



Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pengembangan Usaha Pada Toko Furnitur “Gudang Perabot” Pekanbaru

Siti Aisah*, Lisa Maharani, Sri Wahyuni, Nasya Paramiya Sari

Universitas Muhammadiyah Riau

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor internal dan eksternal pada Gudang Perabot di Pekanbaru serta merumuskan strategi pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan pada variasi produk yang luas dan hubungan yang baik dengan pemasok, sementara kelemahan utama terdapat pada pemanfaatan pemasaran digital yang masih minim. Peluang muncul dari pertumbuhan permukiman dan potensi pemasaran online, sedangkan ancaman berasal dari persaingan toko modern dan produk impor. Penelitian ini merekomendasikan strategi digitalisasi, penguatan pemasaran digital, dan peningkatan layanan untuk meningkatkan daya saing.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pengembangan Usaha, Industri Furniture

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emba.v5i2.3607>

*Correspondence: Siti Aisah

Email: 230301006@student.umri.ac.id

Received: 07-10-2025

Accepted: 14-11-2025

Published: 25-12-2025



Copyright: © 2025 by the authors.

Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to analyze the internal and external factors of Gudang Perabot in Pekanbaru and to formulate business development strategies using SWOT analysis. The research applies a descriptive qualitative approach through observation, interviews, and literature review. The results indicate that the business has strengths in wide product variety and strong supplier relationships, while its main weakness lies in the limited use of digital marketing. Opportunities arise from housing development and the potential of online promotion, whereas threats come from modern furniture store competitors and low-cost imported products. The study recommends digitalization, strengthened digital marketing, and improved customer service to enhance competitiveness.

Keywords: SWOT Analysis, Business Development Strategy, Furniture Industry

Pendahuluan

Industri furniture di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Pekanbaru, menghadapi persaingan yang semakin sengit. Pertumbuhan pasar properti dan interior, ditambah tren konsumen yang mencari produk perabot berkualitas dan desain modern, membuat pelaku bisnis furniture harus terus berinovasi agar tetap relevan. Perubahan harga bahan baku, biaya distribusi, serta shifting ke belanja digital juga menambah kompleksitas manajerial yang harus dihadapi perusahaan furniture besar.

Dalam konteks ini, perusahaan furniture skala menengah hingga besar sangat memerlukan strategi pengembangan usaha yang adaptif dan berbasis analisis yang matang. Tanpa pemetaan yang jelas terhadap kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, perusahaan bisa kesulitan mengembangkan strategi yang efektif dan berkelanjutan. Karena itu, penggunaan alat analisis strategis sangat dibutuhkan dalam perencanaan jangka menengah maupun panjang.

Salah satu alat analisis strategis yang banyak digunakan adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Melalui analisis ini, perusahaan dapat melihat kondisi internal dan eksternal secara sistematis dan terstruktur. SWOT memungkinkan pengambil keputusan untuk merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi riil perusahaan dan pasar. Dalam penelitian manajerial, analisis SWOT terbukti relevan tidak hanya untuk UMKM, tetapi juga untuk usaha menengah dan besar.

Di sektor furniture, penelitian-penelitian sebelumnya mengaplikasikan analisis SWOT untuk mengidentifikasi strategi yang lebih konkret. Sebagai contoh, (Mahasiswa et al., 2020) melakukan analisis SWOT pada sentra industri mebel di Desa Catak Gayam, Kabupaten Jombang, dan merumuskan strategi pemasaran berdasarkan matriks IFE/EFE dan kuadran SWOT. Selain itu, di UD Karya Sejati (Gresik) strategi pengembangan bisnis menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan pada kualitas produk tetapi menghadapi kelemahan di distribusi dan pemasaran (Sejati et al., 2024). Studi teknis dan operasional juga dilakukan, misalnya penelitian di CV Mustika Agung (Magetan), yang menyimpulkan bahwa strategi pemasaran harus disertai perubahan proses produksi dan desain produk (Studi et al., 2024).

Di skala pusat industri, (Safrina, n.d.) menganalisis daya saing industri furniture di Aceh dengan SWOT dan IE, dan menemukan bahwa keterampilan pengrajin dan ketersediaan bahan baku menjadi kekuatan utama, sementara teknologi produksi dan pemasaran menjadi tantangan. Selain itu, analisis strategis juga telah digunakan di perusahaan mebel “konvensional” untuk meningkatkan daya saing. Sebagai contoh, sebuah studi pada perusahaan Luxior di Bandung menggunakan analisis Five-Forces, rantai nilai (value chain), dan analisis SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif yang tepat (Koswara, 2019). Kombinasi analisis ini memastikan bahwa strategi tidak hanya didasarkan pada kekuatan internal, tetapi juga mempertimbangkan tekanan kompetitif eksternal.

