

# Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Furniture Pada Finture.id

*(Marketing Strategy Analysis to Increase Furniture Sales at Finture.id)*

Oleh:

**Denny Dwi Prasetya; Hana Mufida Rahmi; Riky Sugianto; Muhammad Sapruwan**  
Universitas Pelita Bangsa; Universitas Pelita Bangsa; Universitas Pelita Bangsa; Universitas Pelita Bangsa

[Dennydwi433@gmail.com](mailto:Dennydwi433@gmail.com); [hanafida.work@gmail.com](mailto:hanafida.work@gmail.com); [riky.sugianto@gmail.com](mailto:riky.sugianto@gmail.com); [msapruwan@yahoo.com](mailto:msapruwan@yahoo.com)

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi usaha finture.id. Usaha Finture.id merupakan perusahaan furniture yang ada di Jakarta Utara dan berdiri sejak tahun 2020. Finture.id memproduksi berbagai macam custom furniture seperti kursi, meja, pintu, lemari, jendela, dan lain sebagainya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan customer. Seiring dengan memenuhi permintaan customer yang bervariasi, kini Finture.id mulai merambat pada bidang interior design, arsitektur dan kontraktor untuk pengerjaan apartemen, rumah dan kafe. Ketika menjalankan suatu usaha pasti memiliki tujuan agar terus mampu berkembang dan bersaing dengan kompetitornya sehingga penjualan perbulannya dapat meningkat yang sebelumnya. Usaha tersebut perlu melakukan pengembangan usaha dengan merumuskan suatu formulasi strategi. metode penelitian ini dengan menggunakan deskriptif kualitatif dan kuantitatif berupa perhitungan analisis yang berhubungan dengan SWOT serta didukung oleh konsep analisis SWOT yang berupa matriks IFAS dan EFAS untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan matriks IFAS, EFAS dan pendekatan Matriks SWOT, menunjukkan bahwa Finture.id berada pada kuadran I, yang memiliki kondisi internal (kekuatan) dan eksternal (peluang) yang kuat, sehingga finture.id berfokus pada strategi "SO".

### **Kata kunci:**

Strategi Pemasaran; Analisis SWOT; IFAS; EFAS

## ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the right marketing strategy for finture.id businesses. Finture.id business is a furniture company in North Jakarta and was founded in 2020. Finture.id produces various kinds of custom furniture such as chairs, tables, doors, cabinets, windows, and so on to meet customer wants and needs. Along with fulfilling various customer requests, Finture.id is now starting to expand in the fields of interior design, architecture and contractors for the construction of apartments, houses and cafes. When running a business, you must have a goal to continue to be able to grow and compete with competitors so that monthly sales can increase from before. The business needs to carry out business development by formulating a strategy formulation. This research method uses qualitative and quantitative descriptive in the form of analytical calculations related to SWOT and is supported by the concept of SWOT analysis in the form of an IFAS and EFAS matrix to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats. Based on the results of the analysis using the IFAS matrix, EFAS and the SWOT Matrix approach, it shows that Finture.id is in quadrant I, which has strong internal (strength) and external (opportunity) conditions, so finture.id focuses on the "SO" strategy.

### **Keywords:**

marketing strategy; SWOT analysis; IFAS; EFAS

## Pendahuluan

Perkembangan ekonomi di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat dalam aktivitas perusahaan khususnya di bidang Pemasaran. Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki berbagai macam budaya dan alamnya. Misalnya kerajinan yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengerajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya. Salah satu industri kerajinan Indonesia yang mampu bersaing dengan negara lain adalah industri furniture. Industri mebel atau furniture adalah industri perlengkapan rumah yang mencakup barang seperti kursi, meja, pintu, jendela dan lemari. Mebel berasal dari kata movable, yang artinya bisa bergerak. Pada zaman dahulu meja, kursi, lemari dan lain sebagainya relatif mudah digerakkan dari batu besar, tembok, dan atap, sedangkan kata furniture berasal dari bahasa Prancis furniture (1520-30 Masehi). Furniture mempunyai asal kata furnish yang artinya perabot rumah atau ruangan. Walaupun mebel dan furniture punya arti yang beda, tetapi yang ditunjuk sama yaitu meja, kursi, lemari, dan perlengkapan pendukung lainnya.

