

Analisis Strategi Peningkatan Produksi Mebel di CV. Mustika Agung

Agun Syahrul Frastyansyah¹, Bima Tri Aji², Bagas Tri Mardiansyah³,
Aloysius Tommy Hendrawan⁴

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Email : agunf972@gmail.com¹, bimatriaji241@gmail.com², decudecu16@gmail.com³,
atommyhendrawan@unipma.ac.id⁴

Abstract. *The purpose of the study is to create an appropriate marketing strategy for CV. Mustika Agung, a furniture craftsman in Magetan Regency. Primary data collected in this study were collected through interview methods. The results of the SWOT analysis of CV. Mustika Agung show that the formulation of a marketing strategy requires changes in the market, product design, production process, and advertising and marketing. This study will help solve the problems that exist in CV. Mustika Agung so that the resulting strategy will help the company survive and grow*

Keywords: *SWOT Analysis, Marketing Strategy, Furniture Industry*

Abstrak. Tujuan penelitian adalah untuk membuat strategi pemasaran yang tepat untuk CV. Mustika Agung, pengrajin furniture yang ada di Kabupaten Magetan. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode wawancara. Hasil dari analisis SWOT CV. Mustika Agung menunjukkan bahwa perumusan strategi pemasaran memerlukan perubahan pada pasar, desain produk, proses produksi, dan periklanan dan pemasaran. Studi ini akan membantu menyelesaikan masalah yang ada di CV. Mustika Agung sehingga strategi yang dihasilkan akan membantu perusahaan bertahan dan berkembang.

Kata Kunci : Analisis SWOT , Strategi Pemasaran, Industri Mebel

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pasar harus terus diwaspadai oleh para pelaku bisnis karena semakin pesatnya globalisasi dan kemajuan teknologi di segala bidang. Hal ini terutama berlaku bagi pelaku bisnis yang tujuannya adalah untuk mengatasi hambatan persaingan pasar, seperti yang bergerak di bidang manufaktur, pemasaran, dan penjualan. Perusahaan harus mampu bersaing di pasar karena persaingan yang semakin ketat dan semakin pesat dari sebelumnya agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan mendapatkan keunggulan dibandingkan para pesaing [1]. Persaingan pasar yang ketat disebabkan oleh unsur-unsur yang mengharuskan pelaku bisnis untuk memperhatikan inovasi produk, memberikan kesan pertama yang baik, dan melekat di benak konsumen.

Karena prospek bisnis mebel yang menjanjikan, banyak pengusaha baru masuk ke industri untuk bersaing merebut pasar yang ada. Akibatnya, persaingan di pasar ini semakin ketat. Toko mebel CV. Mustika Agung berada di Dusun Nunut, Desa Duwet, Kecamatan Bendo, Kabupaten Magetan, di pusat industri mebel Magetan.

Keseluruhan rencana pada perusahaan untuk mengidentifikasi target pasar dan memastikan kepuasan pelanggan melalui pengembangan campuran pemasaran produk,

distribusi, promosi, dan komponen harga dikenal sebagai strategi pemasaran. Secara umum, strategi pemasaran memainkan peran penting dalam menavigasi lingkungan yang dinamis, memperoleh manfaat tertentu, dan berhasil meningkatkan aliran pendapatan tertentu. Rencana pemasaran yang dipilih perlu diperbarui dan disempurnakan berdasarkan tren pasar dan faktor lingkungan. Dengan menggunakan analisis SWOT, bisnis dapat menilai lingkungan internal mereka untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka serta lingkungan eksternal mereka untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman.

Analisis SWOT merupakan langkah awal dalam suatu proses yang harus dilakukan oleh para supervisor untuk menentukan tindakan terbaik antara memanfaatkan peluang dan meningkatkan kekuatan perusahaan, mengurangi munculnya ancaman eksternal, serta menjaga komponen-komponen penting. Karena analisis SWOT merupakan alat untuk menilai kondisi operasional suatu perusahaan, analisis ini sangat berharga bagi keberlanjutan bisnis [2]. Melalui penggunaan analisis SWOT, bisnis akan mampu mengembangkan rencana baru yang akan membantunya tetap berkelanjutan.

Karena prospek bisnis mebel yang menjanjikan, banyak pengusaha baru masuk ke industri untuk bersaing merebut pasar yang ada. Akibatnya, persaingan di pasar ini semakin ketat. Toko mebel CV. Mustika Agung berada di Dusun Nunut, Desa Duwet, Kecamatan Bendo, Kabupaten Magetan, di pusat industri mebel Magetan.