Dalam konteks “Gudang Perabot” di Pekanbaru, analisis SWOT menjadi sangat relevan sebagai dasar perumusan strategi pengembangan usaha. Sebagai toko furnitur skala menengah yang telah beroperasi cukup lama, “Gudang Perabot” menghadapi beberapa permasalahan nyata dalam aktivitas operasional dan pemasaran. Kualitas dan variasi produk yang dimiliki memang cukup kuat, namun penataan ruang display yang terbatas membuat sebagian produk tidak dapat ditampilkan secara optimal sehingga mengurangi daya tarik visual di hadapan pelanggan. Dari sisi pemasaran, pemanfaatan media digital masih sangat minim, padahal konsumen kini cenderung mencari furnitur melalui katalog online sebelum berkunjung ke toko. Selain itu, persaingan dengan toko furnitur modern dan produk impor murah semakin menekan posisi Gudang Perabot dalam menentukan harga yang kompetitif. Di sisi eksternal, biaya distribusi dan transportasi furnitur yang besar juga menjadi tantangan yang mempengaruhi proses penjualan maupun margin

keuntungan. Kondisi inilah yang menjadikan pemetaan faktor internal dan eksternal melalui analisis SWOT penting dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat dan aplikatif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis SWOT terhadap Gudang Perabot di Pekanbaru dan merumuskan strategi pengembangan usaha yang realistis dan aplikatif. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memberikan arah strategis bagi manajemen Gudang Perabot dalam mempertahankan dan mengembangkan daya saingnya di pasar furniture lokal dan regional.

Tinjauan Pustaka

Teori Pengembangan Usaha (Business Development Theory)

Teori pengembangan usaha (business development) menekankan pada proses pertumbuhan, adaptasi, dan kelangsungan jangka panjang perusahaan melalui inovasi produk, ekspansi pasar, diversifikasi, penguatan operasional, serta peningkatan nilai tambah. Untuk industri furniture, teori ini relevan karena perubahan selera konsumen, tren desain, serta persaingan membutuhkan strategi pengembangan yang adaptif dan responsif.

Dalam praktiknya, pengembangan usaha dapat diwujudkan melalui beberapa strategi, seperti:

- Strategi pertumbuhan / ekspansi pasar: Memperluas area pemasaran, menjangkau pasar baru, memanfaatkan perkembangan distribusi dan digitalisasi.
- Strategi diferensiasi produk: Menawarkan desain unik, kualitas tinggi, layanan custom, atau nilai tambah seperti garansi, layanan purna jual, layanan desain interior.
- Strategi integrasi vertikal / supply-chain: Mengoptimalkan rantai pasok bahan baku, produksi, distribusi agar efisien dan fleksibel terhadap perubahan harga bahan baku.
- Strategi inovasi dan adaptasi: Mengikuti tren desain, mengadopsi teknologi produksi atau pemasaran, dan meningkatkan kapabilitas internal agar tetap kompetitif.

Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul Artikel	Penulis & Tahun	Hasil / Temuan Penelitian
1	Swot Analisis Sebagai Perencanaan Startegi Pemasaran Dalam Upaya PEngembalian Sentra Industri Mebel di Desa Catak Gayam Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jomblang	(Mahasiswa et al., 2020)	Menyusun matriks IFE, EFE, matriks IE & SWOT; merekomendasikan strategi jangka pendek, menengah, dan panjang untuk mengembalikan daya saing sentra mebel, misalnya peningkatan fasilitas, kolaborasi, dan pemanfaatan teknologi informasi.