Produk industri furniture Indonesia secara kualitas mampu bersaing dengan industri furniture negara lain. Indonesia terkenal dengan berbagai macam furniture unik dengan model ukiran yang bervariasi, tak hanya itu Indonesia juga memiliki hutan yang luas yang menjadikan para pengusaha mebel atau furniture lebih mudah untuk mendapatkan bahan baku. Perkembangan industri furniture atau Mebel di Indonesia sangat stabil, sejak dahulu industri mebel di Indonesia tak pernah mengalami penurunan secara drastic. Hal inilah yang membuat orang-orang ingin memiliki usaha dibidang mebel. Dikutip dari data (*Peluang Pasar\_ Furniture – UKM Indonesia*, n.d.) pada semester I tahun 2021, ekspor mebel dan kerajinan meningkat signifikan yakni 35,41% dimana dari kenaikan tersebut kelompok produk mebel mengalami kenaikan 39,98% dan kelompok produk kerajinan naik 24,87%.

Agar bisnis atau usaha yang akan di jalankan dapat berhasil dengan baik maka sebelumnya perlu melakukan strategi yang tepat. Unsur Strategi persaingan ini adalah menentukan segmetasi pasar, menetapkan sasaran dan menentukan posisi pasar atau biasa disebut STP (Isniatul et al., 2020).

Salah satu usaha yang bergerak di industri furniture adalah Finture.id atau Fine Furniture.id. Usaha Finture.id merupakan salah satu perusahaan furniture yang ada di Jakarta Utara dan berdiri sejak tahun 2020. Finture.id memproduksi berbagai macam custom furniture seperti kursi, meja, pintu, lemari, jendela, dan lain sebagainya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan customer. Seiring dengan memenuhi permintaan customer yang bervariasi, kini Finture.id mulai merambat pada bidang interior design, arsitektur dan kontraktor untuk pengerjaan apartemen, rumah dan kafe. Ketika menjalankan suatu usaha pasti memiliki tujuan agar terus mampu berkembang dan bersaing dengan kompetitornya sehingga penjualan perbulannya dapat meningkat yang sebelumnya. Usaha tersebut perlu melakukan pengembangan usaha dengan merumuskan suatu formulasi strategi. Menurut Rangkuti (2005) dalam (Juwita, 2019), suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi bersaing dengan cara mencari kesesuaian antara kekuatan internal dan kekuatan eksternal perusahaan. Pengembangan strategi bersaing ini bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi internal dan eksternal perusahaan untuk mengantisipasi kemungkinan perubahan yang ada dilingkungan untuk memperoleh keunggulan dan produk yang sesuai dengan keungunan konsumen secara optimal. Hal ini akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali kebutuhan perusahaan, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman.

## Metode Penelitian

Jenis metode penelitian ini dengan menggunakan deskriptif kualitatif dan kuantitatif berupa perhitungan analisis yang berhubungan dengan SWOT serta didukung oleh konsep analisis SWOT yang berupa matriks IFAS dan EFAS untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dengan melakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data berkualitas langsung dari responden menggunakan kuesioner, yang kemudian diolah dengan matriks IFAS dan EFAS. Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matriks IFAS menggambarkan kondisi internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot. Matriks EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matriks EFAS menggambarkan kondisi eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan bobot dan rating.

## Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian pada responden Finture.id diperoleh faktor eksternal peluang dan ancaman yang akan dapat mempengaruhi pengembangan finture.id yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Matriks IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (Strength)</b>				
1	Pilihan Produk Beragam	0,09	4	0,36
2	Produk Berkualitas Dan Unggul	0,13	4	0,52
3	Harga Terjangkau	0,07	3	0,21
4	Desain Furnitur Unik Dan Minimalis	0,08	3	0,24
5	Mengutamakan Kualitas Dari Bahan Baku	0,09	4	0,36
6	Stratei Pemasaran Melalui Medsos	0,07	3	0,21
7	Pelayanan Ramah Dan Mudah Dipahami	0,07	3	0,21
<b>Sub Total</b>		<b>0,60</b>		<b>2,11</b>
1	Bagian Pemasaran Kurang Memaksimalkan Dalam Kegiatan Promosi.	0,13	2	0,26
2	Letak Lokasi Yang Kurang Strategis.	0,10	2	0,2
3	Tidak Adanya Testimoni Atau Bukti Penjualan	0,06	1	0,06
4	Banyaknya Pesaing Dengan Menjualkan Produk Yang Sama Dan Harus Menuntut Untuk Selalu Mengikuti Selera Pasar	0,05	2	0,1
5	Kurang Dalam Pemanfaatan Medsos	0,06	2	0,12
<b>Sub Total</b>		<b>0,40</b>		<b>0,74</b>
<b>Total Kekuatan Dan Kelemahan</b>		<b>1,00</b>		<b>2,85</b>

Hasil analisis diatas pada tabel IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2,85. Karena total skor diatas 2,5 maka berarti faktor internal dapat dikatakan kuat.

Tabel 2. Matriks EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>				
1	Pemanfaatan teknologi	0,2	3	0,6
2	Minat konsumen akan <i>furniture</i> semakin tinggi	0,2	4	0,8
3	Menjalin kerja sama dengan perusahaan lain	0,1	2	0,2
	<b>Sub. Total</b>	<b>0,5</b>		<b>1,6</b>
<b>Ancaman (<i>Treats</i>)</b>				
1	Munculnya pesaing yang bergerak di usaha mebel	0,2	4	0,8
2	Harga bahan baku tidak stabil	0,1	3	0,3
3	Faktor Cuaca	0,2	2	0,4
	<b>Sub. Total</b>	<b>0,5</b>		<b>1,5</b>
	<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,1</b>

Tabel diatas menjelaskan bahwa faktor eksternal yang memiliki peluang tertinggi adalah minat konsumen pada usaha *finture.id* semakin tinggi dengan bobot 0,8 dan yang memiliki skor bobot terendah adalah menjalin kerja sama dengan perusahaan lain dengan bobot 0,2. Sedangkan dari faktor ancaman bobot tertinggi ada pada munculnya pesaing yang bergerak di usaha *finture.id* dengan bobot 0,8 dan faktor eksternal yang memiliki skor pembobotan terendah dari ancaman adalah harga bahan baku tidak stabil dengan bobot 0,3.

## Pembahasan

*Finture.id* memiliki peluang dan kekuatan yang terlihat dari hasil diagram analisis SWOT titik potongnya berada pada X,Y (2,85 ; 3,1) dimana posisi tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang wajib diterapkan pada kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.



Berdasarkan diagram analisis SWOT pada gambar diatas menunjukkan bahwa, posisi untuk strategi pengembangan Usaha finture.id berada pada kuadran I, dimana situasi ini sangat menguntungkan pada posisi ini sebuah usaha maupun industri memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk berkembang. Selanjutnya strategi yang perlu ditempuh adalah strategi pertumbuhan cepat (*rapid growth strategy*) yang berarti bahwa industri ini mempunyai kemampuan untuk mengisi peluang pasar dari bidang usahanya yang sekarang dengan memilih cara yang tercepat karena secara selektif tersedia sumber daya, agar peluang yang ada tidak jatuh ketangan pesaing. Demikian strategi ideal yang harus ditempuh diantaranya mengembangkan staff untuk bisa merancang pesanan pelanggan walaupun tanpa contoh dan meningkatkan kualitas produksi (Pemasaran Pada Raja et al., 2021).

