

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran industri tekstil dan pakaian jadi dalam mendukung perekonomian nasional melalui kontribusi terhadap PDB dan lapangan pekerjaan. Meskipun industri ini mengalami pertumbuhan, tantangan seperti ketidakstabilan ekonomi global, tren *fast fashion*, tekanan biaya produksi, serta persaingan ketat dengan produk impor. Fenomena menarik lainnya adalah lonjakan jumlah UMKM di sektor pakaian yang memperketat persaingan di pasar. Schouten.id, sebuah UMKM yang berfokus pada pakaian pria, menghadapi stagnasi pertumbuhan penjualan dan persaingan yang semakin meningkat. Oleh karena itu, diperlukan strategi bisnis yang tepat untuk mendukung pengembangan perusahaan.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, Schouten.id menghadapi berbagai tantangan internal dan eksternal yang menghambat pertumbuhan bisnisnya. Setelah pandemi COVID-19, Schouten.id mulai pulih, tetapi pada tahun 2024, perusahaan mengalami penurunan omset dan peningkatan persaingan yang signifikan di pasar. Oleh karena itu, untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi ancaman yang dihadapi, Schouten.id memerlukan strategi bisnis yang tepat. Strategi ini dapat dirumuskan dengan menganalisis faktor lingkungan eksternal dan internal, sehingga menghasilkan beberapa alternatif strategi bisnis yang relevan untuk mendukung pengembangan perusahaan.

Perumusan strategi dilakukan dengan tiga tahapan pendekatan manajemen strategi, yaitu *input stage*, *matching stage*, dan *decision stage*. Pada tahap *input stage*, dilakukan analisis matriks IFE dan EFE. Tahap *matching stage* dilakukan dengan analisis matriks SWOT, dan tahap *decision stage* menggunakan analisis matriks QSPM. Penelitian ini menggunakan metode *mixed method* yang menggabungkan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk melengkapi hasil analisis kualitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, melibatkan tujuh narasumber dari berbagai pihak, termasuk internal perusahaan, konsumen, pemasok, dan pesaing. Kredibilitas data dijamin melalui triangulasi data dan pengecekan anggota.

Hasil penelitian menunjukkan skor matriks EFE sebesar 3,485 dan skor matriks IFE sebesar 2,711. Sementara itu, hasil analisis matriks QSPM menghasilkan strategi alternatif prioritas dengan nilai TAS (*Total Attractive Score*) sebesar 4,65. Strategi prioritas tersebut adalah mengoptimalkan pinjaman rendah bunga untuk membuka *showroom* kecil sebagai langkah transisi menuju pengembangan toko fisik (*offline store*). Strategi ini diharapkan dapat membantu Schouten.id memperkuat posisinya di pasar dan mendukung pencapaian tujuan bisnis perusahaan.

Kata Kunci: IFE, EFE, SWOT, QSPM, Strategi Bisnis, UMKM