STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA USAHA MENENGAH, METRO TAYLOR, LUBUK SIKAPING

Zaitun[1], Iiz Izmuddin[2]

[1,2]*Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djembek Bukittinggi*
E-mail : zaitunzaitun520@gmail.com[1], iizmuddin@uinbukittinggi.ac.id[2]

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya tingkat persaingan usaha jasa jahit di Lubuk Sikaping yang menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi keunggulan bersaing agar mampu meningkatkan pendapatan dan mempertahankan keberlanjutan usaha. Metro Taylor merupakan usaha jasa jahit yang menerapkan strategi diferensiasi dan fokus dengan memusatkan layanan pada pembuatan pakaian dinas, jas, dan seragam sekolah untuk individu maupun instansi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi keunggulan bersaing Metro Taylor dalam meningkatkan pendapatan usaha jasa jahit. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha, karyawan, serta pihak pesaing. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT yang didukung oleh matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Metro Taylor memiliki kekuatan utama pada kualitas jahitan yang rapi dan presisi, sistem pengerjaan yang detail, serta kepercayaan dari instansi pemerintah. Matriks IFE memperoleh skor 3,04 yang menunjukkan kondisi internal usaha yang kuat, sedangkan matriks EFE memperoleh skor 2,90 yang menunjukkan kemampuan Metro Taylor dalam merespons peluang dan ancaman eksternal. Penerapan strategi diferensiasi memungkinkan penetapan harga yang lebih tinggi dibandingkan pesaing, sementara strategi fokus memberikan stabilitas permintaan dan pendapatan. Namun demikian, usaha ini masih menghadapi kendala berupa keterbatasan tenaga kerja, tingginya biaya operasional, ketergantungan pada pesanan instansi, serta minimnya pemanfaatan teknologi dan pemasaran digital.

Kata Kunci : *Strategi Diferensiasi, Fokus, Usaha Jahit.*

ABSTRACT

This research is motivated by the high level of competition in the sewing services business in Lubuk Sikaping, which requires business actors to have a competitive advantage strategy to be able to increase revenue and maintain business sustainability. Metro Taylor is a sewing services business that implements differentiation and focus strategies by focusing its services on making uniforms, suits, and school uniforms for individuals and institutions. This study aims to analyze Metro Taylor's competitive advantage strategy in increasing sewing services business revenue. The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation of business owners, employees, and competitors. Data analysis was conducted using a SWOT analysis supported by the Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices. The results show that Metro Taylor's main strengths are neat and precise sewing quality, detailed work systems, and trust from government agencies. The IFE matrix obtained a score of 3.04, indicating a strong internal condition of the business, while the EFE matrix obtained a score of 2.90, indicating Metro Taylor's ability to respond to external opportunities and threats. The implementation of a differentiation strategy allows for higher pricing compared to competitors, while a focus strategy provides stability in demand and revenue. However, this business still faces challenges such as limited labor, high operational costs, dependence on agency orders, and minimal use of technology and digital marketing.

Keywords : *Differentiation Strategy, Focus, Sewing Business*.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bagian vital dalam ekonomi suatu negara. UMKM diakui sebagai pelaku bisnis yang memiliki posisi penting dalam menciptakan kesempatan kerja, memperkuat daya saing, serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Selain itu, UMKM termasuk dalam sektor informal yang mampu memberikan kontribusi. Salah satu bidang UMKM yang terus mengalami pertumbuhan adalah bisnis jasa jahit. Namun, semakin banyaknya pelaku usaha dalam sektor ini mengakibatkan persaingan yang semakin sengit, terutama terkait harga, kualitas, dan pelayanan. (Ompusunggu, 2023)

