



## **Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Pada Perusahaan UD. Dian Kreasi Kendari)**

**Heni Safitri, Sartono, Taufik**

Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo

[henisafitri036@gmail.com](mailto:henisafitri036@gmail.com)

Kendari, 93232, Sulawesi Tenggara, Indonesia

### **Abstract**

*This study plans to decide and examine how the cutthroat procedure in expanding deals out by UD. Dian Kreasi. The technique utilized in this examination is subjective. The information assortment method was finished by interview. The aftereffects of the investigation show that UD. Dian Kreasi set an item separation technique which was done by focusing on and keeping up with the nature of the furniture made by UD. Dian Kreasi is great with regards to the nature of the materials, the solidness and tidiness of the furnishings. UD. Dian Kreasi needs to continuously keep up with the nature of its items, so to keep up with the nature of these items, quality unrefined substances are required too. UD. Dian Kreasi carries out a center technique, by zeroing in on deals on division with buyers who make item quality a thought for making buys entertains of cost changes that happen. From methodology completed by UD. Dian Kreasi, UD. Dian Kreasi deals generally turnover changes yet will in general increment, from the methodology carried out by UD. Dian Kreasi, they had the option to get a month to month deals turnover of up to Rp. 104.260.000.*

**Keywords:** *Competitive Strategy; Generic Strategy; Sales Turnover*

### **Abstrak**

Penelitian ini berencana untuk memutuskan dan mengkaji bagaimana prosedur kejam dalam memperluas kesepakatan yang dilakukan oleh UD. Dian Kreasi. Teknik yang digunakan dalam pemeriksaan ini bersifat subjektif. Metode pengumpulan informasi diakhiri dengan wawancara. Hasil investigasi menunjukkan bahwa UD. Dian Kreasi menetapkan teknik pemisahan barang yang dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengikuti sifat dari furniture buatan UD. Dian Kreasi sangat bagus dalam hal sifat bahan, kekokohan dan kerapihan perabotan. UD. Dian Kreasi perlu terus mengikuti sifat barang-barangnya, sehingga untuk mengikuti sifat barang-barang tersebut, diperlukan juga bahan-bahan mentah yang berkualitas. UD. Dian Kreasi melakukan teknik center, dengan menitikberatkan pada kesepakatan pembagian dengan pembeli yang menjadikan kualitas barang sebagai pertimbangan untuk membuat pembelian menghibur dari perubahan biaya yang terjadi. Dari metodologi yang diselesaikan oleh UD. Dian Kreasi, UD. Dian Kreasi umumnya menangani perubahan omzet namun akan secara umum meningkat, dari metodologi yang dilakukan oleh UD. Dian Kreasi, mereka memiliki pilihan untuk mendapatkan omset transaksi bulanan hingga Rp. 104.260.000.

**Kata Kunci :** *Strategi Bersaing; Strategi Generik; Omset Penjualan*

### **PENDAHULUAN**

Dalam berbagai dunia bisnis, oposisi semakin keras. Jadi, para visioner bisnis diharapkan untuk lebih fokus dalam menampilkan para eksekutif. Organisasi masih berusaha untuk membuat bisnis mereka tetap eksis di tengah persaingan yang luar biasa. Organisasi didekati untuk bersaing lebih antusias dengan metodologi serius yang dapat membuat bisnis mereka terus berkembang. Sebuah organisasi pasti mengharapkan hasil kesepakatan yang umumnya meningkat, dengan cara ini kesepakatan barang sangat penting bagi organisasi (Putri, 2020).



Furniture merupakan salah satu barang dan juga barang-barang kerajinan modern yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan daerah setempat. Bisnis mebel merupakan salah satu rencana kemajuan Indonesia untuk menggarap bantuan pemerintah dari masyarakat Indonesia. (Wulandary, 2011 dalam Saputra, 2018).

Dalam hal suatu organisasi tidak memiliki metodologi, sulit untuk dibuat karena, akibatnya semua organisasi, baik organisasi baru tanpa akhir yang telah berjalan cukup lama, harus memiliki prosedur. Semakin baik pemeriksaan di masa depan diselesaikan, kepastian asumsi dalam menyiapkan konfigurasi detail penting juga akan meningkat (Ardiansyah, 2020).

Menurut Rangkuti (2014), teknik adalah alat untuk mencapai tujuan. Sementara itu, menurut David (2011), sistem dicirikan sebagai sarana khas dengan tujuan jangka panjang yang harus dicapai, yang mencakup perluasan geografis, perluasan, pengamanan, peningkatan produk, pintu masuk pasar, penetapan, divestasi, likuidasi, dan joint usaha keras (Rangkuti, 2014 dan David, 2011). , 2011).

Sofjan Assauri (2013) merekomendasikan kapabilitas metodologi sebagai berikut:

- a) Mengkomunikasikan mimpi yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b) Menghubungkan atau menghubungkan aset atau kekurangan organisasi dengan pintu terbuka dari keadaannya saat ini.
- c) Memanfaatkan dan memanfaatkan kemenangan dan kemenangan saat ini atau menyelidiki pintu baru yang terbuka.
- d) Menghasilkan dan menciptakan jumlah aset yang lebih besar daripada aset yang digunakan saat ini.
- e) Mengarahkan dan merencanakan latihan atau latihan organisasi di masa depan.

Tangan atas atau tangan atas umumnya digambarkan sebagai variabel atau campuran elemen yang menyebabkan suatu organisasi berkinerja lebih baik dibandingkan dengan organisasi yang berbeda dalam industri serupa dalam iklim yang serius (Fernando, 2020).

Dalam dunia bisnis yang beraneka ragam membuat persaingan semakin ketat. Hingga pengusaha dituntut untuk lebih memperhatikan manajemen pemasarannya. Perusahaan tetap berupaya untuk membuat usahanya terus eksis di tengah ketatnya persaingan. Perusahaan diminta untuk bersaing lebih keras dengan strategi-strategi bersaing yang bisa membuat usahanya terus berkembang. Suatu perusahaan pasti mengharapkan hasil penjualan yang selalu mengalami peningkatan, maka dari itu penjualan produk sangat penting untuk perusahaan tersebut. (Putri, 2020)

Mebel adalah salah satu komoditi dan juga produk industry hasil kerajinan tangan yang berperan cukup penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Industri mebel adalah salah satu agenda pembangunan Indonesia dalam rangka peningkatan kesejahteraan rakyat Indonesia. Pengembangan terhadap UMKM diharapkan dapat menyerap tenaga kerja sekaligus meningkatkan pendapatan dan mempertahankan usahanya (Wulandary, 2011 dalam Saputra, 2018).

Perusahaan apabila tidak memiliki strategi maka tidak mungkin dapat bertahan, oleh karena itu seluruh perusahaan baik perusahaan baru maupun perusahaan yang sudah lama berjalan pasti memiliki strategi. Implementasi strategi perusahaan harus selalu dilakukan evaluasi dan penilaian secara berkala agar strategi yang diimplementasikan tidak kaku dan tidak konstan. Semakin baik analisis kedepan dilakukan maka penetapan asumsi dalam menyusun rancangan formulasi strategi juga akan membaik (Ardiansyah, 2020).

Menurut Rangkuti (2014), strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Sedangkan menurut David (2011), strategi didefinisikan sebagai sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai, yang mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, penetapan, divestasi, likuidasi, dan *Joint Venture* (Rangkuti, 2014 dan David, 2011).



Sofjan Assauri (2013) mengemukakan fungsi strategi sebagai berikut:

- a) Mengkomunikasikan suatu visi yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b) Mengaitkan atau menghubungkan kekuatan atau kelemahan perusahaan dengan peluang dari lingkungannya.
- c) Mengeksplorasi dan memanfaatkan keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang ataupun menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d) Membangkitkan dan menghasilkan lebih banyak sumber daya yang lebih banyak dibandingkan dengan sumber daya yang digunakan sekarang.
- e) Mengarahkan dan mengkoordinasikan kegiatan atau aktivitas perusahaan kedepannya.

*Competitive Advantage* atau keunggulan bersaing secara tradisional digambarkan sebagai faktor atau kombinasi berbagai faktor yang membuat perusahaan memiliki kinerja yang lebih baik dibanding dengan perusahaan lainnya dalam suatu industri yang sama dalam suatu lingkungan persaingan (Fernando, 2020).

Maun Jamaludin (2019) menyatakan bahwa keunggulan membuat kerangka kerja yang menikmati keunggulan unik atas pesaing yang berbeda dengan mengakui harga diri klien dengan cara yang layak dan super tahan lama. Sementara itu, menurut Sunyoto (2015) di atas angin adalah kapasitas yang dapat diperkirakan dan menciptakan barang-barang yang luar biasa dan lebih produktif daripada para pesaingnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) keunggulan adalah keuntungan atas pesaing yang dicapai dengan menawarkan nilai yang lebih tinggi kepada pembeli, baik melalui biaya yang lebih rendah atau dengan memberikan lebih banyak keuntungan yang lebih masuk akal dengan biaya yang lebih besar (Fadila, 2021).

Watchman (1993) mencirikan kontes sebagai pusat kemajuan untuk memiliki pilihan untuk memenangkan setiap persaingan, organisasi harus menikmati keuntungan dalam prosedur agresif, alasan sistem kejam adalah untuk mengalahkan kekuatan ekologis untuk mendukung organisasi (Porter, 1993 dalam Nurjannah, 2019).

