



+62 878-9658-6407

087896586407

<https://dinastirev.org/JEMSI>editor@dinastirev.org

STRATEGI MANAGEMENT ANALISIS SWOT PADA LUCKY TEXTILE GROUP DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI TEXTILE

Afthon Kumbara

Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Received: 13 April 2020

Revised: 19 April 2020

Issued: 4 Mei 2020

Corresponding author:

Afthon Kumbara

E-mail:

afthonkumbara4@gmail.com



DOI:10.31933/JEMSI

Abstrak: Lucky Textile Group merupakan salah satu perusahaan *textile manufacturing* di Indonesia. Lucky Textile Group memiliki 2 perusahaan yang masing-masing perusahaan memiliki perbedaan hasil produksi namun saling berkesinambungan. PT. Benang Citra Indonesia dan PT. Lucky Print Abadi merupakan bagian dari Lucky Textile Group. PT. Benang Citra Indonesia saat ini memproduksi benang dengan bahan baku utama yaitu kapas, sedangkan PT. Lucky Print Abadi memproduksi kain tenun dan kain finishing (Printing, Dyeing dan White). Bahan baku pembuatan kain tenun yaitu benang di dapat dari PT. Industri TPT (tekstil dan produk tekstil) Indonesia merupakan industri manufaktur nasional yang memiliki perekonomian strategis di Indonesia, hal ini di karena kontribusinya Industri TPT (tekstil dan produk tekstil) terhadap 2 (dua) kepentingan nasional, diantaranya : Bidang sosial, melalui penyerapan tenaga kerja dan membuka banyak lapangan kerja. Bidang perekonomian, dimana rata-rata devisa yang dihasilkan sektor industri TPT (tekstil dan produk tekstil) dalam 5 tahun terakhir mencapai US\$ 7.92 miliar dengan tingkat pertumbuhan 8,5% dan menyumbang devisa terbesar dari semua komoditi ekspor Indonesia. Maka dari itu Melalui analisa SWOT, diharapkan dapat memahami kekuatan yang dimiliki oleh Lucky Textile Group dalam menghadapi persaingan global.

Kata Kunci : Strategic Management, Analisis SWOT, Matriks SWOT

PENDAHULUAN

Perusahaan manufaktur adalah jenis suatu badan usaha yang mana pekerjaannya menggunakan mesin, peralatan, serta tenaga kerja tertentu. Perusahaan ini memiliki ciri khas yaitu mengubah bahan baku (bahan mentah) yang belum bisa di gunakan menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual yang besar. Dalam proses dan tahapan yang dilakukan pada kegiatan perusahaan manufaktur di tentukan dengan berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan. Perusahaan manufaktur

tentu memiliki tempat pengolahan atau tempat proses produksi yang biasa di sebut pabrik. Pabrik merupakan tempat untuk melakukan proses produksi. Pengertian manufaktur berdasarkan teknis yaitu kegiatan pengolahan bahan baku atau mentah melalui proses kimia dan fisika dalam mengubah suatu bentuk, sifat, serta tampilan sehingga menghasilkan sebuah produk yang di harapkan. Selain itu manufaktur juga melakukan proses perakitan berbagai bahan hingga menjadi suatu produk seperti contohnya penyusunan mesin. Pengertian manufaktur berdasarkan segi ekonomi yaitu kegiatan transformasi suatu bahan baku atau mentah menjadi suatu produk yang memiliki bentuk, serta nilai jual. Perusahaan manufaktur di Indonesia sangatlah banyak dengan berbagai macam jenis industri, salah satunya yaitu TPT (tekstil dan produk tekstil).

TPT (tekstil dan produk tekstil) merupakan salah satu industri perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. TPT (tekstil dan produk tekstil) berjalan dengan mengolah kapas menjadi benang, lalu benang menjadi suatu kain tenun, dan selanjutnya finishing kain dan diolah kembali menjadi suatu pakaian seperti baju, celana dll. Saat ini kontribusi TPT (tekstil dan produk tekstil) terhadap perekonomian nasional cukup signifikan, sebab merupakan penghasil devisa terbesar sektor non-migas. Saat ini persaingan produk tekstil dunia semakin ketat. Salah satu keunggulan bersaing dari produk Indonesia yaitu harga, yang disebabkan upah tenaga buruh yang relatif murah serta bantuan dari pemerintah (subsidi, keringanan pajak, pinjaman lunak, proteksi produk luar, dll).