Persaingan yang semakin banyak dalam dunia bisnis merupakan suatu hal yang tidak dapat diabaikan oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu, Perusahaan harus melakukan inovasi dengan menciptakan produk yang harus berbeda dengan produk yang sudah ada atau dengan menyempurnakan produk yang sudah ada. Sehingga dengan menawarkan inovasi produk dapat meningkatkan penjualan, kualitas, keuntungan dan keunggulan bersaing suatu perusahaan. Strategi merupakan kumpulan rencana besar yang menunjukkan cara perusahaan seharusnya berfungsi guna meraih tujuannya. Dalam waktu yang bersamaan, strategi yang nyata dapat terbentuk sebagai respons terhadap strategi lainnya, yang dapat tumbuh melalui proses penyusunan yang diikuti oleh pelaksanaan. (Indrianty, ,2023)

Sesuai dengan pendapat Porter, keunggulan dalam bersaing pada dasarnya berasal dari nilai atau keuntungan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan untuk konsumen, yang melebihi pengeluaran yang harus dilakukan perusahaan dalam proses penciptaannya.. (Suprihatmi, 2008) Usaha penjahitan pakaian merupakan layanan yang bertujuan untuk mengubah bahan tekstil menjadi pakaian jadi sesuai dengan harapan klien. Bahan yang dibawa oleh pelanggan dapat dijadikan pakaian siap pakai oleh penjahit. Bahan tersebut akan dipotong dan dijahit dengan sebaik-baiknya agar keinginan dan kepuasan pelanggan tercapai, lalu penjahit akan menerima pembayaran atau biaya sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui sebelumnya. (Moh.Samsul Arifin, 2023)

Usaha jasa jahit memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan sandang masyarakat, baik untuk keperluan individu maupun instansi. Metro Taylor merupakan salah satu usaha jasa jahit menengah yang beroperasi di tengah persaingan penjahit skala kecil dan rumahan. Jasa adalah aktivitas ekonomi yang memiliki beberapa atribut tidak berwujud (angka dan manfaat) yang terkait dengannya, yang melibatkan interaksi dengan pelanggan atau dengan objek yang dimiliki oleh mereka dan tidak menciptakan perubahan kepemilikan dalam situasi yang mungkin timbul, dan penciptaan jasa juga mungkin tidak terkait dengan produk fisik. Jasa adalah aktivitas, manfaat, atau kesenangan yang ditawarkan untuk dijual. (Multiyani Sinaga, 2025) Metro Taylor yang berlokasi di Lubuk Sikaping yang menjadi rujukan masyarakat dalam pembuatan pakaian dinas, jas, dan seragam sekolah. Dalam praktik operasionalnya, Metro Taylor berhadapan langsung dengan dinamika persaingan usaha jasa jahit yang semakin ketat, terutama dari penjahit skala kecil dan rumahan yang menawarkan harga lebih rendah.

Persaingan dalam usaha jasa jahit pada dasarnya dapat mendorong peningkatan kualitas layanan dan efisiensi usaha. Namun, dalam realitas yang dihadapi Metro Taylor, persaingan harga menjadi tantangan utama. Banyak pelaku usaha jahit menetapkan harga yang relatif rendah tanpa mempertimbangkan standar kualitas dan ketepatan waktu, sehingga memengaruhi persepsi

konsumen terhadap harga jasa jahit secara umum. Kondisi ini menempatkan Metro Taylor pada posisi yang harus menjaga kualitas dan profesionalisme, sekaligus menghadapi tekanan pasar dari segi harga.

Sebagai usaha yang menerapkan strategi diferensiasi dan fokus, Metro Taylor menitikberatkan keunggulan bersaing pada kualitas jahitan, sistem pengerjaan yang terstruktur, serta pelayanan yang profesional dan tepat waktu. Meskipun strategi tersebut mampu menciptakan nilai tambah dan kepercayaan pelanggan, Metro Taylor masih menghadapi keterbatasan dalam hal sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, serta pemasaran yang belum optimal. Hal ini berdampak pada kemampuan usaha dalam memperluas pasar dan mempertahankan jumlah pelanggan di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa sukses dalam bisnis layanan jahit tidak hanya bergantung pada mutu produk, tetapi juga pada kemampuan untuk merancang dan melaksanakan strategi keunggulan bersaing yang sesuai dengan situasi internal dan eksternal perusahaan. Sehingga, penelitian ini sangat penting untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai strategi keunggulan bersaing yang diterapkan oleh Metro Taylor dan pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan usaha.