Dengan persaingan yang semakin ketat, perusahaan yang ada harus terus mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan produknya dan mengalahkan pesaing. Strategi didefinisikan sebagai rencana jangka panjang yang menyeluruh dan melihat ke depan yang berinteraksi dengan situasi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan [3]. Mustika Agung akan melihat posisinya di hadapan para pesaingnya di bidang yang sama dengan melihat CV-nya. Selanjutnya, suatu strategi untuk memenangkan pasar dapat dibuat setelah mengetahui posisinya.

Diharapkan penelitian ini akan berkontribusi pada ekonomi Indonesia, khususnya mengenai bagaimana perusahaan furnitur dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan kondisi internal dan eksternal perusahaan, analisis SWOT dapat membantu perusahaan furnitur, khususnya CV. Mustika Agung, bertahan dan berkembang.

Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, peneliti ingin menyelidiki bisnis CV. Mustika Agung Furniture karena mereka harus membuat strategi pemasaran untuk memperkuat posisinya dalam persaingan industri mebel. Pemilik CV. Mustika Agung Furniture dapat memperoleh masukan dari analisis SWOT.

Kekuatan dan kelemahan CV. Mustika Agung: Kekuatan pertama adalah kualitas bukan kuantitas; hubungan baik dengan pemasok; ketersediaan tenaga kerja lokal; dan solusi untuk masalah pembeli. Kelemahan CV. Mustika Agung juga termasuk sumber daya manusia yang rendah, penggunaan material yang tidak efektif; modal yang terbatas; teknologi masih cukup sederhana; dan kurangnya iklan dan pemasaran.

Salah satu elemen penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis industri dalam suatu perusahaan adalah lingkungan industri. Proses analisis lingkungan industri bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami peluang, tantangan, dan ancaman. Dengan mengevaluasi dan memposisikan sumber daya dan lingkungan organisasi dalam empat area yaitu Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman, hal ini akan bisa membantu perusahaan ataupun usaha dalam mengembangkan wawasan yang lebih baik terhadap lingkungan bisnis internal dan eksternal mereka saat membuat rencana dan keputusan agar lebih strategis [4].

2. KAJIAN TEORI

Analisis Faktor Eksternal

Menurut Rangkut [5], faktor eksternal terdiri dari dua hal: peluang dan ancaman. Ancaman adalah situasi yang merugikan dan serius dalam lingkungan bisnis, sementara peluang adalah situasi yang menguntungkan dan penting. Miles Huberman menjabarkan tiga langkah dalam proses analisis data kualitatif [6]:

1. Reduksi Data, yang meliputi peringkasan, pemilihan poin-poin utama, pemusatan pada hal-hal yang penting, pencarian tema dan pola, serta pembuangan informasi yang tidak relevan. Data yang dipadatkan akan memberikan gambaran yang lebih baik dan memudahkan pengumpulan serta pencarian data tambahan oleh peneliti jika diperlukan. Kuesioner pembobotan mencatat dan merangkum hasil wawancara berdasarkan spesifikasi perusahaan.
2. Penyajian data, meliputi diagram alir, bagan, dan hubungan antar kategori yang dijelaskan secara singkat. Sugiyono mengutip Miles dan Huberman yang mengatakan bahwa teks naratif paling sering digunakan untuk menyajikan data. Akan lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan tambahan berdasarkan penyajian data.

Analisis Swot

Analisis SWOT terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Metode SWOT sering digunakan untuk mengevaluasi lingkungan kerja [7]. Menurut Pearce dan Robinson analisis SWOT adalah pendekatan yang paling terkenal sepanjang masa yang