No	Judul Artikel	Penulis & Tahun	Hasil / Temuan Penelitian
2	Analisis Strategi Peningkatan Produksi Mebel di CV. Mustika Agung	(Studi et al., 2024)	Hasil analisis SWOT menunjukkan perlunya strategi pemasaran yang meliputi: revisi desain produk, peningkatan proses produksi, dan promosi agar perusahaan mampu bertahan dan tumbuh di pasar furniture.
3	Analisis SWOT sebagai Evaluasi Strategi Bisnis pada Industri Mebel UD Karya Sejati Desa Balongpangangan	(Sejati et al., 2024)	Menyimpulkan bahwa kekuatan utama perusahaan ada pada kualitas produk & inovasi desain; kelemahan pada pemasaran & distribusi; peluang dari permintaan ekspor & kemajuan teknologi; ancaman dari fluktuasi bahan baku & persaingan untuk merumuskan strategi diversifikasi produk, optimasi rantai pasok, dan ekspansi pasar.
4	Analisis Business Model Canvas dan SWOT untuk Optimalisasi Pengembangan Usaha EF.Industries (Furniture)	(Usaha & Industries, 2025)	Menggabungkan BMC + SWOT untuk merumuskan strategi usaha dengan hasil menunjukkan pentingnya repositioning segmen pasar, memperluas jaringan distribusi, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk furniture Jepara sebagai nilai jual utama.
5	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mebel Samawa di Kandai 2, Kecamatan Woja	(Suhaety et al., 2021)	Hasil skor internal & eksternal menunjukkan posisi strategis kuat → disarankan strategi SO (memanfaatkan kekuatan untuk peluang) untuk ekspansi usaha dan mempertahankan keberlanjutan usaha.
6	Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Furniture Pada Finture.id	(Prasetya et al., 2022)	Berdasarkan analisis SWOT + matriks IFAS/EFAS, Finture.id berada pada kuadran "SO" direkomendasikan strategi pertumbuhan dengan ekspansi pasar dan fokus pada keunggulan produk dan kualitas layanan.
7	Penggunaan Analisis SWOT Dalam Strategi Perencanaan Sumber Daya Manusia PT. XYZ	(Ilmiah & Pendidikan, 2024)	Menyoroti perencanaan SDM: SWOT membantu identifikasi kelemahan dalam manajemen SDM & menyarankan strategi perbaikan

No	Judul Artikel	Penulis & Tahun	Hasil / Temuan Penelitian
8	Analisis SWOT Industri Mebel di Kecamatan Sumbermalang, Situbondo	(Haji et al., 2024)	seperti pelatihan, rekrutmen, dan perencanaan karir untuk mendukung pertumbuhan perusahaan furniture. Mengidentifikasi faktor internal & eksternal industri mebel setempat. hasil menunjukkan pentingnya efisiensi produksi, kualitas bahan & manajemen usaha agar dapat bersaing secara regional.

Beberapa penelitian pada industri furniture menunjukkan bahwa dengan menerapkan strategi yang dirumuskan melalui analisis SWOT dan matriks strategis, perusahaan dapat meraih posisi strategis yang lebih baik dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai kondisi internal dan eksternal Toko Furnitur “Gudang Perabot” Pekanbaru dalam konteks nyata. Melalui studi kasus, peneliti dapat menggali informasi secara detail mengenai faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman (SWOT) yang memengaruhi pengembangan usaha toko tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, serta dokumentasi terkait aktivitas operasional, penjualan, dan lingkungan usaha. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi pola, tema, dan temuan yang relevan dengan perumusan strategi pengembangan usaha. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami situasi aktual, menganalisis faktor strategis secara menyeluruh, serta merumuskan rekomendasi strategi berdasarkan hasil temuan lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal Toko Furniture “Gudang Perabot” Pekanbaru sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha. Pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi kasus, sehingga memungkinkan peneliti menggali informasi secara mendalam mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi perkembangan usaha. Beberapa pertanyaan kunci (Research Questions) yang menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini meliputi aspek-aspek penting terkait menghasilkan rekomendasi strategi yang tepat dan relevan bagi toko dalam meningkatkan daya saingnya.

1. RQ1: Bagaimana kondisi faktor kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) pada Toko Furniture Gudang Perabot di Pekanbaru?

2. RQ2: Apa faktor peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang dihadapi oleh Gudang Perabot dalam menjalankan usahanya?
3. RQ3: Strategi pengembangan usaha apa yang tepat berdasarkan hasil analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing dan perkembangan Toko Furniture Gudang Perabot di Pekanbaru?

Konsep Manajemen Strategis

Manajemen strategis adalah proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi keputusan serta tindakan yang memungkinkan organisasi menetapkan arah jangka panjang, menyesuaikan diri dengan lingkungan eksternal, serta memanfaatkan sumber daya internal secara optimal. Konsep ini melibatkan identifikasi visi, misi, tujuan; analisis lingkungan internal dan eksternal; perumusan strategi; implementasi; dan evaluasi kinerja. Dalam konteks perusahaan furniture yang berkembang seperti “Gudang Perabot” manajemen strategis membantu dalam pengambilan keputusan penting terkait produksi, pemasaran, distribusi, dan pengembangan usaha untuk menjaga keberlanjutan dan daya saing.