Kajian Pustaka

Strategi dan Manajemen Strategis

Strategi merupakan rangkaian tindakan yang dirancang dan dijalankan dengan pendekatan yang berbeda atau lebih efektif dibandingkan pesaing, guna menciptakan nilai tambah bagi pelanggan serta mencapai tujuan organisasi dalam jangka menengah dan panjang. Strategi juga mencakup penetapan visi dan sasaran jangka panjang, pelaksanaan langkah-langkah yang telah direncanakan, serta pengalokasian sumber daya yang diperlukan agar tujuan tersebut dapat tercapai secara optimal. (Timpal, 2021) Strategi adalah faktor utama yang menentukan kesuksesan sebuah perusahaan dalam menarik pelanggan. Ini merupakan langkah-langkah yang diambil oleh individu dan elemen-elemen dalam organisasi untuk mengembangkan kemampuan dan memanfaatkan sumber daya yang ada, sesuai dengan kondisi lingkungan kerja, demi mencapai keuntungan yang maksimal.

Manajemen strategis adalah proses penentuan tujuan organisasi, penyusunan rencana dan kebijakan untuk mencapainya, serta pengalokasian sumber daya yang diperlukan guna menjalankan rencana tersebut secara efektif. Dalam praktiknya, manajemen strategis mengintegrasikan dan mengoordinasikan berbagai fungsi atau departemen dalam organisasi agar seluruh upaya berjalan selaras demi tercapainya tujuan bersama.(Dian, 2022) Manajemen strategis merupakan rangkaian keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan serta pelaksanaan rencana untuk mencapai tujuan perusahaan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis adalah seni dan ilmu dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan strategis lintas fungsi agar organisasi mampu mewujudkan sasaran jangka panjangnya. (Guraida, 2024) Keunggulan manajemen strategis adalah dapat digunakan sebagai kerangka kerja untuk menyelesaikan berbagai masalah strategis dalam bisnis, khususnya yang berkaitan dengan daya saing, serta mendorong para manajer untuk berpikir lebih strategis atau kreatif. (Dian, Manajemen Strategi, 2022) Strategi tingkat korporasi, strategi unit bisnis, dan strategi fungsional setidaknya merupakan tiga lapisan strategi dalam sebuah organisasi yang mengawasi beberapa bisnis atau unit bisnis (korporasi yang terdiversifikasi). Sebaliknya, terdapat

dua tingkatan strategi dalam sebuah organisasi yang mengawasi satu perusahaan atau unit bisnis: strategi unit bisnis dan strategi fungsional.(Noor, 2021)

Strategi Korporasi adalah pendekatan yang meliputi seluruh jalur organisasi dengan tujuan untuk mendorong pertumbuhan keseluruhan perusahaan dan mengelola dengan baik berbagai lini produk yang dimiliki. Ini berfungsi sebagai basis dan titik awal penting dalam merumuskan strategi di tingkat yang lebih rendah, khususnya pada tingkat unit bisnis dan fungsi operasional. Fokus dari strategi perusahaan adalah untuk memanfaatkan keunggulan kompetitif melalui pendekatan portofolio dalam kegiatan bisnisnya. Pendekatan ini mencakup penetapan tujuan jangka panjang yang biasanya direncanakan untuk dicapai dalam periode tiga hingga lima tahun. Strategi Bisnis adalah penerapan strategi tersebut pada tingkat produk dan unit bisnis, dengan penekanan utama pada peningkatan daya saing produk atau layanan perbankan dalam kategori pasar tertentu. Sementara itu, Strategi Fungsional, yang juga dikenal sebagai strategi berbasis nilai, bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya demi memberikan nilai maksimal dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)

