi masalah tersebut maka diperlukan penelitian terhadap konsumen. Program ini bertujuan untuk mengetahui keinginan konsumen dan perilaku konsumen. Namun pada saat ini Home industry kopiah Abu Imam belum melakukan penelitian secara spesifik terhadap konsumen.

Hasil Analisis Matriks Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) dapat dilihat pada Tabel berikut:

**Hasil Analisis Matriks SWOT**

	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
<b>IFAS</b> <i>(Internal Factor Strategi Analysis)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk yang ditawarkan baik</li> <li>2. Harga produk yang ditetapkan terjangkau konsumen</li> <li>3. Pengaruh lokasi terhadap kelangsungan usaha yang baik</li> <li>4. Pelayanan kepada konsumen yang maksimal</li> <li>5. Jaminan kualitas produk yang baik pada konsumen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat harga bahan baku yang tinggi</li> <li>2. Kurangnya jaringan pemasaran yang langsung ke konsumen</li> <li>3. Kurangnya inovasi keragaman produk sesuai selera</li> <li>4. Risiko penurunan pendapatan yang tinggi</li> <li>5. Keterbatasan jumlah karyawan yang tinggi</li> </ol>
<b>EFAS</b> <i>(External Factor Strategi Analysis)</i>		
<b>Peluang (O)</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan menangkap pangsa pasar yang baik</li> <li>2. Jalinan kerja sama perusahaan dengan konsumen yang baik</li> <li>3. Dampak positif dari keragaman produk yang ditawarkan</li> <li>4. Citra perusahaan yang baik dimata konsumen</li> <li>5. Respon positif konsumen terhadap perusahaan</li> <li>6. Tingkat daya beli yang cukup stabil masyarakat</li> <li>7. Tingkat permintaan pasar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengintensifkan promosi pada pasar konsumen yang akan dituju</li> <li>2. Selalu berinovasi pada produk yang ditawarkan</li> <li>3. Memberikan jaminan kualitas terhadap produk yang ditawarkan</li> <li>4. Memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen</li> <li>5. Memproduksi lagi jenis dan model kopiah yang menjadi daya Tarik konsumen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan</li> <li>2. Memberikan pilihan jenis dan model dengan harga terjangkau</li> <li>3. Menggunakan media promosi yang tepat untuk menarik minat pasar</li> <li>4. Membuat jaringan pemasaran dalam lingkup luas antar daerah utamanya Pasuruan</li> <li>5. Menambah dan memperbaharui sarana dan prasarana terutama meningkatkan SDM yang berkualitas</li> </ol>



Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Tingkat persaingan usaha yang tinggi	1. Menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan	1. Menetapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan bagi perusahaan
2. Risiko usaha kopiah yang tinggi	2. Menambah jenis dan model produk mengikuti perkembangan teknologi agar menjadi produk yang unggul	2. Menarik pangsa pasar yang sesuai dengan tujuan perusahaan
3. Risiko karyawan berpengalaman yang tinggi	3. Membangun komunikasi antara bagian atau divisi	3. Pemilihan karyawan yang kompeten dan dapat dipercaya
4. Tuntutan pasar dalam inovasi dan kualitas produk	4. Mempunyai inovasi sehingga memiliki karakter dibanding usaha lain	4. Menentukan strategi harga dan masalah produksi agar mendapat harga yang bersaing
5. Tingginya pertumbuhan usaha kopiah	5. Menjaga dan meningkatkan kualitas dan mutu produk yang ditawarkan	5. Menarik karyawan dengan pertimbangan yang matang

Sumber : data diolah, 2020

Berdasarkan analisis tersebut di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut:

a. Strategi S-O (Strength-Opportunity)

Strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan perusahaan guna menangkap peluang yang dimiliki perusahaan. Menggunakan media promosi yang tepat sasaran sesuai pasar yang akan dituju oleh perusahaan sehingga tepat sasaran. Melakukan inovasi terhadap jenis produk yang ditawarkan dan menjamin kualitas produk yang ditawarkan serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen untuk mendapatkan citra baik perusahaan di mata konsumen.

b. Strategi W-O (Weakness-Opportunity)

Strategi ini diterapkan pada saat adanya peluang yang dimiliki perusahaan guna mengatasi ancaman usaha. Perusahaan harus melakukan inovasi untuk menangkap peluang yang ada agar mempunyai karakter di mata konsumen, serta menetapkan harga produk yang kompetitif agar tidak kalah dengan perusahaan lain. Perusahaan juga perlu melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini.

