

## ANALISIS STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN

**Ach.Lutfiadi<sup>1</sup>, Muhammad Nazal Dholifun Nafsi<sup>2</sup>, Fadali Rahman<sup>3</sup>**  
[achlutfiadi123@gmail.com](mailto:achlutfiadi123@gmail.com)<sup>1</sup>, [muhnazall18@gmail.com](mailto:muhnazall18@gmail.com)<sup>2</sup>, [fadali.rahman@unira.ac.id](mailto:fadali.rahman@unira.ac.id)<sup>3</sup>  
Universitas Madura

### ABSTRAK

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat di pandang sebagai salah satu dasar yang di pakai dalam menyusun perencanaan UMKM secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam suatu usaha, maka di perlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen suatu usaha dalam menjalankan kegiatannya, alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan perusahaan pada umumnya.

**Kata Kunci:** Strategi pemasaran, Daya saing.

### PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memiliki strategi bisnis yang tepat guna mempertahankan eksistensi sekaligus meningkatkan daya saingnya di pasar. Globalisasi, kemajuan teknologi, serta perubahan preferensi konsumen telah mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri terhadap dinamika lingkungan bisnis. Strategi bisnis tidak lagi sekadar menjadi pilihan, melainkan kebutuhan penting agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang.

Analisis strategi bisnis menjadi langkah awal yang krusial dalam memahami posisi perusahaan di tengah persaingan. Melalui proses analisis yang sistematis, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman (SWOT) yang dihadapinya. Informasi tersebut menjadi dasar dalam merumuskan strategi yang efektif dan relevan, baik dalam aspek pemasaran, operasional, keuangan, hingga pengembangan sumber daya manusia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis yang dapat diterapkan perusahaan guna meningkatkan daya saingnya. Dengan memahami faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja, diharapkan perusahaan mampu menyusun langkah-langkah strategis yang adaptif dan kompetitif, sehingga dapat mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan di tengah tantangan pasar yang dinamis.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan menganalisis strategi bisnis yang diterapkan perusahaan dalam meningkatkan daya saing. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan manajemen perusahaan, observasi proses bisnis, serta diskusi dengan pihak internal yang terkait dengan penyusunan dan pelaksanaan strategi bisnis.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan melalui studi literatur, laporan keuangan perusahaan, laporan tahunan, dokumen internal perusahaan, artikel ilmiah, serta sumber lainnya yang relevan dengan analisis strategi bisnis dan daya saing.

## Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

- Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)  
Digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi posisi strategis perusahaan.
- Analisis Matriks TOWS  
Matriks ini digunakan untuk merumuskan alternatif strategi berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan.
- Analisis Five Forces Porter  
Digunakan untuk menganalisis tingkat persaingan dalam industri serta memahami kekuatan yang membentuk daya saing perusahaan.
- Deskriptif Kualitatif  
Seluruh hasil analisis diinterpretasikan secara deskriptif untuk memberikan gambaran strategi bisnis yang dapat diimplementasikan perusahaan dalam meningkatkan daya saingnya.

Seluruh proses pengumpulan dan analisis data dilakukan secara sistematis guna memastikan keakuratan hasil kajian. Penelitian ini berfokus pada studi kasus perusahaan X (bila ada nama perusahaan tertentu), namun prinsip dan metode yang digunakan bersifat umum sehingga dapat diterapkan pada berbagai sektor industri lainnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT, perusahaan memiliki kekuatan pada kualitas produk, jaringan distribusi, dan reputasi merek. Namun, kelemahan utama terletak pada kurangnya inovasi produk dan belum optimalnya pemasaran digital. Peluang dapat dimanfaatkan melalui pertumbuhan pasar dan perkembangan teknologi, sedangkan ancaman muncul dari persaingan yang ketat dan fluktuasi harga bahan baku.

Analisis Five Forces Porter menunjukkan bahwa persaingan industri cukup ketat, khususnya dari pendatang baru dan produk substitusi. Kekuatan tawar pembeli juga tinggi, membuat perusahaan harus lebih agresif dalam mempertahankan pasar.

Strategi yang direkomendasikan meliputi:

- Inovasi produk untuk mengikuti tren pasar.
- Peningkatan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan konsumen.
- Ekspansi pasar ke wilayah baru.
- Penguatan sumber daya manusia untuk meningkatkan kemampuan internal perusahaan.

Dengan menerapkan strategi ini secara konsisten, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan mempertahankan posisinya di pasar.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing melalui optimalisasi kekuatan internal dan pemanfaatan peluang pasar. Strategi utama yang perlu dijalankan meliputi inovasi produk, penguatan pemasaran digital, perluasan pasar, serta pengembangan sumber daya manusia. Dengan penerapan strategi bisnis yang tepat dan berkelanjutan, perusahaan diharapkan mampu bersaing lebih efektif di tengah ketatnya persaingan industri.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Wibowo, Dimas Hendika, and Sunarti Zainul Arifin. "Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 29.1 (2015).
- Arifien, S. R. (2019). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing umkm. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 3(1).