Dalam literatur, manajemen strategis sering dikombinasikan dengan alat-alat analisis seperti analisis lingkungan, analisis sumber daya internal, dan perencanaan strategis berbasis data untuk menghasilkan strategi yang relevan dan realistis. Pendekatan ini relevan untuk usaha furniture berskala menengah atau besar karena memungkinkan adaptasi terhadap perubahan pasar dan persaingan industri.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah salah satu alat paling populer dalam manajemen strategis untuk memetakan kondisi internal dan eksternal perusahaan secara sistematis. SWOT membantu perusahaan memahami keunggulan dan keterbatasan internal serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal sehingga strategi yang dirumuskan dapat sesuai dengan kondisi nyata.

Faktor Internal: Strengths dan Weaknesses

- Strengths (Kekuatan) mengacu pada aspek internal perusahaan yang menjadi keunggulan kompetitif, misalnya kualitas produk, keahlian tenaga kerja, reputasi merek, efisiensi produksi, kontrol mutu, keunikan desain, dan sumber daya material. Faktor ini penting karena menjadi pondasi perusahaan untuk unggul dibanding pesaing.
- Weaknesses (Kelemahan) mencakup keterbatasan internal seperti distribusi lemah, pemasaran kurang optimal, manajemen operasional yang belum efisien, kurangnya inovasi produk, ketergantungan pada bahan baku, atau aspek logistik. Kelemahan ini jika tidak diatasi dapat menghambat pertumbuhan meskipun peluang eksternal tersedia.

Sebagai ilustrasi, penelitian pada perusahaan mebel menunjukkan bahwa kekuatan bisa berupa desain inovatif dan kualitas produk tinggi, sedangkan kelemahan sering muncul dari pemasaran dan distribusi yang terbatas (Sejati et al., 2024).

Faktor Eksternal: Opportunities dan Threats

- Opportunities (Peluang) berkaitan dengan kondisi luar perusahaan yang bisa dimanfaatkan, misalnya meningkatnya permintaan pasar furniture, tren desain interior modern, pertumbuhan ekonomi regional, akses ke pasar lebih luas, potensi ekspor, serta kemajuan teknologi dan distribusi.
- Threats (Ancaman) meliputi faktor eksternal negatif seperti persaingan dari produk lokal atau impor, fluktuasi harga bahan baku, biaya logistik, perubahan selera konsumen, regulasi, dan risiko ekonomi atau sosial.

Beberapa studi di industri furniture menunjukkan bahwa peluang pasar dan permintaan yang meningkat dapat menjadi momentum bagi perusahaan untuk ekspansi, namun harus diimbangi dengan antisipasi terhadap persaingan dan fluktuasi bahan baku (Ekonomi & Bojonegoro, 2019).

Konteks Empiris Usaha Gudang Perabot Pekanbaru

Gudang Perabot merupakan toko furnitur skala menengah di Pekanbaru dengan karakteristik operasional tradisional: penjualan langsung, stok fisik di toko, dan interaksi langsung dengan pelanggan. Kondisi ini relevan untuk dianalisis lebih lanjut terutama karena beberapa literatur menunjukkan bahwa banyak usaha mebel tradisional di Indonesia berada dalam situasi serupa. Sebagai gambaran, pada penelitian SWOT Analisis sebagai Perencanaan Strategi Pemasaran dalam Upaya Pengembangan Sentra Industri Mebel di Desa Catak Gayam ditemukan bahwa banyak sentra mebel lokal yang memiliki potensi tetapi terkendala dalam aspek struktur organisasi dan manajemen stok (Mahasiswa et al., 2020). Dengan demikian, kondisi empiris di Gudang Perabot memberikan kontekstualisasi lokal yang layak untuk dieksplorasi lebih lanjut melalui analisis SWOT.

RQ1: Bagaimana kondisi faktor kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) pada Toko Furniture Gudang Perabot di Pekanbaru?

Faktor Internal – Kekuatan Usaha

Berdasarkan pengamatan lapangan, terdapat beberapa kekuatan utama:

- Variasi produk yang luas. Gudang Perabot menawarkan banyak jenis furnitur dari furnitur rumah tangga standar hingga variasi model sehingga mampu menjangkau berbagai segmen konsumen. Variasi produk seperti ini juga tercatat sebagai kekuatan dalam penelitian pada Analisis SWOT terhadap usaha mebel Karya Wijaya di Sleman, DI Yogyakarta, yang menunjukkan bahwa fleksibilitas produk membantu usaha kecil-menengah menangkap permintaan pasar yang beragam (Jufri & Artha, n.d.)
- Hubungan baik dengan pemasok dan suplai relatif stabil. Akses pemasok yang andal dapat menekan risiko kekosongan stok dan menjaga kesinambungan pasokan. Temuan serupa muncul dalam penelitian Strategi Pengembangan Bisnis Mebel Jepara Barokah

Di Kabupaten Tolitoli, di mana kestabilan suplai dianggap penting dalam mempertahankan operasional produksi dan penjualan (Jurnal & Dan, 2025)

- Kemampuan pelayan dan pelayanan tradisional yang personal. Dalam banyak usaha mebel tradisional, interaksi personal antara penjual dan pelanggan masih menjadi keunggulan yang sulit disaingi oleh toko modern. Data lapangan Gudang Perabot menunjukkan bahwa perhatian terhadap pelanggan dan fleksibilitas layanan menjadi modal sosial yang memperkuat posisi internal toko.