Manajemen strategi untuk mencapai keunggulan bersaing merupakan cara yang fokus pada pengembangan dan pelestarian keunggulan kompetitif sebuah perusahaan di dalam pasar. Pendekatan ini dibuat untuk membedakan perusahaan dari para pesaing, baik lewat inovasi, penghematan biaya, layanan pelanggan, atau kombinasi dari aspek-aspek tersebut. (Syahreza, 2023)

Strategi bersaing adalah elemen utama dalam manajemen strategis yang berfokus pada upaya membangun posisi yang lebih kuat di tengah persaingan bisnis. Secara umum, strategi bersaing dapat diartikan sebagai rangkaian langkah terarah dan terpadu yang disusun untuk meraih keunggulan kompetitif serta menjaga keberlanjutannya dalam jangka panjang. (Vina Addila Putri, 2025) Menurut Porter keunggulan bersaing memiliki strategi seperti Kepemimpinan Biaya Menyeluruh (Overall Cost Leadership), Pembeda (Differentiation), Fokus (Focus). Manajemen strategi untuk memperoleh keunggulan bersaing adalah metode yang berfokus pada pengembangan dan pemeliharaan keunggulan kompetitif suatu perusahaan di dalam pasar. Pendekatan ini dirancang untuk membedakan perusahaan dari para rival, baik melalui inovasi, pengurangan biaya, pelayanan pelanggan, maupun gabungan dari elemen-elemen tersebut.

Overall cost leadership adalah strategi untuk menjadi produsen dengan biaya terendah di dalam industri melalui berbagai kebijakan yang berfokus pada efisiensi. Strategi ini dilakukan dengan membangun fasilitas produksi berskala besar, mengurangi biaya melalui pengalaman, mengendalikan biaya dan overhead secara ketat, menghindari pelanggan yang tidak menguntungkan, serta meminimalkan pengeluaran pada fungsi seperti riset dan pengembangan, pemasaran, dan layanan. Dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaing, perusahaan mampu bertahan dari persaingan yang ketat, tekanan pembeli maupun pemasok, ancaman pendatang baru, serta produk pengganti. Strategi diferensiasi adalah upaya perusahaan untuk membuat produk atau layanan yang dianggap unik di seluruh industri melalui berbagai aspek, seperti desain, teknologi, fitur, layanan pelanggan, atau jaringan distribusi. Keunikan ini menciptakan loyalitas pelanggan yang dapat mengurangi tekanan persaingan, meningkatkan margin, serta menjadi hambatan masuk bagi pesaing baru. Strategi fokus merupakan metode di mana perusahaan mengarahkan sumber daya mereka pada segmen pasar tertentu, baik itu

berdasarkan kelompok pelanggan, jenis barang, atau lokasi geografis. Berbeda dengan pendekatan biaya rendah dan diferensiasi yang menyasar seluruh sektor bisnis, strategi ini berupaya untuk melayani kelompok yang lebih spesifik dengan sangat baik sehingga perusahaan dapat mencapai keunggulan dalam diferensiasi, pengurangan biaya, atau keduanya dalam segmen tersebut. Dengan penekanan yang jelas, perusahaan dapat mengembangkan posisi kompetitif yang kokoh terhadap kekuatan-kekuatan dalam pasar, seperti persaingan, pemasok, konsumen, dan produk pengganti. (Putri, 2022)

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah teknik analisis situasional yang berfokus pada identifikasi sistematis berbagai aspek untuk menentukan strategi perusahaan, organisasi, atau entitas bisnis. Pembentukan misi, tujuan, dan strategi selalu terhubung dengan proses pembuatan rencana strategis. Unsur-unsur strategis perusahaan, organisasi, atau entitas bisnis dalam kondisi saat ini harus dimasukkan dalam analisis ini. (Ahmad, 2020)