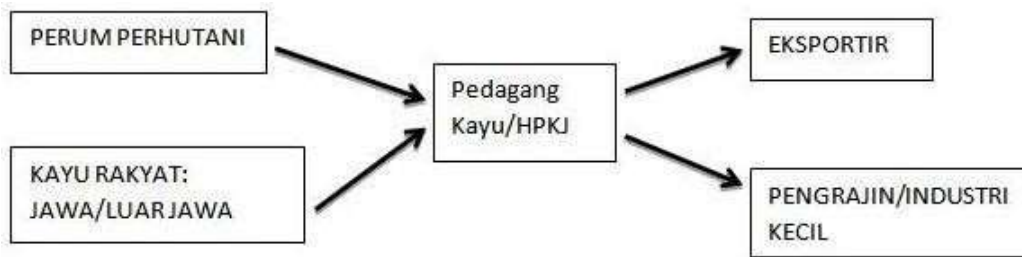
membantu manajer membuat strategi pemasaran. Analisis SWOT dikenal sebagai analisis peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan perusahaan. Biasanya pada perusahaan akan menggunakan analisis SWOT untuk meringkas posisi strategis perusahaan dengan cepat [8]. Hal positif dalam lingkungan bisnis dan situasi pada lingkungan yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis dan disebut dengan peluang. Serupa dengan ini, kemajuan dalam hubungan pembeli-penjual dan kemajuan teknologi dapat menghadirkan peluang. Kondisi negatif atau tidak menguntungkan yang besar dalam suatu lingkungan dikenal sebagai ancaman. Hambatan signifikan terhadap posisi perusahaan yang diinginkan atau yang sudah ada disebut ancaman. Keberhasilan perusahaan dapat terancam oleh masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, daya tawar pemasok atau pengguna besar, kemajuan teknologi, dan undang-undang baru. Sumber daya atau kemampuan yang dapat dikendalikan dianggap sebagai kekuatan.

Analisis SWOT memegang peranan yang sangat membantu dalam pengembangan strategi bisnis, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam perencanaan strategi baru. Analisis ini sangat dibutuhkan oleh para pelaku bisnis dan usaha untuk mengelola operasionalnya saat ini maupun yang masih dalam tahap perencanaan agar dapat mencapai tujuan jangka panjangnya. Analisis SWOT akan mengkaji sejumlah faktor, antara lain peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan. Di sisi lain, lingkungan eksternal perusahaan memiliki pengaruh terhadap strategi *Opportunities and Threats* (OT). Faktor ini meliputi kejadian eksternal yang dapat berdampak terhadap pengambilan keputusan perusahaan.

Analisis Bahan Baku

Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang berlimpah yang dapat dimanfaatkan dan dikelola. Salah satu sumber daya alam utama yang digunakan sebagai bahan baku dalam industri mebel adalah kayu. Namun, semakin sulit bagi industri, terutama usaha kecil menengah, untuk mendapatkan bahan baku ini. Karena penerapan kuota produksi stok kayu (JPT) untuk menjaga kelestarian hutan dan gangguan terhadap kawasan hutan, produksi kayu di sektor kehutanan menurun. Selain itu, ada penurunan pengiriman kayu dari luar Jawa karena penyelundupan dan perdagangan gelap. Bahan baku menjadi lebih langka karena ekspor barang yang besar. Industri kecil mengalami kesulitan dalam menjalankan bisnis mereka karena harga bahan baku yang meningkat di pasaran. Produk mebel yang dibuat dengan penggunaan kayu yang tidak seimbang juga berkualitas rendah. Ini menjadi masalah besar bagi perajin yang menggunakan kayu berkualitas rendah; ini menyebabkan harga jual yang rendah dan produk yang tidak laku karena mereka tidak dapat menutupi biaya produksi. Selain itu, kebijakan pemerintah yang memungkinkan ekspor bahan baku meskipun negara

mengalami defisit dan keterbelakangan adalah penyebab kekurangan bahan baku karena hambatan.



Gambar 1. Aliran Bahan Baku Kayu Pada Mebel

Penguasaan Dalam Teknologi

Pengrajin kayu Jawa biasanya membeli kayu dari hutan dan perkebunan lokal. Pengrajin memiliki berbagai jenis kayu yang dapat diolah, terutama yang berasal dari hutan lokal. Durian, akasia mangium, bayur, sengo, kemiri, agathis, mindi, lame/pulai, sunkai, dan manii adalah beberapa contoh kayu ini, yang biasanya diperoleh dari tanaman yang masih muda (10 hingga 10 tahun). Kayu muda ini memiliki kelemahan seperti kekuatan yang rendah, sudut mikrofibril yang tinggi, dinding sel yang tipis, banyak serat spiral, dan proporsi yang masih muda, sehingga harus dirawat dengan hati-hati. Oleh karena itu, manfaatkan sebaik mungkin. Beberapa pengrajin dan pelaku usaha kecil tidak memahami cara mengolah kayu dan jenis kayu, sehingga mereka hanya menggunakan jenis kayu tertentu.