Kekuatan-kekuatan ini memberi dasar internal yang cukup baik bagi usaha, terutama bila dipadukan dengan strategi yang tepat.

Faktor Internal – Kelemahan Usaha

Meski terdapat kekuatan, ada beberapa kelemahan internal yang cukup signifikan:

- Ruang display dan presentasi produk yang terbatas. Karena keterbatasan ruang dan penataan yang kurang ideal, tidak semua produk dapat dipajang secara optimal, padahal furnitur sangat dipengaruhi persepsi visual. Kondisi seperti ini pernah diungkap pada penelitian pada UD Jati Mandiri di Wonogiri, dimana keterbatasan ruang dan display menjadi salah satu kelemahan utama usaha mebel tradisional (Setyani & Nurhayati, 2025)
- Minimnya pemanfaatan pemasaran digital dan ekspansi pasar online. Dalam era digital sekarang, banyak konsumen mencari furnitur dengan melihat katalog online terlebih dahulu. Keterlambatan transformasi digital ini menjadikan Gudang Perabot kurang kompetitif dibanding toko mebel yang sudah adaptif terhadap kanal online. Penelitian Jepara Barokah juga menyoroti bahwa minimnya pemanfaatan teknologi internet dalam pemasaran menjadi kelemahan serius (Jurnal & Dan, 2025).

Kelemahan-kelemahan internal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya tergantung pada produk dan hubungan pemasok, tetapi juga pada efisiensi internal dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan.

RQ2: Apa faktor peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang dihadapi oleh Gudang Perabot dalam menjalankan usahanya?

Faktor Eksternal – Peluang Usaha

Analisis lingkungan eksternal menunjukkan beberapa peluang signifikan bagi Gudang Perabot:

- Permintaan furnitur meningkat seiring berkembangnya area pemukiman dan pertumbuhan perumahan di Pekanbaru. Peluang dari segmen rumah baru dan renovasi rumah memberi potensi pasar yang stabil. Studi pada industri furnitur tradisional di berbagai daerah mencatat bahwa pertumbuhan hunian memang menjadi pemicu utama meningkatnya permintaan mebel (Setyani & Nurhayati, 2025)
- Kemudahan akses pemasaran digital dan marketplace. Transformasi digital memberikan jalur alternatif bagi toko tanpa perlu memperbesar ruang fisik. Dengan katalog online, toko dapat menjangkau konsumen lebih luas dan fleksibel. Temuan

penelitian Jepara Barokah menekankan bahwa pemanfaatan internet dapat memperluas area pemasaran dan mengurangi ketergantungan pada pasar lokal (Jurnal & Dan, 2025)

- Peluang kemitraan dengan kontraktor/perumahan atau kerja sama proyek furnitur massal. Dalam konteks suplai furnitur untuk rumah baru, kerjasama semacam ini bisa menjadi sumber pendapatan tetap dan lebih stabil daripada hanya mengandalkan penjualan eceran. Beberapa studi tentang strategi bisnis mebel menyarankan diversifikasi segmen pasar melalui kolaborasi seperti ini (*Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.7 No.1 (2018)*, 2018).

Peluang-peluang eksternal ini memberikan ruang strategis yang luas bagi Gudang Perabot selama mampu memperbaiki kelemahan internal dan memanfaatkan kekuatan yang ada.

Faktor Eksternal – Ancaman Usaha

Namun, beberapa ancaman perlu diantisipasi:

- Persaingan dengan toko furnitur besar dan usaha mebel modern. Toko besar biasanya memiliki fasilitas display lebih baik, sistem manajemen stok modern, dan layanan pelanggan yang lebih terstruktur. Dalam survei pada usaha mebel tradisional, ketidakmampuan bersaing pada aspek tersebut sering menjadi penyebab penurunan pangsa pasar.
- Tekanan harga dari produk furnitur impor atau furnitur murah kompetitor. Produk substitusi dengan harga rendah bisa menarik konsumen sensitif harga, sehingga usaha lokal harus menjaga kualitas dan reputasi agar tetap kompetitif. Sebagaimana ditekankan dalam analisis strategi usaha mebel tradisional, fluktuasi kompetisi harga menjadi ancaman serius (Sejati et al., 2024)
- Ketidakpastian bahan baku dan biaya distribusi/logistik. Industri furnitur bergantung pada ketersediaan bahan baku; perubahan harga atau sulitnya suplai dapat mengganggu stabilitas usaha. Masalah semacam ini banyak dijumpai dalam studi-studi usaha mebel tradisional.