Rata-rata devisa yang dihasilkan sektor TPT (tekstil dan produk tekstil) dalam 5 tahun terakhir mencapai US\$ 7.92 miliar dengan tingkat pertumbuhan 8,5% dan menyumbang devisa terbesar dari semua komoditi ekspor Indonesia. Surplus devisa yang dihasilkan dalam 5 tahun terakhir rata-rata mencapai US\$ 6.24 miliar dengan tingkat pertumbuhan 11,7%. Tenaga kerja yang terserap di sektor industri manufaktur mencapai 1.85 juta orang merupakan kontribusi paling besar dibandingkan dengan sektor lain. Sehingga tidak heran jika industry TPT (tekstil dan produk tekstil) ini membutuhkan banyak sekali tenaga kerja dan banyak sekali masyarakat Indonesia yang bekerja di perusahaan TPT (tekstil dan produk tekstil).

Kondisi industri TPT (tekstil dan produk tekstil) nasional sedang mengalami tantangan berat. Salah satunya dikarenakan banyaknya serbuan bahan baku impor dari China sehingga serapan dalam negeri jatuh drastis. Persoalan sektor tenaga kerja juga semakin memperparah keadaan. Pekerja Indonesia kerap dibandingkan negara lain seperti Vietnam, Kamboja, dan Bangladesh. Kinerja ekspor TPT (tekstil dan produk tekstil) negara-negara tersebut jauh melesat dibanding Indonesia. Saat ini Indonesia sudah dibawah Vietnam sejak 2012 dalam kinerja ekspor TPT (tekstil dan produk tekstil), ekspor TPT (tekstil dan produk tekstil) Vietnam mencapai US\$ 48 Miliar, sedangkan Indonesia hanya US\$ 13 miliar pada 2018. Terlebih lagi kita mnegetahui bahwa produk tekstil asal China mudah dijumpai di pusat grosir di Indonesia, seperti Tanah Abang, Mangga Dua, dan Cempaka Mas. Selain harganya yang murah, variasi bentuk dan warna menjadi alasan konsumen menyukai tekstil buatan China ketimbang produk buatan negeri yang lebih mahal. Seperti gayung bersambut, lakunya produk China menjadi gairah tersendiri bagi pedagang untuk memasarkannya. Inilah yang perlu menjadi perhatian oleh produsen tekstil dalam negeri.

Lucky Textile Group adalah perusahaan Pabrikasi Tekstil terintegrasi yang didirikan pada tahun 1970. Produk yang diproduksi meliputi Benang, kain Greige, Kain Cetak dan Kain Berwarna. Produk ini dijual terutama ke Pembuat Garmen Merek

Internasional dan Lokal, beberapa dijual ke Pedagang Internasional dan Lokal. Semua kegiatan bisnis dikelola oleh 2 Perusahaan:

1. PT Benang Citra Indonesia, menangani 10.000 ton Bisnis Benang secara tahunan dan
2. PT Lucky Print Abadi, menangani penjualan tahunan 25 juta meter Greige dan 30 juta meter Dicetak dan Kain Dichelup. Pada akhir 2021, Perusahaan menargetkan peningkatan 30% dalam setiap aktivitas. Untuk mencapai target 2021, maka diperlukan analisa yang dapat memberikan kontribusi terhadap Lucky Textile Group dalam menghadapi persaingan terutama persaingan produk tekstil.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Philip Kotler (2009), analisa SWOT diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sedangkan menurut Freddy Rangkuti (2006), analisis SWOT diartikan sebagai “analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats)”.

Menurut Jogiyanto (2005), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Menurut Fred R. David (2008), Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Strategi analisa yang efektif dapat meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

1. Kekuatan (strength)

Kekuatan (strength) merupakan keunggulan yang dimiliki di bandingkan dengan perusahaan/ organisasi pada umumnya. Kekuatan bisa di artikan juga keunggulan terhadap pesaing. Kekuatan pada perusahaan/ organisasi dapat memberikan keuntungan dalam menaerik perhatian pelanggan, seperti halnya kekuatan produk dengan kualitas yang baik dapat menghasilkan tingkat kepercayaan pelanggan. Contoh kekuatan dalam lingkungan perusahaan yaitu kekuatan sumber daya keuangan, kekuatan pangsa pasar, kekuatan hubungan pembeli dan pemasok, kekuatan brand image, kekuatan sumber daya dll.