Swot merupakan sebuah metode penilaian yang didasarkan pada kekuatan yaitu mengidentifikasi aspek-aspek yang dapat dianggap sebagai modal yang dapat diandalkan, kelemahan yang berarti mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kekurangan sehingga menjadi prioritas untuk diperbaiki, peluang yang merujuk pada kesempatan-kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi berbagai kelemahan dan mendukung kekuatan, serta tantangan atau ancaman yang merujuk pada faktor-faktor yang bisa menjadi hambatan, baik yang bersifat positif maupun negatif. Hal ini dapat digunakan untuk mendorong peningkatan kinerja suatu organisasi agar dapat mencapai tujuan dengan cara yang efektif dan efisien. Hal ini wajar karena analisis SWOT tidak memberikan solusi yang instan dalam suatu perusahaan, melainkan memberikan arahan. Faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT.

unsur internal analisis SWOT yang muncul secara internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Identifikasi unsur internal ini biasanya meliputi: a) pengalaman positif atau negatif, b) sumber daya keuangan atau kendala anggaran, c) sumber daya yang tersedia, d) kekuatan dan kelemahan. (Deradjat, 2023) Komponen eksternal analisis SWOT mencakup peluang dan ancaman. Ketika mengidentifikasi komponen eksternal, seseorang melihat: a) lingkungan, b) hukum dan peraturan, c) tren saat ini, d) aspek budaya, ideologi, dan situasi sosial-politik ekonomi. (Miftakhul, 2024)

Strategi yang dihasilkan dari evaluasi SWOT memberikan arahan yang jelas bagi suatu organisasi untuk mengemas potensi pertumbuhan dan meningkatkan performa mereka di pasar. Dengan memanfaatkan kekuatan internal seperti sumber daya yang istimewa dan reputasi yang kokoh, organisasi dapat merancang pengembangan produk atau infrastruktur baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan menerapkan program-program yang ditentukan dari evaluasi SWOT secara cermat, organisasi dapat memperkuat posisinya di pasar dan meraih keberhasilan jangka panjang. Ini menunjukkan bahwa mereka dapat menghadapi perubahan dalam dunia bisnis dengan lebih baik dan menanggapi dengan strategi yang tepat.

Pendapatan

Pendapatan adalah total uang yang diterima seseorang dari hasil aktivitas atau pekerjaannya. Umumnya, pendapatan diperoleh melalui usaha yang menghasilkan imbalan dalam bentuk materi untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dengan pendapatan tersebut, seseorang dapat menentukan pilihan investasi seperti saham, obligasi, deposito, emas, tanah, dan instrumen

lainnya. Pendapatan juga mencakup seluruh penerimaan, baik dalam bentuk tunai maupun non tunai, yang berasal dari penjualan barang atau jasa dalam periode tertentu. Pada dasarnya, pendapatan terdiri dari beberapa aset yang dapat menambah atau mengurangi jumlah peran dalam suatu industri, serta dari penyediaan barang, jasa, atau hasil dari kegiatan bisnis lainnya. (Devina, 2025) Pendapatan juga dapat dilihat sebagai imbalan atas pemberian jasa kepada orang lain, di mana setiap orang menghasilkan pendapatan dengan membantu orang lain. (Baiq, 2020)

Jenis pendapatan dapat dibedakan menjadi pendapatan ekonomi. Pendapatan ekonomi adalah jumlah dana yang dapat digunakan rumah tangga dalam periode tertentu untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengubah nilai aset bersih yang dimiliki. Kategori ini meliputi penghasilan dari upah atau gaji, bunga deposito, bantuan pemerintah, serta sumber penerimaan lainnya.