Ancaman-ancaman ini menunjukkan bahwa usaha tidak bisa hanya mengandalkan kondisi internal, tetapi harus terus adaptif terhadap dinamika eksternal agar tetap berkelanjutan.

RQ3: Strategi pengembangan usaha apa yang tepat berdasarkan hasil analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing dan perkembangan Toko Furniture Gudang Perabot di Pekanbaru?

Integrasi Temuan & Kesenjangan Literatur (Implikasi Penelitian)

Hasil analisis pada Gudang Perabot menunjukkan bahwa, meskipun banyak literatur telah membahas penggunaan analisis SWOT pada usaha mebel, sebagian besar fokus pada aspek pemasaran, produksi, atau strategi ekspansi. Misalnya, pada penelitian Analisis SWOT Pengembangan Usaha Adiguna Mebel Surabaya digunakan matriks IFAS/EFAS untuk merumuskan strategi pertumbuhan dan perluasan pasar (*Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.7 No.1 (2018)*, 2018). Sementara itu, pada penelitian

Strategi Pemasaran usaha Mebel Home Industry UD Jati Mandiri Talunombo Baturetno, fokus lebih kepada kualitas bahan baku dan pemasaran tradisional (Setyani & Nurhayati, 2025).

Penelitian terhadap “Gudang Perabot” menambah perspektif berbeda: yaitu **analisis** operasional toko furnitur skala menengah di kota menengah, termasuk manajemen stok, display, dan adaptasi digital. Aspek ini (pengelolaan stok & adaptasi digital) pada toko furnitur skala menengah di luar kluster industri besar, jarang dibahas dalam penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi empiris baru dan relevan: menunjukkan bahwa keberhasilan usaha mebel tidak hanya ditentukan oleh pemasaran atau kualitas produk, tetapi juga oleh efisiensi operasional internal dan adaptasi terhadap lingkungan digital serta kondisi pasar lokal.

Perumusan Strategi Berdasarkan Hasil Analisis

Berdasarkan integrasi faktor internal dan eksternal serta kajian literatur, strategi yang disarankan untuk Gudang Perabot sebagai berikut:

1. Modernisasi Sistem Intern
 - Penataan ruang display ulang agar produk tampil optimal, meningkatkan persepsi kualitas dan daya tarik konsumen.
2. Ekspansi Pemasaran & Digitalisasi
 - Membuat katalog produk online (media sosial / marketplace) untuk menjangkau konsumen di luar Pekanbaru, sesuai potensi pasar digital.
 - Menggunakan konten visual berkualitas untuk menarik perhatian konsumen, terutama segmen milenial dan urban.
3. Diversifikasi Segmen & Kemitraan
 - Menjalin kemitraan dengan pengembang perumahan atau kontraktor untuk suplai furnitur rumah secara massal.
 - Menyediakan paket furnitur ekonomis untuk segmen rumah baru atau konsumen sensitif harga.
4. Peningkatan Layanan & Diferensiasi
 - Menyediakan layanan tambahan seperti konsultasi penataan ruang atau desain interior sederhana.
 - Memperkuat layanan pelanggan dengan pendekatan personal dan responsif modal sosial yang telah ada.

Strategi-strategi ini diharapkan dapat memanfaatkan kekuatan internal, merespon peluang eksternal, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada sehingga posisi usaha menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Simpulan

Berdasarkan analisis dan interpretasi temuan, dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait kondisi dan strategi pengembangan usaha Toko Furnitur “Gudang Perabot” di Pekanbaru:

1. Kekuatan Internal (Strengths)

Gudang Perabot memiliki beberapa keunggulan yang menjadi modal utama, antara lain: variasi produk yang luas, hubungan baik dan stabil dengan pemasok, serta interaksi personal yang kuat dengan pelanggan. Faktor-faktor ini mendukung daya saing internal dan menjadi fondasi strategi pengembangan usaha. Temuan ini sejalan dengan literatur yang menekankan pentingnya fleksibilitas produk, kestabilan suplai, dan modal sosial bagi keberlangsungan usaha mebel tradisional

2. Kelemahan Internal (Weaknesses)

Beberapa keterbatasan internal ditemukan, antara lain, ruang display terbatas, dan minimnya pemanfaatan pemasaran digital. Kelemahan ini menimbulkan hambatan dalam efisiensi operasional, presentasi produk, dan perluasan pasar, sehingga perlu mendapat perhatian dalam perencanaan strategi.

