

Formulasi Strategi Peningkatan Penjualan Pada Toko Sabun Dan Cairan Pembersih Clean Fresh Jakarta

Dian Ambar Wasesha

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Nusa Mandiri

dian.dbw@nusamandiri.ac.id

Received: November 10, 2023. **Revised:** December 26, 2023. **Accepted:** January 20, 2024. **Issue Period:** Vol.8 No.1 (2024), Pp.48-56

Abstrak: Pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia sejak tahun 2020 telah mengubah panorama bisnis secara signifikan, terutama dalam sektor produk kebersihan seperti sabun dan cairan pembersih. Keberlanjutan usaha kecil seperti Clean Fresh di Jakarta Timur menjadi kritis dalam menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat di industri ini. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi peningkatan penjualan bagi toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi Clean Fresh. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Clean Fresh memiliki kekuatan internal yang signifikan dan mampu mengantisipasi ancaman di sektor bisnis yang sama. Melalui pendekatan diagram cartesius empat kuadran, posisi Clean Fresh dikategorikan dalam kuadran satu, menandakan posisi yang sangat menguntungkan. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah kebijakan pertumbuhan progresif. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa Clean Fresh dapat memanfaatkan kekuatannya untuk merancang strategi yang efektif dalam meningkatkan keunggulan kompetitif, mengeksplorasi peluang pasar, dan mengelola risiko yang muncul dalam industri yang terus berkembang ini.

Kata kunci: Sabun dan cairan pembersih, Analisis SWOT, Kekuatan internal, Keunggulan kompetitif

Abstract: The COVID-19 pandemic, which struck Indonesia in 2020, has significantly transformed the business landscape, particularly in the hygiene product sector, such as soap and cleaning liquids. The sustainability of small businesses like Clean Fresh in East Jakarta becomes critical in facing the escalating challenges of competition in this industry. This research aims to formulate sales enhancement strategies for Clean Fresh, a soap and cleaning liquid store, utilizing the SWOT analysis approach. SWOT analysis is employed to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats affecting Clean Fresh. The results of the SWOT analysis indicate that Clean Fresh possesses significant internal strengths and is capable of anticipating threats within the same business sector. Using the Cartesian diagram approach with four quadrants, Clean Fresh's position is categorized in quadrant one, signifying a highly advantageous position. Therefore, the recommended strategy is a progressive growth policy. The implication of these findings is that Clean Fresh can leverage its internal strengths to design effective strategies for enhancing competitiveness, exploiting market opportunities, and managing emerging risks in this continually evolving industry.



DOI: 10.52362/jisamar.v8i1.1349

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Keywords: Soap and cleaning liquids, SWOT analysis, Internal strengths, Competitive advantage

I. PENDAHULUAN

Pandemi (COVID-19) telah menyebar dengan cepat di Indonesia sejak tahun 2020. Sejak itu, protokol kesehatan juga semakin ketat. Kebersihan dan kesehatan menjadi perhatian utama masyarakat saat ini. Salah satu produk yang berperan penting dalam menjaga kebersihan adalah sabun dan cairan pembersih. Produk-produk ini tidak hanya digunakan dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga merupakan kebutuhan dasar untuk mencegah penyebaran penyakit dan menjaga kesehatan.

Dengan meningkatnya kesadaran akan kebersihan, penjual sabun dan cairan pembersih memainkan peran penting dalam menyediakan produk-produk ini kepada konsumen. Clean Fresh adalah salah satu usaha kecil yang berada di Jakarta Timur. Bisnis usahanya adalah penjualan produk pembersih seperti cairan pembersih piring, lantai, baju dan lain sebagainya. Namun seiring pertumbuhan industri, Clean Fresh juga menghadapi tantangan dan peluang. Masalah bagi Clean Fresh, toko yang khusus menjual sabun dan cairan pembersih, adalah persaingan dengan perusahaan lain di industri yang sama semakin ketat. Hal ini dapat mengancam pangsa pasar dan profitabilitas Clean Fresh. Persaingan dalam perekonomian menjadi semakin ketat, dan para pengusaha terus-menerus dituntut untuk merancang strategi untuk membantu usaha mereka bertahan dan berkembang dalam situasi ini. Oleh karena itu, analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) merupakan pendekatan yang cocok untuk memahami situasi pasar dan mengidentifikasi strategi yang sesuai.