2. Kelemahan (weakness)

Kelemahan (weakness) merupakan kekurangan yang ada pada perusahaan/ organisasi. Kelemahan pada organisasi dapat mengakibatkan organisasi tersebut tidak berkembang atau bahkan gulung tikar jika tidak bisa di *handle* dengan baik. Contoh kelemahan yang ada pada lingkungan perusahaan/ organisasi yaitu kekurangan sumber daya, sumberdaya manusia yang tidak kompeten dibidang nya, turn over sumber daya manusia, mesin yang tidak berfungsi dengan baik, metode yang tidak baik, tidak peka terhadap informasi luar/ pasar hasil produk yang dibawah standar baik dan banyak lagi.

3. Peluang (opportunity)

Peluang (opportunity) merupakan kesempatan yang dapat menguntungkan dalam lingkungan organisasi/ perusahaan. Kesempatan tercipta karena terdapat hal yang terjadi atau perubahan-perubahan sehingga dapat di sebut juga sumber peluang. Contohnya perubahan perilaku, perubahan perilaku, perubahan lingkungan, perubahan

teknologi atau bahkan perubahan situasi persaingan. Selain itu, kedekatan dengan pembeli merupakan suatu peluang yang dapat berkelanjutan.

4. Ancaman (threat)

Ancaman (threat) merupakan situasi yang dapat menghalangi perkembangan atau bahkan merugikan perusahaan/ organisasi, hal ini tentu tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan/ organisasi. Contoh ancaman yang terjadi seperti nilai tukar rupiah yang meningkat sehingga mengakibatkan impor bahan baku yang juga meningkat, banyaknya pasar gelap sehingga berdampak harga produk menjadi turun, masuknya pesaing baru, perubahan teknologi dan perubahan-perubahan dalam peraturan industri yang dapat mengancam perkembangan industri. Ancaman tidak dapat di hilangkan jika tidak segera di atasi, sehingga ancaman harus di atasi dengan cara menganalisa ancaman tersebut dan memperkuat kekuatan, serta mengambil kesempatan yang ada namun tidak melupakan ancaman yang ada.

Manfaat Analisa SWOT

Manfaat analisis SWOT yaitu dapat mengetahui permasalahan dari empat sisi diantaranya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kekuatan serta mempertahankan peluang, dan pada saat yang bersamaan dapat mengurangi kelemahan serta menghindari potensi ancaman.

Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

Analisis SWOT memiliki manfaat dalam aktivitas analisis strategis. seperti organisasi yang bisa menghindari/ meminimalisir kelemahannya dan menekan dampak ancaman yang harus dihadapi.

Secara umum manfaat analisis SWOT yaitu:

- Memahami kekuatan dan dapat memberikan rekomendasi dalam meningkatkan suatu organisasi.
- Melihat peluang serta dapat mempertahankan peluang tersebut.
- Mengetahui kelemahan serta mencari solusi untuk mengurangi kelemahan tersebut.
- Mengetahui potensi ancaman serta mencari solusi untuk menghindari ancaman tersebut.

Faktor yang mempengaruhi Analisa SWOT

Terdapat 2 lingkungan organisasi yang mempengaruhi Analisa SWOT, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal, Hapzi (2020).

1. Lingkungan Internal Organisasi (Internal Environment) yaitu Lingkungan yang berada di dalam organisasi yang terdiri dari karyawan, manajemen dan budaya organisasi. Beberapa hal yang merupakan bagian dari lingkungan internal yaitu :
 - Sumber daya keuangan yang memadai
 - Sumber daya manusia yang kompeten
 - Properti teknologi terkini
 - Kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan
 - Kemampuan pemasaran yang baik
 - Kemampuan distribusi yang baik, dll

2. Lingkungan Eksternal : yaitu meliputi semua elemen yang berada di luar organisasi tetapi berpotensi mempengaruhi organisasi. Beberapa hal yang merupakan bagian lingkungan eksternal yaitu :
- Tren bisnis
 - Budaya masyarakat
 - Sosial politik dan ideologi
 - Kondisi perekonomian suatu negara
 - Peraturan dan kebijakan pemerintah
 - Perkembangan teknologi, dll

Langkah-langkah Analisa SWOT

Menurut Rangkuti (2006), Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Untuk mengalalisa SWOT yaitu menggunakan Empat Langkah Strategi. Empat strategi tersebut meliputi:

1. Strategi SO (Strengths-Opportunities) adalah strategi memanfaatkan atau mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan berbagai peluang.
2. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities) adalah strategi meminimalisir kelemahan yang ada untuk memanfaatkan berbagai peluang.
3. Strategi ST (Strengths-Threats) adalah strategi memanfaatkan/ mengoptimalkan kekuatan dalam mengurangi berbagai ancaman.
4. Strategi WT (Weaknesses-Threats) adalah strategi mengurangi kelemahan dalam rangka meminimalisir/ menghindari ancaman.