c. Strategi S-T (Strength-Threat)

Strategi ini diterapkan dimana kekuatan yang dimiliki perusahaan digunakan untuk mengatasi ancaman yang mungkin dapat dihadapi Home industry kopiah ABU IMAM. Perusahaan dapat menetapkan harga yang bersaing untuk menghindari ancaman dari tumbuhnya usaha dibidang yang sama serta perusahaan akan unggul apabila produk yang ditawarkan adalah memiliki jenis dan kualitas yang baik. Untuk mengatasi ancaman Home industry kopiah ABU IMAM juga dapat menggunakan inovasi produk sesuai

selera konsumen. Perusahaan juga harus menguatkan citra baik dimata konsumen agar usaha yang dijalankan Home industry kopiah Abu Imam tetap konsisten.

d. Strategi W-T (Weakness-Threat)

Strategi ini diterapkan saat perusahaan harus mampu mengatasi kelemahan yang dimiliki perusahaan agar terhindar dari ancaman usaha yang akan dihadapi. Perusahaan harus mampu mencukupi kekurangan bahan baku dan karyawan yang menjadi kekurangan dari perusahaan. Fokus dalam membidik pangsa pasar agar tujuan dari perusahaan dapat terpenuhi terlebih dahulu. Pemilihan karyawan harus sesuai dengan keahlian dan dapat dipercaya kinerjanya.

Strategi yang diterapkan selama ini oleh Home industry kopiah Abu Imam adalah strategi fokus pada segmentasi yang dimiliki perusahaan yakni segmen pasar tradisional, modern, dan premium. Perusahaan juga mengutamakan efisiensi produksi dan kualitas produk. Dilihat dari variasi produk yang dimiliki perusahaan belum banyak, namun kualitasnya yang cukup tinggi sehingga banyak konsumen maupun rekanan yang mempercayakan produk kopiah kepada Home industry kopiah Abu Imam.

Strategi pemasaran yang selama ini digunakan perusahaan adalah strategi pemasaran langsung terjun ke pasar untuk memberikan pendekatan yang baik agar usaha ini tetap bertahan. Disini Home industry kopiah Abu Imam menekankan keahlian dari para sales marketing untuk dapat memberikan penjelasan yang baik untuk menarik minat para calon konsumen terhadap produk dan layanan perusahaan. Berdasarkan analisis yang dilakukan pada lingkungan internal dan eksternal Home industry kopiah Abu Imam, Maka dapat ditelusuri bahwa di lingkungan internal perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan. Kekuatan dari Home industry kopiah ABU IMAM antara lain; kualitas produk yang ditawarkan baik, harga produk yang ditetapkan terjangkau konsumen, pengaruh lokasi terhadap kelangsungan usaha yang baik, pelayanan kepada konsumen yang maksimal, jaminan kualitas produk yang baik pada konsumen.

Namun di sisi lain perusahaan juga memiliki kelemahan, kelemahan tersebut antara lain adalah; tingkat harga bahan baku yang tinggi, kurangnya jaringan pemasaran yang langsung ke konsumen, kurangnya inovasi keragaman produk sesuai selera konsumen, resiko penurunan pendapatan yang tinggi, keterbatasan jumlah karyawan yang tinggi. Pada bagian lingkungan eksternal Home industry kopiah Abu Imam memiliki peluang dan ancaman, peluang dari Home industry kopiah Abu Imam yaitu; kemampuan menangkap pangsa pasar yang baik, jalinan kerjasama perusahaan dengan konsumen yang baik, dampak positif dari keragaman produk yang ditawarkan, citra perusahaan yang baik dimata, konsumen respon positif konsumen terhadap perusahaan, tingkat daya beli yang cukup stabil masyarakat, tingkat permintaan pasar.

Untuk ancaman, Home industry kopiah Abu Imam memiliki ancaman antara lain; tingkat persaingan usaha yang tinggi, risiko usaha kopiah yang tinggi, risiko karyawan berpengalaman yang tinggi, tuntutan pasar dalam inovasi dan kualitas produk, tingginya pertumbuhan usaha kopiah sejenis. Strategi pemasaran yang tepat diterapkan pada Home industry kopiah Abu Imam untuk saat ini adalah menerapkan strategi SO (strength opportunities).