Dengan melakukan analisis SWOT, kita dapat mengidentifikasi kekuatan Clean Fresh. Kekuatan-kekuatan tersebut menjadi modal inti untuk menghadapi ancaman yang masuk dan dapat dimanfaatkan untuk meraih peluang yang ada. Namun kelemahan juga harus diidentifikasi agar dapat diminimalkan atau dihilangkan.

Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor ini, pelaku usaha sabun dan cairan pembersih dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka, mengatasi keterbatasan, mengeksploitasi peluang pasar, dan mengantisipasi serta mengelola risiko dari ancaman pasar. Analisis SWOT dapat memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis dan inovasi dalam industri yang terus berkembang ini.

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Endang Supriyadi, Maya Sofiana, Redjeki Agoestyowati, Fika Aryani dan Juardi yang berjudul “Efektifitas Implementasi Teknologi Fingerprint Terhadap Otomatisasi Absensi Pengajar Di Sekolah Menengah Atas Dengan Menggunakan Analisis SWOT”. Dalam penelitian ini dibahas tentang bagaimana strategi yang dapat diterapkan agar penggunaan teknologi fingerprint menjadi efektif, bagaimana kedisiplinan pengajar dalam hal absensi kehadiran dan mencari tau apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan kedisiplinan pengajar di SMK Negeri 1 Jakarta. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil yang didapatkan adalah 48,5% menyatakan setuju dan 45,5% sangat setuju bahwa teknologi fingerprint mampu meningkatkan efektivitas dan kedisiplinan para pengajar. Selain itu dapat disimpulkan dengan menggunakan fingerprint, mengerjakan pekerjaan menjadi lebih tepat waktu dan dapat meminimalisir kecurangan pada daftar hadir pengajar. Salah satu faktor pendukung yang berhasil diidentifikasi yaitu pengelolaan data lebih mudah dan lebih cepat dari sistem absensi biometrik, sedangkan faktor penghambatnya yaitu membutuhkan perawatan mesin yang rutin dan beberapa kali mengalami kegagalan dan pembacaan sidik jari [1].