Prosedur kejam adalah perbaikan pengaturan tentang bagaimana organisasi melakukan kontes bisnis, apa yang seharusnya menjadi tujuan organisasi dan strategi yang diharapkan untuk mencapai tujuan organisasi. Alasan teknik kejam adalah untuk menemukan situasi dalam bisnis di mana organisasi dapat melindungi diri dari bahaya saingan dalam industri serupa (Porter, 2001 dalam Putriani, 2017).

Sistem serius adalah membuat posisi baru dan signifikan dan mencakup pengaturan alternatif latihan. Yang terdiri dari tiga metodologi non-eksklusif, khususnya: sistem otoritas biaya (biaya minimal), teknik pemisahan dan metodologi pusat (Lucyanda, 2012).

Pearce dan Robinson (2007) merekomendasikan bahwa sistem non-eksklusif atau metodologi umum adalah kemungkinan sebuah organisasi memiliki pilihan untuk bersaing dengan baik di pasar (Pearce dan Robinson 2007 dalam Rabbani 2018).

Metodologi noneksklusif menurut Porter (2002) adalah cara untuk menghadapi teknik perusahaan untuk mengempung saingan dalam industri serupa (Porter, 2002 dalam Juliansyah, 2017).

Buku metodologi kejam yang disusun oleh Michael A Porter dalam Nur Hayati (2013) merekomendasikan bahwa dalam teknik serius menyajikan 3 macam sistem konvensional, yaitu: sebuah. Strategi Pemisahan (Strategi Diferensiasi Produk)

Sistem pemisahan item adalah untuk memacu organisasi memiliki pilihan untuk menemukan keunikannya sendiri di pasar objektif. Keunikan produk yang canggih memungkinkan sebuah perusahaan untuk menarik perhatian yang sah untuk pembeli.



Ada dua perspektif yang harus dilihat dalam metodologi ini, untuk lebih spesifik: dari bagian penawaran atau cenderung dianggap sebagai sudut pandang substansial seperti ukuran, bentuk, variasi, area, sifat komponen yang tidak dimurnikan, dan kekuatan pamer. Sudut kepentingan adalah kualitas klien seperti yang ditunjukkan oleh ajakannya.

Kesederhanaan perawatan yang berbeda, elemen ekstra, kemampuan beradaptasi, kenyamanan dari berbagai hal yang sulit ditiru oleh pesaing adalah beberapa contoh pemisahan. Metodologi ini umumnya berfokus pada pembeli potensial yang tidak fokus pada biaya relatif hanya dalam memutuskan. Contoh penggunaan prosedur ini dengan benar adalah pada item yang solid dan sulit untuk ditiru oleh pesaing.

Biaya minimal dan metodologi pemisahan item sebagian besar diterapkan oleh organisasi untuk mencapai keunggulan atas saingan mereka di semua sektor bisnis (David, 1998). Sebagai aturan umum, ada dua keadaan yang harus dipenuhi untuk memilih menggunakan teknik ini, untuk lebih spesifik: aset dan asosiasi. Sejauh aset organisasi, melaksanakan teknik ini membutuhkan kualitas tinggi sejauh: promosi item, inovasi dan kemampuan, desain item, survei statistik, ketenaran organisasi, pengangkutan, dan kemampuan pekerjaan. Selama di asosiasi, organisasi dapat mengatur antara kemampuan administrasi terkait, memilih tenaga kerja yang memiliki kapasitas tinggi, dan mengukur motivator abstrak maupun yang asli. (Umar, 1999)

sebuah. Keuntungan biaya prosedur

Prosedur pengeluaran minimal menekankan upaya untuk mengirimkan barang dengan biaya unit yang sangat rendah. Tenaga kerja dan produk biasanya difokuskan pada pembeli yang mudah terpengaruh oleh perubahan nilai atau menggunakan biaya sebagai yang utama. Ini termasuk tidak adanya kontribusi, ketika pembeli tidak terlalu khawatir tentang pemisahan merek, tidak memerlukan pemisahan barang, atau ketika ada sebagian besar pembeli memiliki kekuatan tawar-menawar yang kritis.

Prosedur ini memungkinkan organisasi untuk melawan kontes nilai dan, secara mengejutkan, menjadi pemimpin pasar dalam memutuskan biaya dan menjamin tingkat keuntungan pasar yang tinggi dan stabil melalui cara-cara yang kuat sehubungan dengan produktivitas dan kelayakan biaya.

Untuk memiliki pilihan untuk menyelesaikan sistem pengeluaran minimal, sebuah organisasi harus memiliki pilihan untuk memenuhi kebutuhan di dua wilayah, yaitu: aset dan asosiasi. Teknik ini dapat diselesaikan dengan asumsi itu menikmati beberapa manfaat di bidang aset organisasi, khususnya: padat dalam modal, berbakat dalam merancang proses, pengawasan ketat, sederhana untuk membuat, dan sirkulasi rendah dan biaya promosi. Sedangkan dalam bidang asosiasi, organisasi harus dapat menangani secara tegas, pengendalian data yang hebat, kekuatan motivasi dalam melihat target (Umar, 1999).

b. Strategi Pusat

Prosedur pusat digunakan untuk membangun keunggulan di divisi pasar yang lebih kecil. Metodologi pusat ini diharapkan dapat melayani kebutuhan pembeli yang jumlahnya sedikit dan dalam menentukan pilihan untuk membeli umumnya tidak terpengaruh oleh biaya.

Persyaratan untuk pelaksanaan teknik ini adalah bahwa ada ukuran pasar yang memadai, ada perkembangan yang diharapkan besar, dan pesaing tidak terlalu khawatir tentang membuat kemajuan. Prosedur ini akan lebih menarik jika pembeli membutuhkan merek dagang tertentu yang tidak diklaim oleh perusahaan pesaing. Organisasi yang berpartisipasi dalam sistem ini umumnya berfokus pada kelompok pasar tertentu, wilayah geografis tertentu, atau item tertentu dengan kapasitas untuk mengatasi masalah pembeli dengan baik. (David, 1998)

Penelitian ini memilih UD. Dian Kreasi sebagai objek eksplorasi. UD. Dian Kreasi ikut ambil bagian dalam assembling, khususnya furniture, yang ditata tahun 2000 di Kecamatan Kambu, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara dengan 7 orang perwakilan. Dengan persaingan bisnis yang semakin



sengit, UD. Imajinasi Dian harus terus berkembang omzetnya. Persaingan dalam bisnis mebel sesekali akan terus berkembang seiring dengan bertambahnya jumlah perusahaan mebel yang ada. Garis besar omset UD. Dian Kreasi sebagai berikut:

**Tabel 1. Perkembangan Omset UD. Dian Kreasi Priode 2020 s.d 2021**

lo.	Periode	Omset	Target
1	September 2020	Rp. 32.200.000	Rp. 45.000.000
2	Oktober 2020	Rp. 40.850.000	Rp. 45.000.000
3	November 2020	Rp. 28.700.000	Rp. 45.000.000
4	Desember 2020	Rp. 40.200.000	Rp. 45.000.000
5	Januari 2021	Rp. 47.660.000	Rp. 45.000.000
6	Februari 2021	Rp. 58.000.000	Rp. 45.000.000
7	Maret 2021	Rp. 38.750.000	Rp. 45.000.000
8	April 2021	Rp. 70.150.000	Rp. 45.000.000

*Sumber: Laporan Keuangan UD. Dian Kreasi, 2021*

Berdasarkan tabel 1 di atas, peningkatan omset UD. Dian Kreasi berubah, ada periode yang mendapatkan omzet transaksi yang sangat besar pada Januari 2021, Rp. 47.660.000, pada Februari 2021 Rp. 58.000.000, dan pada bulan April 2021 Rp. 70.150.000 apalagi omzet yang didapat di bawah Rp. 45.000.000 yang merupakan tujuan dari omzet dari UD. Dian Kreasi. Jika tidak dibuntuti oleh kemampuan serius yang besar, bisnis yang dijalankan akan mengalami kecelakaan atau bahkan likuidasi, kemudian lagi jika Anda dapat meningkatkan omzet transaksi dengan teknik yang tepat, bisnis akan terus berlanjut. Iari dan bisa naik ke level berikutnya. Oleh karena itu, organisasi harus berhati-hati dalam menjaga sifat barang mereka, karena persaingan adalah masalah yang terus ada dalam industri fabrikasi furnitur, sehingga upaya untuk memenangkan oposisi adalah hal utama yang harus dilakukan oleh setiap visioner bisnis dalam mengendalikan pasar. Melihat landasan di atas, para pakar mengangkat judul “Ujian Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Pada Furniture UD. Dian Kreasi, Kendari)”. Berdasarkan landasan yang telah diuraikan diatas, maka perincian permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana keseriusan dalam meningkatkan omzet transaksi yang dilakukan oleh UD. Dian Kreasi?

Motivasi di balik penjelajahan ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana metodologi kejam dalam memperluas omset transaksi yang dilakukan oleh UD. Dian Kreasi.

