

Implementasi Analisis SWOT dalam Menentukan Marketing Strategy Usaha Sablon Kaos “My Blessing Cloth”

Fadilla Anjarika Kuswisnu Wardani¹, Eni Setyowati²

¹Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo 57619 (0271) 717471, email:

b300210267@student.ums.ac.id

²Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo 57619 (0271) 717471, e-mail: es241@ums.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 20 Januari 2025

Received in revised form 2 Februari 2025

Accepted 27 Februari 2025

Available online 6 Maret 2025

ABSTRACT

T-shirt screen printing is one type of creative industry business whose development is quite rapid so that many people are in demand. My Blessing Cloth is one of the screen printing t-shirt printing businesses that has great prospects so that it can generate considerable profits in each order. The great prospect of this t-shirt screen printing business produces many competitors, this market competition can affect the sales level of My Blessing Cloth... SWOT analysis is used by business actors who aim to be able to identify a problem so that they get a new strategy that is suitable and can be applied for the progress of the business. Limited labor, lack of offline promotion and limited production facilities are weaknesses for My Blessing Cloth's t-shirt screen printing business. The amount of market competition, less strategic production locations and increasing material prices are threats to My Blessing Cloth. So that a marketing strategy can be found that can be applied by My Blessing Cloth in maintaining its business, namely, by maintaining the quality of its products in terms of materials and product durability, adding competent labor and more modern facilities so as to increase production output. In addition, product promotion by utilizing social media and e-commerce can attract consumer interest so that it has a positive impact on increasing sales of t-shirt screen printing products from My Blessing Cloth.

Keywords: T-shirt Screen Printing, My Blessing Cloth, Marketing Strategy, SWOT Analysis.

Abstrak

Sablon Kaos merupakan salah satu jenis usaha industri kreatif yang perkembangannya cukup pesat sehingga banyak diminati masyarakat. My Blessing Cloth merupakan salah satu usaha percetakan kaos sablon yang memiliki prospek besar sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang cukup besar disetiap pemesanannya. Besarnya prospek usaha sablon kaos ini menghasilkan banyak pesaing, persaingan pasar ini dapat mempengaruhi tingkat penjualan dari My Blessing Cloth.. Analisis SWOT digunakan pelaku usaha yang bertujuan untuk dapat mengidentifikasi suatu permasalahan sehingga mendapat strategi baru yang cocok dan dapat diterapkan untuk kemajuan bisnis tersebut. Keterbatasan tenaga kerja, kurangnya promosi secara offline serta terbatasnya fasilitas produksi menjadi kelemahan bagi usaha sablon kaos My Blessing Cloth. Banyaknya persaingan pasar, lokasi produksi yang kurang strategis serta harga bahan yang meningkat menjadi ancaman bagi My Blessing Cloth. Sehingga dapat ditemukan strategi pemasaran yang dapat

diterapkan oleh My Blessing Cloth dalam mempertahankan bisnisnya yaitu, dengan mempertahankan kualitas produk nya yaitu dari segi bahan maupun ketahanan produk, menambah tenaga kerja yang kompeten dan fasilitas yang lebih modern sehingga dapat meningkatkan hasil produksi. Selain itu melakukan promosi produk dengan memanfaatkan social media dan e-commerce dapat menarik minat konsumen sehingga berdampak positif dalam peningkatan penjualan produk sablon kaos dari My Blessing Cloth.

Kata Kunci: Sablon Kaos, My Blessing Cloth, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT.

1. PENDAHULUAN

Sablon kaos merupakan teknik mencetak tinta di atas media kaos dengan menggunakan alat bantu yang disebut dengan screen atau juga sering disebut dengan film sablon. Sablon kaos adalah salah satu jenis usaha sablon yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat, usaha jasa penyablonan kaos merupakan usaha dibidang industri kreatif yang perkembangannya cukup pesat sehingga jenis usaha ini menjadi usaha yang cukup menjanjikan dan dapat menghasilkan keuntungan. Menurut Muhammad Rayyan Abhad (2019) usaha jasa sablon kaos menjadi usaha yang menguntungkan karena selain semakin banyak pesanan pembuatan sablon kaos, seperti sekedar pembuatan merchandise untuk kepentingan sebuah acara komunitas ataupun kepentingan kampanye, membuat perusahaan sablon kaos semakin hari semakin dikenal karena banyak diminati oleh masyarakat terutama oleh kalangan muda.