II. METODE DAN MATERI

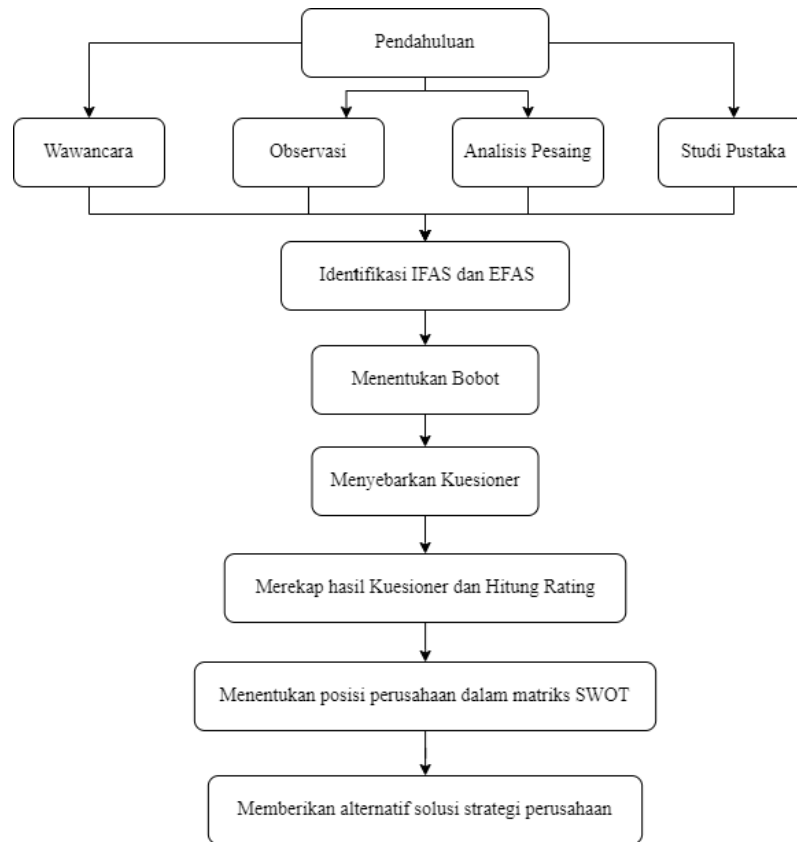
2.1 Tahap Penelitian

Tahap penelitian yang dilakukan adalah :



DOI: 10.52362/jisamar.v8i1.1349

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Gambar 1. Tahap Penelitian

1. Pendahuluan

- Wawancara: Wawancara dilakukan kepada pemilik dari toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh. Pelanggan dan pesaing juga diwawancarai untuk memahami peluang dan ancaman eksternal. Wawancara dilakukan dengan cara yang tidak terstruktur, yaitu tanpa menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis.
 - Observasi : Observasi dilakukan langsung pada toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh untuk mengamati proses kerja, perilaku pelanggan dan gejala-gejala yang tampak pada subyek penelitian. Observasi bertujuan untuk mengamati dan mendokumentasikan situasi terkini didalam dan diluar toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh.
 - Analisis Pesaing: Mengumpulkan informasi tentang pesaing dalam kategori bisnis yang sama melalui penelitian kepustakaan dan wawancara dengan karyawan pesaing dapat membantu mengidentifikasi peluang dan ancaman di pasar.
 - Studi pustaka : Meneliti penelitian-penelitian sejenis yang berkaitan dengan analisis SWOT melalui berbagai jurnal, literatur, disertasi dan literatur lain yang mendukung penelitian ini.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan juga faktor eksternal seperti peluang dan ancaman yang relevan untuk toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh.
 3. Beri bobot masing-masing faktor baik internal atau eksternal dan pembobotan masing-masing faktor harus sama dengan 1. Bobot ini mencerminkan tingkat signifikansi atau relevansi masing-masing faktor dalam konteks usaha. Bobot dapat ditentukan berdasarkan penilaian subjektif atau dengan melibatkan panel ahli.
 4. Menyebarkan kuesioner kepada beberapa responden seperti pemilik usaha, karyawan internal dan pelanggan.



5. Perhitungan rating didapat dari penilaian responden terhadap setiap faktor dijumlahkan menurut kolomnya, kemudian dibagi dengan jumlah responden. Jika hasil bagi terdiri dari pecahan desimal, maka lakukan penyederhanaan bilangan dengan melakukan pembulatan bilangan.
6. Setelah dilakukan perhitungan dengan mengalikan bobot dan rating akan didapatkan skor, skor ini kemudian dijumlahkan hingga didapat total skor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kemudian total skor kekuatan dikurangi dengan total skor kelemahan akan mendapatkan titik pada sumbu x, sedangkan total skor peluang dikurangi dengan total skor ancaman akan mendapatkan titik pada sumbu y. Gambarkan titik (x,y) tersebut dalam diagram cartesius untuk mengetahui posisi perusahaan.
7. Peneliti akan memberikan alternatif solusi strategi yang dapat diterapkan pada toko sabun dan bahan pembersih Clean Fresh sesuai dengan posisi perusahaan saat ini.