Pendapatan uang, yaitu sejumlah uang yang diperoleh oleh keluarga dalam jangka waktu tertentu sebagai imbalan atas jasa atau faktor produksi yang telah diberikan, di mana hal ini tidak menghitung pendapatan atau kas (non kas), dengan fokus yang lebih terbatas dibandingkan pendapatan ekonomi, biasanya mencakup penghasilan dari transfer. Pendapatan asli adalah jenis pendapatan yang diterima oleh setiap individu yang secara langsung terlibat dalam pembuatan suatu barang. Sementara itu, pendapatan turunan (sekunder) dihasilkan oleh kelompok orang lain yang tidak secara langsung berkontribusi dalam penciptaan barang. Contohnya adalah pegawai negeri, pengacara, dan dokter. (Anggia, 202318-19)

UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diakui oleh para pemangku kepentingan bisnis atas peran pentingnya dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan daya tawar, dan pendorong pembangunan ekonomi. Selain itu, UMKM merupakan bagian dari sektor informal, yang menyediakan pendapatan bagi masyarakat yang tidak memiliki akses ke pasar formal. Biasanya, UMKM memulai operasinya dengan sumber daya keuangan yang terbatas dan tenaga kerja yang kecil. Meskipun skala operasionalnya sederhana, kontribusi ekonomi UMKM sangat besar dan patut mendapat perhatian. Mengingat jumlahnya yang banyak dan keberadaannya yang luas di seluruh negeri, UMKM dapat memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap perekonomian. Lebih lanjut, UMKM dapat berfungsi sebagai katalis utama untuk kemajuan ekonomi dengan mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menciptakan peluang bisnis baru bagi individu yang bercita-cita mencapai kemandirian finansial. (Ompusunggu., 2023)

Manfaat UMKM bagi ekonomi masyarakat dengan kehadiran UMKM, perekonomian Indonesia mendapatkan banyak keuntungan, mulai dari memperlancar sirkulasi uang, mendorong kreativitas dan inovasi, hingga mengurangi ketergantungan pada produk impor. Meningkatkan perekonomian lokal, Meningkatkan kualitas produk lokal, Signifikansi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia dapat diamati melalui beberapa aspek: status mereka sebagai pemain kunci dalam beragam kegiatan ekonomi; peran mereka sebagai penyedia lapangan kerja terbesar; kontribusi substansial mereka terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat; fungsi mereka sebagai inovator dan pencipta pasar baru; dampak mereka terhadap keberlangsungan neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor. (Evi, 2024)

METODE

Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini bersifat kualitatif, menggunakan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk mencapai pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena tersebut. strategi keunggulan kompetitif serta usaha peningkatan pendapatan pada UMKM, khususnya di Metro Taylor Lubuk Sikaping. Penelitian ini dilaksanakan di Metro Taylor, Lubuk Sikaping, Kabupaten Pasaman.

Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas bisnis dan wawancara semi-terstruktur dengan pemilik bisnis, konsumen, dan pesaing yang terlibat dalam operasi dan persaingan pasar. Data sekunder diperoleh dari dokumen internal usaha, catatan keuangan, arsip yang berkaitan dengan UMKM, literatur akademis, serta sumber daring yang relevan dengan tema penelitian.

Analisis data dilakukan melalui pengurangan data, penyajian data dalam bentuk naratif, dan penarikan kesimpulan untuk menemukan pola, strategi, dan makna dari data yang telah diambil, sehingga memberikan gambaran yang komprehensif tentang praktik bisnis dan strategi keunggulan kompetitif yang diterapkan oleh Metro Taylor.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Usaha Menengah Metro Taylor Lubuk Sikaping

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Metro Taylor, sebagai usaha jasa jahit menengah di Lubuk Sikaping, menerapkan strategi keunggulan bersaing yang terstruktur untuk meningkatkan pendapatan dan mempertahankan eksistensi usaha. Strategi utama yang digunakan adalah strategi diferensiasi dan strategi fokus, yang didukung oleh kekuatan internal serta kemampuan merespons kondisi eksternal usaha.