My Blessing Cloth merupakan usaha jasa percetakan kaos sablon yang didirikan pada tahun 2017 yang berlokasi di Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta. Produk yang dipasarkan berupa produk kaos sablon screen printing, selain produk utama berupa kaos My Blessing Cloth juga menghasilkan beberapa produk lain seperti tote bag sablon, masker, hoodie maupun topi jenis bucket. My Blessing Cloth menjalankan produksi dengan menggunakan system job order atau sistem pesanan yang pemesanannya bisa secara offline maupun pemesanan secara online. Usaha My Blessing Cloth ini tidak hanya dikenal di daerah sekitar namun juga dikenal di berbagai daerah diluar Jawa Tengah, seperti banyak pesanan yang datang dari Jawa Timur, Jawa Barat dan juga diluar daerah Jawa, sehingga usaha jasa sablon kaos My Blessing Cloth ini dapat meraup keuntungan yang cukup besar disetiap pesannya. Berdasarkan Informasi yang didapatkan oleh pemilik My Blessing Cloth, pada tahun 2020 usaha sablon kaos My Blessing Cloth mengalami penurunan yang cukup signifikan karena terhalang oleh kebijakan pada saat COVID-19 yaitu pembatasan sosial berskala besar yang diwajibkan oleh pemerintah, sehingga membuat kegiatan produksi terganggu yang berdampak pada penurunan pesanan yang cukup parah. Berkaca dari permasalahan pandemi, pada tahun 2021 pemilik usaha My Blessing Cloth memiliki keinginan untuk mengembangkan usaha utamanya yang berfokus pada sablon kaos dengan melakukan perubahan strategi pemasaran dan menjalankan strategi pemasaran baru, sehingga diharapkan produk sablon kaos My Blessing Cloth dapat diterima kembali oleh masyarakat. Namun dalam proses pengembangan pemasaran produknya muncul berbagai tantangan utama pemasaran yang perlu diatasi, agar strategi pemasaran yang diinginkan dapat dicapai.

Menurut Haryanto (2020) pemasaran merupakan bagian terpenting dalam perusahaan yang mempunyai kewajiban untuk dapat memberikan kepercayaan kepada calon konsumen agar dapat masuk kedalam kegiatan pemasaran yang telah diatur. Pemasaran terdiri dari empat kombinasi variabel yang menjadi inti dari sistem pemasaran, yang terdiri dari produk yang ditawarkan, harga yang berpengaruh langsung terhadap laba. Distribusi produk dari produsen kepada konsumen, dan promosi yang digunakan pada saat pemasaran (Setiawan, 2020). Keberhasilan pemasaran dapat dilihat dari bagaimana pemasaran tersebut dapat memahami situasi pasar dan dengan penyusunan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat di implementasikan. Menurut Gürel (2017), perencanaan pemasaran strategi merupakan alat untuk manajemen strategis yang bertujuan membantu suatu perusahaan agar menjadi lebih produktif dalam mengelola sumber daya yang dimiliki sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan. visi dan strategi yang dilakukan dengan baik dapat membantu perusahaan tersebut untuk fokus dalam pengambilan keputusan (Bryson, 2018).

Pemasaran dan strategi pemasaran memiliki hubungan erat, maka strategi pemasaran merupakan pendekatan yang perlu direncanakan agar suatu perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran mereka (Cravens, 2013). Menurut Haerawan & Magang (2019) strategi pemasaran memiliki beberapa langkah yaitu seperti segmenting, targeting dan juga positioning . agar mendapat hasil yang baik, dalam Menyusun strategi pemasaran maka suatu perusahaan perlu mengetahui kondisi internal dan eksternal dari perusahaan tersebut (Redjeki, 2018). Faktor Internal sendiri berhubungan dengan kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) dari perusahaan tersebut, sedangkan faktor eksternal berkaitan dengan peluang (opportunity) dan ancaman

(threat) dari perusahaan tersebut. Faktor internal dan eksternal dari strategi pemasaran ini disebut dengan analisis SWOT yang terdiri dari Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat.

Analisis SWOT adalah suatu upaya yang dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan agar mencapai suatu tujuan dengan meneliti kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threats), analisis ini dilakukan agar suatu perusahaan dapat mencapai target yang diinginkan (Adiva Fristiya, 2021). Dengan menerapkan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran, maka kekuatan dan kelemahan internal dari perusahaan dapat dinilai bersama dengan peluang serta ancaman dari eksternal. Hasil analisis SWOT ini akan memberikan pandangan serta pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran. Dari hasil analisis SWOT ini nantinya akan menentukan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh usaha sablon kaos My Blessing Cloth. Tujuan dari penelitian ini adalah menjadikan produk sablon dari My BlessingCloth dapat bersaing dengan pangsa pasar sehingga dapat meraih target pasar yang diinginkan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran merupakan suatu proses yang dimana perusahaan akan menciptakan nilai bagi konsumen sehingga terbangun hubungan yang kuat antara perusahaan dan konsumen, hal ini bertujuan untuk dapat melihat nilai dari konsumen sebagai imbalannya (Kotler P. d., 2008). Pemasaran merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah perusahaan. Menurut Tjiptono dan Diana (2020) proses pemasaran terdiri dari berbagai kegiatan seperti penciptaan, pendistribusian, promosi serta menentukan harga dan gagasan pemasaran. Sehingga pemasaran merupakan kegiatan bertemunya penjual dengan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk maupun jasa (Laksana, 2019).