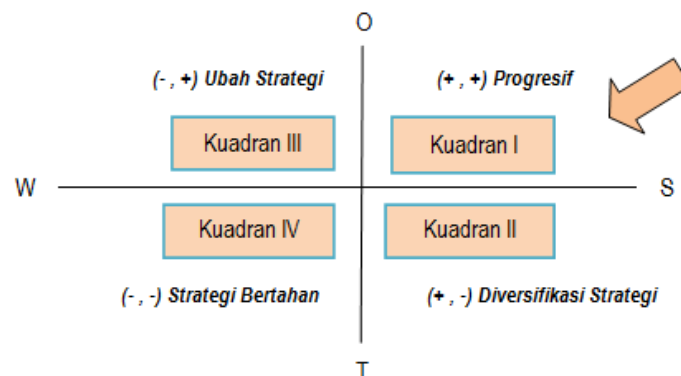
2.2 Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode untuk menggambarkan suatu situasi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek, atau konsep bisnis berdasarkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) [2]. Alat analisis SWOT berfokus pada empat aspek utama suatu bisnis. Keempat dimensi tersebut adalah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman [3]. Manfaat analisis SWOT adalah dapat memberikan petunjuk dan rekomendasi untuk meningkatkan keuntungan berdasarkan peluang yang ada, mengurangi kekurangan, dan menghindari ancaman dengan tetap mempertahankan kekuatan. Selain itu, analisis SWOT dapat menjadi alat yang sangat ampuh untuk melakukan analisis strategis, memungkinkan untuk menemukan langkah yang tepat dan optimal pada situasi yang ada. [4].

Analisis SWOT yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Setelah semua faktor diidentifikasi, faktor-faktor tersebut diberi bobot dan dibuat kuesioner yang didistribusikan ke beberapa responden. Survei ini menggunakan skala Likert 1 sampai 4. Angka 1 mewakili tingkat signifikansi terendah dan 4 mewakili tingkat signifikansi tertinggi. Penilaian setiap elemen kemudian ditentukan dari kuesioner. Perkalian rating dengan bobot akan mendapatkan skor. Dari total skor tiap faktor diperhitungkan lagi untuk mendapatkan posisi perusahaan dalam diagram cartesius analisis SWOT 4 kuadran.

Berikut adalah langkah-langkah analisis SWOT dengan pendekatan kuantitatif [2]:

1. Pemberian bobot pada faktor internal dan eksternal. Masing-masing faktor didasarkan pada tingkat pengaruhnya terhadap kinerja usaha, diukur dari kontribusi yang diberikan dan tingkat upaya yang dilakukan.
2. Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
3. Tentukan rating untuk masing-masing faktor.
4. Hitung total skor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari setiap faktor.
5. Tentukan koordinat analisis internal dan eksternal dan selanjutnya dimasukkan dalam diagram cartesius analisis SWOT 4 kuadran.
6. Mengevaluasi posisi perusahaan berada pada kuadran apa?
7. Merancang strategi untuk peningkatan dan perbaikan.



Gambar 2. Diagram Cartesius Empat Kuadran Analisis SWOT

Sumber : [5]



DOI: 10.52362/jisamar.v8i1.1349

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Matriks SWOT biasanya menggambarkan faktor-faktor ini dalam bentuk tabel atau matriks dengan empat kuadran [6], yaitu:

- Kuadran 1 : Situasi yang menguntungkan ada di kuadran ini. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam situasi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan progresif.
- Kuadran 2 : Meski menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini tetap memiliki kekuatan internal. Strategi yang perlu diterapkan adalah memanfaatkan kekuatan dan menangkap peluang jangka panjang melalui diversifikasi.
- Kuadran 3 : Meskipun strategi ini menawarkan peluang besar, strategi ini juga menghadapi beberapa kendala internal. Strategi ini untuk meminimalisir permasalahan internal dan memanfaatkan peluang pasar yang lebih baik.
- Kuadran 4 : Perusahaan berada dalam situasi yang sangat tidak menguntungkan karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

III. PEMBAHASA DAN HASIL

3.1. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Setelah dilakukan pengumpulan data pada toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh maka didapatkan faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja dari perusahaan ini. Berikut adalah detail dari faktor-faktor tersebut:

Kekuatan

- Memiliki banyak varian aroma yang khas.
- Aroma wangi mampu bertahan lebih lama.
- Harga terjangkau dibandingkan dengan brand terkemuka.
- Ketersediaan berbagai macam produk berkualitas tinggi.
- Toko terletak di area dengan lalu lintas tinggi atau dekat dengan pusat perbelanjaan, meningkatkan aksesibilitas dan daya tarik pelanggan.
- Memiliki pelanggan usaha - usaha laundry.
- Hubungan baik dengan pemasok untuk memastikan pasokan yang stabil.