Peelitian terdahulu:

1. Penelitian Audita Nuvriasari (2015), dengan judul “Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing Dalam Peningkatan Kinerja UKM”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dampak positif dan kritis antara arah pasar dan arah perintis pada teknik kejam. Arah pasar dan arah usaha secara tegas mempengaruhi teknik kejam, sistem serius (prosedur pemisahan, biaya minimal, dan konsentrasi) jelas mempengaruhi eksekusi UKM. Arah inovatif memiliki dampak langsung yang lebih tinggi daripada arah pasar.
2. Penelitian oleh Ellen Yuliani Saul (2015), dengan judul “Strategi Serius dan Strategi Bertahan Hidup pada Industri Mikro dan Kecil Bakpia Phatok di Kecamatan Ngampilan Yogyakarta Tahun 2015”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pendekatan lima aset kejam Porter (1980), pembuat bakpia memiliki pilihan untuk menyaingi biaya, peningkatan produk, peningkatan produk, dan sirkulasi. Prosedur hati-hati pembuat bakpia pathok adalah dengan mengikuti model metodologi serius Porter, pembuat dapat bertahan dari pesaing bakpia yang lebih



- besar karena sistem penjagaan yang digunakan oleh pembuat, khususnya harga yang wajar bagi pembeli.
3. Penelitian Riswandi, Hariffudin Thahir, dan Ira Nuriya Santi (2016), dengan judul “Pengujian Strategi Restoran Kompetitif (Studi Pada Restoran Kampus Darisa Café). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Internal Factor Analysis Summary (IFAS), Konsekuensi dari faktor kekuatan memiliki skor 1,97 dan faktor kekuatan, kekurangan memiliki skor 1,09 dan External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS), efek samping dari faktor pintu terbuka memiliki skor 1,26 dan bahaya memiliki skor sebesar 2,10 sehingga skor all out adalah 3,36 dari akibat grafik SWOT pada posisi dua bujur sangkar, khususnya prosedur ST (Strength and Threats).
  4. Penelitian Barkah Fitriadi, Soekarno dan Sunarti (2013), berjudul “Cutthroat Strategy: A Study of Marketing Strategy Formulation to Achieve Competitive Advantage (Studi di PT. Ongkowidjojo, Malang)”. Konsekuensi dari penelitian ini adalah keadaan interior PT. Ongkowidjojo sangat diuntungkan, karena sudah lama berkecimpung dalam bisnis rokok di Indonesia. Hal ini ditegaskan dalam pemeriksaan kisi IE (Internal Eksternal) bahwa PT. Ongkowidjojo memiliki metodologi keamanan di sel keempat. PT. Ongkowidjojo sangat kuat, di mana pintu terbuka yang menakutkan dan bahaya yang dihadapi dalam banyak kasus berubah yang mempengaruhi organisasi dalam memilih strategi. Pendekatan esensial yang digunakan oleh PT. Ongkowidjojo Malang, khususnya metode bertahan yang ditunjukkan melalui EFAS dan IFAS, investigasi SWOT, pemeriksaan grid luar interior, dan investigasi teknik yang hebat, memberikan rencana sistem yang layak. PT. Ongkowidjojo dilakukan dengan fokus pada pengembangan aset lebih lanjut dan pengembangan item lebih lanjut.
  5. Penelitian oleh Claudia Vanesha Pitoy, Altje Tumbel dan Maria Tielung (2016), dengan judul “Pengujian Strategi Bersaing dalam Persaingan Bisnis Solusi Dokumen (Studi Kasus Pada PT. ASTRAGAPHIA, Tbk Manado). Mendapatkan hasil yang menunjukkan organisasi dalam mengeksekusi strategi serius dengan pesaing untuk mempertahankan sepotong kue dengan melakukan teknik pemasaran yang berbeda di mana perusahaan memiliki bidang periklanan yang memiliki tugas untuk mencapai target periklanan dan penawaran perusahaan.
  6. Penelitian oleh Aditya Suhono, Sri Wahyuni dan Joko Widodo (2020), dengan judul “Ujian Strategi Bersaing Industri Kerajinan Marmer di Kabupaten Tulungagung”. Efek samping dari tinjauan menunjukkan bahwa sistem SO (Kekuatan, Peluang) ditegaskan untuk memberikan pintu terbuka yang setara. Seperti kemajuan mekanik, pengembangan keuangan, mengikuti dan mengembangkan lebih lanjut kualitas barang dan periklanan, serta menghadirkan barang marmer secara lebih komprehensif. Teknik ST (Strengths, Threats) adalah pengisian ulang item sesuai dengan kemajuan mekanis, berbagi untuk bekerja pada bisnis, mengingat pembatasan bahan mentah dan meningkatnya jumlah pesaing dengan bisnis serupa. Teknik WO (Weakness, Opportunities) mencakup berbagai kelompok seperti kantor, SDM, periklanan atau latihan penciptaan untuk mendapatkan kehebatan dan pergantian peristiwa modern. Metodologi WT (Weakness, Threats) adalah untuk memperkuat hubungan antara usaha yang sebanding atau yayasan terkait untuk menyusun korespondensi dalam mencapai tujuan saat ini atau jangka panjang.
  7. Annisa Novceria Rahma dan Ari Pradhanawati (2018), dengan Judul “Strategi Kejam Produk UKM Lumpia Menggunakan Porter's Five Forces Analysis dan SWOT (Kasus UKM Lumpia Kings Semarang)”. Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan teknik Porter's Five Forces, metodologi yang dapat dilakukan oleh UKM Lumpia Kings adalah prosedur pengeluaran yang minimal, khususnya dengan mengurangi biaya pembuatan untuk menekan biaya penjualan. Dengan teknik SWOT, sistem peningkatan bisnis UKM Lumpia Kings adalah metodologi pintu masuk pasar, di mana UKM akan memasuki pasar di jaringan pembayaran pusat.



8. Tesalonika Lantang, Agus S. Soegoto dan Yunita Mandagie (2018) dengan judul “Pengujian Penentuan Strategi Bersaing Pada Usaha Pengolahan Ikan PT. Deho Canning Company Bitung”. Hasil tinjauan menunjukkan bahwa ada pintu terbuka yang berharga untuk bahaya yang datang dari luar, namun setelah bahaya ini ada pintu terbuka bagi PT. Deho Canning Company Bitung untuk melakukan tugas. Karena kurangnya bahan mentah, perusahaan saat ini perlu menambah stok komponen mentah untuk memenuhi kebutuhan pembeli.
9. Eksplorasi Dora Rinova (2021), dengan judul “Pengujian Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Penjualan di Bisnis Rice Bowl dengan Makan. Ayo Bandar Lampung. Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknik agresif yang tepat untuk memperluas kesepakatan adalah dengan memisahkan item dan menambah variasi menu baru. Kemudian, pada saat itu, prosedur kejam lainnya adalah mengerjakan sifat administrasi kepada pembeli dan selanjutnya dengan memperhatikan pola makanan murah yang mengisi langkah demi langkah untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan yang berubah. pembeli.
10. Pemeriksaan Rosa Lesmana (2019), berjudul “Penelitian Strategi Kompetitif PT. Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang Untuk Meningkatkan Penjualan”. Hasil dari penelitian ini adalah pentingnya pengembangan lebih lanjut kemampuan, SDM yang cemerlang bagi seluruh perwakilan PT. Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang, memberikan gaji, jabatan dan kerangka kerja yang sesuai untuk meningkatkan keteguhan pekerja dan dedikasi pembeli. Mengingat grid ruang angkasa, PT. Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang berada di alun-alun utama dengan langkah tegas dengan menggarisbawahi metodologi SO (Strength, Opportunities). Penggunaan sistem SO sementara itu akan membatasi kekurangan dan bahaya yang dihadapi tetapi pada saat yang sama menunjukkan keunggulan.

Berdasarkan pendahuluan diatas maka kerangka pikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir



## **METODE**

Pemeriksaan ini ditujukan kepada UD. Dian Kreasi yang terletak di Jalan Orinunggu No. 9 Desa Mokoau, Kecamatan Kambu, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara, dengan pertimbangan daerah yang telah menggeluti usaha mebel selama 21 tahun mulai dari tahun 2000 hingga saat ini. Jam eksplorasi dilakukan mulai Oktober 2021 hingga akhir.

Penelitian ini menggunakan metodologi subjektif, khususnya pemeriksaan yang secara eksplisit menggambarkan sifat dan karakter individu atau kumpulan, efek samping, kondisi, atau kondisi. Terlebih lagi, ini dapat memutuskan pengulangan hubungan khusus antara satu efek samping dan lainnya, dalam ulasan ini, khususnya memeriksa hubungan antara metodologi kejam dan peningkatan omset transaksi di UD. Dian Kreasi. Menurut Moelong (2016) pemeriksaan subyektif adalah penelitian yang mengharapkan untuk memahami kekhasan apa yang dimiliki oleh objek eksplorasi, misalnya, inspirasi, perilaku, penegasan, aktivitas, dan sebagainya secara komprehensif, dan melalui penggambaran sebagai kata-kata dan bahasa, dalam pengaturan reguler tertentu dan dengan menggunakan teknik normal yang berbeda.