Menurut Tjiptono (2012), pemasaran memiliki langkah yang dapat digunakan sebagai acuan konsep pemasaran pada umumnya, yaitu seperti, a) Segmentasi pasar, suatu proses mengklasifikasikan lalu dikategorikan berdasarkan karakteristik seperti keinginan, kebutuhan, perilaku, maupun reaksi terhadap strategi pasar nantinya; b) Analisis Pasar, proses menganalisis keinginan serta kebutuhan konsumen dan persaingan pasar; c) Pemilihan target, proses menentukan dan memutuskan segmen pasar yang akan dijadikan segmen utama yang harus diprioritaskan dalam rencana pemasaran; d) Menetapkan harga, proses penentuan strategi harga yang telah disesuaikan dengan nilai suatu produk serta kebutuhan pasar; e) Pengembangan produk, proses mengembangkan produk dan layanan bertujuan agar dapat memenuhi keinginan konsumen; f) Promosi produk, proses menentukan strategi promosi yang efektif bertujuan agar dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk; g) Distribusi, proses menentukan saluran perdistribusian yang efisien agar dapat menyalurkan produk kepada konsumen; g) Evaluasi kerja, proses mengevaluasi hasil pemasaran secara berkala, bertujuan agar dapat menyesuaikan strategi yang dibutuhkan dimasa mendatang.

Pemasaran dan strategi pemasaran merupakan dua hal yang berkaitan. Menurut Yulia et al (2019) strategi pemasaran merupakan faktor paling penting bagi suatu perusahaan yang digunakan untuk meningkatkan usahanya dimasa sekarang maupun mendatang. Strategi pemasaran merupakan perencanaan yang dilakukan dengan menjelaskan antisipasi dari suatu perusahaan dengan menjelaskan antisipasi dari perusahaan tentang dampak yang terjadi dengan kegiatan dari program pemasaran terhadap permintaan produk pada pasar dengan sasaran yang spesifik (Tjiptono, 2012). Menurut Ridwansyah (2017) Pemasaran memiliki beberapa unsur yang diklasifikasikan menjadi tiga unsur utama yaitu, a) Segmentasi pasar; b) Targeting; c) Positioning. Menurut Rangkuti (2016) analisis SWOT merupakan identifikasi faktor pemasaran secara sistematis yang bertujuan untuk dapat merumuskan strategi pemasaran. Menurut (Benzaghta, 2021) kelemahan termasuk rangkaian produk yang terbatas atau disebut kurangnya inovasi produk, peluang termasuk memperluas jangkauan pasar dan mengenalkan produk baru, sementara ancaman termasuk hal yang mengancam kestabilan perusahaan seperti semakin ketatnya persaingan pasar.

Analisis berdasarkan dari logika agar dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) serta peluang (Opportunities), namun selain dua hal tersebut analisis ini juga dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) serta ancaman (Threat). Dalam analisis SWOT lingkungan bisnis terbagi menjadi dua yaitu, lingkungan internal dan juga lingkungan eksternal (Damanuri, 2020). Faktor internal dan eksternal ini dapat diterapkan dengan menganalisis berbagai hal yang dapat mempengaruhi faktor internal maupun eksternal (Mita Dwi Anggraini, 2019). Analisis internal meliputi, a) Analisis kekuatan (strength), faktor yang mendukung perusahaan dapat mencapai tujuan pemasarannya, faktor pendukungnya seperti keahlian usaha, sumber daya

keuangan, citra usaha, kekuatan pasar, dan basis konsumen; b) Analisis kelemahan (weakness), faktor penghambat perusahaan dalam mencapai tujuan pemasarannya, faktor yang mempengaruhi seperti, fasilitas yang tidak lengkap, kekurangan sumber keuangan, kemampuan dalam mengelola usaha, keahlian dalam pemasaran serta citra perusahaan. Sedangkan analisis eksternal meliputi, a) Analisis peluang (opportunities), faktor yang digunakan untuk mendukung perusahaan dalam mencapai tujuan pemasarannya, faktor pendukung seperti, perubahan teknologi, perubahan kebijakan supplier maupun perkembangan ekonomi; b) Analisis ancaman (threat), faktor penghambat perusahaan dalam mencapai tujuan pemasarannya, faktor penghambat tersebut dapat berupa adanya persaingan baru, tingkat pertumbuhan pasar yang melambat, perubahan teknologi, adanya bargaining power dari pada supplier dan buyer utama.

