

PENINGKATAN DAYA SAING MELALUI PLATFORM SHOPEE DENGAN ANALISIS SWOT (STUDI KASUS : MTRSTORE.ID)

Oleh:

¹Sahlul Haq Robbani, ²Aries Kurniawan

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Gresik, Kewirausahaan

Jl. Sumatera No.101, Gn. Malang, Randuagung, Kec. Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121.

Email : sahlulrobbani@gmail.com¹, ariesaja@umg.ac.id²

ABSTRACT

MTRSTORE.ID is a thrift shop business operating in the fashion industry, offering imported thrift products such as jeans, chinos, and cargo pants. This business was chosen due to the rapid trend growth in the sector, particularly among teenagers. This study aims to analyze the competitiveness of MTRSTORE.ID, a thrift shop operating on the Shopee e-commerce platform, using the SWOT analysis approach. In the context of globalization and advancements in information technology, businesses like MTRSTORE.ID face challenges to remain relevant and competitive in an increasingly tight market. The analysis results show that MTRSTORE.ID has strengths, including high sales potential through Shopee's large user base and attractive promotions. However, the business also faces weaknesses, such as intense competition and high administrative costs. Opportunities to boost sales include participating in discount programs and utilizing Shopee's advertising features, while threats such as price competition and challenges in maintaining product quality need to be addressed. This research employs a qualitative methodology with a case study approach. It recommends that MTRSTORE.ID implement these strategies to enhance its competitiveness on Shopee, utilizing the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis framework.

Key words: *Competitives, e-commerce, SWOT*

ABSTRAK

MTRSTORE.ID merupakan bisnis *thrifting shop* yang bergerak dibidang *fashion*, produk *thrift* yang ditawarkan berupa celana import seperti jeans, chinos, dan cargo. Bisnis ini dipilih karena adanya trend yang berkembang pesat saat ini dan banyak kalangan remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing MTRSTORE.ID, sebuah bisnis thrift shop yang beroperasi di platform e-commerce shopee, melalui pendekatan analisis SWOT. Dalam konteks globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, bisnis seperti MTRSTORE.ID dihadapkan pada tantangan untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang semakin ketat. Hasil analisis menunjukkan bahwa MTRSTORE.ID memiliki kekuatan dalam potensi penjualan yang tinggi melalui basis pengguna shopee yang besar dan promosi yang menarik. Namun, bisnis ini juga menghadapi kelemahan, seperti persaingan yang ketat dan biaya administrasi yang tinggi. Peluang untuk meningkatkan penjualan termasuk partisipasi dalam program diskon dan penggunaan fitur iklan shopee, sementara ancaman dari persaingan harga dan tantangan dalam menjaga kualitas produk perlu diatasi. Metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang digunakan dalam artikel ini. Penelitian ini merekomendasikan agar MTRSTORE.ID

menerapkan strategi-strategi tersebut untuk meningkatkan daya saingnya di shopee menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threats*).

Kata kunci: Daya Saing, *E-Commerce*, SWOT

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan kemajuan pesat teknologi informasi telah memiliki dampak besar pada ekonomi dunia. Negara-negara di seluruh dunia bersaing untuk menjadi lebih kompetitif secara ekonomi. Dalam dunia bisnis, persaingan yang semakin ketat ditandai dengan munculnya berbagai strategi pemasaran dan peningkatan daya saing untuk mempertahankan bisnisnya (Aidhi et al., 2023). Di era modern, bisnis menghadapi banyak tantangan karena semakin banyak pesaing dan selera konsumen yang meningkat terhadap kualitas produk, harga yang relatif murah, dan kemudahan membeli produk (Fatikha, 2023). Terutama pada bisnis yang masih perlu berinovasi dalam menjaga kualitas layanan serta meningkatkan daya saing terhadap kompetitor yang terjun pada bisnis yang sama (Hanif & Parantika, 2023). Meningkatkan daya saing juga dapat menjadi lebih baik untuk mendorong peningkatan kualitas produk dan efisiensi produk (Amelia et al., 2023).