Dilihat dari permasalahannya, pemeriksaan ini dinamakan eksplorasi grafis subjektif. Menurut Sugiyono (2018), strategi subyektif jelas adalah teknik eksplorasi dalam pandangan nalar Post Positivisme yang digunakan untuk melihat hal-hal biasa, di mana spesialis adalah instrumen dasar, prosedur pengumpulan informasi diselesaikan dengan trigulasi atau campuran, pemeriksaan informasi bersifat induktif atau subyektif, dan Konsekuensi pemeriksaan subyektif menggarisbawahi makna yang bertentangan dengan spekulasi, sepenuhnya bermaksud menggambarkan, menggambarkan, memahami, memahami dan menjawab secara lebih rinci masalah yang akan dikonsentrasikan dengan berkonsentrasi sebanyak mungkin secara wajar mengharapkan individu, pertemuan atau acara.

Luasnya pemeriksaan ini adalah teknik kejam yang digunakan oleh UD. Dian Kreasi yang berpusat di sekitar meneliti teknik serius dalam meningkatkan omset transaksi di UD. Dian Keras.

### **1. Jenis Informasi**

Menurut Sugiyono (2018) jenis informasi dalam eksplorasi subjektif adalah informasi berupa kata, kalimat atau gambar. Jenis informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah informasi penting (Data Primer) dan informasi tambahan (Data Sekunder).

### **2. Sumber Informasi**

sebuah. Data Esensial (Data Primer)

Seperti yang ditunjukkan oleh Sugiyono (2018), informasi esensial adalah sumber informasi yang secara lugas memberikan informasi kepada pengumpul informasi. Informasi penting dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari pemilik UD. Dian Kreasi dengan memimpin rapat dan langsung mempersepsikan.

### **b. Data Opsional (Data Sekunder)**

Seperti yang ditunjukkan oleh Sugiyono (2017), informasi opsional adalah sumber informasi yang tidak langsung memberikan informasi kepada pengumpul informasi. Informasi tambahan juga digunakan sebagai informasi pendukung untuk informasi penting. Sumber informasi tambahan dalam penelitian ini adalah buku, buku harian dan web yang mengkaji teknik-teknik serius dalam meningkatkan omzet.

Moelong (2016), saksi penelitian adalah individu yang digunakan untuk memberikan data tentang keadaan dan keadaan yayaan pemeriksaan dan menjadi individu yang benar-benar mengetahui masalah yang akan diteliti. Narasumber dalam eksplorasi ini adalah Bapak Idi Sutardi S.Pd selaku pemilik furniture UD. Dian Kreasi, tujuh orang perwakilan UD. Dian Kreasi dan lima pembeli UD. Dian Kreasi.



Bermacam-macam informasi diselesaikan dalam pengaturan, sumber, dan teknik yang berbeda. Bermacam-macam informasi adalah langkah awal yang harus diambil oleh spesialis dalam tinjauan. Pada dasarnya, penelitian adalah mengumpulkan informasi

informasi yang benar-benar asli (Suharismi, 1993 dalam Fernando 2020). Dalam tinjauan ini, prosedur pemilahan informasi yang digunakan meliputi:

1. observasi

Kartini Kartono (2010) Observasi adalah penyelidikan yang bertujuan dan tepat terhadap kekhasan dan kekhasan sosial melalui persepsi dan pencatatan. Persepsi diselesaikan dengan mengumpulkan informasi secara langsung dari objek pemeriksaan, melalui persepsi, namun juga dengan tetap mendapatkan informasi yang substansial. selanjutnya, jelas. Dalam tinjauan ini, persepsi dibuat dengan tidak mendukung, misalnya spesialis tidak terlibat, hanya membantu gambar melalui persepsi sehingga mereka dapat merasakan apa yang sedang terjadi.

2. Wawancara

Sugiyono (2018), pertemuan adalah diskusi dengan alasan tertentu yang diselesaikan oleh dua pertemuan, yaitu penanya yang mengklarifikasi beberapa masalah mendesak dan yang diwawancarai untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Dalam review ini, wawancara diarahkan kepada Bapak Idi Sutardi S.Pd. sebagai pemilik mebel UD. Dian Kreasi, tujuh pekerja UD. Dian Kreasi dan lima pembeli UD. Dian Kreasi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan laporan survei atau informasi yang disusun dan pengambilan gambar sebagai foto, dan menyimpan pertemuan wawancara sebagai akun video dan suara. Sugiyono (2018), dokumentasi adalah suatu strategi yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan data berupa buku, babad, catatan, angka-angka yang tersusun dan gambar-gambar sebagai laporan dan data yang dapat mendukung suatu eksplorasi.

Sugiyono (2018), metode pemeriksaan informasi adalah latihan dalam penyelidikan informasi subjektif yang dilakukan secara cerdas dan terjadi secara konsisten sampai lengkap, sehingga informasinya terbenam, latihan dalam penyelidikan informasi adalah:

1. Reduksi Informasi (Reduksi Data)

Sugiyono (2018), penurunan informasi berarti menyimpulkan, memilih hal-hal sentral, memusatkan perhatian pada hal-hal penting, kemudian mencari subjek dan contoh. Akibatnya informasi yang berkurang akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan para ilmuwan untuk melengkapi berbagai informasi lebih lanjut, dan mencari bila diperlukan.

2. Penyajian Informasi (DataDisplay)

Setelah dikurangi, tahap selanjutnya adalah menampilkan informasi. Dalam pemeriksaan subjektif, pengenalan informasi harus dimungkinkan seperti tabel, bagan, kartu pai, piktogram dan semacamnya, dengan ini pengenalan informasi akan dikoordinasikan, diatur dalam desain hubungan, sehingga akan lebih jelas. Yang paling sering digunakan adalah pengenalan informasi sebagai teks cerita, bisa juga sebagai diagram, kisi, organisasi, dan garis besar.

3. Conclusion Drawing/Verification

Langkah ketiga menuju penyelidikan informasi subjektif adalah membuat kesimpulan atau konfirmasi. Menurut Sugiyono (2018) berakhir pada pemeriksaan subjektif yaitu penemuan baru yang belum pernah ada, penemuan dapat berupa penggambaran atau penggambaran suatu barang yang sudah samar sehingga setelah diteliti ternyata menjadi jelas, mungkin santai, atau intuitif, spekulatif atau hipotetis.



### **Definisi konseptual**

Berdasarkan kajian teori yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dipaparkan definisi konseptual sebagai berikut:

1. Strategi bersaing adalah rencana perusahaan dalam menghadapi persaingan usaha dalam suatu lingkungan atau industri yang memiliki produk barang atau jasa yang serupa, dengan tujuan untuk memiliki keunggulan dan mampu bertahan dari ancaman perusahaan lain.
2. Strategi diferensiasi adalah membuat produk yang lebih unik dan beraneka ragam, baik dari segi kualitas, bentuk dan warna.
3. Strategi keunggulan biaya rendah adalah menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya yang rendah disetiap unitnya yang ditujukan kepada konsumen yang peka terhadap perubahan harga.
4. Strategi fokus adalah perusahaan dalam memilih segmentasi pasar untuk memenuhi permintaan pasar.
5. Omset penjualan adalah laba kotor yang yang dihasilkan dari usaha. Dikatakan kotor sebab omset masih harus dikurangi biaya sebelum menjadi profit. Sedangkan profit adalah keuntungan bersih dari usaha. Omset penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

UD. Dian Kreasi adalah usaha perseorangan yang didirikan oleh bapak Idi Sutardi S.Pd. Usaha ini terletak di Kelurahan Mokoau RT. 02 RW. 01 Kecamatan Kambu, Kota Kendari. UD. Dian Kreasi di jalankan dan diatur sendiri oleh bapak Idi Sutardi dan sudah berjalan selama dua puluh satu tahun sejak awaldidirikan pada Tahun 2000 dan masih tetap berjalan sampai sekarang. Alasan bapak Idi Sutardi ingin membuat usaha mebel tersebut, dikarenakan keresahan masyarakat yang tinggal disekitaran lingkungan bapak Idi yang kesulitan membeli furniture dikarenakan belum adanya mebel di daerah tersebut pada saat itu, dan juga harga furniture yang tidak sesuai dengan kualitas yang didapatkan. Hal tersebut menjadi peluang bagi bapak Idi untuk membuat usaha mebel di wilayah tersebut.

Sebelum mendirikan usaha mebelnya, bapak Idi terlebih dahulu bekerja di suatu mebel untuk mendapatkan wawasan dan pengalaman dalam menjalankan usaha mebel, sekaligus memperoleh skill untuk membuat suatu furniture dengan kualitas yang bagus. Setelah mendapatkan pengalaman yang cukup, bapak Idi kemudian membuka usahanya sendiri dengan modal yang minim, yang dibuat tepat di depan rumah bapak Idi sendiri dan menjadi lokasi usaha tetap hingga sekarang.

### **Deskripsi Temuan dan Pembahasan**

#### **Deskripsi Strategi Bersaing UD. Dian Kreasi**

UD. Dian Kreasi adalah salah satu usaha mebel yang berada di Kota Kendari dengan kegiatan utamanya yaitu memproduksi furniture yang kemudian dipasarkan. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, strategi bersaing sangat diperlukan guna meningkatkan omset penjualan.