Tujuan dari analisis SWOT yaitu untuk membantu suatu perusahaan dalam memahami dan mengidentifikasi potensi serta hal yang perlu diperbaiki. Menurut (Hasbullah, 2021), dengan mengidentifikasi peluang perusahaan maka perusahaan dapat mengetahui kekuatannya perusahaan akan dengan mudah mengatasi dan meningkatkan kinerja perusahaan tersebut serta membuka jalan baru untuk pertumbuhan perusahaan tersebut. Agar dapat melakukan analisis SWOT maka dibutuhkan informasi mengenai perusahaan serta bagaimana lingkungan eksternalnya, yang dapat dilakukan melalui riset pasar Samad (2020). Informasi SWOT ini nantinya yang digunakan untuk mengklasifikasi beberapa kategori yaitu kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam merumuskan strategi pemasaran usaha sablon kaos My Blessing Cloth, diperlukan analisis SWOT yang bertujuan agar dapat mencapai tujuan pemasaran produk sablon kaos dari My Blessing Cloth. Analisis SWOT yang terdiri dari faktor Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threat), merupakan teknik merencanakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk dapat menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada suatu perusahaan. Faktor kedua yang dapat membantu meningkatkan analisis SWOT yaitu dengan menentukan tujuan suatu perusahaan atau bisnis, dan menganalisis faktor internal serta eksternal yang dapat membantu mencapai tujuan pemasaran tersebut (Wijayanti, 2019).

Menurut Rangkuti F., (2018), analisis matrik SWOT memiliki empat kuadran kemungkinan strategi, yaitu seperti a) Kuadran 1 SO (Strength-Opportunities), kondisi yang menguntungkan dan memiliki peluang dengan memanfaatkan serta mengoptimalkan prospek pada saat ini; b) Kuadran 2 ST (Strength-Threats), perusahaan memiliki kekuatan internal yang digunakan untuk mengatasi ancaman, dengan memanfaatkan peluang jangka panjang dari strategi yang telah diverifikasi, sehingga perusahaan dapat memperbaiki kelemahan serta mencari peluang baru; c) Kuadran 3 WO (Weakness-Opportunities), meski mengalami kelemahan internal kuadran ini memberikan peluang pasar, dengan memfokuskan strategi turn-round, yang dapat mengurangi masalah internal; d) Kuadran 4 WT (Weakness-Threat), pada kuadran ini perusahaan mengalami kelemahan internal serta ancaman, tindakan yang dapat dilakukan untuk dapat memperbaiki kinerja perusahaan yaitu dengan melakukan strategi defensif.

Tabel 1. SWOT Matrix

Faktor Eksternal Faktor Internal	Strength (S) Menentukan faktor kekuatan internal	Weakness (W) Menentukan faktor kelemahan internal
	Opportunity (O) Menentukan faktor peluang eksternal	Strategi SO Menoptimalkan peluang rencana
		Strategi WO Merencanakan rencana strategi guna mengurangi kelemahan serta memanfaatkan peluang

Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
Menentukan faktor ancaman eksternal	Merencanakan strategi dalam mengoptimalkan keunggulan guna menghindari dari potensi ancaman	Memperbaiki strategi guna mengurangi kelemahan, agar terhindar dari potensi ancaman.

Sumber: David (2019)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran berperan penting dalam menentukan strategi pemasaran yang paling cocok untuk perusahaan di masa mendatang, karena banyak strategi pemasaran yang diperlukan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan perusahaan (Kotler P., 2016). Produk sablon kaos dari My Blessing Cloth mempunyai keunggulan sehingga dalam hal berkelanjutan produk sablon kaos ini memiliki potensi pasar yang besar. Dari faktor internal Kekuatan (strength) produk kaos sablon My Blessing Cloth yaitu seperti kualitas dan inovasi yang mampu mengoptimalkan pengembangan produk sablon kaos. Kelemahan (weakness) seperti terbatasnya sumber daya yang ada sehingga hal ini dapat diatasi dengan mengevaluasi dan memperbaiki strategi pemasarannya. Dari faktor eksternal analisis SWOT juga membantumengidentifikasi peluang (opportunities), dengan cara meningkatkan kesadaran sehingga dapat mengoptimalkan keberlanjutan produk. Ancaman (threats) adanya persaingan pasar yang ketat, sehingga untuk mengatasi ancaman tersebut yaitu dengan menganalisa ancaman yang terjadi lalu mengoptimalkan kembali strategi pemasaran agar dapat meningkatkan keberlanjutan produk. Berikut ini merupakan hasil pengembangan strategi pemasaran pada My Blessing Cloth dari hasil matriks analisis SWOT.