IFAS EFAS	Kekuatan	Kelemahan
Peluang	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Matriks SWOT

METODE PENELITIAN

Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah menggunakan teknik analisis SWOT, analisis SWOT adalah sebuah bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). analisis SWOT yang digunakan menggunakan model kualitatif.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats* (SWOT) atau bisa disebut juga analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Penggunaan metode ini akan menghasilkan analisis dan pilihan strategis (*strategic analysis and choices*) yang digunakan untuk menentukan faktor penentu keberhasilan dan faktor ancaman kegagalan.

Matrik SWOT adalah salah satu cara untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal dan internal yang dihadapi organisasi dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lucky Textile Group merupakan perusahaan yang bergerak di bidang textile manufacture. Produk utama yang di pasarkan dari perusahaan ini yaitu kain printing yang merupakan bahan baku untuk industri Garment, Fashion Mode dll . Visi dari Lucky Textile Group yaitu “Always Lucky”, maksud dari visi tersebut yaitu memncari peluang untuk mendapatkan kesempatan dan dapat mengambil kesempatan tersebut. Analisis Lucky Textile Group bertujuan supaya Lucky Textile Group dapat memaksimalkan kekuatan dan mencari, mengambil serat mendapatkan peluang yang ada, sehingga berhasil dalam persaingan terutama persaingan produk tekstil, Adapun analisis SWOT dari Lucky Textile Group yaitu:

Strengths (Kekuatan)

1. Tekstil Terintegrasi

Industri tekstil dalam negeri merupakan salah satu sektor yang istimewa karena telah terintegrasi menjadi rantai bisnis yang utuh dari hulu hingga hilir. Sejak 1980-an, industri tekstil dan produk tekstil (TPT) telah mampu tumbuh secara berkelanjutan hingga saat ini karena melakukan aktivitas ekspor dengan mengutamakan integrasi hulu dan hilir dalam negeri. Lucky Textile Group memiliki 3 macam proses produksi yang saling berkesinambungan yaitu produk benang, kain tenun dan kain finishing.

2. 60 tahun pengalaman

Lucky Textile Group adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industri tekstil dan memiliki anak perusahaan PT. Lucky Print Abadi dan PT. Benang Citra Indonesia. Sejarah perkembangan Lucky Textile Group dari mulai berdiri hingga saat ini adalah sebagai berikut :

- Pada tahun 1960-an, berdirinya perusahaan dirintis oleh Mr. D. Tamin sebagai pedagang tekstil, terutama tekstil import dari luar negeri.
- Tahun 1970 didirikan perusahaan tekstil PT. Lucky Djakarta Printing Factory yang disusul dengan pendirian.
- PT.Lucky Abadi pada tahun 1974 yang memiliki divisi spinning (pembuatan benang) dan weaving (tenun).
- Pada tahun 1981 berdiri Patal Cimanggis Indah yang terdiri atas divisi spinning, weaving dan printing.
- Patal Cimanggis Indah dipindahkan ke Cibitung pada tahun 1989 dan diubah dengan nama PT. Sandang Mutiara Eramulia.
- Pada tahun 1998, PT. Sandang Mutiara Eramulia melakukan restrukturisasi perusahaan dengan melakukan Pemutusan Hubungan Kerja terhadap karyawan PT. Sandang Mutiara Eramulia
- Setelah sempat tidak beroperasi selama 2 bulan kemudian perusahaan ini diubah

namanya menjadi Lucky Textile Group pada bulan November 1998 sampai dengan saat ini.