Penerapan strategi diferensiasi terlihat dari kualitas jahitan yang rapi dan presisi, sistem pengerjaan yang detail, serta pelayanan yang profesional dan tepat waktu. Setiap produk dikerjakan melalui pembagian kerja yang jelas, mulai dari pemotongan, penjahitan, penggosokan, hingga pemasangan kancing. Sistem ini menghasilkan standar kualitas yang konsisten dan lebih tinggi dibandingkan penjahit konvensional. Keunggulan kualitas tersebut memungkinkan Metro Taylor menetapkan harga jasa yang relatif lebih tinggi tanpa kehilangan pelanggan utama, karena konsumen menilai harga sebanding dengan hasil dan layanan yang diterima.

Selain diferensiasi, Metro Taylor juga menerapkan strategi fokus dengan memusatkan layanan pada jahitan pakaian dinas, jas, dan seragam sekolah. Fokus ini ditujukan pada segmen pasar yang memiliki permintaan relatif stabil dan membutuhkan standar kualitas tertentu. Metro Taylor secara sadar membatasi jenis jahitan yang memerlukan waktu pengerjaan lama, seperti kebaya payet dan pakaian pengantin, guna menjaga efisiensi produksi dan ketepatan waktu penyelesaian pesanan. Strategi fokus ini membantu usaha mengoptimalkan sumber daya yang terbatas serta mengurangi persaingan langsung dengan penjahit yang melayani pasar umum.

Hasil analisis faktor internal melalui Matriks IFE menunjukkan skor total sebesar 3,04, yang mengindikasikan bahwa kondisi internal Metro Taylor berada pada posisi kuat. Kekuatan utama usaha terletak pada kualitas jahitan, sistem pengerjaan yang detail, kepercayaan dari instansi

pemerintah, serta spesialisasi layanan. Kekuatan tersebut mampu menutupi kelemahan seperti harga jasa yang lebih tinggi, keterbatasan tenaga kerja, dan ketergantungan pada pesanan instansi.

Sementara itu, hasil Matriks EFE menunjukkan skor total sebesar 2,90, yang menandakan bahwa Metro Taylor cukup mampu memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman eksternal. Peluang utama berasal dari permintaan pakaian dinas dan seragam yang stabil, pertumbuhan instansi dan sekolah, serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kualitas. Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan harga dari penjahit murah, banyaknya usaha jahit skala kecil, kenaikan harga bahan baku, dan perubahan tren busana. Meskipun demikian, kepercayaan pelanggan dan reputasi usaha menjadi faktor pelindung yang signifikan.

Penelitian juga menemukan beberapa hambatan dalam meningkatkan daya saing Metro Taylor. Hambatan tersebut meliputi keterbatasan sumber daya manusia, risiko regenerasi akibat usia pemilik usaha, tingginya biaya operasional sebagai konsekuensi strategi diferensiasi, ketergantungan pada segmen pasar instansi, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi dan pemasaran digital. Hambatan ini berpotensi membatasi perluasan pasar dan peningkatan skala usaha jika tidak dikelola secara strategis.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi keunggulan bersaing Metro Taylor melalui kombinasi diferensiasi dan fokus terbukti efektif dalam meningkatkan pendapatan dan mempertahankan posisi di pasar lokal. Keberhasilan usaha sangat ditentukan oleh konsistensi kualitas, kepercayaan pelanggan, serta kemampuan menyesuaikan strategi dengan kondisi internal dan eksternal. Namun, untuk menjaga keberlanjutan jangka panjang, Metro Taylor perlu memperkuat manajemen sumber daya manusia, diversifikasi pasar secara terbatas, serta mulai memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran yang lebih modern.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Metro Taylor terbukti menerapkan strategi keunggulan bersaing melalui pendekatan diferensiasi dan fokus pasar secara berkelanjutan. Diferensiasi terlihat dari mutu jahitan yang rapi dan presisi, sistem kerja yang terperinci dengan pembagian tugas yang jelas, serta pelayanan yang profesional dan tepat waktu. Strategi fokus diterapkan dengan memusatkan layanan pada jahitan pakaian dinas, jas, dan seragam, terutama untuk pesanan instansi dan sekolah. Penerapan strategi ini membantu Metro Taylor menjaga kepercayaan pelanggan dan meningkatkan pendapatan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Analisis faktor internal melalui Matriks IFE menunjukkan bahwa kekuatan internal Metro Taylor lebih besar dibandingkan kelemahannya. Kualitas produk yang konsisten, kepercayaan dari instansi, dan sistem kerja yang terorganisir mampu mengimbangi keterbatasan tenaga kerja, harga jasa yang relatif tinggi, serta pembatasan jenis jahitan yang diterima. Kondisi internal tersebut menempatkan Metro Taylor pada posisi yang kuat untuk menjalankan strategi diferensiasi dan fokus dalam menghadapi persaingan jasa jahit di Lubuk Sikaping.