Tabel 2. Matriks SWOT usaha kaos sablon “My Blessing Cloth”

Faktor Eksternal Faktor Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	1. Kualitas produk yang baik 2. Variasi bentuk dan dimensi produk 3. Citra usaha yang baik	1. Keterbatasan fasilitas seperti alat produksi yang memiliki kualitas lebih baik 2. Keterbatasan tenaga kerja 3. Keterbatasan promosi secara offline
Opportunity (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Perkembangan teknologi yang mendukung produksi 2. Kerja sama dengan supplier bahan produksi 3. Ekspansi dari penjualan online	1. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk 2. mengembangkan inovasi produk, dan memperluas pangsa paasar 3. menjaga dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk	1. memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menanggulangi terbatasnya fasilitas produksi 2. meningkatkan pemasaran produk dengan melakukan promosi produk kepada konsumen 3. meningkatkan kualitas produk dengan melakkan inovasi perbaruan terhadap bahan maupun variasi produk

Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Persaingan produk dengan kompetitor	1. Mempertahankan kualitas produk	1. Menambah fasilitas produksi yang mumpuni
2. Lokasi produksi yang kurang strategis	2. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen	2. Meningkatkan kualitas dan pemasaran dengan melakukan promosi agar dapat mengatasi persaingan harga dengan pesaing
3. Meningkatnya harga bahan baku produksi	3. Menambah berbagai penawaran kepada konsumen	

Berdasarkan hasil matriks SWOT yang terlampir pada tabel 2, maka dapat duraikan sebagai berikut:

4.1 Analisis Matriks untuk komponen Strength (S)

a. Kualitas produk yang baik

My Blessing Cloth memiliki kualitas produk yang baik dan mumpuni, dengan bahan yang berkualitas sehingga hasil dari produk dmiliki ketahanan yang lama.

b. Variasi bentuk dan dimensi produk

My Blessing Cloth memiliki produk yang bervariasi dengan dimensi yang berbeda, tidak hanya kaos namun juga memiliki beberapa produk sablon lain yang ditawarkan, seperti hoodie, topi masker, tote bag, dan topi jenis bucket.

c. Citra usaha yang baik.

Usaha jasa sablon My Blessing Cloth tidak hanya memiliki produk yang berkualitas namun, juga memiliki citra yang baik dimata konsumen sablon yang membuat tingkat kepercayaan konsumen tinggi terhadap produk yang dihasilkan, selain itu My Blessing Cloth juga memiliki banyak pelanggan tetap karena kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan.

4.2 Analisis Matriks untuk komponen Weakness (W)

a. Keterbatasan Fasilitas

Meskipun produk My Blessing Cloth memiliki bahan yang berkualitas namun dalam proses produksinya masih sering mengalami keterbatasan, karena kurangnya fasilitas seperti alat produksi yang lebih modern, yang berdampak pada hasil produksi sedikit lambat.

b. Tenaga kerja yang terbatas

My Blessing Cloth hanya memiliki tsedikit tenaga kerja, sehingga dalam produksinya sering mengalami keterhambatan.

c. Terbatasnya pemasaran dan promosi secara offline

My Blessing Cloth memiliki keterbatasan dan kekurangan dalam mempromosikan produknya secara offline, karena dalam promosi My Blessing Cloth hanya berfokus pada promosi yang dilakukan secara online, dengan memanfaatkan platform social media, namun untuk promosi secara offline masih belum pernah dilakukan karena kurangnya tenaga promosi.

4.3 Analisis Martrijs untuk komponen Opportunities (O)

a. Perkembangan teknologi yang mendukung produksi

Dengan teknologi yang semakin moder, My Blessing Cloth memanfaatkan perkembangan tersebut dengan membeli beberapa fasilitas baru yang mendukung produksi sablon, sehingga menghasilkan produksi yang berkualitas.

b. Bekerja sama dengan supplier produksi

Dalam meningkatkan proses produksi, My Blessing Cloth menjalin kerja sama dengan beberapa supplier bahan produksi agar mendapat bahan produksi yang memiliki kualitas tinggi, sehingga hasil produksi sablon dapat memiliki nilai plus di mata distributor maupun konsumen.

c. Ekspansi dari penjualan online

Dalam meningkatkan penjualan produk, My Blessing Cloth memanfaatkan platform digital seperti membuka pemesanan melalui social media maupun e-commerce, sehingga dapat membantu mencapai tingkat penjualan yang di inginkan.

4.4 Analisis Matriks untuk komponen Threats (T)

-
- a. Persaingan produk dengan competitor
 Banyaknya persaingan produk sablon dari competitor lain yang membuat My Blessing Cloth harus terus berinovasi agar menghasilkan produk yang tidak hanya memiliki kualitas tinggi namun juga memiliki keunikan tersendiri, sehingga menjadi nilai plus bagi konsumen agar memilih dan membeli produk sablon dari My Blessing Cloth daripada competitor lain.
 - b. Lokasi produksi yang kurang strategis
 Keberadaan lokasi produksi yang berada di dalam perumahan, menjadikan ancaman bagi produk My Blessing Cloth, karena akses yang sedikit sulit saat konsumen datang untuk memesan produk.
 - c. Meningkatnya harga bahan produksi
 Naiknya harga bahan yang sering berubah, menjadi ancaman pada produksi, karena mempengaruhi harga produksi serta margin keuntungan dari sablon My Blessing Cloth karena harus memilih supplier yang memiliki bahan yang berkualitas namun harga tetap terjangkau
- 4.5 Analisis Matriks untuk komponen Strengths-Opportunities (SO)
- a. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk
 Agar dapat mempertahankan tingkat penjualan, My Blessing Cloth terus meningkatkan kualitas produk sablon, sehingga dapat mempertahankan citra produknya di mata konsumen.
 - b. Mengembangkan inovasi produk, dan memperluas pangsa pasar
 Berinovasi pada produk sablon, merupakan upaya My Blessing Cloth dalam meningkatkan tidak hanya kualitas namun juga fungsi dari produk.
 - c. Menjaga dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk
 Mempertahankan dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk, dapat meningkatkan tingkat penjualan serta memperkuat citra dari My Blessing Cloth
- 4.6 Analisis Matriks untuk komponen Weakness-Opportunities (WO)
- a. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menanggulangi terbatasnya fasilitas produksi
 Mengikuti serta memanfaatkan perkembangan teknologi, dapat meningkatkan produktivitas serta menekan biaya yang dikeluarkan saat produksi, serta dapat meningkatkan daya saing produk terhadap competitor.
 - b. Meningkatkan pemasaran produk dengan melakukan promosi produk kepada konsumen
 Dalam meningkatkan pemasaran produk, My Blessing Cloth melakukan promosi produk dengan memanfaatkan berbagai platform social media dan e-commerce, sehingga dapat lebih dikenal oleh konsumen.
 - c. Meningkatkan kualitas produk dengan melakukan inovasi perbaruan terhadap bahan maupun variasi produk
 Untuk meningkatkan kualitas produk sablon, My Blessing Cloth melakukan berbagai inovasi terhadap bahan maupun variasi produk, agar hasil produk dapat lebih berkualitas dan sesuai dengan minat pasar.
- 4.7 Analisis Matriks untuk komponen Strength-Threats (ST)
- a. Mempertahankan kualitas produk
 Untuk mempertahankan tingkat penjualan serta kepercayaan konsumen terhadap produk, maka My Blessing Cloth terus melakukan inovasi agar kualitas produk semakin tinggi.
 - b. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen
 Selain mempertahankan kualitas produk, meningkatkan kualitas pelayanan juga dilakukan agar rasa kepercayaan konsumen terhadap produk semakin tinggi, sehingga citra produk akan semakin baik.
 - c. Menambah berbagai penawaran kepada konsumen
 Dalam meningkatkan tingkat penjualan, My Blessing Cloth juga memberikan berbagai penawaran produk maupun harga kepada konsumen tetap maupun calon konsumen, agar tingkat penjualan dapat mencapai target yang diinginkan.

4.8 Analisis Matriks untuk komponen Weakness-Threats (WT)

a. Menambah fasilitas produksi yang mumpuni

Dalam mempertahankan kualitas produk, serta agar dapat menghadapi persaingan pasar, My Blessing Cloth dapat menambah fasilitas seperti alat untuk produksi yang lebih mumpuni, guna meningkatkan keunggulan dari produk mereka.

b. Meningkatkan kualitas dan pemasaran dengan melakukan promosi agar dapat mengatasi persaingan harga dengan pesaing

Dalam meningkatkan pemasaran, My Blessing Cloth dapat melakukan promosi dengan memanfaatkan berbagai platform online, serta melakukan promosi dengan memberikan berbagai penawaran produk secara offline agar produk mereka dapat lebih dikenal oleh calon konsumen, sehingga produk dapat bersaing dengan competitor.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, strategi pemasaran yang dapat diambil dan diterapkan oleh My Blessing Cloth adalah sebagai berikut :

4.8.1. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk.