- Tahun 2000 perusahaan ini mendapatkan sertifikat ISO 9002 (sistem manajemen kualitas).
3. Secara profesional mengelola perusahaan keluarga
Kekuatan yang dimiliki sebuah Bisnis Keluarga yaitu; minim konflik kepentingan antara pemilik dengan manajer, kepemimpinan yang efisien, keunggulan sumberdaya, pencapaian dan tujuan jangka Panjang, budaya komitmen serta *support*, dan reputasi serta identitas.
 4. Citra perusahaan yang terkenal
Dengan pengalaman perusahaan yang telah dikenal di kalangan Industry Garment, Brand dan Mode, sehingga perusahaan lebih mudah dalam memasarkan produknya.
 5. Sangat percaya akan potensi besar industri tekstil
Industri tekstil dan garment merupakan salah satu industri strategis untuk perekonomian Indonesia. Selain itu merupakan sektor manufaktur terbesar ketiga di Indonesia dan menjadi salah satu sektor yang paling banyak menyerap tenaga burh atau tenaga kerja.

Weakness (Kelemahan)

1. Ketidak konsistenan kualitas
Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. kualitas berpengaruh terhadap kepuasan dan selanjutnya kepuasan tersebut berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
2. Kinerja pengiriman tepat waktu
Pengiriman tepat waktu sangat lah penting, karena berkaitan dengan proses produksi yang harus dilakukan customer. Jika pengiriman dilakukan tidak tepat dengan waktu yang telah di janjikan maka akan menimbulkan kekecewaan terhadap pelanggan dan akan menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
3. Inovasi produk
Pengembangan produk merupakan salah satu cara untuk memberikan nilai maksimal untuk konsumen, sehingga dapat memenangkan persaingan antar perusahaan, dan tentunya pelangga akan memilih produk yang inovatif, produk yang telah dimodifikasi dan memiliki nilai yang tinggi dalam desain warna, merek, kemasan, ukuran dan ciri-ciri lainnya.
4. Pengembangan sumber daya manusia
Pengembangan SDM salah satunya yaitu meningkatkan produktifitas kerja karyawan, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi karena kemampuan teknik, human skill dan managerial skill karyawan akan dilatih.
5. Pasar untuk mesin tenun lebar pendek
Terdapat mesin tenun yang dimiliki oleh perusahaan membuat mesin tidak beroperasi secara optimal dan menghasilkan keuntungan. Hal ini sebaiknya melakukan investasi

mesin tenun lebar pendek atau bahkan bisa di modifikasi sehingga mesin dapat digunakan kembali dengan fungsi yang berbeda.

Opportunities (Peluang)

1. Pasar tekstil domestik Indonesia sedang tumbuh
Industri tekstil dan pakaian jadi merupakan sektor manufaktur yang mencatatkan pertumbuhan paling tinggi pada triwulan III tahun 2019 sebesar 15,08 persen. Capaian tersebut melampaui pertumbuhan ekonomi 5,02 persen di periode yang sama. Berdasarkan peta jalan Making Indonesia 4.0, industri tekstil dan pakaian sebagai satu dari lima sektor manufaktur yang sedang diprioritaskan pengembangannya terutama dalam memasuki era industri 4.0.
2. Perancang busana Indonesia yang sedang berkembang
Perkembangan industri mode semakin menunjukkan geliat positif di Indonesia. Di era modernisasi, masyarakat Indonesia telah menyadari dalam berpenampilan yang menarik dan gaya yang mengikuti perkembangan tren mode yang sedang berkembang. Sehingga saat ini banyak designer baru asal Indonesia yang membuka rumah mode sendiri bahkan banyak designer Indonesia yang berkarier hingga taraf internasional. Hal ini merupakan kesempatan untuk industri tekstil sebagai penyedia bahan baku tekstil dan mode.
3. Merek internasional bermaksud untuk meningkatkan operasinya di Indonesia
Banyaknya brand atau merek internasional yang masuk ke Indonesia serta mengembangkan usahanya di Indonesia membuat keuntungan yang dapat di usahakan oleh Industri tekstil di Indonesia dalam menyediakan bahan baku tekstil.
4. Industri tekstil dikalsifikasi sebagai industri strategis
Salah satu kelompok industri pengolahan yang dikategorikan sebagai industri strategis dan prioritas nasional sesuai dengan Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) yaitu industri TPT (tekstil dan produk tekstil)," kata Agus dikutip dari Antara, Rabu, 15 Januari 2020. Menperin mengungkapkan selama ini industri TPT (tekstil dan produk tekstil) mampu menjadi penghasil devisa yang cukup besar. Ini tercermin dari proyeksi nilai ekspor sepanjang 2019 yang mencapai USD12,9 miliar. Bahkan, industri TPT (tekstil dan produk tekstil) disebut sektor padat karya, yang telah menyerap tenaga kerja sebanyak 3,73 juta orang. Sehingga dapat di katakan bahwa akan banyak industri TPT (tekstil dan produk tekstil) yang membangun usaha nya sendiri dan memberikan dampak yang bagus dalam segi jumlah pelanggan yang bertambah walaupun tidak melupakan bahwa pesaing juga akan ikut bertambah.
5. Bank siap mendukung investasi
Bank-bank di indonesia siap dan terus mendorong masuknya investasi ke Tanah Air untuk mengakselerasi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sehingga hal ini dapat di manfaatkan perusahaan dalam pengembangan terkait investasi perusahaan untuk menghadapi persaingan global.