Inovasi Pada Desain

Beberapa perusahaan kecil dan menengah meniru contoh yang sudah ada dan beroperasi berdasarkan pesanan dari pembeli. Banyak usaha kecil yang gagal berinovasi dalam mendesain dan menciptakan produk yang memenuhi permintaan konsumen dan pasar. Banyak desain yang diciptakan merupakan warisan dari orang tua atau berdasarkan pengetahuan mereka dan diwariskan dari generasi ke generasi. Para perajin tidak mau mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka tentang bahan selain kayu. Meskipun ada banyak peluang dan dukungan eksternal yang dapat membantu, cara berpikir yang sederhana dan unik masih menjadi penghalang dan hambatan terbesar karena menghalangi niat untuk berkembang dan maju.

Promosi Dan Pemasaran

Dalam pelaksanaan Mabel yang sedang berjalan, program periklanan dan pemasaran produk Mabel pada dasarnya dilakukan oleh perorangan atau kelompok. Selain itu, sebagian besar perajin tidak memiliki akses pasar langsung untuk produk mereka. Hal ini diperparah

oleh beberapa faktor, yaitu Jalan perdagangan antar wilayah dan pulau menimbulkan biaya tambahan yang meningkatkan harga produk. Karena itu, mereka lebih bergantung pada konsumen dan pembeli yang datang langsung ke daerah mereka.

Dengan menganalisis kelemahan dan kekuatan CV. Mustika Agung, diharapkan analisis ini akan berdampak pada industri mebel khususnya. Studi ini dapat memberikan kontribusi dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh CV. Mustika Agung, sehingga strategi yang dihasilkan dapat mendukung pertumbuhan dan kemajuan bisnis mebel.

3. METODE PENELITIAN

Analisis data dalam penelitian ini adalah kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih berfokus pada observasi dan pengorganisasian sistematis catatan lapangan, transkrip wawancara, dan bahan lainnya untuk meningkatkan pemahaman bahan dan menyajikan hasilnya kepada orang lain [9]. Berdasarkan analisis ini, tujuan yang dicapai adalah untuk mendorong penelitian dengan memberikan deskripsi fakta-fakta peristiwa yang sistematis, terstruktur, berdasarkan fakta, dan akurat [10].

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti menggunakan dirinya sebagai alat utama untuk menyelidiki kondisi objek secara alami. Untuk mengumpulkan data, digunakan berbagai teknik. Proses analisis data dilakukan secara induktif, dan fokus penelitian kualitatif adalah makna daripada generalisasi. Sugiyono [11]. Adapun tempat penelitian berlangsung adalah di industri mebel CV. Mustika Agung berada di Desa Duwet, Dusun Nunut, Kecamatan Bendo, Kabupaten Magetan, tempat penelitian ini dilakukan. Data penelitian dikumpulkan dan diproses dalam waktu satu minggu, dari 24 Juni hingga 29 Juni 2024.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan CV. Mustika Agung, data lapangan telah dirangkum dan kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT :

Kekuatan (Strength)

Keunggulan Kabupaten Magetan adalah sumber daya manusia yang cukup dan berkualitas dalam mengolah bahan baku menjadi mebel berkualitas tinggi. Hasil produksi yang sangat baik sesuai dengan standar nasional dan internasional, jadi diperlukan pelatihan dan pengetahuan tambahan tentang sistem. Mereka ingin menjual barang mereka. Selain itu, industri mebel terus berkembang. Karena bahan baku mudah diperoleh dan tersedia dalam jumlah yang cukup di wilayah Magetan, itu bukan masalah besar. Ini berarti bahwa sentra

kayu dan industri mebel bekerja sama dengan baik, dan sistem ini harus dipertahankan dan disiapkan untuk mengatasi hambatan dalam penyediaan bahan baku di masa depan. Oleh karena itu perbaikan yang harus ditambah dan diperbaiki lagi, seperti pada :

1. Kualitas pada produk tinggi: Dengan kualitas produk yang tinggi maka CV .Mustika Agung akan lebih terkenal dengan produk-produknya yang berkualitas tinggi. Daya tahan tinggi dan estetika yang menarik. Oleh karena itu CV.Mustika agung Magetan harus senantiasa mengoptimalkan pada produk yang berkualitas tinggi
2. Desain yang inovatif: CV.Mustika Agung harus konsisten menawarkan desain mutakhir yang melengkapi gaya-gaya terbaru. Karena pelanggan banyak yang ingin memiliki furnitur yang khas dan mahal. Dengan begitu CV. Mustika agung akan memiliki pelanggan yang terus bertambah dan akan lebih cepat tersebar luas.
3. Jaringan distribusi yang luas: CV.Mustika Agung harus bisa mengoperasikan jaringan ritel online dan fisik yang luas. Dengan begitu pelanggan akan bertambah mulai dari luar kota ataupun luar negeri.
4. Staf yang lebih berpengalaman dan profesional: CV. Mustika Agung juga harus mempekerjakan orang-orang yang ahli di bidangnya. Hal ini akan menjamin prosedur produksi dan layanan pelanggan dengan baik lagi.