Berdasarkan hasil analisis lingkungan faktor internal dan faktor eksternal pada Industri Finture.id, pendekatan matriks SWOT dapat digunakan untuk mengetahui alternatif strategi apa yang tepat digunakan agar usaha dapat berkembang lebih baik lagi. Pertama, strategi SO: (1) Dengan adanya peralatan yang memadai akan mempermudah proses produksi dan desain yang diinginkan dan tentunya akan member nilai tambah bagi finture.id sehingga dapat memproduksi sesuai dengan permintaan dari konsumen. (2) Perusahaan harus menginovasi produk yang dibuatnya dengan menghadirkan model produk yang baru yang belum pernah ada, sehingga konsumen akan menjadi loyal dan tingkat konsumsinya akan semakin tinggi. (3) Memperluas jaringan kerja sama dengan perusahaan lain seperti toko-toko furniture yang ada untuk menyuplai barang sehingga permintaan barang produksi finture.id semakin meningkat dan tersebar luas tentunya ini menjadi kesempatan bagus perkembangannya kedepan.

Kedua, dengan strategi WO: (1) Bekerja sama dengan industri yang serupa merupakan salah satu cara memperluas jaringan untuk mendatangkan barang yang serupa namun dengan harga lebih murah, ini menjadi salah satu cara yang harus dilakukan oleh finture.id dalam agar kebutuhan akan suatu barang itu terpenuhi. (2) Untuk mengantisipasi lamanya proses bahan baku yang lama maka alternatifnya harus membeli bahan baku yang jadi agar proses produksi bisa berjalan cepat dan juga bisa memesan barang jadi yang sesuai pesanan konsumen sehingga tidak memerlukan waktu yang lama agar barang konsumen diselesaikan dengan tepat waktu.

Ketiga menggunakan strategi ST: (1) Menciptakan inovasi terhadap setiap desain barang dari bentuknya ataupun modelnya, karena tingginya persaingan antara usaha yang serupa maka dari itu dengan kelengkapan peralatan yang memadai finture.id harus mampu memberikan sesuatu yang lebih terhadap konsumen sehingga konsumen tidak melirik ke produk lain karena telah mendapatkan kepuasan dari konsumen. (2) Mencari jaringan penjualan bahan baku yang lebih murah, baik secara online maupun offline, dengan modal dan keuntungan yang dimiliki finture.id harus menyetok bahan baku sebanyak banyak sebagai persiapan bahan baku produksi. (3) Mengantisipasi cuaca yang sedang tidak bersahabat dengan menyiapkan tempat dan peralatan yang dapat membantu meminimalisir resiko yang ditimbulkan oleh perubahan cuaca, dengan begitu aktivitas produksi akan tetap berjalan meskipun ditengah cuaca yang sedang buruk.

Terakhir menggunakan strategi WT: (1) Memperkuat promosi secara online maupun offline untuk memperbesar wilayah pemasaran serta memberikan pelayanan yang maksimal guna memenangkan persaingan, merekrut tenaga kerja baru yang dijadikan sebagai mitra kerja dalam hal pemasaran. (2) Memberikan pelayanan yang lebih kepada setiap pelanggan guna timbul kepuasan bagi para konsumen sehingga konsumen akan terus berlangganan dan memesan barang pada mebel finture.id, kemudian juga memberikan kemudahan bagi konsumen dengan pembayaran secara kredit, dan juga berbagai macam bonus bagi pelanggan setia finture.id.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan matriks IFAS, EFAS dan pendekatan Matriks SWOT, menunjukkan bahwa Finture.id berada pada kuadran I, hal ini menunjukkan mebel samawa memiliki kondisi internal (kekuatan) dan eksternal (peluang) yang kuat. Sehingga finture.id berfokus pada strategi “SO”.

## Daftar Pustaka

- Isniatul, N., Siti, A., Qomariyah, N., & Zainul, M. (2020). *PENJUALAN ( Studi Kasus Toserba Dana Berkah )*. 35–45.
- Juwita, A. (2019). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Usaha Furniture di Some Renders Madiun. *Thesis*, 1–100.
- Peluang Pasar\_ Furniture – UKM Indonesia*. (n.d).
- Pemasaran Pada Raja, S., Bengkulu, M., Sekolah, A., Ilmu, T., & Bengkulu, A. (2021). Marketing Strategy on Raja Meubel Bengkulu. *Jurnal Emba Review*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.53697/emba.v1i2>