Dalam meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, My Blessing Cloth dapat melakukan beberapa cara agar kualitas barang tetap terjaga, seperti memastikan barang produksi dihasilkan dari bahan yang berkualitas, sehingga dapat menjadi nilai tambah bagi produk, serta memenuhi permintaan pasar.

4.8.2. Mengembangkan inovasi produk.

Melakukan inovasi pada barang yang di produksi, ditujukan agar meningkatkan tidak hanya kualitas produk namun juga fungsional dari produk yang ditawarkan. Inovasi produk merupakan salah satu strategi yang penting dilakukan karena dapat meningkatkan citra usaha. inovasi produk bertujuan untuk menciptakan hal baru bagi pasar, yang dapat menarik minat masyarakat, sehingga dapat meningkatkan keuntungan.

4.8.3. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menanggulangi terbatasnya produksi.

Memanfaatkan kemajuan teknologi sangat penting dilakukan pada dunia bisnis sablon, karena teknologi seperti fasilitas alat produksi ini dapat meningkatkan hasil produksi yang menghasilkan barang berkualitas. Selain itu menggunakan teknologi alat produksi yang lebih modern ini, dapat mengefisienkan waktu agar hasil produksi tidak hanya berkualitas namun juga cepat dalam hal produksinya. Dengan memanfaatkan teknologi ini dapat menekan biaya produksi sehingga dapat bersaing dengan angsa pasar.

4.8.4. Menambah fasilitas produksi yang mumpuni.

Dalam mempertahankan hasil produksi yang berkualitas, menambah fasilitas produksi merupakan strategi yang perlu dilakukan, fasilitas produksi yang baik tidak hanya meningkatkan kualitas produk namun juga dapat meningkatkan efisiensi barang produksi, mengurangi biaya produksi, dan, selain itu fasilitas produksi ditujukan agar barang dapat sesuai dengan permintaan pasar, sehingga dapat menjadi nilai tambah produk dimata konsumen.

4.8.5. Meningkatkan pemasaran produk dengan melakukan promosi kepada konsumen.

Dalam meningkatkan keuntungan penjualan, strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan promosi produk kepada konsumen, promosi ini dilakukan agar dapat menarik minat konsumen terhadap barang yang dipasarkan, promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan platform online seperti social media maupun e-commerce, karena teknologi sekarang sudah lebih berkembang maka akan mempermudah konsumen melihat produk yang di promosikan di social media

4.8.6. Meningkatkan kualitas pelayanan

Dalam mempertahankan citra produk di mata konsumen, yang dapat dilakuakn yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan, dengan meningkatkan kualitas pelayanan melalui komunikasi yang lebih efektif akan memperkuat hubungan positif dengan konsumen. Komunikasi dengan konsumen dapat mempermudah My Blessing Cloth dalam memahami keinginan konsumen serta dapat memberikan pelayanan yang tepat. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang memperkuat loyalitas konsumen terhadap produk, sehingga membantu membangun citra yang baik pada My Blessing Cloth. Selain itu komunikasi positif akan membantu My Blessing Cloth dalam mendengarkan kritik maupun saran dari kosumen, sehingga dapat digunakan untuk evaluasi kedepannya.

4.8.7. Menambah berbagai penawaran.

Untuk meningkatkan keuntungan usaha, strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan penawaran kepada konsumen, penawaran yang bisa ditambahkan seperti memberikan diskon harga, request custom bentuk, warna maupun bahan, hal ini ditujukan agar konsumen dapat lebih leluasa dalam memilih produk yang dipesankan dengan harga yang terjangkau. dengan penawaran ini dapat menambah kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dari My VBlessing Cloth.

4.8.8. Menjaga dan mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Mempertahankan kepercayaan konsumen merupakan strategi yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan, karena kepercayaan konsumen merupakan pondasi citra dari usaha tersebut. Hal yang dapat dilakukan untuk menambah kepercayaan konsumen yaitu dengan memberikan berbagai pelayanan terbaik untuk konsumen, serta mendengarkan saran dan menanggapi keluhan dari konsumen akan menambah kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam merencanakan strategi pemasarannya My Blessing Cloth telah menggunakan analisis strategi SWOT untuk mengetahui strategi yang dapat diterapkan. Berdasarkan hasil analisis SWOT dari My Blessing Cloth dapat disimpulkan bahwa menjaga kualitas produk sablon merupakan strategi penting yang harus diterapkan, karena produk sablon My Blessing Cloth ini merupakan produk yang memiliki tingkat keuntungan yang tinggi, beberapa hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk yaitu dengan menambah fasilitas alat produksi yang lebih mumpuni, dan menggunakan bahan yang berkualitas saat memproduksi produk. Menjadi kualitas produk sablon My Blessing Cloth menjadi hal yang penting diperhatikan karena untuk mempertahankan kepercayaan konsumen serta meningkatkan daya saing produk di pasaran. Selain itu meningkatkan promosi merupakan strategi yang tidak kalah penting dilakukan, salah satu cara dalam meningkatkan kualitas promosi produk yaitu dengan memanfaatkan teknologi seperti social media agar memperluas jangkauan promosi dapat lebih cepat sampai kepada konsumen.

Selain menggunakan platform social media, memanfaatkan platform digital lain seperti e-commerce dapat membantu memperluas jangkauan distribusi, hal ini merupakan upaya strategi pemasaran yaitu untuk meningkatkan keuntungan produksi sablon. Selain melakukan berbagai inovasi produk, serta memastikan hasil produksi memiliki kualitas yang baik, perlu juga dilakukan kerja sama dengan berbagai pihak seperti supplier untuk bahan produksi, serta toko offline maupun e-commerce yang dapat memperluas jangkauan distribusi produk, sehingga produk dapat bersaing dengan kompetitor lain. My Blessing Cloth perlu menambah fasilitas promosi secara offline dengan mengikuti berbagai event, workshop maupun menyebar brosur secara langsung agar dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat sekitar terhadap produk sehingga nantinya tingkat penjualan dapat berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adiva Fristiya, C. R. (2021). Pendekatan SWOT Dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan SDM di PT X. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 21.
- [2] Benzaghta, M. A. (2021). SWOT Analysis Applications: An Intergrative Literature Review. *Journal of Global Business Insights*, 55-73.
- [3] Bryson, J. M. (2018). Strategic Planning for Public and Nonprofit Organization: A Guide to Strength and Sutaning Organizational.
- [4] Cravens, W. D. (2013). *Strategic Marketing (10th ed.)*. McGraw Hill.
- [5] Damanuri, A. d. (2020). Pedoman Praktikum & Modul Kewirausahaan . *FEBI IAIN Ponorogo*.
- [6] David, F. (2019). Strategic Managemenet: Concepts and Cases, 13th Edition . *Singapore: Prentice Hall*.
- [7] Fadli, A. T. (2021). Analisis Manajemen Strategi Industri Tahu Skala Menengah di Kota Padang .*Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*.
- [8] Gürel, E. (2017). SWOT Analysis : A Theoretical Review. *Journal of International Social Research* .
- [9] Haerawan & Magang, Y. (2019). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Alat Rumah Tangga sdi PT Impressindo Karya Steel Jakarta Pusat. *Ilmiah Manajemen Bisnis*, 175-189.

-
- [10] Haryanto, M. M. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*.
 - [11] Hasbullah, H. H. (2021). Business Development Strategy Using SWOT Analysis Method in Culinary. *Journal of Industrial Engineering and Management Research*, 53-61.
 - [12] Kotler, P. (2016). *Marketing Management (!5 edition)*. Harlow: Essex Pearson Education Limited.
 - [13] Kotler, P. d. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Vol. Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
 - [14] Laksana, M. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran* . Sukabumi: CVAI Fath Zumar.
 - [15] Mita Dwi Anggraini, .. A. (2019). Impelementasi Strategi Pemasaran Dengan Mnegunakan Analisis SWOT Dalam Mneingkatkan Penjualan dan Pendapatan Pada UD. Yoga Putra Bangkit Sambeng Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*.
 - [16] Muhammad Rayyan Abhad, A. A. (2019). Pengembangan Sistem Manajemen Perusahaan Sablon Kaos Berbasis Website Menggunakan Metode Prototyping (Studi Kasus Perusahaan Sablon du Kota Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*.
 - [17] Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia.
 - [18] Rangkuti, F. (2018). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
 - [19] Redjeki, S. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Usaha Kopi LEGATO. *Porsiding Seminar Nasional : Manajemen, Akuntansi & Perbankan* .
 - [20] Ridwansyah, A. (2017). *Instant Marketing For Busy People*. Jakarta: Esensi.
 - [21] Samad, S. (2020). Achieving Innovative Firm Performance Through Human Capital And The Effect of Social Capital. *Management and Marketing, Challenges for the Knowledge Society*.
 - [22] Setiawan, L. H. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Handmade Tas UMKMAKA di Kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*.
 - [23] Tjiptono Fandy, A. D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
 - [24] Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi.
 - [25] Wijayanti, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis*. Bantul: Anak Hebat Indonesia .
 - [26] Yulia, F. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.