Threats (Ancaman)

1. Situasi politik Indonesia
Negara yang kondisi politiknya tidak stabil akan cenderung beresiko tinggi sebagai tempat berinvestasi. Keadaan politik akan berdampak pada kinerja ekonomi dan

kepercayaan investor, yang pada akhirnya akan mempengaruhi nilai tukar mata uang negara tersebut.

2. Investasi asing langsung akan datang

Investasi asing tentu akan meningkatkan persaingan selain itu kebijakan dari perusahaan pastinya akan dilakukan dengan standar kebijakan perusahaan asing dan pihak asing biasanya melakukan pengelolaan manajemen yang tertutup sehingga akses terbatas untuk mengetahui apakah kegiatan usahanya bersifat sehat atau tidak.

3. Pertukaran mata uang

Nilai tukar mata uang memiliki peranan penting dalam perdagangan antar negara, Hampir sebagian besar negara-negara di dunia saat ini terlibat dalam aktivitas ekonomi pasar bebas. Bagi perusahaan investasi dan investor mancanegara, nilai tukar mata uang akan berdampak pada return dan portofolio investasinya. Nilai tukar yang menguat akan menyebabkan nilai ekspor negara lebih mahal, dan impor dari negara lain lebih murah.

4. Impor tekstil ilegal

Impor ilegal acap kali terjadi di Indonesia. Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menemukan modus pelanggaran pada impor tekstil dan produk tekstil (TPT). Modus yang digunakan ialah mengelabui barang impor. Hal ini menurunkan harga pasar dan mengakibatkan industri tekstil dapat mengalami kerugian.

5. Tidak cukup ahli tekstil local

Kurangnya SDM ahli tekstil local, dapat menghambat perkembangan perusahaan dalam dunia pertekstilan. Hal ini disebabkan, ahli tekstil dapat mengetahui dan menganalisa perkembangan industri tekstil di Indonesia, sehingga perusahaan dapat mengikuti arah pasar di Indonesia.

Langkah selanjutnya yaitu membuat matriks SWOT untuk mendapatkan gambaran strategi dari hasil analisa perusahaan Lucky Textile Group.

	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
	1. Tekstil terintegrasi 2. 60 tahun pengalaman 3. Mengelola perusahaan keluarga secara profesional 4. Citra perusahaan yang terkenal 5. Sangat percaya akan potensi besar industri tekstil	1. Ketidak konsistenan kualitas 2. Kinerja pengiriman tepat waktu 3. Inovasi produk 4. Pengembangan sumber daya manusia 5. Pasar untuk mesin tenun lebar pendek