Sistem serius adalah pengaturan organisasi untuk menghadapi persaingan bisnis dalam iklim atau industri yang memiliki produk atau layanan yang sebanding, sepenuhnya bertujuan untuk menikmati keuntungan yang kejam dan meningkatkan omset transaksi. Metodologi yang digunakan harus dikordinasikan dan memberikan gambaran yang jelas sehingga organisasi memahami apa yang harus dilakukan setiap kali ada pintu terbuka dan pintu terbuka potensial yang dapat mendukung omset transaksi yang diperluas.



Memutuskan keseriusan sistem UD. Dian Kreasi, petunjuk-petunjuk yang digunakan sebagai bahan uji penggambaran adalah prosedur Generik yang meliputi: Strategi Diferensiasi, Strategi Biaya Rendah, dan Strategi Fokus.

#### **a. Strategi Diferensiasi UD. Dian Kreasi**

Strategi diferensiasi adalah strategi yang berfokus pada diferensiasi kualitas produk, bentuk dan warna dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan memaparkan nilai yang lebih dan membedakan dengan produk yang dihasilkan pesaing. Untuk meningkatkan omset penjualan maka diperlukan suatu produk yang benar-benar memiliki kualitas yang baik, warna

yang berkualitas dan bentuk yang berbeda dari produk yang dihasilkan pesaing ataupun produk-produk yang telah di buat sendiri sebelumnya.

Kualitas menjadi hal utama yang diperhatikan dengan ketahanan produk yang lama pada setiap produk yang dihasilkan UD. Dian Kreasi, serta keberagaman bentuk tiap-tiap jenis furniture yang dapat dipilih sesuai keinginan konsumen. Tidak hanya itu, warna yang menonjol dan cerah menjadi ciri khas produk-produk yang dihasilkan UD. Dian Kreasi dan menjadi ciri khas warna yang sangat disukai konsumen-konsumen tetap UD. Dian Kreasi.

UD. Dian Kreasi juga menerima dan membuat produk-produk karakter unik seperti lemari hello Kitty dan Doraemon namun tetap dengan design minimalis dan warna yang cerah sebagaimana ciri khas produk-produk buatan UD. Dian Kreasi.

#### **a) Strategi diferensiasi kualitas produk UD. Dian Kreasi**

Diferensiasi kualitas produk yang dimaksudkan adalah diferensiasi seperti kualitas bahan, tingkat kerapian dan kekuatan produk. Bahan baku utama dalam produksi furniture UD. Dian Kreasi adalah kayu, oleh karena itu pemilihan kayu sangat berpengaruh besar terhadap kualitas produk furniture yang diciptakan dan ketahanan produk furniture sehingga furniture yang dibuat memiliki keunggulan dibandingkan furniture yang dihasilkan oleh mebel lainnya. Berikut jenis-jenis kayu yang digunakan oleh UD. Dian Kreasi:

**Tabel 2. Jenis Kayu Yang Digunakan UD. Dian Kreasi**

No.	Jenis Kayu	Keunggulan
1.	Jati Merah	tahan lama, batang lurus dan mudah dibentuk, harga kayu lebih murah, mudah ditemukan.
2.	Jati Putih	tahan terhadap serangan hama, struktur yang kuat dan kokoh, harga sangat terjangkau, mudah didapatkan, mudah diolah, tahan disegala cuaca.
3	Bitti	struktur kayu yang padat, struktur kayunya keras, kuat dan tahan lama
4	Kalapi	tahan lama, kuat dan kokoh,
5	Maranti	udah dikeringkan, kuat dan kokoh, memiliki struktur yang keras,

Sumber: *Data Primer diolah (2022)*

Pemilihan jenis-jenis kayu tersebut dikarenakan jenis-jenis kayu tersebut dinilai memiliki kualitas terbaik diantara jenis-jenis kayu lainnya. Dengan membuat furniture menggunakan jenis kayu berkualitas, maka tingkat ketahanan furniture akan lebih kuat dan bertahan lama. Selain ketahanan, kayu yang berkualitas akan membuat furniture menjadi kokoh karena dibuat dengan kayu yang kuat, sehingga furniture tidak mudah rusak. Selain

itu jenis-jenis kayu tersebut sudah dikenal oleh masyarakat sebagai jenis kayu yang memiliki kualitas yang bagus, sehingga jenis-jenis kayu tersebut selalu digunakan UD.Dian Kreasi untuk membuat furniturnya.

Kayu yang berkualitas memiliki daya tahan yang bagus dan tidak mudah rusak ketika dibentuk atau dibuat menjadi furniture apapun, sehingga furniture yang dibuat akan rapi dan terlihat bagus. Jika kayu yang di gunakan memiliki kualitas yang buruk, maka akan banyak terdapat kecacatan pada hasil akhirnya, dikarenakan banyaknya kerusakan yang

terjadi ketika proses pembuatan furniture yang disebabkan oleh lemahnya jenis kayu yang digunakan.

Dengan pemilihan kayu yang berkualitas, maka furniture memiliki ketahanan yang kuat dan memiliki tampilan yang rapi dan bagus. Kualitas produk furniture inilah yang terus di jaga dan ditingkatkan UD.Dian Kreasi karena kualitas produk yang baik dapat membuat produk furniture UD.Dian Kreasi bisa bersaing dengan mebel lainnya.

Hasil wawancara dengan pemilik dan pengelolah Mebel UD.Dian Kreasi(Bapak Idi Sutardi, 55 Tahun) tentang kualitas produk:

*“Produk kami semua berkualitas, karena untuk membuat furniture yang berkualitas maka kami selalu menggunakan bahan baku kayu dengan jenis yang berkualitas, sehingga furniture yang dibuat akan kokoh, tidak mudah rusak, dan awet. Jenis-jenis kayu yang kami gunakan itu jati merah, jati putih, bitti, kalapi dan maranti. Biasanya kayu-kayu tersebut sudah umum dikenal di masyarakat, jadi kalau mereka mendengar jenis kayu yang di pakai, mereka sudah tau kalau furniture ini memiliki kualitas yang bagus, kadang konsumen sendiri juga yang memilih jenis kayu yang di pakai, dan jenis kayu yang mereka sebut itu tidak jauh dari jenis-jenis kayu yang biasa kami gunakan. Kami memilih kayu yang bagus suapay hasil furniturnya juga bagus, biasanya kayu dengan kualitas buruk gampang pecah akhirnya furniture yang dihasilkan akan terlihat jelek karena tidak rapi dan mudah rusak”.*

Hasil wawancara dengan karyawan UD. Dian Kreasi (Bapak Ujang, 27 Tahun) tentang kualitas produk:

*“Kalau membuat furniture dengan kayu yang bagus itu lebih mudah karena tidak gampang rusak, jadi untuk kerapiannya sudah pasti rapi, selain memudahkan pembuatannya, kayu yang bagus juga lebih awet dan bisa bertahan bertahun-tahun digunakan, orang-orang yang beli juga suka dengan jenis-jenis kayu yang bagus, kayu-kayu memiliki kualitas yang bagus Untuk di UD. Dian Kreasi biasanya kayu-kayu itu yang digunakan”.*

Hasil wawancara dengan konsumen UD. Dian Kreasi (Bapak Sanib Middin, 41 Tahun) tentang kualitas produk:

*“Sebagai langganan di mebel ini saya rasa furniture yang dibuat disini bagus-bagus kualitasnya, baik dari kayu yang dipakai, bentuk yang dibuat ataupun kerapiannya bagus juga. Selain tampilannya bagus-bagus, barangnya juga awet-awet jadi bisa dipakai bertahun-tahun, apalagi untuk keperluan hunian memang seharusnya memilih yang berkualitas, kan ngeri juga kalau lagi digunakan tau-tau roboh atau rusak, dikena angin sedikit sudah rusak kan gak bagus. Tapi kalau furniture disini memang sudah lama saya gunakan dan kualitasnya bagus-bagus jadi karena itu saya langganan disini”.*

Dari Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa UD. Dian Kreasi menerapkan strategi diferensiasi dari segi kualitas produk yakni dengan menggunakan bahan baku kayu berkualitas, dari kualitas kayu yang bagus maka akan berdampak pada daya tahan furniture itu sendiri dan kerapian serta tampilan yang bagus akan di dapatkan karena bahan baku yang digunakan berkualitas dan



tentunya hal tersebut dapat membantu UD. Dian Kreasi bersaing dari segi diferensiasi kualitas produknya.

