

Volume 10 Nomor 3 Desember 2025  
E-ISSN 2541-0938 P-ISSN 2657-1528

# JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI JURKAMI

JURKAMI

VOLUME 10  
NOMOR 3

SINTANG  
DESEMBER  
2025

DOI  
10.31932

E-ISSN  
2541-0938  
P-ISSN  
2657-1528

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MEBEL MUHAJIR DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI KECAMATAN BAJO KABUPATEN LUWU**

Marhawati Najib✉, Nuralisa<sup>2</sup>, Andi Caesar To Tadampali<sup>3</sup>, Andi Tenri Ampa<sup>4</sup>, Mustari<sup>5</sup>

Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar, Indonesia<sup>1,2,3,4,5</sup>

✉ Corresponding Author Email: [marhawati@unm.ac.id](mailto:marhawati@unm.ac.id)

Author Email : [marhawati@unm.ac.id](mailto:marhawati@unm.ac.id)<sup>1</sup>, [Alisanur774@gmail.com](mailto:Alisanur774@gmail.com)<sup>2</sup>, [andi.caesar@unm.ac.id](mailto:andi.caesar@unm.ac.id)<sup>3</sup>, [andi tenri@unm.ac.id](mailto:andi tenri@unm.ac.id)<sup>4</sup>, [mustari@unm.ac.id](mailto:mustari@unm.ac.id)<sup>5</sup>

**Abstract:**

Article History:  
Received: May 2025  
Revision: September 2025  
Accepted: September 2025  
Published: December 2025

Keywords:  
SWOT Analysis,  
Business, Competitive  
Positioning Analysis,  
Competition,  
Development Strategy

*This study aims to analyze the business development strategy of the Muhajir furniture industry in Rumaju Village, Bajo District, Luwu Regency. Established in 2016, this company faces tight competition and limited innovation and marketing. Informants in this study include the owner of the Muhajir furniture industry, production employees, and customers. This study uses a qualitative research method with data collection techniques in the form of observation, interviews using questionnaires, and documentation. The data analysis technique used is SWOT with the Competitive Positioning Analysis approach. The results of this study indicate that strengths such as having various adequate production machines so that they can produce quality products and can facilitate production, but some weaknesses include dependence on wood suppliers as raw materials and lack of online infrastructure. The opportunities for this furniture business include market expansion, which can open opportunities to reach more consumers, thus increasing furniture sales. Threats include competition with other furniture industries serving the same segment in the Luwu and Palopo regions, as well as machine breakdowns that could hamper production. Through SWOT analysis, development strategies such as digital marketing, product diversification, and risk management are formulated to increase competitiveness and sustainable growth.*

**Abstrak:**

Sejarah Artikel:  
Diterima: Mei 2025  
Direvisi: September 2025  
Disetujui: September 2025  
Diterbitkan: Desember 2025

Kata kunci:  
Analisis SWOT, Bisnis,  
Persaingan, Strategi  
Pengembangan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis usaha mebel Muhajir di Desa Rumaju Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu. Berdiri sejak 2016, Perusahaan ini menghadapi persaingan ketat serta keterbatasan inovasi dan pemasaran. Informan dalam penelitian ini mencakup pemilik industri mebel Muhajir, karyawan produksi, dan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dengan menggunakan kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah SWOT dengan pendekatan *Competitive Positioning Analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan seperti memiliki berbagai mesin produksi yang memadai sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan dapat memperlancar produksi, namun beberapa kelemahan diantaranya ketergantungan pada pemasok kayu sebagai bahan baku dan kurangnya infrastruktur online. Adapun peluang dari usaha mebel ini adanya ekspansi pasar dapat membuka kesempatan untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak sehingga penjualan mebel meningkat. Ancaman yang terjadi karena kompetisi dengan industri mebel lain yang melayani segmen yang sama di Wilayah Luwu dan Palopo serta kerusakan pada mesin yang dapat menghambat proses produksi. Melalui analisis SWOT, disusun strategi pengembangan seperti pemasaran digital, diversifikasi produk, dan pengelolaan risiko guna meningkatkan daya saing dan pertumbuhan berkelanjutan.



How to Cite: Marhawati Najib, Nuralisa, Andi Caezar to Tadampali, Andi Tenri Ampa, dan Mustari 2025. *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MEBEL MUHAJIR DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI KECAMATAN BAJO KABUPATEN LUWU*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 10 (3), DOI : [10.31932/jpe.v10i3.4703](https://doi.org/10.31932/jpe.v10i3.4703)

## PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia saat ini berkembang dengan sangat cepat. Keberhasilan pembangunan suatu negara dapat diukur dengan melihat pertumbuhan ekonomi, yang merupakan proses peningkatan output dari waktu ke waktu. Dimana hal tersebut juga didukung dengan adanya sektor swasta di Indonesia yang sangat besar, dengan 66 juta badan usaha, dan 9 juta di antaranya terdaftar secara resmi. Kelompok ini sebagian besar terdiri dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dengan kehadiran yang signifikan di sector grosir dan eceran (54%), jasa akomodasi dan makanan (20%), dan industri pengolahan (14,5%) (World Bank Group, 2024).

Industri mebel berperan besar dalam perdagangan global dan memberikan dampak signifikan terhadap ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta produksi domestik (Brege et al., 2022). Pada 2022, ekspor mebel Indonesia diprediksi mencapai USD 2,4 miliar, sedangkan kerajinan USD 700 juta (ASMINDO, 2022). Selain ekonomi, industri ini juga berpengaruh pada lingkungan karena emisi senyawa organik volatil dari produksi mebel (Družić & Sertić, 2015). Dalam bisnis, strategi yang tepat diperlukan untuk menghadapi tantangan, baik dari segi internal seperti manajemen yang baik (Gilaninia, 2017), maupun eksternal seperti persaingan yang ketat (Akwei & Nwachukwu, 2023). Competitive

positioning analysis dan SWOT dapat membantu perusahaan merencanakan strategi kompetitif dan bertahan dalam pasar (Adaobi Ochuba et al., 2024).

Perusahaan Mebel Muhajir, yang beroperasi sejak 2016 di Desa Rumaju, Luwu, menghadapi stagnasi akibat kurangnya inovasi dan adaptasi terhadap tren pasar. Hal ini mempengaruhi daya saing dan kepuasan pelanggan. Selain itu, perusahaan belum memanfaatkan platform e-commerce untuk pemasaran, yang menyebabkan keterbatasan aksesibilitas dan visibilitas produk (Lin et al., 2023). Lokasi usaha yang kurang strategis mengurangi potensi penjualan dan meningkatkan biaya transportasi bagi konsumen luar daerah. Meskipun harga yang ditawarkan lebih terjangkau dan produk yang bervariasi, tantangan besar tetap ada dalam menghadapi persaingan (Ji, 2022). Tantangan yang dihadapi oleh semua pemasar saat ini adalah bagaimana memengaruhi perilaku pembelian konsumen yang mendukung produk atau layanan mereka. Dalam hal ini setiap perusahaan mebel dituntut untuk mengetahui strategi yang tepat dalam memperkenalkan produk yang dihasilkan (Najib, et al., 2024). Apabila strategi pemasaran dirancang dengan baik, maka perusahaan dapat mencapai tujuannya. Adapun target dan realisasi penjualan Perusahaan Mebel Muhajir dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.



**Tabel 1: Data Target dan Realisasi Penjualan Perusahaan Mebel Muhajir**

Tahun	Target	Realitas	Persentase (%)
2020	2.920	730	25
2021	2.920	2.190	75
2022	2.920	1.095	38
2023	2.920	1.460	50
2024	2.920	2.555	88

Sumber: Data primer diolah, tahun 2025.

Berdasarkan tabel 1, perusahaan Mebel Muhajir tidak pernah mencapai target penjualan tahunan sebesar 2.920 produk (rata-rata 8 produk per hari). Penjualan harian bervariasi antara 2 hingga 7 produk, dengan fluktuasi yang signifikan setiap tahunnya. Pada 2020, penjualan hanya mencapai 730 produk (25% dari target), meningkat menjadi 2.190 produk pada 2021 (75% dari target), tetapi turun lagi menjadi 1.095 produk pada 2022 (37,5% dari target). Pada 2023, penjualan sedikit meningkat menjadi 1.460 produk (50% dari target), dan pada 2024 mencapai 2.555 produk (87,5% dari target), berkat pemulihan ekonomi pasca-COVID-19. Meskipun ada peningkatan, persaingan dari industri sejenis tetap menjadi tantangan untuk mencapai target penjualan secara konsisten. Adapun pesaing utama pada perusahaan mebel Muhajir adalah perusahaan Mebel Muddin berdiri pada tahun 2019, perusahaan Mebel Andi berdiri pada tahun 2018, dan perusahaan Mebel Suardi berdiri pada tahun 2019, beroperasi dalam kondisi industri yang dinamis.

Untuk bertahan dan berkembang, maka perusahaan membutuhkan analisis yang komprehensif mengenai posisi kompetitif dan strategi pengembangan yang tepat. Metode *Competitive Positioning Analysis*, seperti yang dijelaskan oleh Wignyo et al. (2017), dapat digunakan untuk mengevaluasi posisi kompetitif

dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi oleh industri mebel Muhajir di Desa Rumaju. Dengan informasi ini, strategi pengembangan bisnis dapat dirumuskan, mencakup inovasi produk, peningkatan kualitas, diversifikasi pasar, dan pemanfaatan teknologi informasi. Analisis ini juga memberikan gambaran posisi industri mebel Muhajir dalam persaingan pasar, baik lokal, regional, maupun nasional (Wanyonyi et al., 2021), yang berguna untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar.

Penelitian terdahulu tentang perusahaan mebel yang menganalisis strategi pengembangannya dengan SWOT telah dilakukan oleh; (Sayekti, N., et al., 2020); (Ismawati, et al., 2023); (Saleh, L., et al., 2024); (Ugih riski, Z., et al., 2019); (Ardin, A., dan Al Hidayat, L., 2020). Penelitian yang menganalisis strategi pengembangan perusahaan mebel melalui metode *Competitive Positioning Analysis* dengan mengintegrasikan analisis *segmentation, targeting, dan positioning* (STP) serta *Business Model Canvas* (BMC) belum pernah dilakukan, tujuannya untuk mengidentifikasi peluang pasar dan strategi pemasaran yang efektif. Perbedaan utama antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada lokasi penelitian, fokus penelitian, serta metode analisis yang digunakan. Penelitian ini secara spesifik



akan menganalisis strategi pengembangan bisnis mebel Muhajir di Desa Rumaju, Kecamatan Bajo, Kabupaten Luwu dengan menggunakan metode *Competitive Positioning Analysis*. Selain itu, penelitian ini akan mengkaji bagaimana usaha mebel dapat mempertahankan daya saingnya di tengah persaingan pasar yang ketat serta mengidentifikasi strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis berbasis inovasi dan pemasaran digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan menggambarkan strategi pengembangan bisnis industri mebel Muhajir di Desa Rumaju melalui metode *Competitive Positioning Analysis*. Dilaksanakan pada Desember 2023–Januari 2024, penelitian ini menganalisis kekuatan, kelemahan, ancaman, dan tantangan yang dihadapi pemilik usaha. Metode ini dipilih untuk memahami penerapan strategi serta dampaknya terhadap daya saing industri mebel di tengah persaingan pasar.

Pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup observasi, wawancara dengan menggunakan kuesioner, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini mencakup pemilik usaha mebel Muhajir, karyawan produksi sebanyak 3 orang, dan pelanggan sebanyak 7 orang. Pemilik usaha dipilih karena perannya dalam pengelolaan bisnis dan strategi *Competitive Positioning Analysis*. Karyawan memberikan wawasan tentang produksi dan operasional, sedangkan pelanggan membantu memahami preferensi pasar serta daya saing produk di Desa Rumaju, Kecamatan Bajo, Kabupaten Luwu.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Competitive*

*Positioning Analysis* untuk mengevaluasi posisi kompetitif industri mebel Muhajir dalam persaingan pasar serta merumuskan strategi yang dapat meningkatkan daya saingnya. Pendekatan ini mengintegrasikan analisis *segmentation, targeting, dan positioning* (STP) serta *Business Model Canvas* (BMC) guna mengidentifikasi peluang pasar dan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam menyusun strategi bisnis (Safitri, *et al.*, 2024). Proses analisis meliputi penelaahan data, reduksi, pengkodean, triangulasi, interpretasi, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi untuk memastikan keabsahan data. Triangulasi adalah metode pengecekan data dengan membandingkannya dengan sumber atau teknik lain (Waruwu, 2023). Peneliti menerapkan triangulasi metode, yaitu menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data, seperti observasi dan wawancara dengan menggunakan kuesioner, guna meningkatkan validitas hasil penelitian. Wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur, yaitu peneliti memilih beberapa orang yang dirasa mampu menjadi informan berdasar kemampuannya dalam menerangkan dan menjelaskan tentang pengalamannya selama bekerja dalam perusahaan tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisa STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Perusahaan Mebel

#### Muhajir

##### a) Segmenting



Segmentasi pasar pada perusahaan Mebel Muhajir dapat dilihat beberapa aspek. Pertama, berdasarkan kepuasan pelanggan, perusahaan berfokus untuk memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi oleh pasar. Segmen pasar yang dilayani terutama mencakup wilayah geografis yang tidak jauh dari lokasi pembuatan mebel, yakni daerah Luwu dan Kota Palopo, karena pertimbangan biaya transportasi yang lebih efisien. Kedua perusahaan Mebel Muhajir melayani konsumen dari semua kalangan ekonomi dengan rentang harga produk yang terjangkau, mulai dari Rp 200.000,- hingga Rp 3.500.000,- yang memungkinkan perusahaan untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Ketiga dalam hal distribusi, perusahaan mengadopsi segmentasi berdasarkan lokasi, di mana konsumen di Luwu dan Palopo dapat menerima pengiriman langsung, sementara konsumen dari luar daerah diharuskan mengambil produk sendiri menggunakan transportasi pribadi. Selain itu, pemesanan juga dapat dilakukan melalui saluran online seperti Facebook, memperluas jangkauan pasar dan memungkinkan pelanggan dari berbagai segmen untuk mengakses produk dengan cara yang lebih fleksibel (Xu et. al, 2024). Dengan demikian, segmentasi pasar yang dilakukan oleh usaha Mebel Muhajir mencakup berbagai faktor geografis, ekonomi, serta saluran pemasaran dan distribusi, yang semuanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih efektif.

#### b) Targeting

Targeting perusahaan Mebel Muhajir berfokus pada konsumen yang membutuhkan produk mebel dengan kualitas baik dan harga terjangkau.

Perusahaan ini menargetkan pelanggan lokal yang lebih memilih kemudahan dalam pengantaran produk langsung ke rumah, serta mereka yang mencari variasi produk dengan harga yang dapat disesuaikan dengan anggaran masing-masing. Selain itu, target pasar juga mencakup konsumen yang lebih memilih berbelanja secara online melalui media sosial, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar, terutama untuk pelanggan yang berada di luar wilayah pengantaran langsung. Dengan fokus pada kualitas produk, harga yang kompetitif, dan kemudahan akses melalui berbagai saluran, industri Mebel Muhajir berupaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dari berbagai latar belakang ekonomi (Nurussaniyah *et al.*, 2024).

#### c) Positioning

Mebel Muhajir memposisikan diri sebagai penyedia mebel berkualitas tinggi dengan harga terjangkau yang memprioritaskan kepuasan pelanggan. Perusahaan ini menempatkan diri sebagai pilihan utama bagi konsumen yang mencari mebel yang kuat dan tahan lama tanpa harus mengeluarkan biaya yang terlalu besar. Perusahaan yang menyediakan produk mebel yang dapat diakses oleh berbagai kalangan ekonomi, dengan variasi harga yang memungkinkan semua pelanggan dapat memiliki produk sesuai anggaran mereka. Selain itu, perusahaan ini menonjolkan kemudahan dalam distribusi produk lokal, dengan pengiriman yang cepat dan efisien di wilayah Luwu dan Palopo, serta layanan yang ramah dan responsif. Melalui pendekatan ini, usaha Mebel Muhajir ingin dikenal sebagai merek yang dapat dipercaya untuk memenuhi kebutuhan furniture rumah tangga dengan kualitas terbaik dan layanan pelanggan



yang unggul. Perusahaan Mebel Muhajir memosisikan diri sebagai penyedia mebel berkualitas dengan harga terjangkau. Perusahaan menawarkan produk tahan lama, harga fleksibel, serta layanan pengiriman cepat di Luwu dan Palopo. Dengan pelayanan yang ramah dan responsif, perusahaan berupaya menjadi

merek terpercaya dalam memenuhi kebutuhan mebel rumah tangga.

## 2. Analisis *Business Model Canvas* (BMC) Usaha Mebel Muhajir

Adapun model pengembangan bisnis perusahaan Mebel Muhajir menggunakan konsep *Business Model Canvas* dapat dilihat pada table 2 berikut:

**Tabel 2: *Business Model Canvas* Usaha Mebel Muhajir**

<i>Key Partner</i>	<i>Key Activity</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segment</i>
Pemilik Perkebunan Kayu Pak Nurhan	Pengendalian Kualitas Yang Ketat	Kualitas Produk	<i>Personal Assistance</i>	Luwu
	Pemesanan Berdasarkan Permintaan	OrderBy Request <i>Risk Reduction</i>	Memberikan potongan harga	
Industri Mebel Alfath	Fokus Pada Pengelolaan Risiko	Fleksibilitas Dalam Metode Pembayaran	<i>Channel</i> Memposting di Facebook	Palopo
Toko Bangunan Nurani	Menawarkan Berbagai Opsi Pembayaran Yang Fleksibel, Seperti DP,transfer dll		<i>Channel</i> Word-of Mouth Marketing Pembelian Langsung	Palopo
<b><i>Cost Structure</i></b>			<b><i>Revenue Stream</i></b>	
<b>Biaya Tetap</b>		<b>Biaya Variabel</b>		
Penyusutan Peralatan	Gaji Karyawan		Pendapatan Transaksi	
Asuransi	Bahan Baku		Pendapatan Pembayaran Bertahap ( <i>Down Payment</i> )	
Pajak	Biaya Energy			
Internet	Transportasi			

Sumber: Data primer, diolah 2025

Berdasarkan tabel 2, perusahaan Mebel Muhajir melayani konsumen di wilayah Luwu hingga Kota Palopo dengan rentang harga produk mebel antara Rp 200.000

hingga Rp. 3.500.000 serta menawarkan fleksibilitas pembayaran, di mana pelanggan dapat membayar 50% hingga 60% di muka. Dalam pemasaran,



menggunakan facebook sebagai saluran online serta pembelian langsung di toko fisik seperti yang diungkapkan oleh Khoirunisak & Saino (2020), memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan efisiensi.

Pengelolaan risiko, yang menjadi perhatian dalam strategi bisnis, dapat membantu mengidentifikasi dan mengatasi potensi masalah dalam produksi dan pengiriman, sebagaimana disarankan oleh penelitian Farida Risqi Nur Safitri (2023) yang menekankan pentingnya penguatan jaringan distribusi. Selain itu, menawarkan opsi pembayaran yang lebih fleksibel dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong penjualan, selaras dengan strategi yang diidentifikasi oleh Yazid & Narundana (2024) dalam konteks kemitraan dan inovasi. Dengan langkah-langkah ini, Industri Mebel Muhajir berupaya meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar sambil tetap berkomitmen pada kualitas dan pelayanan yang prima.

Pendapatan utama berasal dari pendapatan transaksi tunai dan pendapatan pembayaran bertahap untuk produk dengan harga lebih tinggi. Struktur biaya terdiri dari biaya tetap, seperti penyusutan peralatan, asuransi, pajak, dan biaya internet, serta biaya variabel, seperti gaji karyawan, bahan baku, biaya energi, dan transportasi. Perusahaan Mebel Muhajir menjalin kemitraan strategis dengan pemilik perkebunan kayu Pak Nurhans sebagai penyedia bahan baku, perusahaan Mebel Alfath untuk produksi dan distribusi, serta Toko Bangunan Nurani sebagai pemasok bahan tambahan. Dari sisi sumber daya, usaha Mebel Muhajir memanfaatkan *facebook* sebagai media pemasaran digital,

sementara sumber daya fisik mencakup lokasi produksi, mesin, dan kendaraan distribusi. Dalam membangun hubungan pelanggan, mereka menerapkan *personal assistance* melalui interaksi langsung via tatap muka, telepon, atau media komunikasi lainnya serta menawarkan potongan harga dalam bentuk diskon musiman atau untuk pelanggan setia guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

### 3. Analisis SWOT

Setelah menganalisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), dapat diidentifikasi kekuatan dan kelemahan industri mebel Muhajir. Peluang dan kekuatan usaha juga ditemukan melalui analisis *Business Model Canvas* dari sisi internal. Selanjutnya dilakukan analisis SWOT dari sisi internal maupun eksternal perusahaan Mebel Muhajir.

#### Analisis Faktor Internal

Identifikasi faktor internal usaha Mebel Muhajir di Kecamatan Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu sebagai berikut:

#### Kekuatan (*Strength*)

Perusahaan dapat menggunakan kekuatan mereka untuk tetap bersaing. Usaha Mebel Muhajir memiliki beberapa kekuatan yang membuatnya tetap kompetitif. Kekuatan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Segmen geografis dan ekonomi yang spesifik

Usaha Mebel Muhajir memiliki kekuatan dalam segmentasi pasar yang spesifik, baik dari segi geografis maupun ekonomi. Secara geografis, perusahaan melayani pelanggan di wilayah Luwu hingga Kota Palopo, memudahkan efisiensi pengiriman dan penyesuaian produk dengan kebutuhan lokal. Dari segi ekonomi, perusahaan menawarkan produk dengan harga bervariasi antara Rp 200.000



hingga Rp 3.500.000, sehingga dapat menjangkau berbagai kalangan, mulai dari menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk melayani beragam pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

2) Lebih mudah menarik pelanggan dan kepercayaan tinggi dari pelanggan

Dengan segmentasi yang jelas, yaitu fokus pada wilayah Luwu hingga Palopo dan menawarkan produk dengan harga bervariasi, Industri Mebel Muhajir lebih mudah menarik pelanggan dari berbagai kalangan. Penyesuaian produk dengan kebutuhan lokal serta harga yang terjangkau membangun kepercayaan pelanggan, yang merasa dihargai dan puas dengan kualitas dan layanan yang diberikan. Kepercayaan yang tinggi tercipta karena perusahaan mampu memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

3) *Word-of-mouth marketing*

Kekuatan *Word-of-Mouth Marketing* di Industri Mebel Muhajir terletak pada kepuasan pelanggan yang mendorong mereka untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Karena kualitas produk yang terjaga dan harga yang terjangkau, pelanggan merasa puas dan secara sukarela menyebarkan informasi positif, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Ini membantu membangun reputasi perusahaan dan menarik pelanggan baru tanpa biaya pemasaran tambahan.

4) Mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan

Usaha mebel Muhajir memiliki kekuatan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui produk berkualitas tinggi, desain inovatif, serta pelayanan yang ramah dan responsif.

Mereka mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan produk yang sesuai dengan preferensi dan tren pasar. Selain itu, perhatian terhadap detail dan komitmen terhadap kualitas menjadikan pelanggan merasa dihargai, mendorong mereka untuk tetap loyal dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

5) Pemasaran offline dan online.

Usaha mebel Muhajir kuat dalam pemasaran offline atau pemasaran di tempat usaha, serta pemasaran online melalui situs web dan media sosial. Kedua saluran ini saling mendukung untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

6) Memiliki berbagai mesin produksi yang memadai

Mebel Muhajir memiliki berbagai mesin produksi yang memadai, memungkinkan mereka untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi secara efisien dan tepat waktu.

7) Layanan pemesanan berdasarkan permintaan, fokus pada pengelolaan risiko

Usaha mebel Muhajir menawarkan layanan pemesanan berdasarkan permintaan, yang memungkinkan penyesuaian produk sesuai kebutuhan pelanggan. Fokus pada pengelolaan risiko membantu memastikan kualitas dan ketepatan waktu pengiriman.

8) Sumber bahan baku yang murah dan berkualitas

Industri mebel Muhajir memanfaatkan sumber bahan baku yang murah namun tetap berkualitas, memungkinkan mereka untuk menjaga biaya produksi rendah sambil menghasilkan produk yang tahan lama dan bernilai tinggi.

9) Fleksibilitas dalam Gaji Karyawan



Industri mebel Muhajir memiliki fleksibilitas dalam gaji karyawan, memungkinkan penyesuaian gaji sesuai dengan kinerja dan kontribusi, yang dapat meningkatkan motivasi dan kepuasan kerja.

### **Kelemahan (*Weakness*)**

Selain memiliki keunggulan yang memungkinkan untuk mempertahankan pelanggan dan bersaing dengan baik, industri mebel Muhajir juga menghadapi beberapa kelemahan dalam operasional perusahaannya. Kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh industri mebel Muhajir adalah sebagai berikut:

#### 1) Terbatas pada wilayah tertentu

Mebel Muhajir hanya melayani pelanggan di daerah Luwu dan Palopo, sehingga tidak dapat menjangkau konsumen di luar wilayah tersebut. Hal ini mengurangi potensi pertumbuhan pasar dan pendapatan. Selain itu, keterbatasan dalam pengiriman produk juga membatasi ekspansi bisnis, karena pelanggan di luar wilayah tersebut harus mengambil produk sendiri atau mengatur pengiriman, yang bisa menjadi hambatan bagi sebagian konsumen.

#### 2) Ketergantungan pada pembayaran awal

Dengan mengharuskan pembayaran di muka, perusahaan mungkin menghadapi tantangan jika pelanggan membatalkan pesanan atau jika ada keterlambatan dalam proses produksi, yang dapat mengganggu kelancaran operasi dan keuangan. Selain itu, ketergantungan pada pembayaran awal bisa mengurangi daya tarik bagi pelanggan yang lebih suka memilih opsi pembayaran setelah barang diterima atau diantarkan.

#### 3) Ketergantungan pada platform tertentu (*Facebook*)

Jika bisnis terlalu bergantung pada satu platform untuk pemasaran, mereka dapat kehilangan potensi pasar yang lebih luas jika platform tersebut mengalami perubahan algoritma, pembatasan akses, atau penurunan jumlah pengguna aktif. Selain itu, ketergantungan pada Facebook juga bisa membuat bisnis rentan terhadap masalah teknis atau ketidakpastian di platform tersebut, yang dapat mempengaruhi visibilitas dan penjualan.

#### 4) Kurangnya karyawan

Dengan jumlah karyawan yang kurang, perusahaan kesulitan untuk memenuhi permintaan pelanggan dalam waktu yang cepat, serta berisiko mengalami penurunan kualitas produk akibat beban kerja yang berlebihan pada karyawan yang ada. Hal ini juga dapat mempengaruhi pengiriman tepat waktu dan kepuasan pelanggan.

#### 5) Keterbatasan infrastruktur untuk penjualan online

Tanpa infrastruktur yang memadai, seperti sistem e-commerce yang efisien atau dukungan logistik untuk pengiriman, perusahaan ini kesulitan untuk memperluas jangkauan pelanggan di luar wilayah lokal. Hal ini membatasi potensi pertumbuhan dan mengurangi daya saing di pasar yang semakin digital.

#### 6) Keterbatasan distribusi, lokasi tempat usaha yang kurang strategis

Lokasi yang kurang strategis dapat membatasi aksesibilitas bagi konsumen potensial dan menghambat distribusi produk ke wilayah yang lebih jauh. Hal ini juga dapat meningkatkan biaya transportasi dan pengiriman, serta mengurangi daya tarik bagi pelanggan yang mencari kenyamanan dan kemudahan dalam membeli produk.

#### 7) Keterbatasan dalam skala produksi,



karena kurangnya sumber daya manusia

Kurangnya tenaga kerja menyebabkan proses produksi menjadi lebih lambat dan kurang efisien, yang pada gilirannya dapat menghambat kemampuan untuk memenuhi pesanan dalam jumlah besar atau tepat waktu, serta membatasi potensi pertumbuhan bisnis.

8) Ketergantungan pada pemasok kayu

Ketergantungan pada pemasok kayu adalah risiko gangguan pasokan yang dapat mempengaruhi kelancaran produksi. Jika pemasok kayu mengalami keterlambatan atau masalah dalam ketersediaan bahan baku, usaha Mebel Muhajir mungkin

**Matriks IFAS**

Menurut Freddy Rangkuti dalam Saleh, *et al.,.* (2024), matriks IFAS menggambarkan kondisi internal

**Tabel 3: Matriks IFAS Usaha Mebel Muhajir**

No	Faktor Strategis ( <i>Strength</i> )	Bobot	Rating	Skor
1	Segmen geografis dan ekonomi yang spesifik	0,08	4	0,32
2	Lebih mudah menarik pelanggan dan kepercayaan tinggi dari pelanggan	0,07	4	0,28
3	Word-of-Mouth Marketing	0,07	4	0,28
4	Mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas Pelanggan	0,07	3	0,21
5	Pemasaran Offline dan Online	0,10	3	0,30
6	Memiliki berbagai mesin produksi yang memadai	0,10	4	0,40
7	Layanan pemesanan berdasarkan permintaan, fokus pada pengelolaan risiko	0,06	4	0,24
8	Sumber bahan baku yang murah dan berkualitas	0,09	4	0,36
9	Fleksibilitas dalam gaji Karyawan	0,05	3	0,35
<b>Sub Total</b>		<b>0,69</b>		<b>2,74</b>
No	Faktor Strategis ( <i>Weakness</i> )	Bobot	Rating	Skor
1	Terbatas pada wilayah Tertentu	0,04	1	0,04

kesulitan untuk memenuhi permintaan pelanggan tepat waktu. Selain itu, fluktuasi harga kayu dapat meningkatkan biaya produksi, yang dapat berdampak pada keuntungan dan harga jual produk.

9) Ketergantungan pada biaya variabel yang fluktuatif

Ketergantungan pada biaya variabel yang fluktuatif adalah ketidakstabilan biaya produksi yang dapat mempengaruhi profitabilitas. Jika biaya bahan baku, tenaga kerja, atau transportasi mengalami kenaikan tiba-tiba, hal ini dapat meningkatkan biaya produksi secara keseluruhan.

perusahaan, termasuk kekuatan dan kelemahan. Berikut matriks IFAS usaha Mebel Muhajir.



2	Ketergantungan pada pembayaran awal	0,04	2	0,08
3	Ketergantungan pada platform tertentu (Facebook)	0,04	2	0,08
4	Kurangnya karyawan	0,02	2	0,04
5	Keterbatasan infrastruktur untuk penjualan online	0,03	2	0,06
6	Keterbatasan distribusi, lokasi usaha yang kurang strategis	0,03	3	0,09
7	Keterbatasan dalam skala produksi, karena kurangnya sumber daya manusia	0,04	1	0,04
8	Ketergantungan pada pemasok Kayu sebagai bahan baku	0,02	1	0,02
9	Ketergantungan pada biaya variabel yang fluktuatif	0,05	1	0,05
<b>Sub Total</b>		<b>0,31</b>		<b>0,50</b>
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>3,24</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Hasil analisis faktor internal pada Tabel 3 menunjukkan bahwa indikator faktor internal adalah memiliki berbagai mesin produksi yang memadai sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan sesuai pesanan konsumen, dan dapat memperlancar produksi pada usaha Mebel Muhajir. Hal ini menjadi kekuatan untuk pengembangan usaha kedepannya dengan skor tertinggi 0,40. Namun usaha Mebel Muhajir sangat tergantung pada pemasok kayu sebagai bahan baku dengan skor 0,2 sehingga mebel Muhajir perlu menyiapkan bahan baku pada waktu yang tepat dan berkesinambungan agar produksi mebel berjalan lancar. Hasil matriks IFAS kekuatan dan kelemahan diperoleh total nilai tertimbang sebesar 3,24 hal ini menunjukkan bahwa kemampuan usaha Mebel Muhajir dalam menggunakan kekuatan dan mengatasi kelemahan tergolong kuat.

### Analisis Faktor Eksternal

Identifikasi faktor eksternal usaha Mebel Muhajir di Kecamatan Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu sebagai berikut:

#### Peluang (*Opportunities*)

##### 1) Ekspansi pasar

Industri Mebel Muhajir memiliki peluang yang signifikan untuk ekspansi pasar mengingat berbagai faktor yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan bisnis ini. Ekspansi pasar dapat membuka kesempatan untuk menjangkau lebih banyak konsumen, meningkatkan penjualan, dan memperluas pengaruh merek di pasar.

##### 2) Kemajuan teknologi

Kemajuan teknologi membuka banyak peluang bagi Industri Mebel Muhajir untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik kepada pelanggan.

##### 3) Memperluas program diskon atau loyalty

Industri Mebel Muhajir memiliki peluang untuk memperluas program diskon



atau loyalty dengan menawarkan diskon untuk semua pembelian. Ini akan menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan kepuasan, dan mengurangi pelanggan yang beralih ke kompetitor.

4) Sistem pembayaran yang lebih fleksibel

Peluang usaha Industri Mebel Muhajir dengan sistem pembayaran DP dan pelunasan setelah pesanan selesai memungkinkan pelanggan membayar sebagian di awal dan sisanya setelah produk jadi. Ini memberi fleksibilitas kepada pelanggan dan menjaga arus kas perusahaan, sambil meningkatkan volume penjualan.

5) Kebutuhan pasar yang terus meningkat

Melalui pemasaran digital usaha Mebel Muhajir memiliki peluang besar seiring meningkatnya kebutuhan pasar akan furniture berkualitas, terutama dengan pertumbuhan sektor properti dan perumahan.

6) Permintaan untuk produk kustom terus meningkat

Usaha Mebel Muhajir memiliki peluang usaha karena permintaan untuk produk kustom terus meningkat. Pelanggan semakin menginginkan mebel yang dapat disesuaikan dengan preferensi pribadi, seperti desain, ukuran, dan warna. Dengan menawarkan layanan pemesanan sesuai kebutuhan pelanggan, industri ini dapat memenuhi permintaan tersebut dan menarik lebih banyak pelanggan.

7) Diversifikasi produk

Diversifikasi produk untuk Industri Mebel Muhajir dapat dilakukan dengan memproduksi berbagai jenis peralatan, seperti perabotan kantor, rak, atau dekorasi interior. Hal ini akan memperluas pasar, mengurangi ketergantungan pada satu produk, dan meningkatkan volume

penjualan, sekaligus memanfaatkan bahan baku yang sudah ada.

### Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan faktor negatif dari lingkungan yang menghalangi perkembangan atau kelancaran suatu usaha. Berikut ini adalah ancaman-ancaman yang dihadapi usaha Mebel Muhajir.

1) Perusahaan mebel lain dengan segmen pasar yang sama

Ancaman utama bagi usaha Mebel Muhajir adalah kompetisi dengan industri mebel lain yang melayani segmen pasar serupa di wilayah Luwu dan Palopo.

2) Persaingan dari usaha mebel lain

Banyak perusahaan mebel yang menawarkan produk serupa dengan harga yang kompetitif, serta kualitas dan desain yang juga menarik bagi pelanggan.

3) Ketidakpuasan Pelanggan

Ancaman terhadap industri mebel akibat ketidakpuasan pelanggan dapat muncul dari berbagai faktor, seperti kualitas produk yang buruk, desain yang tidak sesuai dengan selera pasar, harga yang tidak kompetitif, pengiriman yang terlambat atau rusak, serta layanan purna jual yang buruk.

4) Ketergantungan pada sistem pembayaran bertahap

Meskipun model pembayaran bertahap memberikan fleksibilitas bagi pelanggan, namun hal ini juga dapat menimbulkan risiko terhadap arus kas perusahaan. Jika pelanggan tidak dapat melunasi pembayaran sesuai jadwal, atau jika terjadi peningkatan jumlah pembatalan pesanan, perusahaan mungkin menghadapi masalah dalam menjaga kelancaran arus kas.

5) Kerusakan pada mesin



Kerusakan pada mesin seperti pemotong kayu dan CNC Router dapat menghambat proses produksi, menyebabkan keterlambatan pengiriman, dan menurunkan kualitas produk.

6) Isu Keandalan dan Kualitas dari Mitra

Kerjasama dengan pihak ketiga selalu mengandung risiko terkait keandalan dan kualitas. Misalnya, jika Toko Bangunan Nurani atau mitra produksi seperti Industri Mebel Al Fath tidak menjaga standar kualitas atau mengirimkan bahan yang rusak, maka Industri Mebel Muhajir harus menangani kerugian dan ketidakpuasan pelanggan. Ini dapat merusak reputasi dan brand image perusahaan.

7) Fluktuasi harga bahan baku dan energy

Fluktuasi harga bahan baku dan energi menjadi ancaman bagi usaha Mebel Muhajir karena dapat meningkatkan biaya produksi dan mengurangi keuntungan, terutama jika harga produk tidak bisa disesuaikan dengan cepat.

**Matriks EFAS**

Menurut Freddy Rangkuti dalam Saleh, *et al.*, (2024) Matriks EFAS menggambarkan kondisi eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan bobot dan rating. Berikut ini merupakan matriks EFAS Industri Mebel Muhajir.

**Tabel 4: Matriks EFAS Usaha Mebel Muhajir**

No	Faktor Strategis (Opportunity)	Bobot	Rating	Skor
1	Ekspansi pasar	0,08	4	0,32
2	Kemajuan teknologi	0,09	4	0,36
3	Memperluas program diskon atau loyalty	0,07	3	0,21
4	Sistem pembayaran yang lebih fleksibel	0,06	3	0,18
5	Kebutuhan pasar yang terus meningkat	0,06	4	0,24
6	Permintaan yang terus meningkat untuk produk kustom	0,08	3	0,24
7	Diversifikasi produk	0,08	4	0,32
<b>Sub Total</b>		<b>0,52</b>		<b>1,87</b>
No	Faktor Strategis (Threats)	Bobot	Rating	Skor
1	Perusahaan mebel lain dengan segmen pasar yang sama.	0,08	1	0,08
2	Persaingan dari usaha mebel lain	0,09	1	0,09
3	Ketidakpuasan pelanggan	0,07	2	0,14
4	Ketergantungan pada sistem pembayaran bertahap	0,06	1	0,06
5	Kerusakan mesin produksi	0,05	1	0,05

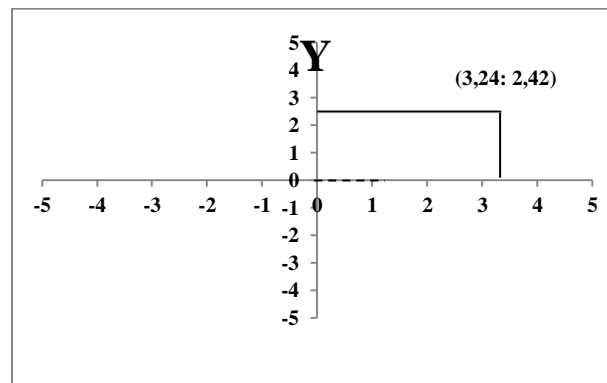


6	Isu keandalan dan kualitas dari mitra	0,06	1	0,06
7	Fluktuasi harga bahan baku dan energi	0,07	1	0,07
<b>Sub Total</b>		<b>0,48</b>		<b>0,55</b>
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>2,42</b>

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil analisis faktor eksternal pada Tabel 4 menunjukkan bahwa indikator faktor eksternal yaitu dengan adanya kemajuan teknologi digital membuka peluang bagi usaha Mebel Muhajir untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik kepada pelanggan memperoleh skor sebesar 0,36 sehingga mempunyai peluang untuk mengembangkan usaha Mebel Muhajir. Selain itu, faktor yang

mengancam kelangsungan usaha adalah kerusakan pada mesin produksi seperti pemotong kayu dan CNC Router dapat menghambat proses produksi, menyebabkan keterlambatan pengiriman, dan menurunkan kualitas produk dengan skor yang diperoleh 0,05. Hasil matriks peluang dan ancaman EFAS memperoleh total skor tertimbang sebesar **2,42**. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Mebel Muhajir dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang relatif kuat.



**Gambar 1.**

Diagram Analisis SWOT

Sumber: data olahan, 2025.

Berdasarkan diagram SWOT pada Gambar 1 terlihat bahwa posisi strategis pengembangan usaha Mebel Muhajir dalam pemetaan analisis lingkungan strategis (lingkungan internal dan eksternal) berada pada kuadran I (3,24 : 2,42) yaitu Strategi Agresif (berorientasi pertumbuhan). Penentuan posisi strategis dari kekuatan-peluang (menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dalam pengambilan

keputusan). Hal ini sejalan dengan penelitian Naura & Iswati (2024) dan Najib et al., (2024) yang menunjukkan bahwa terdapat peluang dalam mengembangkan usaha Mebel Muhajir, selain mempunyai kekuatan yang lebih besar dari kelemahannya juga mempunyai peluang yang lebih besar dari ancaman. Dengan menerapkan strategi agresif, usaha Mebel Muhajir dapat melakukan ekspansi pasar

dengan membuka cabang baru, menjalin kemitraan distribusi, menerapkan kemajuan teknologi digital dalam pemasaran, mirip dengan rekomendasi Khoirunisak & Saino (2020) yang menggarisbawahi pentingnya kerjasama untuk pengembangan industri mebel.

Dari hasil pilihan alternatif strategi perusahaan yang telah diperoleh, strategi pengembangan usaha pada Industri Mebel Muhajir sesuai dengan situasi dan kondisi serta tujuan Industri Mebel Muhajir sebagai berikut: pertama, ekspansi pasar dengan meningkatkan jangkauan geografis untuk menarik pelanggan baru di luar wilayah Luwu dan Palopo, yang dapat dilakukan melalui pemasaran digital yang lebih agresif. Kedua, peningkatan pemasaran online untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dan platform digital lainnya, sehingga mempermudah calon pelanggan dalam mengakses informasi dan melakukan pemesanan. Ketiga, inovasi produk kustom yang memungkinkan pelanggan untuk memesan mebel sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pribadi mereka, yang akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Keempat, peningkatan efisiensi produksi dengan memanfaatkan teknologi terbaru dan memperbaiki proses operasional, sehingga dapat menghasilkan produk dalam jumlah lebih banyak dan dalam waktu lebih singkat. Terakhir, pengelolaan risiko yang baik untuk menghadapi fluktuasi harga bahan baku dan potensi kerusakan mesin, sehingga perusahaan dapat menjaga kelancaran operasional dan kualitas produk yang tinggi.

Dengan strategi-strategi ini, Industri Mebel Muhajir berkomitmen untuk terus bersaing dan tumbuh dalam industri mebel

yang semakin kompetitif. Sejalan dengan penelitian (Fatyandri *et al.*, 2023) mengatakan bahwa memiliki keunggulan kompetitif atau *competitive advantage* sangat penting bagi perusahaan, karena mampu mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan keuntungan. Keunggulan kompetitif juga dapat membantu perusahaan untuk tetap relevan dalam industri dan memenuhi kebutuhan konsumen.

## **PENUTUP**

Usaha Mebel Muhajir memiliki arah strategis untuk memperkuat posisi di pasar lokal dengan penggunaan mesin produksi sehingga dapat meningkatkan dan menghasilkan produksi yang berkualitas, inovasi desain, diversifikasi produk, serta pemasaran online dan offline. Berdasarkan Matriks IE, perusahaan berada pada kuadrat 1 (3,24 : 2,42), yang menunjukkan posisi menguntungkan untuk menerapkan strategi agresif, seperti ekspansi pasar, peningkatan pemasaran digital, dan inovasi produk kustom. Peningkatan efisiensi produksi dan pengelolaan risiko juga menjadi kunci dalam menghadapi dinamika pasar. Dengan strategi ini, Industri Mebel Muhajir siap meningkatkan daya saing dan memperkuat posisinya di industri mebel.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Adaobi Ochuba, N., Olukunle Oladipupo Amoo, Olatunji Akinrinola, Favour Oluwadamilare Usman, & Enyinaya Stefano Okafor. (2024). Market Expansion and Competitive Positioning in Satellite Telecommunications: A Review of Analytics-Driven Strategies Within the Global Landscape. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(3),

- 567–581.  
<https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i3.845>.
- Ardin, A., & Al Hidayat, R. (2020). Strategi Pengembangan UMKM Meubel Di Kota Bengkulu. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Teknologi Informasi Akuntansi*, 1(1), 61–78. <https://doi.org/10.36085/jakta.v1i1.825>
- Azhari. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Usaha Pada Sentra Industri Mebel PT. Pandu Wira Desa Sukorejo Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro. *JEMeS (Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial)*, 1(2), 34–52. <https://doi.org/10.56071/jemes.v4i1.253>
- Brege, S., Nord, T., Brege, H., Holtström, J., & Sjöström, R. (2022). The Swedish furniture industry—a study of strategic groups and performance. *Wood Material Science and Engineering*, 17(6), 488–501. <https://doi.org/10.1080/17480272.2021.1892823>
- Družić, G., & Sertić, M. B. (2015). A roadmap of actions aiming at ensuring furniture industry production growth: *Panel analysis. Economic Research- Ekonomiska Istrazivanja*, 28(1), 572–582. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2015.1083458>
- Fatyandri, A. N., Fiona, Fernando, R., Candra Wijaya, R., Alexandro, W., & Agustian, W. (2023). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dengan Memilih Strategi Tingkat Bisnis yang Tepat. *Journal Mirai Management*, 8(2), 230–236. <https://doi.org/10.56444/psgj.v4i1.816>
- Iftitah Undiniah1, T. H. I. P. S. (2020). Analisis Positioning Minimarket Gunung Jati Dengan Metode Competitive Positioning Analysis Untuk Strategi Pengembangan Bisnis. Repository Universitas Muhammadiyah Jember. <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/5759>
- Ismawati, I., Rahim, A., & Abiansyah, A. H. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Furniture Menggunakan Pendekatan Swot. *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 3(1), 11–20.
- Ji, J. (2022). Exchange rate pass-through to domestic inflation in a pricing model incorporating distribution chain structure. *Journal of Applied Economics*, 25(1), 432–453. <https://doi.org/10.1080/15140326.2022.2045849>
- Khoirunisak, H., & Saino. (2020). Swot Analisis Sebagai Perencanaan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Pengembangan Sentra Industri Mebel Di Desa Catak Gayam Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 861–867. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p9-17>
- Lin, G. H., Chen, P., Li, Y., & Zhu, X. (2023). Service selection strategic analysis for self-operated e-commerce platforms under settlement. *Economic Research- Ekonomiska Istrazivanja*, 36 (2). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2023.2175009>



- Najib, M., Dimas, M., Diningrat, J., & Rakib, M. (2024). Marketing Strategy for Digital-Based Bread Products to Increase Sales (Case Study of the Gembong Ratu Bread Business, Gowa Regency, South Sulawesi Province). *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, 12(1), 69–77.
- Najib, M., Fuad, M. F. N., Mustari, Rahmatullah, & Tadampali, A. C. T. (2024). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Warung Kopi Dottoro Jalan Tinumbu Makassar). *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.33477/eksy.v6i1.7326>
- Naura & Iswati. (2021). Analisis Swot Sebagai Evaluasi Strategi Bisnis Pada Industri Mebel Ud Karya Sejati Desa Balongpanggang Kabupaten Gresik, 9(2). <https://doi.org/10.8734/musyitari.v7i2.4895>
- Nurussaniyah, Askhatika Putri, D., & Uswaun, C. (2024). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Mebel Kayu U.D Barokah di Desa Karduluk Pragaan Sumenep dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Fintech: Journal of Islamic Finance*, 6(1), 1–16.
- Primyastanto, I. M. (2022). *Manajemen Operasi Usaha Perikanan*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Risqi, F., Safitri, N., Sayuti, M., Suhara, A., Buana, U., & Karawang, P. (2023a). ANALISIS Strategi Pengembangan Bisnis umbi Porang menggunakan Metode Competitive Positioning Analysis. *Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian (KNPP) Ke-3 Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1910–1923. <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.20-2.1156>
- Rizqi, Z. U., Purba, R. D. A., & Nugroho, R. R. (2019). Penentuan strategi pengembangan bisnis menggunakan analisis SWOT dan business model canvas. *Prosiding IENACO*.
- Safitri, Z., El, W., Sitorus, V. P., & Noviyanti, I. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 140–153.
- Saleh, L., Fadilla, R. N., Ramadani, N., Nuryanti, N., Putri, J. E., Rianti, D., & Tiwal, T. (2024). Analisis Pengembangan Usaha Mebel Dengan Metode SWOT: Studi Kasus Pada Usaha Mebel Berkah Mandiri Desa Padang Mekar Kecamatan Padangguni Kabupaten Konawe. *Journal of Student Research*, 2(5), 23–31. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i5.3406>
- Sayekti, N., Purnomo, R. A., Cahyono, Y., Hamidah, C., & Winanto, A. R. (2020). Strategi Pengembangan Pengrajin Mebel di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 5(2), 226–236.
- Wanyonyi, E. I., Gathungu, E. W., Bett, H. K., & Okello, D. O. (2021).

Determinants of Porter's competitive strategy utilization among agro-dealers in Kenya. *Cogent Food and Agriculture*, 7(1).  
<https://doi.org/10.1080/23311932.2020.1865595>

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.  
<https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>

World Bank Group. (2024). *Indonesia Economics Prospects: Unleashing Indonesia's Business Potential*. June.  
<https://doi.org/10.1596/41764>

Yazid, M. F., & Narundana, V. T. (2024). Business strategy analysis to improve competitiveness sustainable competitiveness in Bakpia AA Business in Gunung Sugih, Lampung Tengah. *Jurnal Mantik*, 7(4), 3616-3624.  
<https://doi.org/10.36448/jts.v14i2.3478>