<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar tekstil domestik Indonesia sedang tumbuh 2. Perancang busana Indonesia yang sedang berkembang 3. Merek internasional bermaksud untuk meningkatkan oprasi mereka di Indonesia 4. Industri tekstil dikalsifikasi sebagai industri strategis 5. Bank siap mendukung investasi 	<p>STRATEGI SO</p> <p>Memanfaatkan dan komitmen dengan citra perusahaan dalam melakukan pemasaran produk di indonesia. Menggunakan momentum dalam perkembangan pasar tekstil domestik maupun internasional. Melakukan pengembangan investasi untuk pertumbuhan pasar tekstil</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p>Melakukan pelatihan & pengembangan SDM untuk meningkatkan kualitas SDM dalam menghadapi pertumbuhan pasar tekstil. Investasi mesin terbaru untuk meningkatkan kinerja dan kuantitas produk. Melakukan inovasi produk sesuai kebutuhan pasar domestik dan international.</p>
<p>THREATHS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Situasi politik Indonesia 2. Investasi asing langsung akan datang 3. Pertukaran mata uang 4. Impor tekstil ilegal 5. Tidak cukup ahli tekstil lokal 	<p>STRATEGI ST</p> <p>Memaksimalkan sumber daya dan merekrut ahli tekstil untuk menghadapi era pasar bebas dan pesaing lain. Meningkatkan daya saing melalui peningkatan kualitas produk, SDM, fasilitas, dan pelayanan yang efisien. Menjaga & meningkatkan reputasi perusahaan guna memperkuat brand image,</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>Meningkatkan kualitas produk untuk bersaing dengan impor tekstil ilegal. Meningkatkan .pengetahuan SDM dalam bidang pertekstilan, Segmentasi pasar yang tepat dan bekerjasama dengan industri tekstil di indonesia dalam menghadapi situasi politik yang tidak stabil.</p>

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari matriks SWOT yang telah di analisa Lucky Textile Group merupakan perusahaan yang sudah sangat matang yaitu 50 tahun dalam industry tekstil, memiliki 3 macam proses produksi yang saling berkesinambungan yaitu produk benang, kain tenun dan kain finshing.

Strategi yang bisa dilakukan dalam menghadapi persaingan yaitu :

1. Segmentasi pasar yang tepat
Hal ini bertujuan untuk membuat proses pemasaran yang lebih terarah sehingga sumber daya perusahaan dapat digunakan secara efektif dan efisien.
2. Peningkatan kualitas
Kualitas produk sangat terkait dengan kepuasan konsumen. Dengan terdapatnya kepuasan dari suatu produk oleh kosumen, maka makin baiklah posisi produk tersebut dalam persaingan. Akan menimbulkan reaksi terbuka dan tertutup dari konsumen jika produk yang di dihasilkan jelek dan konsumen akan secara langsung mengetahui bahwa perusahaan yang menghasilkannya itu tidak baik pula.
3. Pengiriman tepat waktu

Pengiriman tepat waktu sangat lah penting, karena berkaitan dengan proses produksi yang harus dilakukan customer. Jika delivery produk tidak ontime, maka proses produksi selanjutnya akan late. Contohnya pada customer industri Garment, jika late delivery maka akan mengakibatkan “Line Lose” atau produksi bisa terhenti dalam jumlah mesin tertentu.

4. Investasi otomatisasi & mesin

Otomatisasi kantor terkait dengan berbagai komponen mulai dari input hingga distribusi dengan memanfaatkan bantuan teknologi secara maksimal dan campur tangan manusia secara minimal. Tujuan dasar atau manfaat dari otomatisasi adalah sebagai berikut:

- Penggabungan dan penerapan teknologi.
- Memperbaharui proses pelaksanaan pekerjaan.
- Meningkatkan produktifitas dan efektifitas pekerjaan.
- Mengurangi pengeluaran biaya jasa pekerja.

5. Pengembangan sumber daya manusia

Tujuan pengembangan SDM salah satunya yaitu meningkatkan produktifitas kerja karyawan, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi karena kemampuan teknik, human skill dan managerial skill karyawan akan dilatih.

6. Pengembangan produk

Tujuan pengembangan produk adalah untuk memberikan nilai maksimal bagi konsumen, memenangkan persaingan perusahaan dengan memilih produk yang inovatif, produk yang dimodifikasi serta mempunyai nilai yang tinggi baik dalam desain warna, ukuran, kemasan, merek, dan ciri-ciri lain.

DAFTAR RUJUKAN

- <https://www.kompasiana.com/ferisusanto/550b9ee4a33311241c2e3941/analisa-swot-part-1>, 1 April 2020
- Ali, Hapzi. (2020). Modul 4 Analisis Lingkungan Internal Organisasi (resource-based view and value chain management), SWOT Analysis, SWOT Matrix dan IE Matrix. Universitas Mercubuana, Jakarta.
- Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran, Jakarta: Indeks, hal. 63.
- Jogiyanto, (2005), Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Farrel, O.C dan D, Harline. (2005). Marketing strategy. South Western : Thomson Corporation
- Rangkuti, Freddy. (2006). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- David, Fred R., (2006). Manajemen Strategis. Edisi Sepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta