



Formulasi Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Mendukung Kepuasan Pelanggan

Haikal Umami¹, Bambang Hermanto², Healthy Nirmalasari³

^{1,2,3}Universitas Padjadjaran, Indonesia

E-mail: haikal20004@mail.unpad.ac.id, healthy.nirmalasari@unpad.ac.id, b.hermanto@unpad.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-07-22 Revised: 2024-08-19 Published: 2024-09-03 Keywords: <i>Strategy;</i> <i>Competitive Advantage;</i> <i>SWOT Analysis Strategy.</i>	The Covid-19 pandemic that has hit the entire world has also had a significant impact on the business sector. One of the businesses affected is Gupae Garment. This research aims to analyze Gupae Garment's competitive advantage strategy, by utilizing the SWOT analysis approach, Value Proposition and canvas business model. This research was conducted to identify internal and external factors that influence business performance, as well as formulate strategies that can increase Gupae Garment's competitiveness in an increasingly competitive market after the Covid-19 pandemic. The research method used is a qualitative method with data collection techniques through interviews, observation and documentation studies. The data obtained was analyzed using the IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary) matrices, the SWOT matrix, and the Grand Strategy matrix to formulate the right strategy. The research results show that there are strategies formulated, namely product diversification, increasing digital marketing, improving services, and external collaboration. Thus, this research not only provides insight into the business conditions of Gupae Garment in Tanah Abang, but also offers practical solutions that can be implemented to improve performance and competitiveness in this dynamic industry.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-07-22 Direvisi: 2024-08-19 Dipublikasi: 2024-09-03 Kata kunci: <i>Strategi;</i> <i>Keunggulan Bersaing;</i> <i>Analisis SWOT.</i>	Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia juga memberikan dampak yang signifikan kepada sektor usaha bisnis. Salah satu usaha yang terdampak adalah Gupae Garment. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi keunggulan bersaing Gupae Garment, dengan memanfaatkan pendekatan analisis SWOT, <i>Value Proposition</i> dan model bisnis kanvas. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja bisnis, serta membuat rumusan strategi yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing Gupae Garment di pasar yang semakin kompetitif pascapandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis SWOT dengan matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) dan EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>), matriks TOWS, serta matriks <i>Grand Strategy</i> untuk merumuskan strategi yang tepat. Hasil penelitian menunjukkan terdapat strategi-strategi yang dirumuskan yaitu diversifikasi produk, peningkatan digital marketing, peningkatan layanan, dan kolaborasi eksternal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan mengenai kondisi bisnis Gupae Garment di Tanah Abang, tetapi juga menawarkan solusi praktis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing di industri yang dinamis ini.

I. PENDAHULUAN

Pasar Tanah Abang, yang didirikan oleh Vinck pada tahun 1735, telah menjadi pusat grosir tekstil terbesar di Asia Tenggara, menarik pembeli baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Pasar ini menjual berbagai produk mulai dari bahan tekstil, pakaian, sepatu, tas, hingga kebutuhan lainnya dengan harga grosir dan eceran yang kompetitif. Dioperasikan oleh PD Pasar Jaya, Tanah Abang berfungsi sebagai pusat perdagangan tekstil dan pakaian jadi yang

melayani transaksi dalam partai besar antar daerah.

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap aktivitas perdagangan di Pasar Tanah Abang. Pembatasan sosial yang diberlakukan oleh pemerintah untuk menekan penyebaran virus menyebabkan penurunan drastis jumlah pengunjung dan transaksi di pasar tersebut. Meskipun pasar mulai pulih setelah pembatasan dicabut, tren belanja online yang meningkat selama pandemi tetap menjadi tantangan besar. Kehadiran platform seperti

Tiktok Shop juga mempengaruhi penjualan di Tanah Abang, meskipun platform tersebut akhirnya ditutup oleh pemerintah.

Gupae Garment, sebuah usaha yang telah beroperasi di Tanah Abang sejak 2005, mengalami penurunan pendapatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Meskipun memiliki strategi fokus pada penjualan celana jeans anak-anak, Gupae Garment menghadapi persaingan ketat dari kompetitor seperti Toko Hocky yang menawarkan variasi produk lebih banyak dan mengikuti tren *fashion* terkini. Selain itu, Gupae Garment kurang memanfaatkan penjualan online dan inovasi produk, yang menyebabkan stagnasi dalam pertumbuhan bisnisnya. Untuk menghadapi tantangan ini, Gupae Garment perlu merumuskan strategi bisnis baru yang lebih adaptif dan inovatif. Menurut Michael Porter (2020), strategi yang efektif adalah kunci untuk mencapai keunggulan bersaing. Proses perumusan strategi melibatkan analisis internal dan eksternal perusahaan menggunakan matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) dan *Grand Strategy* untuk mencari strategi alternatif berdasarkan kondisi pasar dan produk saat ini. Selain itu, pemahaman tentang model bisnis yang komprehensif sangat penting untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta menentukan langkah-langkah strategis yang tepat.

Kepuasan pelanggan juga merupakan faktor penting dalam keberhasilan bisnis. Menurut Richard F. Gerson (2020), kepuasan pelanggan adalah persepsi bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi atau terlampaui. Mendapatkan umpan balik dari pelanggan dan menyesuaikan produk serta strategi pemasaran sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka adalah langkah kritis untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Permasalahan utama yang dihadapi oleh Gupae Garment meliputi kurangnya variasi produk dan strategi pemasaran yang tidak memadai. Selain itu, peralihan konsumen ke *platform* belanja *online* turut berkontribusi terhadap penurunan pengunjung di Pasar Tanah Abang. Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi keunggulan bersaing bagi Gupae Garment dengan fokus pada kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan meliputi analisis internal dan eksternal menggunakan matriks IFE dan EFE, serta penentuan strategi

berdasarkan matriks SWOT dan *Grand Strategy*. Dengan melakukan identifikasi yang tepat, diharapkan Gupae Garment juga dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

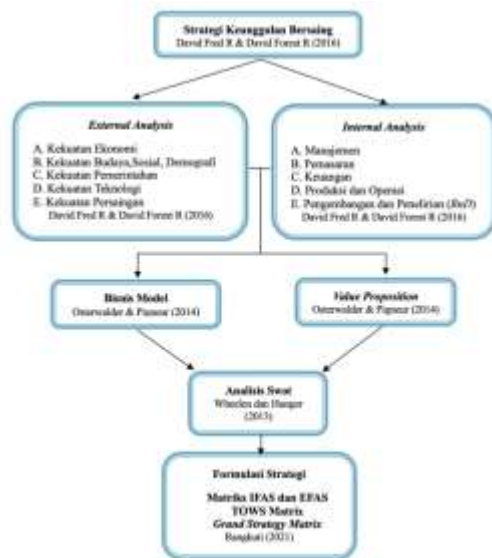
Penelitian ini juga menekankan pentingnya *feedback* pelanggan sebagai dasar untuk pengembangan produk dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, Gupae Garment dapat menciptakan *value proposition* yang kuat dan relevan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis di Pasar Tanah Abang.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini berfokus pada strategi keunggulan bersaing melalui analisis lingkungan eksternal dan internal di Gupae Garment, Tanah Abang, Jakarta. Objek penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman mengenai kondisi perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan selama lima tahun terakhir dan bagaimana strategi penjualan yang ada dapat diperbaiki untuk meningkatkan pendapatan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian eksploratori, yang bertujuan untuk mendalami fenomena yang terjadi serta mendapatkan informasi baru tentang permasalahan yang ada. Metode penelitian ini mengutamakan pendalaman informasi mengenai dampak yang dirasakan oleh perusahaan serta lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam dengan pendekatan yang lebih terbuka dan informan.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari sumber primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik perusahaan, karyawan, mandor, dan pelanggan. Data sekunder diperoleh dari dokumen, literatur, dan sumber lain yang tersedia secara umum. Teknik pengumpulan data mencakup triangulasi teknik, yang menggabungkan observasi partisipatif pasif, wawancara semistruktur, diskusi kelompok terfokus, serta dokumentasi dan studi pustaka. Pengolahan data dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah interaktif dan berkelanjutan: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Menurut Sugiyono (2018), analisis data adalah proses sistematis untuk menyusun data agar mudah dimengerti dan disampaikan. Analisis melibatkan pencarian pola dan hubungan antar data. Analisis data

dilakukan dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Matriks SWOT digunakan untuk memetakan posisi perusahaan dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Selain itu, matriks *Grand Strategy* dan *Value Proposition Canvas* diterapkan untuk menentukan strategi yang tepat dan mengidentifikasi nilai yang dapat diberikan kepada pelanggan.



Gambar 1. Alur Penelitian

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Gupae Garment merupakan suatu usaha yang bergerak dalam industri perdagangan pakaian anak-anak khususnya celana jeans yang berlokasi di pasar Tanah Abang Jakarta. Sejauh ini Gupae Garment sudah berjalan selama 18 tahun lamanya. Namun, selama gupae berdiri dan beroperasi, *business model canvas* yang dimiliki oleh Gupae masih belum tertulis atau dibuat secara dokumen. Berikut merupakan business model canvas yang dimiliki oleh Gupae saat ini:



Gambar 2. Existinc Business Model Canvas Gupae Garment (BMC)

Dalam melakukan penelitian ini, digunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Strength (Kekuatan) Gupae Garment

Gupae Garment menyediakan celana jeans premium dengan daya tahan tinggi dan warna yang tidak mudah pudar, dijual dengan harga sesuai kualitas. Toko mereka selalu rapi dan bersih, dengan pelayanan ramah dan responsif. Pengemasan dan pengiriman produk cepat, dengan testimoni positif dari pelanggan. Memiliki pabrik sendiri, Gupae Garment mengontrol kualitas dari bahan hingga produk jadi, serta menjaga stok jeans yang melimpah. Mereka juga menawarkan sistem penitipan barang untuk pelanggan dari luar kota yang berbelanja dalam jumlah besar.

2. Weakness (Kelemahan) Gupae Garment

Pasca COVID-19, penjualan Gupae Garment menurun dan mereka belum mengembangkan kehadiran online. Media sosial mereka kurang menarik dan informatif, sementara pesaing menawarkan celana jeans yang lebih kreatif. Manajemen mereka masih manual, mempengaruhi efisiensi kerja, dan belum menggunakan pembayaran QRIS. Promosi mereka mirip dengan toko lain di Tanah Abang. Kualitas SDM produksi kurang, menghasilkan produk kurang rapi, dan mereka belum memiliki ahli desain, e-commerce yang baik, atau sistem pembelian grosir. Upaya menjangkau target pelanggan juga sangat terbatas.

3. Opportunities (Peluang) Gupae Garment

Menjelang Idul Fitri dan Natal, minat belanja meningkat karena alokasi THR. Gupae Garment memanfaatkan TikTok Shop untuk penjualan online dan menambahkan fitur grosiran di Shopee. Keramaian Little Bangkok dan pengembangan stasiun kereta Tanah Abang dapat meningkatkan akses dan kerja sama dengan toko lain. Media sosial Instagram dan momfluencers seperti Evi Supriani, Eka Marlina, serta Ana Livian, dapat digunakan untuk promosi. Facebook juga menawarkan komunitas yang tertarik pada produk jeans dan pakaian anak-anak. Dukungan pemerintah dalam penataan Tanah Abang juga menguntungkan Gupae Garment.

4. Threats (Ancaman) Gupae Garment

Kompetitor menghadirkan inovasi dan tren terkini seperti celana jeans cargo. Tanah Abang menghadapi kemacetan parah, parkir sembarangan, dan aktivitas bongkar muat. Pembangunan ruko baru menambah persaingan, dan kasus pencurian serta pungutan liar mengganggu pelanggan. Penurunan daya beli masyarakat dan dampak pandemi mengurangi penjualan Gupae Garment. Kompetitor lebih aktif di media sosial, sementara Gupae kurang kreatif. Barang impor murah dari China mengurangi daya saing produk lokal, dan pengiriman ekspedisi dari supplier menyebabkan kerusakan bahan produksi.

Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut, dilakukan pembobotan melalui matriks IFAS dan EFAS. Matriks IFAS adalah suatu matriks yang menampilkan faktor-faktor kondisi internal perusahaan pada Gupae Garment yang mempengaruhi organisasi dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Berikut adalah hasil dari matriks IFAS pada Gupae Garment:

No	FAKTOR INTERNAL	Bobot	Relatif	Rating	Score
KEKUATAN					
1	Memiliki bahan produk yang berkualitas	0,625	0,1071	4	0,428571
2	Harga produk sesuai dengan kualitas	0,875	0,0854	1,75	0,320204
3	Desain toko yang menarik dan selalu dalam keadaan bersih	7,5	0,0832	1,75	0,349379
4	Pelayanan yang diberikan selalu memuaskan	9,25	0,1149	4	0,459627
5	Pengemasan dan pengiriman produk yang cepat	7,25	0,0885	1,75	0,319101
6	Memiliki pabrik produksi (dapat mengurangi biaya produksi)	8,25	0,1025	1,875	0,397121
7	Fasilitas, peralatan dan mesin di pabrik produksi selalu terawat	8,25	0,1025	1,625	0,377506
8	Pengawasan stock dan pengawasan kualitas produk sebelum dikirim	8,5	0,1058	1,75	0,385962
9	Memiliki stok produk yang banyak (pelanggan tidak kehabisan stok produk)	7,625	0,0947	1,875	0,367042
10	Memiliki sistem tlig belahan agar memudahkan pelanggan yang berbelanja	0,5	0,0058	3,5	0,169565
TOTAL		80,5	1,0000	31,875	3,790955
KELEMAHAN					
1	Penjualan produk Gupae yang menurun pasca Covid 19	7,5	0,1058	1,625	0,382921
2	Sosial media Gupae masih kurang menarik dan informatif	7,25	0,1021	4	0,408451
3	Produk celana jeans yang belum mengikuti tren	8	0,1127	1,875	0,438620
4	Manajemen yang masih sederhana dan belum memanfaatkan teknologi	7,25	0,1021	1,75	0,382921
5	Bahan memudahakan pembelian yang cepat dan memudahkan pelanggan	7,125	0,1039	1,75	0,389525
6	Tidak ada perbedaan promosi yang dimiliki dengan kompetitor	8,25	0,0880	4	0,352111
7	Kualitas dan keshihan SDM dalam proses produksi yang masih belum baik	7	0,0885	1,75	0,369718
8	Bahan memiliki SDM yang ahli dalam bidang desain produk	8,875	0,0968	1,875	0,375201
9	Salah satu hanya memiliki satu platform e-commerce	6,375	0,0808	1,75	0,336708
10	Kemampuan para Gupae untuk menghadapi tingkat pasar	7,125	0,1004	1,875	0,388864
TOTAL		71	1,0000	38,25	3,823063
TOTAL FAKTOR				-0,375	-0,03211

Gambar 3. Hasil Perhitungan Bobot dan Rating Matriks IFAS

Hasil pembobotan pada kondisi internal beserta rating yang menghasilkan total skor kekuatan Gupae Garment adalah 3,790955 dan total skor kelemahan Gupae Garment adalah 3,823063 dan menghasilkan total faktor internal dengan rating sebesar -0,375 dan skor sebesar -0,03211 menunjukkan bahwa kondisi internal perusahaan cenderung lemah. Adapun analisis melalui matriks EFAS. Matriks EFAS adalah suatu matriks yang menampilkan faktor- faktor kondisi eksternal perusahaan pada Gupae Garment yang

mempengaruhi organisasi dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Berikut adalah hasil dari matriks EFAS pada Gupae Garment:

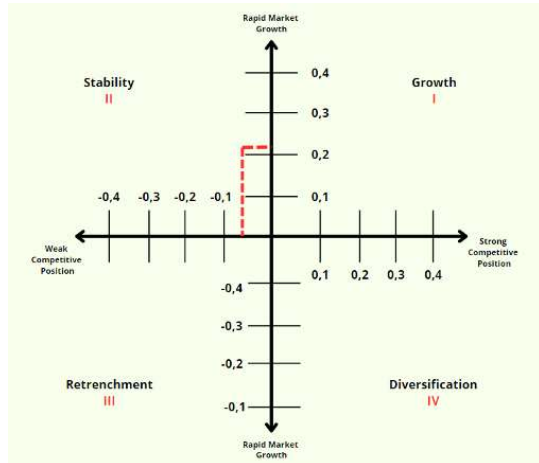
No	FAKTOR EKSTERNAL	Bobot	Relatif	Rating	Score
PELUANG					
1	Isar bisnis pelanggan yang meningkat seiring ber-tren (Tren Baru, Tren dan Subst)	8,375	0,0854	4	0,407048
2	Kebijakan Tanah Abang yang semakin aktif untuk membantu rekan usaha	7,5	0,0808	1,875	0,331748
3	Pembuka baru peluang rekan grosir dalam e-commerce	7	0,0867	1,75	0,311708
4	Kebijakan Liris Sengul yang semakin Tumbuh dengan semakin ramai	8,875	0,1058	4	0,449627
5	Pengembangan usaha baru Tanah Abang yang semakin aktif (yang baru progresif)	8,375	0,1058	1,875	0,388779
6	Barang dan produk yang dapat menginspirasi ide-ide yang kreatif ber-tren di Tanah Abang	8,1	0,1039	1,75	0,388779
7	Adanya perbedaan yang memiliki pola dalam proses produksi yang lebih baik	8,1	0,1039	1,75	0,388779
8	Terdapat inovasi-inovasi Fashion yang semakin dengan produk yang baru	8,1	0,1039	1,75	0,388779
9	Belanja lebih di Tanah Abang dengan ragam yang berbeda, lebih ada untuk menarik pembeli yang baru	8,1	0,1039	1,625	0,371839
10	Dianggap dari pemerintah untuk membuka lahan Tanah Abang menjadi lebih baru dan asri	8,3	0,1039	1,8	0,390067
TOTAL		80,625	1,0000	31,875	3,787632
ANCAMAN					
1	Kompetitor yang memiliki banyak tenaga kerja dan modal banyak	5,875	0,1004	1,875	0,412981
2	Kompetitor lain dari usaha lain Tanah Abang	7	0,0812	1,625	0,315944
3	Pengembangan persaingan yang ada Tanah Abang, sehingga semakin kompleksitas persaingan baru	7,625	0,1004	1,8	0,379081
4	Terdapat inovasi baru proses dan layanan Tanah Abang	5,625	0,0803	1,625	0,330381
5	Pembukaan jasa tenaga dan pemasaran oleh hasil ekspedisi	7,375	0,1004	1,75	0,388111
6	Adanya jasa pemasaran oleh ada Tanah Abang yang semakin yang sangat banyak progresif	6,125	0,0803	1,625	0,318448
7	Barang dan produk Tanah Ab yang sudah ada	7,375	0,1004	1,625	0,318448
8	Kompetitor langsung yang sudah ada dan sudah dalam prosesnya proses oleh ada	8	0,1111	1,75	0,416667
9	Manajemen produk yang dapat yang dapat lebih dengan harga yang murah	7,125	0,1007	1,625	0,366622
10	Terdapat inovasi-inovasi dalam barang produksi oleh progresif	6,75	0,0808	1,625	0,318448
TOTAL		71	1,0000	38,25	3,823063
TOTAL FAKTOR				0,375	0,03211

Gambar 4. Hasil Perhitungan Bobot dan Rating Matriks EFAS

Hasil pembobotan pada kondisi eksternal beserta rating yang menghasilkan total skor peluang Gupae Garment adalah 3,787632 dan total skor ancaman Gupae Garment adalah 3,55903 dan menghasilkan total faktor eksternal dengan rating sebesar 2,375 dan skor sebesar 0,228605 menunjukkan bahwa perusahaan berada pada pasar dengan peluang yang baik. Dengan hasil yang menunjukan bahwa Gupae Garment memiliki kelemahan pada internal tetapi berada pada pasar yang kompetitif menempatkan perusahaan sesuai dengan Strategi WO, diantaranya:

1. Menambahkan variasi model celana jeans berdasarkan tren minat berbelanja pelanggan
2. Melakukan kerja sama dengan berbagai pihak eksternal Gupae Garment yang berlokasi di Tanah Abang dengan tujuan untuk mempromosikan produk jeans Gupae menjadi lebih luas
3. Menghadirkan SDM yang paham dengan digital marketing sehingga dapat membantu Gupae dalam promosi dan bersaing secara online dengan toko-toko lain
4. Memberikan diskon khusus untuk pembelian selanjutnya kepada reseller yang mampu memberikan bukti mendapatkan testimoni yang baik mengenai produk Gupae Garment di toko mereka
5. Menyediakan metode pembayaran secara digital yang praktis dan memudahkan pelanggan yang berkunjung yaitu QRIS (Quick Response Code Indonesian Strandard)

Setelah melakukan analisis IFAS dan EFAS, dilakukan analisis Matriks *Grand Strategy*, dimana matriks ini digunakan untuk menge-rucutkan posisi suatu usaha disesuaikan dengan strategi-strategi matriks TOWS yang telah dianalisis sebelumnya. Berikut adalah posisi Gupae Garment dalam Matriks *Grand Strategy*:



Gambar 5. Hasil Grafik Matriks *Grand Strategy*

Grafik yang dilampirkan menunjukkan bahwa Gupae Garment saat ini berada pada kuadran II. Suatu usaha di kuadran II berada dalam industri yang *memiliki* pertumbuhan dengan cepat tetapi belum memiliki daya saing yang cukup. Tindakan yang bisa dilakukan perusahaan adalah dengan menerapkan strategi intensif atau strategi yang digunakan untuk melihat posisi dan usaha yang tepat demi meningkatkan penjualan ataupun peningkatan produksi. Dalam strategi insentif sendiri terdapat diantaranya adalah strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk, strategi penetrasi pasar, likuidasi/divestasi dan strategi integrasi horizontal/ vertikal.

B. Pembahasan

Hasil analisis ini menentukan strategi-strategi baru untuk Gupae Garment melalui matriks SWOT, IFAS, EFAS, *Grand Strategy*, dan Value Proposition. Berdasarkan analisis SWOT, Gupae Garment berada di posisi WO, sementara matriks *Grand Strategy* menempatkannya di kuadran II dengan situasi kompetitif lemah namun pasar mendukung. Untuk mengatasi kelemahan internal dan memanfaatkan peluang yang ada, peneliti merekomendasikan beberapa strategi, termasuk menambahkan variasi model celana

jeans yang mengikuti tren, meningkatkan pemasaran dan penjualan online, serta meningkatkan performa layanan untuk para reseller. Langkah-langkah spesifik mencakup riset mode terkini, kerja sama dengan ahli desain, optimalisasi e-commerce dan media sosial, serta penerapan fitur grosir di platform e-commerce.

Selain itu, peningkatan layanan Gupae Garment bertujuan menciptakan pengalaman yang baik bagi reseller, dengan membangun brand image yang kuat, menyediakan metode pembayaran digital, dan memperbaiki proses produksi serta layanan after sales. Pelatihan SDM dan open *recruitment* yang lebih ketat juga akan diterapkan untuk menjaga kualitas produksi. Dalam hal kerja sama eksternal, Gupae Garment berencana berkolaborasi dengan toko-toko di Tanah Abang, termasuk toko di Little Bangkok dan toko dengan segmen penjualan berbeda, untuk memperluas jangkauan pemasaran dan penjualan produk.

Terakhir, diversifikasi produk akan dilakukan dengan memperkenalkan celana jeans dewasa, layanan kustomisasi jeans, dan rencana produksi celana jeans wanita. Dengan strategi-strategi ini, Gupae Garment berupaya meningkatkan daya saing dan aksesibilitas di pasar, memanfaatkan platform digital, dan memperkuat relasi dengan pelanggan dan juga mitra bisnis. Setelah melakukan beberapa analisis dan menemukan strategi-strategi baru yang sesuai dengan keadaan usaha saat ini dan akan segera diimplementasikan, terdapat beberapa perubahan yang terjadi pada elemen elemen dalam business model canvas yang dimiliki oleh Gupae Garment sebelumnya, berikut merupakan *new business model canvas* Gupae Garment:



Gambar 6. New Business Model Canvas Gupae Garment

Business model canvas yang baru untuk Gupae Garment menambahkan beberapa elemen yang telah dimodifikasi, yaitu: Elemen *Key Partners* mencakup kolaborasi dengan desainer produk untuk menciptakan model jeans yang mengikuti tren, kerja sama dengan toko-toko di Little Bangkok Tanah Abang, penggunaan jasa dropshipper dengan perjanjian yang jelas, dan kolaborasi dengan toko-toko berbeda segmen untuk saling mempromosikan produk. Elemen *Key Activities* mencakup riset fashion bisnis sebelum produksi, pemaksimalan penggunaan media sosial untuk promosi, preparing packaging yang teliti, penyediaan fitur penjualan grosir di e-commerce, dan partisipasi dalam campaign e-commerce untuk meningkatkan penjualan. Elemen *Value Propositions* melibatkan analisis nilai produk dari sudut pandang pelanggan menggunakan metode design thinking, dengan hasil akhir berupa desain celana jeans yang mengikuti tren. Pada elemen *Customer Relationship*, Gupae Garment menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui diskon khusus untuk reseller yang mendapatkan testimoni baik dan layanan after-sales untuk produk reject. Elemen *Key Resources* mencakup penambahan SDM untuk *digital marketing*, penyediaan metode pembayaran QRIS, dan penggunaan denim *refresher* untuk meningkatkan kualitas produk. Terakhir, elemen *Cost Structure* mencakup peningkatan biaya pemasaran untuk promosi online melalui *paid promote*, *paid advertising*, dan jasa *momfluencer*. Melalui *business model canvas* yang baru ini, diharapkan dapat membantu Gupae Garment dalam merumuskan strategi-strategi baru agar mampu bersaing di pasar.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap kondisi Gupae Garment saat ini, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan rumusan strategi bagi perusahaan. Pengolahan data menggunakan matriks IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa Gupae Garment memiliki kelemahan dalam kondisi internalnya tetapi memiliki peluang pasar yang potensial pada kondisi eksternal. Hasil analisis menempatkan Gupae Garment pada posisi WO di Matriks TOWS dan kuadran II matriks *grand strategy*, menunjukkan urgensi penyesuaian strategi. Rekomendasi strategi

meliputi menambah variasi model produk, meningkatkan pemasaran *online*, meningkatkan performa layanan *reseller*, dan berkolaborasi dengan pihak eksternal. Perubahan strategi ini mempengaruhi elemen-elemen dalam *business model canvas* Gupae Garment seperti *Key Partners*, *Key Activities*, *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Key Resources*, dan *Cost Structure*.

B. Saran

Penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dan adaptasi terhadap perubahan pasar penting untuk keunggulan bersaing, dan penulis menyarankan penelitian lebih lanjut untuk mengembangkan kapasitas inovasi secara berkelanjutan. Implementasi strategi memerlukan studi empiris tentang faktor keberhasilan dan kegagalan, serta perumusan strategi perlu dilakukan secara berkala untuk menyesuaikan kondisi pasar. Peneliti juga menyarankan diskusi mendalam dengan ahli bisnis fashion untuk analisis yang lebih komprehensif dan kerjasama yang baik antara usaha dan peneliti.

Adapun usulan strategi yang dapat dilakukan oleh Gupae Garment untuk perkembangan usaha kedepannya. Strategi-strategi yang direkomendasikan adalah:

1. Menambahkan variasi model produk celana jeans yang mengikuti tren.
2. Meningkatkan upaya kegiatan pemasaran dan penjualan secara online.
3. Meningkatkan performa layanan untuk menciptakan pengalaman yang baik untuk para reseller.

Berkolaborasi dengan pihak eksternal Gupae Garment untuk meningkatkan penjualan dan mempromosikan produk Gupae menjadi lebih luas.

DAFTAR RUJUKAN

- Bakti, J. P. A., Rohman, F., & Sunaryo, S. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(2).
- DPD Jakarta Official. (2024). *Tanah Abang Sepi, LaNyalla: Segera Mitigasi, Perubahan Pola Belanja atau Penurunan Daya Beli*. Jakarta.dpd.go.id.
<https://jakarta.dpd.go.id/berita/tanah-abang-sepi-lanyalla-segera-mitigasi-perubahan-pola-belanja-atau-penurunan-daya-beli>

- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami E., Istiqomah, R., Fardani, R., Sukmana, D., & Auliya, N. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue Maret).
- Hermawan, A., & Pravitasari, R. J. (2013). Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis). *Akselerasi. Id*, 1-23.
- Keisha, D. Z., Sulisty, B., & Prambudia, Y. (2023). Pengembangan Model Bisnis Sensecurrency Menggunakan Metode Business Model Canvas dan Analisis SWOT. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 5413-5424.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Liputan6.com. (2023). Pasar Tanah Abang Terus Berinovasi Sebagai Pusat Grosir Fesyen Terbesar di Asia Tenggara. *liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5359456/pasar-tanah-abang-terus-berinovasi-sebagai-pusat-grosir-fesyen-terbesar-di-asia-tenggara>.
- Marlina, L., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2020). Strategi Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Industri Kreatif Bordir Tasikmalaya. *Jurnal Co Management*, 3(1), 423-432.
- Michael E. Porter. (2020). *COMPETITIVE ADVANTAGE*. Penerbit Erlangga.
- Niode, I. Y. (2016). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo (Studi Kasus Industri Meubel di Kota Gorontalo). *ARTIKEL*, 1(685).
- Prasetya, D. A. (2023). Teknik Analisis SWOT: Panduan Praktis Mengubah Tantangan Menjadi Peluang Untuk Strategi Bisnis Anda. Anak Hebat Indonesia.
- Ribek, P. K., Purnawati, N. L. G. P., & Widyawati, S. R. (2020). Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Bean Sprouts Di Masa Pandemi Covid 19 Di Bali. *Prosiding Webinar Nasional Universitas Mahasaraswati 2020*.
- Ritson, N. (2019). Business Strategy And Strategic Planning: A Definition and Definitive Guide. In Bookboon.com.
- Santia, T. (2020). Pengunjung Pasar Tanah Abang Turun hingga 80 Persen Akibat Virus Corona Covid-19. *liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4210393/pengunjung-pasar-tanah-abang-turun-hingga-80-persen-akibat-virus-corona-covid-19>.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit ALFABETA.
- Sumargo, J. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepada Keunggulan Bersaing melalui Kepuasan Pelanggan pada Brand Miracle Aesthetic Clinic di Surabaya. *Agora*, 9(1).