Teknologi informasi saat ini telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk salah satunya cara berbelanja. Meskipun belum sepenuhnya diterapkan secara merata, *e-commerce* shopee perlahan tapi pasti menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern (Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, 2022). Di antara berbagai platform *e-commerce* di Indonesia, shopee menjadi salah satu yang paling populer dan banyak digunakan. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, kemudian memperluas bisnisnya ke negara lain seperti Indonesia, Malaysia, Thailand dan Filipina serta berhasil berkontribusi pada pertumbuhan pasar di negara-negara tersebut (Asih, 2024). Shopee menawarkan berbagai produk dalam berbagai kategori, mulai dari elektronik konsumen, rumah dan kehidupan, kesehatan dan kecantikan, bayi dan mainan, fashion, hingga peralatan kebugaran. Selain itu, layanan Garansi Shopee, yang dikenal untuk memastikan bahwa transaksi tetap aman dengan menahan pembayaran kepada penjual hingga pembeli menerima pesanan mereka (Nugroho et al., 2024).

MTRSTORE.ID merupakan bisnis *thrifting shop* yang bergerak dibidang *fashion*, produk *thrift* yang ditawarkan berupa celana import seperti jeans, chinos, dan cargo. Bisnis ini dipilih karena adanya trend yang berkembang pesat saat ini dan banyak kalangan remaja yang mengincar pakaian *thrift* karena barang-barang tersebut terbatas dan menawarkan berbagai model modern yang sangat digemari oleh kalangan remaja (Melina, 2024). Kondisi ideal untuk MTRSTORE.ID, sebagai salah satu pemain di industri *thrift shop* di platform shopee adalah mampu memanfaatkan potensi besar yang ada dipasar ini. Dengan basis pengguna shopee yang mencapai lebih dari 100 juta, MTRSTORE.ID seharusnya dapat meraih pangsa pasar yang signifikan dan mencapai loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang memaskan dan strategi pemasaran yang efektif. Namun, terdapat minimnya kajian mendalam mengenai strategi daya saing khususnya untuk bisnis *thrift shop* di platform *e-commerce* seperti shopee. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih fokus pada strategi umum dalam *e-commerce* tanpa mempertimbangkan keunikan bisnis *thrift*.

Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian ini agar dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami dinamika dan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing di pasar yang semakin ketat. Seiring dengan persaingan yang semakin ketat di platform shopee. Banyaknya penjual yang menawarkan produk serupa

mengharuskan MTRSTORE.ID untuk memiliki strategi yang jelas dan inovatif agar tetap relevan.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan, Permasalahan pada MTRSTORE.ID yaitu dalam meningkatkan daya saing platform shopee terhadap kompetitor yang sama. Maka akan dilakukan analisis SWOT pada *platform* shopee MTRSTORE.ID untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam meningkatkan daya saing. Diharapkan MTRSTORE.ID dapat menggunakan penelitian ini untuk mempertimbangkan strategi bisnisnya dan terus meningkatkan kualitas dan daya saing dibandingkan dengan pesaingnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Daya Saing

Persaingan adalah kunci keberhasilan atau kegagalan sebuah bisnis. Persaingan menentukan seberapa tepat tindakan perusahaan yang dapat meningkatkan kinerjanya, seperti inovasi atau pelaksanaan yang baik. Perusahaan dapat memanfaatkan keuntungan (harga, pangsa pasar, merek, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan saluran distribusi) (Mashuri & Nurjannah, 2020). Secara umum, daya saing mencakup bagaimana suatu perusahaan dapat bertahan dalam lingkungan yang kompetitif dengan meningkatkan kemampuan perusahaan tersebut sehingga perusahaan memiliki keunggulan untuk menjamin kelangsungan hidupnya (Angelina, 2021). Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi daya saing yaitu :