#### **b) Strategi Diferensiasi Jenis dan Variasi Produk UD. Dian Kreasi**

Strategi diferensiasi bentuk produk dengan menganeka-ragamkan jenis dan variasi produk yang dihasilkan atau dibuat menjadi salah satu cara yang dilakukan UD. Dian Kreasi untuk bersaing dalam industry mebel dan meningkatkan omset penjualannya. Adapun diferensiasi jenis dan variasi produk yang dilakukan UD. Dian Kreasi adalah sebagai berikut:

Hasil wawancara dengan pemilik dan pengelola Mebel UD. Dian Kreasi (Bapak Idi Sutardi, 55 Tahun) tentang keragaman jenis dan variasi produk:

*“Kami dapat membuat berbagai macam produk dengan variasi-variasi bentuk yang berbeda, tergantung keinginan dari konsumen itu sendiri, jika mereka kebingungan dalam memilih bentuk, biasanya kami akan menawarkan mereka bentuk yang terbaik saat ini, dan juga kami sesuaikan dengan ukuran hunian konsumen. Biasanya untuk bentuk dan variasi modelnya konsumen sendiri yang tentukan”.*

Hasil wawancara dengan karyawan UD. Dian Kreasi (Bapak Ujang, 27 Tahun) tentang keragaman jenis dan variasi produk:

*“Jenis-jenis produk disini beranekaragam, dari pintu ada pintu depan, pintu kamar, pintu dapur dari jenisnya itu ada lagi jenis-jenis bentuknya, ada yang berbentuk dua pintu, ada yang satu pintu, ukirannya juga berbeda-beda, ada yang kotak-kotak, ada yang bulat ditengah, tergantung keinginan dan pesanan konsumen”.*

Hasil wawancara dengan konsumen UD. Dian Kreasi (Ibu Siti Khotimah, S.Ag, 43 Tahun) tentang keragaman jenis dan variasi produk:

*“Saya langganan disini karena kalau mau pesan apa saja dengan model bagaimana itu selalu bisa dan hasilnya bagus terus, jadi apapun yang saya mau tinggal pesan saja asal lagi ada uang”.*

Hasil wawancara dengan konsumen UD. Dian Kreasi (Bapak Sanib Middin, 41 Tahun) tentang keragaman jenis dan variasi produk:

*“Namanya mebel pasti lengkap, kan mereka membuat sesuai apa yang dipesan, selama ini apa yang saya pesan selalu bisa dibuatkan dan memang sudah langganan jadi kalau masalah kelengkapan untuk saya tempat ini sudah lengkap segala yang saya butuhkan bisa dibuatkan”.*

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa UD. Dian Kreasi dalam bersaing di industry mebel, UD. Dian Kreasi menggunakan strategi diferensiasi bentuk produk dengan menawarkan berbagai macam jenis produk dengan berbagai bentuk dan variasi yang bermacam-macam yang biasanya akan dibuat sesuai dengan keinginan konsumen yang dilakukan untuk menumbuhkan sifat loyalitas konsumen untuk terus membeli furniture di UD. Dian Kreasi.

#### **c) Strategi Diferensiasi Warna UD. Dian Kreasi**

Warna menjadi salah satu pembeda antara furniture yang satu dengan yang lain, apalagi keinginan dan selera warna masing-masing orang berbeda-beda. Selain pemilihan warna yang disesuaikan dengan selera konsumen, kualitas dari warna juga perlu diperhatikan, mulai dari pemilihan jenis cat, proses pengecatan dan tahap pengeringan, agar hasil warna yang diberikan pada furniture akan bagus dan tidak mudah terkelupas apalagi luntur, dikarenakan kesalahan dalam proses pewarnaan akan membuat warna dari furniture mudah memudar dalam waktu yang tidak lama.

UD. Dian Kreasi memilih warna furniture sesuai keinginan konsumen, yang biasanya furniture UD. Dian Kreasi dominan dengan warna yang cerah dan kontras, warna-warna tersebut jarang didapatkan di mebel lain yang biasanya dominan menggunakan warna pernis yang menekankan warna kayu. Akan tetapi di UD. Dian Kreasi tekstur kayu di tutupi sepenuhnya oleh warna cat yang



tebal dan cerah, yang biasanya warna yang digunakan adalah putih, hijau, kuning, pink dan hitam. Berikut gambar contoh warna furniture UD. Dian Kreasi:

Warna-warna tersebut adalah warna yang biasanya dipilih dan dipesan oleh konsumen dari UD. Dian Kreasi.

Selain penggunaan warna yang cerah dan kontras, UD. Dian Kreasi juga menjaga kualitas dari warna furniture yang dibuat, UD. Dian Kreasi menggunakan cat dengan merek-merek yang berkualitas, hal ini dilakukan agar warna furniture tidak mudah dimakan usia, tidak mudah rusak, terkelupas ataupun luntur. Berikut merek-merek cat yang biasanya digunakan di mebel UD. Dian Kreasi:

**Tabel 3. Merek Cat Yang Digunakan UD. Dian Kreasi**

No.	Merek Cat	Keunggulan
1	Top Color	udah diaplikasikan, menghasilkan warna yang cerah dan mudah merata.
2	Nippe	pat kering, memberikan hasil yang mengkilap, mudah melekat dan memiliki daya tahan yang bagus
3	Suzuka	pat kering, memberikan hasil yang mengkilap, tidak mudah pudar dan tahan lama
4	Steel Gloss	Memiliki tekstur yang kental dan tahan lama
5	Pasti Gloss	udah kering dan dapat mewarnai kayu dengan sempurna

Sumber: *Data Primer diolah (2022)*

Merek-merek cat diatas adalah merek cat berkualitas yang dijual di toko-toko bangunan. Merek cat tersebut sering digunakan di Mebel UD. Dian Kreasi. Berdasarkan pengalaman UD. Dian Kreasi, merek Cat tersebut menghasilkan warna yang bagus, awet dan tidak mengelupas. Meskipun menggunakan Cat dengan merek yang berkualitas, UD. Dian

Kreasi tetap memerhatikan proses pewarnaan furniture. Proses pengecatan yang dilakukan UD. Dian Kreasi dilakukan dengan lima tahap, yaitu:

- Tahap pertama, yaitu dengan melakukan epoxy ke seluruh permukaan furniture agar tekstur kayu dan lubang maupun bekas sambungan di seluruh furniture dapat tertutupi. Epoxy ini juga berguna untuk memperbaiki warna dari Cat nanti.
- Tahap kedua, yaitu penyemprotan warna furniture yang dilakukan saat matahari sedang cerah sehingga warna Cat dapat mengering dengan sempurna dan tidak terkelupas.
- Tahap ketiga, yaitu pengamplasan yang dilakukan guna menghaluskan permukaan furniture yang telah di Cat sebelumnya.
- Tahap keempat, yaitu pengecatan ulang untuk lebih mempertegas warna dari furniture.
- Tahap kelima, finishing yaitu pemberian clear yang berguna untuk menjaga warna agar tetap awet meskipun terus terkena panas matahari dan hujan.

Hasil wawancara dengan pemilik dan pengelola Mebel UD. Dian Kreasi (Bapak Idi Sutardi, 55 Tahun) tentang keragaman warna dan kualitas warna furniture:

*“Kami menyediakan berbagai macam warna, tergantung pilihan konsumen maunya di beri warna apa, untuk kualitas warna sudah pasti bagus, karena kami memakai produk Cat yang bermerek dan berkualitas, proses pengecatanpun dilakukan hati-hati dan menyesuaikan*



*cuaca, kalau hujan kami tidak mengecat karena biasanya cat akan agak buram atau berbintik-bintik dan keringnya tidak maksimal karena kelembapan udara. Jadi kami melakukan pengecatan saat matahari panas di siang hari”.*

Hasil wawancara dengan konsumen UD. Dian Kreasi (Ibu Siti Khotimah, S.Ag, 43 Tahun) tentang keragaman jenis dan variasi produk:

*“Biasanya furniture yang saya pesan rata-rata berwarna putih, untuk kualitas barang-barang yang sebelumnya saya beli masih bagus dan cerah warnanya padahal sudah di pakai bertahun-tahun”.*

Hasil wawancara dengan konsumen UD. Dian Kreasi (Bapak Sanib Middin, 41 Tahun) tentang keragaman jenis dan variasi produk:

*“Warna yang diberikan pada furniture yang saya pesan sesuai dengan apa yang saya minta, dan kualitas warnanya juga bagus, cerah dan mengkilat”.*

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa UD.Dian Kreasi dalam bersaing di industry mebel, UD.Dian Kreasi menggunakan strategi diferensiasi warna produk dengan menawarkan berbagai macam warna yang dapat dipilih dan disesuaikan oleh konsumen untuk di berikan pada furniture yang mereka pesan.Untuk kualitas warna, UD. Dian Kreasi memilih Cat dengan merek berkualitas agar hasil yang didapatkan bagus, dan proses pengecatan yang dilakukan bertahap dengan memperhitungkan cuaca agar warna yang dihasilkan bagus dan awet.

Sesuai Michael A Porter dalam Nur Hayati (2013), metodologi pemisahan item adalah untuk mendorong organisasi memiliki pilihan untuk menemukan keunikan mereka sendiri di pasar objektif. Keunikan produk yang canggih memungkinkan perusahaan untuk menarik minat dari pembeli. Sudut pandang yang harus dilihat dalam pemisahan item adalah sudut pandang yang jelas seperti ukuran, bentuk, variasi, luas, sifat bahan mentah, dan daya promosi.

Pernyataan diatas sesuai dengan pendapat Michael A Porter dalam Nur Hayati (2013), yang dimana UD. Dian Kreasi menerapkan strategi diferensiasi produk dengan cara membuat keunikan dari produknya untuk menarik minat konsumen dan loyalitas konsumen guna meningkatkan omset pendapatan baik dari kualitas produknya seperti bahan baku, ketahanan dan kerapiannya, ataupun dari keragaman produk dan keragaman warna serta kualitas warnanya.

### **b. Strategi Biaya RendahUD. Dian Kreasi**

Metodologi pengeluaran minimal menggarisbawahi perakitan item standar dengan biaya rendah di setiap unit yang berfokus pada pembeli yang peka terhadap perubahan biaya. Teknik ini secara eksplisit untuk pelanggan kelas bawah yang tidak memiliki banyak sarana untuk membeli furnitur.