Secara keseluruhan, strategi keunggulan bersaing yang diterapkan Metro Taylor terbukti mampu menjaga daya saing dan meningkatkan pendapatan usaha. Namun, beberapa hambatan masih perlu mendapat perhatian, seperti keterbatasan sumber daya manusia, masalah regenerasi tenaga kerja, serta rendahnya pemanfaatan teknologi dan pemasaran digital. Oleh karena itu,

penguatan pengelolaan internal, peningkatan efisiensi operasional, dan pengembangan strategi pemasaran modern menjadi langkah penting untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Anggia, R. (2023). Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio). *Tahta Media*.

Dian, S. (2022). *MANAJEMEN STRATEGI.* Jawa Tengah: Pena Persada.

Indrianty. (,2023). *Strategi Pemasaran.* Nusa Tamalanrea: Intelektual.

Noor, Z. Z. (2021). *Strategi Pemasaran 5.0.* Yogyakarta: DEEPUBLISH.

Ompusunggu, L. Z. (2023). *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Era Digital Abad 21 Micro, Small And Medium Enterprises (MSME) The Digital Age Of The 21 Century.*

Jurnal:

Ahmad, M. (2020). Analisis Swot Dalam Membuat Keputusan Dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. *Journal Research and Education Studies*, 34, 35.

Baiq, A. F. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 16-17.

Deradjat, S. M. (2023). Teknik Analisis Swot Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 9-10.

Devina, Dina Rahma, and Andis Febrian. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Hotel Fahira Syariah Kota Bukittinggi." Jurnal Inovasi Manajemen dan Kewirausahaan 6.3 (2025).

Evi, S. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 38-39.

Guraida, G., & Izmuddin, I. (2024). Strategi Bertahan Usaha Mikro Kuliner pada Era Pandemic (Covid19) Ditinjau dari Sudut Pandang Ekonomi Syariah. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(3), 1099-1112

Miftakhul, J. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *Journal IJESPG*, 16.

Moh.Samsul Arifin, B. H. (2023). ANALISIS PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA JAHIT BAJU MBAK NUR DI. *Jurnal Cakrawala Ilmiah* , 2616.

Putri, P. L. (2022). STRATEGI MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING PELAKU UMKM. Jurnal *Among Makarti* .

Putri, V. A., Putra, I. J., Imamuddin, M., & Elvira, R. (2026). Strategi Bersaing BMT Al Fataya Payakumbuh pada Era Keuangan Digital Syariah dengan Pendekatan SWOT Analisis. Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang, 12(01), 213-223.

Sinaga, M., & Asyari, A. (2025). Analysis of Transportation Service Marketing Strategies In Facing Competition. International Journal of Education, Information Technology, and Others, 8(4), 115-122.

Suprihatmi. (2008). *Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Manajemen Sumberdaya*

Manusia. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan.
Syahreza, D. S. (2023). Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Perusahaan . *Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*.
Timpal, E. T. (2021). Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa di Bidang Teknologi . *Jurnal Governance*, 2.