Kelemahan

- Tergantung pada pasokan dari satu atau dua pemasok utama.
- Brand produk kurang dikenal luas.
- Penjualan masih terhambat dikarenakan brand terkemuka yang lebih mendapat awareness dari masyarakat umum.
- Kurangnya inovasi dalam strategi pemasaran dan promosi menghambat daya tarik toko terhadap pelanggan baru.

Peluang

- Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan kesehatan.
- Potensi untuk memperluas jangkauan produk dengan menambahkan produk-produk inovatif.
- Peningkatan penjualan melalui pemasaran digital dan kerjasama dengan platform e-commerce.
- Menjalinkan kemitraan dengan pemasok lokal dapat memastikan pasokan yang stabil dan mendukung ekonomi lokal.

Ancaman

- Persaingan dengan toko serupa di sekitar area dapat menekan harga dan menyulitkan mendapatkan pangsa pasar.
- Fluktuasi harga bahan baku yang dapat mempengaruhi harga jual.
- Perubahan regulasi terkait bahan kimia dalam produk kebersihan.

3.2. Perhitungan IFAS

Ada lima tahapan penyusunan matriks IFAS [7], yaitu:

1. Tentukan faktor - faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
2. Beri bobot masing - masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.



DOI: 10.52362/jisamar.v8i1.1349

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

3. Menghitung rating untuk masing - masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4(respon sangat setuju), 3 (respon setuju), 2 (respon tidak setuju), 1 (respon sangat tidak setuju), rating ini berdasarkan pada efektifitas strategi perusahaan. Perhitungan rating didapat dari penilaian responden terhadap setiap faktor dijumlahkan menurut kolomnya, kemudian dibagi dengan jumlah responden. Jika hasil bagi terdiri dari pecahan desimal, maka lakukan penyederhanaan bilangan dengan melakukan pembulatan bilangan.
4. Kalikan masing - masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan skor.
5. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan nilai total skor kekuatan dan kelemahan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan berinteraksi terhadap faktor-faktor strategis internal. Total skor rata-rata berkisar antara terendah 1,0 dan tertinggi 4,0. Jika total skor dibawah 2,5 menandakan secara internal perusahaan lemah sedangkan jika diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat dan dapat lebih siap untuk bersaing di pasar.

Dari hasil analisis pada tabel 1 skor IFAS keseluruhan adalah 3,75 artinya toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh ini memiliki posisi internal yang kuat.

Tabel 1. Perhitungan IFAS

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strenght)				
1	Memiliki banyak varian aroma yang khas.	0,08	4	0,32
2	Aroma wangi mampu bertahan lebih lama.	0,12	4	0,48
3	Harga terjangkau dibandingkan dengan brand terkemuka.	0,15	4	0,6
4	Ketersediaan berbagai macam produk berkualitas tinggi.	0,06	3	0,18
5	Toko terletak di area dengan lalu lintas tinggi atau dekat dengan pusat perbelanjaan, meningkatkan aksesibilitas dan daya tarik pelanggan.	0,13	4	0,52
6	Memiliki pelanggan usaha - usaha laundry.	0,1	4	0,4
7	Hubungan baik dengan pemasok untuk memastikan pasokan yang stabil.	0,05	3	0,15
Subtotal		0,69		2,65
Kelemahan (Weekness)				
1	Tergantung pada pasokan dari satu atau dua pemasok utama.	0,06	3	0,18
2	Brand produk kurang dikenal luas.	0,1	4	0,4
3	Penjualan masih terhambat dikarenakan brand terkemuka yang lebih mendapat awarness dari masyarakat umum.	0,08	3	0,24
4	Kurangnya inovasi dalam strategi pemasaran dan promosi menghambat daya tarik toko terhadap pelanggan baru.	0,07	4	0,28
Subtotal		0,31		1,1
Total		1		3,75

3.3. Perhitungan EFAS

Ada lima tahapan penyusunan matriks EFAS, [7] yaitu:

1. Tentukan faktor - faktor yang menjadi peluang dan ancaman.



DOI: 10.52362/jisamar.v8i1.1349

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

2. Beri bobot masing - masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. Menghitung rating untuk masing - masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4(respon sangat setuju), 3 (respon setuju), 2 (respon tidak setuju), 1 (respon sangat tidak setuju), rating ini berdasarkan pada efektifitas strategi perusahaan. Perhitungan rating didapat dari penilaian responden terhadap setiap faktor dijumlahkan menurut kolomnya, kemudian dibagi dengan jumlah responden. Jika hasil bagi terdiri dari pecahan desimal, maka lakukan penyederhanaan bilangan dengan melakukan pembulatan bilangan.
4. Kalikan masing - masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan skor.
5. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan nilai total skor peluang dan ancaman. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan berinteraksi terhadap faktor-faktor strategis eksternal. Nilai tertinggi total skor adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Jika total skor mendekati 4,0 artinya perusahaan mampu merespon peluang yang ada dan menghindari ancaman dipasar industrinya. Namun jika total skor mendekati 1,0 menunjukkan perusahaan tidak dapat memanfaatkan peluang juga tidak menghindari ancaman yang ada.

Dari hasil analisis pada tabel 2 skor EFAS keseluruhan yang terdiri dari peluang dan ancaman adalah 3,66. Artinya, toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh ini dapat merespons dan beradaptasi terhadap peluang yang ada dengan sangat baik dan menghindari ancaman terhadap bisnisnya.

Tabel 2. Perhitungan EFAS

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunity)				
1	Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan kesehatan.	0,13	4	0,52
2	Potensi untuk memperluas jangkauan produk dengan menambahkan produk-produk inovatif.	0,15	4	0,6
3	Peningkatan penjualan melalui pemasaran digital dan kerjasama dengan platform e-commerce.	0,19	4	0,76
4	Menjalin kemitraan dengan pemasok lokal dapat memastikan pasokan yang stabil dan mendukung ekonomi lokal.	0,09	3	0,27
Subtotal		0,56		2,15
Ancaman (Thread)				
1	Persaingan dengan toko serupa di sekitar area dapat menekan harga dan menyulitkan mendapatkan pangsa pasar.	0,19	4	0,76
2	Fluktuasi harga bahan baku yang dapat mempengaruhi harga jual.	0,14	3	0,42
3	Perubahan regulasi terkait bahan kimia dalam produk kebersihan.	0,11	3	0,33
Subtotal		0,44		1,51
Total		1		3,66

3.4. Diagram Kartesius Analisis SWOT

Selanjutnya nilai total skor masing - masing dapat dirinci sebagai berikut kekuatan 2,65, kelemahan 1,1, peluang 2,15, dan ancaman 1,51. Kemudian untuk menentukan posisi perusahaan dalam diagram kartesius analisis SWOT dengan cara :

- Koordinat analisis internal (x) yaitu dengan mengurangi total skor kekuatan dengan total skor kelemahan.
Koordinat analisis internal (x) = Total skor kekuatan - Total skor kelemahan



Koordinat analisis internal (x) = 2,65 - 1,1

Koordinat analisis internal (x) = 1,55

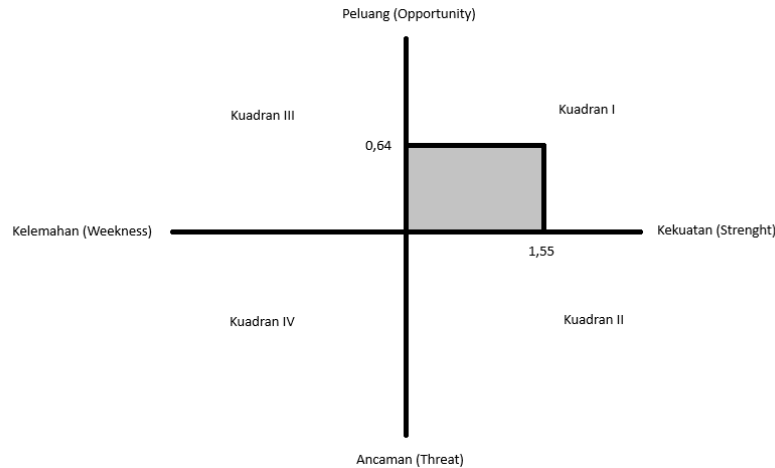
- Koordinat analisis eksternal (y) yaitu dengan mengurangi total skor peluang dengan total skor ancaman.

Koordinat analisis eksternal (y) = Total skor peluang - Total skor ancaman

Koordinat analisis eksternal (y) = 2,15 - 1,51

Koordinat analisis eksternal (y) = 0,64

Jika titik (x,y) ini digambarkan pada diagram cartesius maka posisi perusahaan ada pada kuadran I dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Posisi Perusahaan Dalam Diagram Cartesius

3.5. Rumusan Strategi

Pada gambar 3 terlihat posisi perusahaan ada pada kuadran 1, dimana posisi ini merupakan situasi yang menguntungkan untuk toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh. Toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh mempunyai banyak kekuatan untuk menangkap peluang yang ada, maka strategi yang harus diterapkan yaitu kebijakan pertumbuhan progresif. Alternatif strategi yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut:

- Menarik minat pelanggan baru baik kepada orang pribadi atau jasa usaha laundry dengan memberikan produk tester.
- Memberikan promosi atau diskon khusus dengan ketentuan minimal pembelian.
- Mengenalkan informasi produk - produk melalui sosial media.
- Memperluas penjualan melalui platform e-commerce.
- Tetap menjalin hubungan baik dengan pemasok.
- Membuka cabang baru di lokasi strategis lainnya.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang dilakukan, toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh ini memiliki posisi internal yang kuat dan mampu merespon setiap peluang yang ada, juga dapat menghindari ancaman pada bidang bisnis serupa. Dari diagram cartesius teridentifikasi bahwa posisi toko sabun dan cairan pembersih Clean Fresh ini berada pada kuadran satu dimana posisi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, maka strategi yang dapat diterapkan yaitu kebijakan pertumbuhan progresif.

REFERENSI

- [1] E. Supriyadi, M. Sofiana, R. Agoestyowati, and F. Aryani, "Efektifitas Implementasi Teknologi Fingerprint Terhadap Otomatisasi Absensi Pengajar Di Sekolah Menengah Atas Dengan Menggunakan Analisis SWOT," *J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res.*, vol. 7, no. 3, pp. 503–509, 2023, doi: 10.52362/jisamar.v7i3.1117.



DOI: 10.52362/jisamar.v8i1.1349

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- [2] A. F. Bahri, Yuliana, E. Putra, A. H. A. A. Lubis, and N. S. B. Ginting, *Manajemen Mutu Terpadu Dalam Pendidikan*. Sumatera Utara: UMSU Press, 2023.
- [3] D. A. Prasetya, *Teknik Analisis SWOT: Panduan Praktis Mengubah Tantangan Menjadi Peluang Untuk Strategi Bisnis Anda*. Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2023.
- [4] F. N. D. Fatimah, *Teknik Analisis SWOT*, 1st ed. Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016.
- [5] M. Muali, "Strategi Pengelolaan Hutan Mangrove Di Desa Mojo Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang Jawa Tengah," *J. Mat. Sains dan Teknol.*, vol. 21, no. 1, pp. 35–47, 2020, doi: 10.33830/jmst.v21i1.778.2020.
- [6] E. Y. Suryandari, "Peluang Usaha Ekowisata Cagar Alam/Taman Wisata Alam Kawah Ijen Di Kawasan Taman Nasional Alas Purwo," *J. Anal. Kebijakan. Kehutan.*, vol. 2, no. 1, pp. 13–26, 2005, doi: 10.20886/jakk.2005.2.1.13-26.
- [7] Dahmiri, *Pengembangan Industri Kecil Menengah Kerajinan (Pendekatan Internet Marketing)*. Indramayu: Penerbit Adab, 2023.



DOI: 10.52362/jisamar.v8i1.1349

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).