Kelemahan (Weakness)

CV. Mustika Agung memiliki banyak kekuatan. Tetapi mereka masih memiliki masalah dengan permodalan, pengelolaan keuangan, dan administrasi, yang dapat menjadi hambatan untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, kinerja perusahaan juga dipengaruhi oleh kurangnya pemasaran dan promosi penjualan. Tidak hanya itu adapun hal – hal penting yang harus dicermati, seperti :

1. Harga yang mungkin relatif mahal: Salah satu kekurangan yang mencolok di CV. Mustika Agung ini adalah harga produk yang relatif tinggi jika dibandingkan dengan pesaing. Akibatnya, beberapa pelanggan mungkin ragu untuk membeli produk furnitur mereka.
2. Kapasitas produksi yang terbatas: Kapasitas produksi di CV.Mustika Agung ini terbatas. Hal ini dapat mempersulit mereka untuk memenuhi permintaan pelanggan yang tinggi.
3. Masih bergantung pasokan bahan baku: Ketersediaan bahan baku tertentu sangat penting bagi industri Mabel tersebut . Gangguan pada pasokan dapat berdampak buruk pada proses produksi.

4. Kurangnya promosi : Tidak banyak promosi yang dilakukan di CV. Mustika Agung. Akibatnya, pelanggan kurang mengenal produk mebel mereka secara luas.
5. Kurangnya variasi pada produk: Meskipun desain produk mereka kreatif, masih kekurangan pada barang tersebut, oleh karena itu CV. Mustika Agung harus menambah inovasi dalam produk mereka.

Peluang (Opportunity)

Berlimpahnya informasi membuat para pembuat furnitur lebih terbuka terhadap pendapat dan saran lain, yang memudahkan bimbingan dan pelatihan untuk pengembangan yang lebih baik. Sebagian besar produk furnitur industri diserap di pasar lokal, dan pasar domestik dan ekspor masih terbuka untuk pengembangan lebih lanjut. Adapun hal – hal yang menjadi peluang di CV. Mustika Agung, Seperti :

1. Permintaan yang masih relatif tinggi terhadap Produk – produk mebel : Permintaan konsumen terhadap produk – produk mebel masih terbilang tinggi. Hal ini menjadi salah satu peluang bagi CV. Mustika Agung untuk meningkatkan pangsa pasar dan penjualannya.
2. Gaya hidup pada konsumen : CV. Mustika Agung ini dapat memperoleh keuntungan dari gaya hidup konsumen yang lebih baik. Dengan penambahan kualitas yang lebih baik di CV. Mustika Agung biasanya akan lebih disukai oleh konsumen dengan pendapatan yang lebih besar.
3. Pengembangan teknologi: CV. Mustika Agung ini dapat meningkatkan kualitas dan efisiensi produksinya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dalam industri furnitur, seperti desain berbantuan komputer dan mesin produksi kontemporer.
4. Penetrasi pasar ekspor: CV Mustika agung ini jika ditata dengan baik akan memiliki peluang yang tinggi untuk memasuki pasar ekspor. Di pasar global, konsumen mungkin memiliki permintaan terhadap produk furnitur berkualitas tinggi.
5. Menambah kerjasama dengan desainer dan arsitek lain: Jika CV. Mustika Agung ini dapat bekerja sama dengan desainer dan arsitek ternama. Maka perkembangan pada mebel pun akan semakin pesat.