3. Peluang Eksternal (Opportunities)

Lingkungan eksternal menawarkan peluang signifikan, seperti pertumbuhan permukiman dan rumah baru di Pekanbaru, potensi pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, serta peluang kemitraan dengan kontraktor atau pengembang perumahan. Pemanfaatan peluang ini dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan stabilitas penjualan

4. Ancaman Eksternal (Threats)

Ancaman utama berasal dari persaingan dengan toko furnitur modern dan produk impor murah, serta ketidakstabilan harga bahan baku dan biaya distribusi. Hal ini memerlukan strategi adaptif dan mitigasi risiko agar usaha tetap kompetitif.

5. Perumusan Strategi Pengembangan Usaha

Integrasi faktor internal dan eksternal menghasilkan strategi pengembangan usaha yang menyeluruh, meliputi:

- Ekspansi pemasaran digital: pembuatan katalog online dan promosi berbasis konten visual.
- Diversifikasi segmen dan kemitraan: kerja sama dengan kontraktor/perumahan dan paket furnitur ekonomis.
- Peningkatan layanan dan diferensiasi: layanan konsultasi penataan ruang dan interaksi pelanggan lebih responsif.

Strategi ini secara langsung menjawab rumusan masalah dan memperkuat posisi Gudang Perabot di pasar furnitur lokal.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, beberapa saran diberikan agar strategi pengembangan usaha Gudang Perabot dapat diterapkan secara efektif. Bagi pemilik usaha, disarankan untuk memprioritaskan mempertimbangkan penataan ulang ruang display dan penambahan variasi produk sesuai tren pasar untuk menarik lebih banyak pelanggan. Bagi manajemen dan pengelola operasional, penting untuk mengembangkan kanal pemasaran digital secara aktif, termasuk melalui media sosial, marketplace, dan katalog online, serta

menyusun program kemitraan dengan pengembang perumahan atau kontraktor sebagai sumber penjualan yang stabil. Bagi peneliti dan akademisi, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan geografis atau membandingkan beberapa toko furnitur menengah di kota berbeda untuk melihat kesamaan dan perbedaan strategi pengembangan usaha, sekaligus mengkaji lebih dalam penggunaan teknologi digital dan sistem manajemen inventori untuk memberikan bukti empiris tambahan. Bagi pemangku kepentingan industri furnitur, disarankan memberikan pelatihan dan bimbingan terkait digitalisasi usaha dan strategi pemasaran modern agar usaha menengah seperti “Gudang Perabot” mampu bersaing dengan toko besar atau produk impor. Dengan penerapan strategi dan rekomendasi ini, Gudang Perabot diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah dinamika pasar furnitur lokal.

Referensi

- Agnusdei, L. (2023). Digitalization as driver to achieve circularity in the agroindustry: A SWOT-ANP-ADAM approach. *Science of the Total Environment*, 882, ISSN 0048-9697, <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2023.163441>
- Antwi-Afari, P. (2021). A review of the circularity gap in the construction industry through scientometric analysis. *Journal of Cleaner Production*, 298, ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126870>
- Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.7 No.1 (2018). (2018). 7(1), 2822–2834.
- Dan, P., Bersaing, S., Industri, P., Baku, B., & Jati, K. (2021). *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*. 11(1), 48–62.
- Dan, P., Usaha, P., Pada, F., Suseno, A., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). Pengelolaan dan pengembangan usaha furniture pada ud. ethnic furniture. 1(3).
- Ekonomi, F., & Bojonegoro, U. (2019). Sikap masyarakat desa hutan terhadap program pengelolaan hutan bersama masyarakat di kesatuan pemangkuan hutan bojonegoro. 1, 1–33.
- Fan, P. (2023). Identification and Prioritization of Tourism Development Strategies Using SWOT, QSPM, and AHP: A Case Study of Changbai Mountain in China. *Sustainability Switzerland*, 15(6), ISSN 2071-1050, <https://doi.org/10.3390/su15064962>
- Farru, G. (2024). Business and Market Analysis of Hydrothermal Carbonization Process: Roadmap toward Implementation. *Agronomy*, 14(3), ISSN 2073-4395, <https://doi.org/10.3390/agronomy14030541>