UD.Dian Kreasi menonjolkan sifat barangnya, dengan tujuan agar bahan yang digunakan memiliki kualitas terbaik. Hal ini untuk menjamin bahwa furniture yang dikirim oleh UD. Dian Kreasi bisa diandalkan dalam hal kualitas, baik dari segi komponen yang mentah, kekokohan, maupun variasi.

Untuk membuat suatu barang yang berkualitas tentunya membutuhkan bahan baku yang berkualitas juga dan tentunya bahan yang berkualitas tersebut bisa didapatkan dengan harga yang tidak murahan. Oleh karena itu UD. Dian Kreasi tidak menganut metodologi pengeluaran minimal

Akibat pertemuan dengan pemilik mebel dan pimpinan UD. Dian Kreasi (Bapak Idi Sutardi, 55 tahun) tentang teknik pengeluaran minimal:

*“Kami hanya ingin membuat furniture dengan kualitas yang bagus, sehingga kami tidak menerapkan strategi biaya rendah, kami tidak bisa membuat furniture yang berkualitas apabila menggunakan bahan baku yang murah, dikarenakan bahan baku yang murah tentu saja kualitasnya tidak bagus dan akan berpengaruh pada kualitas hasil furniture nantinya”.*



Mencermati pernyataan di atas, sangat mungkin beralasan bahwa UD. Dian Kreasi tidak menggunakan teknik biaya minimal. Karena membuat barang berkualitas, diperlukan komponen mentah berkualitas dan tentu saja bahan-bahan ini tidak sederhana.

### **c. Strategi Fokus UD. Dian Kreasi**

Strategi fokus adalah strategi perusahaan dalam memilih segmentasi pasar untuk memenuhi permintaan pasar. Perusahaan yang bergerak pada strategi ini biasanya lebih berkonsentrasi pada suatu kelompok pasar tertentu, wilayah geografis tertentu, atau produk tertentu dengan kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen secara baik.

UD. Dian Kreasi menerapkan strategi fokus yang fokus utamanya adalah segmentasi terhadap konsumen dengan kualitas produk sebagai penilaian utamanya, yakni kualitas dan efisiensi produk dan tidak terpengaruh oleh perubahan harga.

Hasil wawancara dengan informan bapak Idi Sutardi (55) selaku pemilik dan pengelolah mebel UD. Dian Kreasi:

*“Kami mengincar konsumen yang menganggap furniture itu tidak hanya bagus saja, tapi tahan lama dan efisien. Kan banyak tuh furniture di toko-toko yang bentuknya bagus, tapi bahannya mudah patah, atau setengah tahun di pakai sudah jelek karena terbuat dari plastic. Jadi fokus utama kami adalah menciptakan produk yang berkualitas dan efisien, baik itu dari bentuknya maupun kegunaannya, kan tidak bagus jika kita beli meja atau lemari hanya bagus disimpan di kamar, pas simpan di ruangan lain tidak bagus dilihat, jadi kami ingin furniture kami ini bagus disimpan di segala ruangan. Yang paling utama kami jaga itu kualitas furniture yang kami buat, kami ingin furniture ini memiliki ketahanan yang lama”.*

Melihat penegasan di atas, cenderung diduga bahwa UD. Divisi pasar Dian Kreasi adalah pembeli yang peka terhadap sifat barang dagangan, sehingga hal utama yang sangat di khawatirkan UD. Dian Kreasi terpisah dari furnitur bagus adalah sifat furnitur dan produktivitasnya. Hal ini sesuai penilaian Michael A. Watchman dalam Nur Hayati (2013).

Sesuai Michael A Porter dalam Nur Hayati (2013), sistem pusat digunakan untuk membangun keunggulan di divisi pasar yang lebih kecil.

#### **1) Omset UD. Dian Kreasi**

Omset adalah keuntungan bersih yang dihasilkan dari bisnis. Seharusnya bersih karena omset sebenarnya harus dikurangkan dari biaya sebelum menjadi manfaat. Sedangkan benefit adalah keuntungan bersih dari bisnis tersebut. Perputaran transaksi adalah jumlah lengkap transaksi produk/administrasi dalam periode tertentu, yang ditentukan berdasarkan jumlah uang tunai yang diperoleh.

Omset di UD. Dian Kreasi diperoleh melalui penawaran furniture yang baru saja diselesaikan oleh UD. Dian Kreasi dan pembeli atau telah diminta oleh keinginan pembeli yang tidak seluruhnya diselesaikan oleh UD. Dian Kreasi dan diselesaikan oleh pembelanja yang bersangkutan, hal tersebut dilakukan untuk terciptanya transaksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan UD. Dian Kreasi memperoleh pendapatan yang diterima dalam bentuk uang dari hasil penjualannya. UD. informasi perputaran. Dian Kreasi harus terlihat pada tabel 4 berikut:



**Tabel 4. Omset Penjualan UD. Dian Kreasi Juli – Desember 2021**

No.	Jenis Produk	Harga (Rp)	Omsep Penjualan Per Bulan					
			Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Meja	200,000 - 6,500,000	1,200,000	12,000,000	6,350,000	8,800,000	31,800,000	8,800,000
2	Kursi	150,000 - 6,500,000	3,850,000	12,350,000	5,600,000	19,400,000	3,800,000	4,000,000
3	Pintu	1,100,000 - 2,500,000		450,000		3,600,000		
4	Lemari	1,800,000 - 8,500,000		3,250,000	2,500,000	3,000,000	2,500,000	
5	Jendela	400,000 - 750,000	32,450,000	10,800,000	19,400,000		17,200,000	18,300,000
6	Tempat Tidur	1,500,000 - 5,000,000	17,200,000	9,400,000	6,400,000		8,350,000	15,660,000
7	Kusen	200,000 - 800,000	4,500,000	12,000,000	13,650,000		9,450,000	24,500,000
8	Kitchenset	10,000,000 - 40,000,000						33,000,000
Total Pendapatan			59,200,000	60,250,000	53,900,000	34,800,000	73,100,000	104,260,000
Trend Perkembangan (%)				1.77%	-10.53%	-35.43%	110.05%	42.62%

*Sumber: Data Primersetelah diolah(Lampiran 3)*

Sehubungan dengan informasi omset transaksi dari UD. Dian Kreasi pada tahun 2021 sangat terlihat bahwa peningkatan dari bulan ke bulan berubah, pembayaran absolut pada bulan Juli adalah Rp. 59.200.000 kemudian pada bulan berikutnya, tepatnya Agustus, naik 1,77% atau sekitar Rp. 1.050.000. Kemudian, pada saat itu, pada bulan berikutnya yaitu September turun sebesar - 10,53% atau sekitar Rp. 6.350.000 dan terus berkurang sama sekali pada bulan berikutnya, khususnya bulan Oktober sebesar - 35,43% atau sekitar Rp. 19.100.000, kemudian, pada saat itu, pada bulan November mengalami peningkatan yang sangat besar yaitu 110,05% atau sekitar Rp.38.300.000 dan terus meningkat selama sisa tahun 2021 pada bulan Desember sebesar 42,62% atau sekitar Rp. 31.160.000. Mengingat informasi omset transaksi UD.Dian Kreasi, sangat mungkin beralasan bahwa omset transaksi UD.Dian Kreasi terombang-ambing namun secara umum akan mengalami peningkatan kritis.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dalam melakukan persaingan UD.Dian Kreasi menetapkan strategi diferensiasi produk yang dilakukan dengan memperhatikan dan menjaga kualitas furniture buatan UD.Dian Kreasi baik dari kualitas bahannya, ketahanan dan kerapian furniturnya.UD. Dian Kreasi hanya menggunakan bahan baku kayu yang berkualitas agar hasil furniture yang dibuat akan berkualitas. UD.Dian Kreasi tidak menerapkan strategi biaya rendah, dikarenakan UD. Dian kreasi ingin selalu menjaga kualitas produknya, sehingga untuk menjaga kualitas produk tersebut diperlukan bahan baku produksi yang berkualitas juga.

UD.Dian Kreasi menerapkan strategi fokus, dengan memfokuskan penjualan pada segmentasi dengan konsumen yang menjadikan kualitas produk sebagai pertimbangan melakukan pembelian tanpa mempedulikan perubahan harga yang terjadi kualitas yang terdiri dari kualitas bahan baku, daya tahan, kekuatan dan kerapian furniture yang menjadi nilai utamanya.Dari strategi yang dilakukan UD. Dian Kreasi, omset penjualan UD. Dian Kreasi selalu mengalami fluktuasi namun cenderung meningkat.



## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurahman, N.H. 2015. *Dewan Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Perpustakaan Khusus.
- Alma, Bukari. 2016. *Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Azizurrohman, Muhammad. 2018. “Pengaruh Persaingan Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Sepatu Di Desa Bojong Cikupan-Tangerang”. *Diary* Diakses Pada 2 November 2021.
- Almaidah, Puji. 2020. *Strategi Mempertahankan Eksistensi Usaha Bandeng Presto Sari Rasa Pak Kumis (Studi Kasus Usaha Bandeng Presto Sari Pak Kumis di Kudus)*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- Amirullah. 2015. *Manajemen Vital*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Andreas, Budiharjo. 2011. *Brilian Manajemen Bisnis Indonesia*. Jakarta: Presetya Mulia.
- April. 2018. *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Kompetitif*. Makassar: Celebes Media Prekasa.
- Ardiansyah, Moh. 2020. *Analisis Sistem Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas (Studi Kasus PT. Bumi Sarana Utama)*. Makassar: Program Magister Manajemen Universitas Hasanuddin.
- Ardiansyah, R. dan Sugiharti, S. 2012. *Investigasi Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Puspa Agro Robby*. Divisi Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pers Rajawali.
- Budianto, April. 2015. *Manajemen Periklanan*. Yogyakarta: Penerbit Gelombang.
- David, Fred R. 2011. *Manajemen Kunci: Strategi Manajemen Konseptual Edisi Dua Belas*. Jakarta: Salemba Empat.
- Draft, Richard L. 2010. *Era Baru Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Diyanti, Yulihar. 2018. “Analisis SWOT Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Tahu di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan”. *Diary* Diakses Pada 6 Oktober 2021.
- Erliningtias.2020. *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Bersaing Dalam Bisnis Della Laundry*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- Fauzi, Yunita I. 2013. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Kencana Pena Media.
- Fernando, Richard. 2020. *Investigasi Strategi Keunggulan Kompetitif yang Diterapkan PT. Keuangan Internasional Pemerintah Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di PT Federal Internasional Finance Metro City)*. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Raden Intan, Lampung.
- Fadila, Feni dan Yuniarti, Yuyun. 2021. “Pengaruh Kinerja Bisnis Terhadap Keunggulan Kompetitif Pada UKM Sepatu Spoccat Cibaduyut Kota Bandung”. *Diary* Diakses Pada 19 April 2022.
- Fitriadi, Barkah., Soekarno dan Sunarti. 2013. “Cutthroat Strategy: Kajian Formulasi Strategi Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif (Studi Pada PT. Ongkowidjojo, Malang)”. *Diary* Diakses Pada 07 Oktober 2021.



- Ganitri, Putu T., I Wayan Suwendra, dan Ni Nyoman Tulianthi. 2014. "Pengaruh Modal Sendiri, Modal Pinjaman, dan Volume Usaha Terhadap Selisih Hasil Usaha (SHU) Pada Koperasi Simpan Pinjam". Diary Diakses Pada 2 November 2021.
- Gautama, Budi Siregar. 2017. "Strategi Serius Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Padangsidempuan Syariah". Buku Harian Diakses Pada 19 April 2022
- Hanantijo, Djoko MM. 2013. "Kartel: Persaingan Tidak Sehat". Diary Diakses Pada 2 November 2021.
- Hayati, Nur. 2013. "Daya Saing (Competitiveness) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Studi tentang Kapabilitas Pemimpin Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran dan Dampaknya Terhadap Kinerja dan Daya Saing)" Diary Diakses pada 19 April 2022
- Henri, Reynaldo W., Frederik G.W., dan Djuwati Soepeno. 2017. "Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Billy Jamrat Coffee House Manado. Diary Diakses Pada 2 November 2021.
- Hurriyati, Ratih. 2015. Mempromosikan Bauran Dan Loyalitas Konsumen. Bandung: ALFABETA.
- Husna, Lailatul. 2021. Strategi Pemasaran Usaha Peternakan Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Akibat Pandemi Covid-19 (Studi Deskriptif Kualitatif Peternakan Itik Petelur di Desa Mojosari Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang). Cabang Manajemen, Sekolah Ekonomi Widya Gama Lumajang. Jumat. 2011. Studi Kelayakan Usaha. Jakarta: PT. Sastra Bumi.
- Juliansyah, Eris. 2017. "Strategi Pengembangan Sumber Daya Organisasi Dalam Peningkatan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi". Diary Diakses Pada 20 April 2022.
- Krissindiausti, Monica dan Ni Ketut Rasmini. 2016. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Opini Audit Going Concern". Diary Diakses Pada 2 November 2021.
- Lesmana, Rosa. 2019. "Investigasi Strategi Kompetitif PT. Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang Untuk Meningkatkan Penjualan". Diary Diakses Pada 6 Oktober 2021.
- Kartini, Kartono. 2010. Metodologi Penelitian Subyektif. Jakarta: Salemba Humanika.
- kasmir. 2014. Bisnis. Jakarta: Pers Rajawali.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Periklanan. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. Standar Pemasaran. New Jersey: Pearson Prentence Hall.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2011. Administrasi Manajemen Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.
- Moelong, Lexy J. 2016. Metodologi Penelitian Subyektif Edisi Revisi. Bandung: PT. Pemuda Rosdakarya.
- Manalu, Effrida, Fricles A.R., dan Mamed Rofendy M. 2017. "Penerapan Algoritma Naïve Bayes Untuk Memprediksi Jumlah Produksi Barang Berdasarkan Data Persediaan dan Jumlah Pesanan Pada CV. Father and Mama Pastries". Diary Diakses Pada 2 November 2021.
- Marendra, I.C. 2018. "Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret)". Diary Diakses Pada 2 November 2021.



- Marjino, Ricky., Sylvi Pricillia S., Adriana Aprilia, dan Marcus Remasa. 2015. "Pengujian Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Kakk Ayam Geprek!!!". Diterima hingga 2 November 2021.
- Mariam, Siti dan Abdul Haeram Ramli. 2019. "Lingkungan Usaha, Kemampuan Unik dan Strategi Bersaing Perusahaan Distributor Ayam di Provinsi DKI Jakarta". Diary Diakses Pada 6 Oktober 2021.
- Nuvriari, Audita. 2015. "Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja UKM". Diary Diakses Pada 07 Oktober 2021.
- Niar, Ayu Windari. 2021. Upaya Meningkatkan Omset Penjualan di Era Pandemi Covid-19 Berbasis Media Online. Cabang Manajemen, Sekolah Ekonomi Widya Gama Lumajang.
- Ni'man, Isna U. 2010. Investigasi Manajemen Strategis dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kelangsungan Usaha Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Dharma Boyolali. Surakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nurfiadli. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Sahabat di Kabupaten Sambas. Pontianak: Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah.
- Nurjannah, Eka. 2019. Kajian Strategi Promosi Persaingan Usaha Pengrajin Batik di Kabupaten Muara Sabak Timur. Jambi: Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.
- Malaka, Mashur. 2014. "Praktek Infrastruktur Menahan dan Persaingan Usaha". Diary Diakses Pada 2 November 2021.
- Purwo, Budi Nugroho. 2017. Strategi Cutthroat untuk Agrowisata Bhumi Merapi Yogyakarta. Jurusan eksekutif. Universitas Widya Wiwaha, Yogyakarta.
- Pitoy, Claudia V., Altje Tumble dan Maria Tielung. 2016. "Pemeriksaan Strategi Bersaing dalam Persaingan Bisnis Solusi Dokumen (Studi Kasus di PT. ASTRAGAPHIA, Tbk Manado). Diary Diakses Pada 9 Oktober 2021.
- Putriani, Dian. 2017." Analisis SWOT sebagai alasan untuk membentuk teknik kejam untuk AJB Bumiputera 1912 KPR Produk Asuransi Jiwa Perorangan Pekanbaru. Diary Diakses Pada 6 Oktober 2021.
- Rabbani, Zulfa, 2018. Peningkatan Susu Milki dengan Pendekatan Strategi Generik. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia dasar.
- Rahma, Annisa N. terlebih lagi, Ari Pradhanawati. 2018. "Strategi Cutthroat Produk UKM Lumpia Menggunakan Porter's Five Forces dan Analisis SWOT (Kasus Pada UKM Lumpia Kings Semarang)". Diary Diakses Pada 9 Oktober 2021.
- Riswandi, Akbar., Hariffudin Thahir, dan Ira Nuriya Santi. 2016. "Pemeriksaan Strategi Bersaing Restoran (Studi Pada Restoran Kampus Darisa Café). Diary Diakses Pada 07 Oktober 2021.
- Rusniati dan Ashanul Haq. 2014. "Perencanaan Vital dalam Perspektif Organisasi. Diary Diakses Pada 6 Oktober 2021.



- Saul, Ellen Y. 2015. "Cutthroat Strategy and Survival Strategy pada Industri Mikro dan Kecil Bakpia Phatok di Kecamatan Ngampilan, Yogyakarta Tahun 2015". Diary Diakses Pada 9 Oktober 2021.
- Suhono, Aditya., Sri Wahyuni dan Joko Widodo. 2020. "Pengujian Strategi Bersaing Industri Kerajinan Marmer di Kabupaten Tulungagung". Diary Diakses Pada 09 Oktober 2021.
- Saputra, Fauzi N. 2018. Pemeriksaan Strategi Bersaing di CV. Virgo Furniture Di Sukoharjo, Solo. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Shinta, Agustina. 2011. Mempromosikan Manajemen. Malang: UB Press.
- Soejipto, N. 2020. Kekuatan UKM Jatim Lewati Pandemi Covid-19. Yogyakarta: K-Media.
- Stanston, W.J. 2013. Mempromosikan Prinsip. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregory Chandra. 2016. Administrasi, Kualitas dan Kepuasan. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni, Sri. 2013. "Hipotesis Konsumsi dan Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam". Diary Diakses Pada 2 November 2021.