Tantangan (Treat)

Di pasar ada persaingan ketat antara perajin lokal dan luar. Untuk menguasai pasar yang sama, perajin harus mampu membuat produk yang unik. Karena metode pengelolaan dan administrasi yang masih konvensional, perajin sulit memasuki sistem permodalan daerahnya [12]. Oleh karena itu, dari segi kelembagaan dan sistem permodalan kerja, operasionalnya diharapkan lebih fleksibel. Meskipun produk yang dihasilkan industri sangat

bagus, diharapkan para perajin dapat membuat produk yang lebih baik lagi dengan teknologi saat ini karena pemanfaatan teknologi saat ini masih sangat terbatas. Adapun tantangan yang harus dipertimbangkan oleh CV. Mustika Agung, yaitu :

1. Persaingan yang semakin ketat: Terdapat persaingan ketat dalam bisnis furnitur dari pemain lain. Ini berarti bahwa agar perusahaan furnitur ini tetap kompetitif, mereka harus terus memunculkan ide-ide baru dan mempertahankan mutu hasil produksi mereka.
2. Variasi harga pada bahan baku: Variasi biaya bahan baku dapat berdampak pada harga jual produk furnitur. Perusahaan furnitur ini dapat menjadi kurang kompetitif di pasar jika biaya bahan baku meningkat.
3. Berubahnya kebijakan dari pemerintah: Perusahaan furnitur ini dapat mengalami modifikasi peraturan pemerintah yang berkaitan dengan sektor mebel . Misalnya, pajak yang lebih tinggi atau lebih banyak peraturan yang akan berpengaruh untuk menghambat operasi bisnis.
4. Peningkatan pada biaya produksi: Peningkatan biaya tenaga kerja dan operasional dapat berdampak negatif pada laba.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT di CV. Mustika Agung, dalam melakukan pengembangan produksi mebel tersebut memerlukan proses yang yang sangat berkesinambungan dan panjang. Selain itu, sangat penting bahwa berbagai kelompok kepentingan, seperti perajin, koperasi mebel, asosiasi pertukangan, lembaga keuangan, lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan lembaga pengambilan keputusan lokal, akan sangat mempengaruhi dalam proses pengembangan di CV. Mustika Agung. Mengembangkan industri mebel membutuhkan peta jalan yang jelas yang mencakup rantai industri secara keseluruhan, dari produksi hingga pemasaran, serta inisiatif terkait seperti riset pasar, desain, produksi, iklan, dan pemasaran. Para investor, lembaga pendidikan, dan pihak-pihak lain yang berminat dalam pengembangan industri mebel yang ingin melakukan pembinaan dan kerjasama dalam penyelenggaraan pelatihan bagi para perajin dan bekerja sama dengan para ahli di bidangnya. Ada banyak faktor yang sangat berpengaruh dalam pengembangan industri di sentra mebel dengan Para pemangku kepentingan, seperti lembaga-lembaga nasional untuk memperlancar penyediaan bahan baku dan sarana prasarana. Dari hasil analisis yang dilakukan di CV. Mustika agung, banyak faktor internal maupun eksternal yang harus di cermati kembali untuk keberlangsungan pada CV tersebut. Karena CV Mustika agung

merupakan salah satu mabel yang berada di magetan itu masih dibidang industri dengan sentra yang masih kecil maka masih ada banyak yang harus diperbaiki. CV, Mustika Agung juga , memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman tersebut telah diidentifikasi melalui analisis SWOT yang telah dilakukan di hasil penelitian . Untuk dapat bersaing di pasar yang lebih luas, CV. Mustika Agung perlu melakukan sejumlah peningkatan dan perbaikan. Metode kajian pustaka mungkin juga perlu digunakan untuk mengidentifikasi strategi, serta faktor-faktor yang memengaruhi laba perusahaan juga perlu diteliti.

6. DAFTAR RUJUKAN

- Afriani, I. (2023). Penelitian kualitatif: Metode penelitian kualitatif. *Jurnal Equilibrium*, 5(January), 1–7. <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Alma, B. (2004). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Artha, B., & Jufri, A. (2021). Board gender diversity: Suatu telaah pustaka. *Jurnal Proaksi*, 8(1), 193–200. <https://doi.org/10.32534/jpk.v8i1.1854>
- David, F. R. (2009). *Strategic management (Edisi 12)*. Jakarta: Salemba Empat Jakarta.
- Hajar, I. (2019). *Manajemen strategik-konsep keunggulan bersaing*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Haryono, S. (2012). *Metode penelitian bisnis dan manajemen: Teori & aplikasi*. PT Intermedia Pers. Utama.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2018). *Manajemen strategis: Formulasi, implementasi, dan pengendalian (Edisi Pertama)*. Georgia: McGraw Hill Education.
- Phadermrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2019). Importance-performance analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*, 44, 194–203. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>
- Rangkuti, F. (2013). *SWOT balanced scorecard*. Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiiyono. (2011). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.