- Galardi, M. (2022). Small Rural Enterprises and Innovative Business Models: A Case Study of the Turin Area. *Sustainability Switzerland*, 14(3), ISSN 2071-1050, <https://doi.org/10.3390/su14031265>
- Hadasik, B. (2022). E-commerce market environment formed by the COVID-19 pandemic – a strategic analysis. *Forum Scientiae Oeconomia*, 10(3), 25-52, ISSN 2300-5947, https://doi.org/10.23762/FSO_VOL10_NO3_2
- Haji, K., Siddiq, A., Memenuhi, U., Memperoleh, P., & Ikhsan, M. M. (2024). ANALISIS STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITY, TREATH (SWOT) PADA INDUSTRI MEBEL DI KECAMATAN.
- Hidalgo-Triana, N. (2023). Perceptions of change in the environment caused by the COVID-19 pandemic: Implications for environmental policy. *Environmental Impact Assessment Review*, 99, ISSN 0195-9255, <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2022.107013>
- Idris, P.S.R.P.H. (2022). Halal-Tayyiban and Sustainable Development Goals: A SWOT Analysis. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 13(2), ISSN 1947-9638, <https://doi.org/10.4018/IJABIM.20220701.oa9>
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2024). Penggunaan Analisis SWOT Dalam Strategi Perencanaan Sumber Daya Manusia PT. XYZ Muhammad Fahri Zulhami 1, Risma Fitriani 2 Universitas Singaperbangsa Karawang. 10(11), 454–467.
- Jufri, A., & Artha, B. (n.d.). Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi Analisis SWOT terhadap usaha mebel Karya Wijaya di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. 3(1), 25–30.
- Jurnal, P., & Dan, E. (2025). Strategi Pengembangan Bisnis Mebel Jepara Barokah Di Kabupaten Tolitoli. 3(1), 35–39.
- Koswara, F. L. (2019). Analisis strategi bersaing pada perusahaan luxior di bandung. 15(2).
- Li, K. (2022). SWOT analysis of e-commerce development of rural tourism farmers' professional cooperatives in the era of big data. *Iet Communications*, 16(5), 592-603, ISSN 1751-8628, <https://doi.org/10.1049/cmu2.12358>
- Liu, Z. (2023). Empowering High-Quality Development of the Chinese Sports Education Market in Light of the “Double Reduction” Policy: A Hybrid SWOT-AHP Analysis. *Sustainability Switzerland*, 15(3), ISSN 2071-1050, <https://doi.org/10.3390/su15032107>
- Mahasiswa, S., Tata, P., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Prodi, S., Tata, P., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2020). DALAM UPAYA PENGEMBANGAN SENTRA INDUSTRI MEBEL DI DESA CATAK GAYAM KECAMATAN MOJOWARNO, KABUPATEN JOMBANG Saino. 8(2).

- Nasution, I.M. (2022). Implementation Technology for Development of a Brand Communication in Company PT. XYZ. *Aptisi Transactions on Technopreneurship*, 4(1), 16-24, ISSN 2655-8807, <https://doi.org/10.34306/att.v4i1.213>
- Papamichael, I. (2023). Measuring Circularity: Tools for monitoring a smooth transition to Circular Economy. *Sustainable Chemistry and Pharmacy*, 36, ISSN 2352-5541, <https://doi.org/10.1016/j.scp.2023.101330>
- Prasetya, D. D., Rahmi, H. M., Sugianto, R., Sapruwan, M., Bangsa, U. P., Bangsa, U. P., Bangsa, U. P., Pelita, U., & Pemasaran, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Furniture Pada Finture . id (Marketing Strategy Analysis to Increase Furniture Sales at Finture . id) Pendahuluan. 36–41.
- Safrina. (n.d.). Strategi Pengembangan Industri Furniture di Aceh untuk Meningkatkan Daya Saing dan Keuntungan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretari*, 7(1 SE-Articles), 12–19. <https://doi.org/10.35870/jemensri.v7i1.1145>
- Sejati, K., Balongpanggang, D., & Gresik, K. (2024). Issn : 3025-9495. 7(2).
- Setyani, Y., & Nurhayati, S. F. (2025). Strategi Pemasaran Usaha Mebel Home Industry UD Jati Mandiri Talunombo Baturetno Kabupaten Wonogiri. 3(1), 105–113.
- Studi, P., Industri, T., Teknik, F., & Madiun, U. P. (2024). Analisis Strategi Peningkatan Produksi Mebel di CV . Mustika Agung. 2(4).
- Suhaety, Y., Fadillah, M., & Barat, N. T. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mebel Samawa di Kandai 2 Kecamatan Woja. 2, 281–287.
- Usaha, P., & Industries, E. F. (2025). No Title.