Strategi SO (strength dan opportunities) ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan perusahaan guna menangkap peluang yang dimiliki perusahaan. Menggunakan media promosi yang tepat sasaran yaitu media promosi dengan jaringan internet karena media promosi dengan jaringan internet sangat tepat digunakan pada era modern, konsumen dapat mengakses permintaannya dengan mudah dan fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Media promosi dengan jaringan internet dapat meminimalkan biaya operasional perusahaan. Melakukan inovasi terhadap jenis produk yang ditawarkan dan menjamin kualitas produk yang ditawarkan serta memberikan pelayanan yang maksimal

kepada konsumen untuk mendapatkan citra baik perusahaan dimata konsumen agar usaha Home industry kopiah Abu Imam ini tetap bertahan dengan banyaknya pesaing.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa hasil analisis SWOT didapat beberapa strategi bertahan yaitu S-O: melakukan inovasi terhadap jenis produk yang ditawarkan dan menjamin kualitas produk yang ditawarkan serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen untuk mendapatkan citra baik perusahaan dimata konsumen, strategi W-O: perusahaan harus melakukan inovasi untuk menangkap peluang yang ada agar mempunyai karakter dimata konsumen, serta menetapkan harga produk yang kompetitif agar tidak kalah dengan perusahaan lain dan juga perlu melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini.

Strategi S-T: perusahaan dapat menetapkan harga yang bersaing untuk menghindari ancaman dari tumbuhnya usaha dibidang yang sama serta perusahaan akan unggul apabila produk yang ditawarkan adalah memiliki jenis dan kualitas yang baik dan menggunakan inovasi produk sesuai selera konsumen, W-T: perusahaan harus mampu mencukupi kekurangan bahan baku dan karyawan yang menjadi kekurangan dari perusahaan, fokus dalam membidik pangsa pasar agar tujuan dari perusahaan dapat terpenuhi terlebih dahulu, pemilihan karyawan harus sesuai dengan keahlian dan dapat dipercaya kinerjanya.

Berdasarkan hasil analisis, dapat dilihat bahwa strategi bertahan terbaik yang harus dilakukan saat ini adalah menerapkan strategi SO (strength opportunities). Strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan perusahaan guna menangkap peluang yang dimiliki perusahaan. Menggunakan media promosi yang tepat sasaran yaitu media promosi dengan jaringan internet karena media promosi dengan jaringan internet sangat tepat digunakan pada era modern, konsumen dapat mengakses permintaannya dengan mudah dan fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Peneliti berharap agar pengusaha lebih memperhatikan permasalahan persaingan dan hambatan pada home industry agar dapat bersaing dengan industry besar. Sebuah home industry harus lebih termotivasi dengan usaha yang ditekuni sehingga dapat memfokuskan diri untuk mengembangkan usahanya dengan maksimal.

### **Daftar Pustaka**

- Adibah, F. (2018). Peningkatan Daya Saing UMKM Kabupaten Pasuruan Untuk Menopang Perekonomian Nasional Dalam Menghadapi Persaingan Global. *MAGISTRA: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 85–92.
- Nugroho, S. P. (2011). Karakteristik Usaha Kecil di Indonesia Perencanaan Pemasaran Usaha Kecil Rumahan. *BENEFIT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 31–40.
- Pemerintah, R. I. (2014). UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 3 TAHUN 2014 TENTANG PERINDUSTRIAN. *JURNAL HUKUM STAATRECHTS*, 1(1), 151–211.
- Purwanti, T. (2016). Strategi Bertahan (Survival Strategi) Pedagang Awul-Awul di Kecamatan Ungaran Kabupaten Semarang. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Sari, E. (2020). EKSISTENSI DAN STRATEGI BERTAHAN HOME INDUSTRY (INDUSTRI RUMAH TANGGA) DI ERA MODERNISASI (Studi Pada Sentra Industri Anyaman Bambu di Desa Tulungagung Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu).
- Siti Irene Astuti D, L. S. A. (2018). STRATEGI BERTAHAN INDUSTRI TENUN TRADISIONAL SANTA MARIA BORO (STUDI DI PERTENUNAN SANTA MARIA BORO, BANJARASRI, KALIBAWANG, KULON PROGO, YOGYAKARTA).

[Http://Library.Fis.Uny.Ac.Id/Opac/Index.Php?P=show\\_detail&id=7587](http://Library.Fis.Uny.Ac.Id/Opac/Index.Php?P=show_detail&id=7587)