- a. Faktor internal menjelaskan bidang sumber daya manusia, manufaktur, pemasaran, dan pengembangan produk yang memberikan wawasan tentang situasi perusahaan. Faktor internal positif dapat digunakan oleh bisnis untuk mencapai misi, tujuan, dan sasaran. Faktor-faktor tersebut antara lain keterampilan atau pengetahuan, citra publik yang positif, tenaga penjualan yang berpengalaman, pelanggan setia, dan faktor lainnya.
- b. Faktor eksternal mempengaruhi bisnis dalam menentukan arah dan tindakan yang akan dilakukan bisnis. Faktor eksternal akan mempengaruhi struktur organisasi dan proses internal suatu perusahaan. Faktor eksternal dibagi menjadi 3 subbagian yang saling bergantung, yaitu: Lingkungan terpendek Lingkungan (ekonomi, sosial, politik, teknologi, ekologi), Lingkungan industri atau lingkungan industri (hambatan masuk, pemasok listrik, daya beli, ketersediaan produk pengganti, persaingan kompetitif) dan lingkungan operasi atau lingkungan operasi (pesaing, penyedia kredit, pelanggan, tenaga kerja pasar, pemasok).

Digital Marketing

Digital Marketing adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Marketing adalah untuk mempromosikan merek, menciptakan preferensi, dan meningkatkan jumlah penjualan dengan menggunakan berbagai teknik pemasaran digital. Marketing online atau internet adalah istilah tambahan untuk digital marketing (Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, 2020). Menurut Armstrong Kottler dalam (Az-Zahra & Sukmalengkawati, 2022) digital marketing sebagai upaya perusahaan untuk berkomunikasi, mempromosikan, menginformasikan, dan memasarkan produk dan jasa melalui media internet. Digital marketing dapat digunakan sebagai salah satu upaya perusahaan untuk memasarkan produk, sehubungan dengan upaya perusahaan untuk mempromosikan dan memasarkan produk melalui internet. Salah satu cara sebuah bisnis melakukan branding produknya

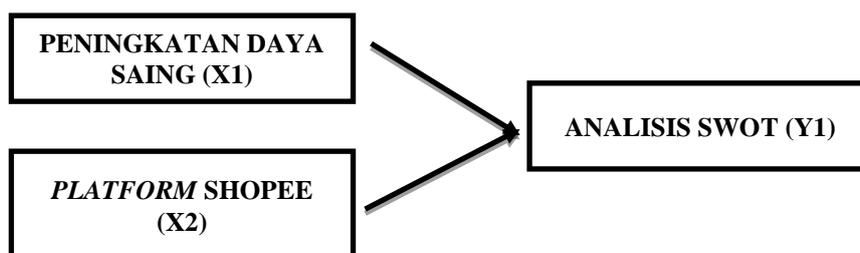
adalah dengan melakukan iklan digital melalui aktivitasnya di media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, dan jejaring sosial.

Analisis S.W.O.T

Analisis S.W.O.T (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Treats*) adalah salah satu metode dalam melakukan penyusunan strategi Perusahaan dengan melihat kondisi lingkungan Perusahaan, baik internal maupun internal. Analisis SWOT lebih menekankan pada kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam menghadapi peluang dan ancaman saat ini (Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, 2022). Secara sederhana analisis SWOT adalah pemeriksaan kekuatan, kelemahan, dan peluang internal sebuah organisasi, seperti lembaga pendidikan Islam, bersama dengan peluang dan ancaman dari sumber eksternal. SWOT adalah alat yang umum yang digunakan untuk perencanaan strategis dalam berbagai bisnis dan sebagai langkah awal dalam proses membuat Keputusan (Ardiansyah et al., 2024). Tujuan dari analisis SWOT yaitu membantu mengembangkan faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*treats*) yang akan mempengaruhi strategi perusahaan, agar berjalan sesuai dengan tujuannya. Sedangkan manfaat analisis SWOT sebagai berikut (Rahmawati & Sutantri, 2019) :

1. Memberikan bimbingan kepada perusahaan dalam menentukan berbagai strategi untuk rencana dan pelaksanaan masa depan. Diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan pendekatan terbaik.
2. Menjadi sumber evaluasi kebijakan bagi perusahaan untuk mempertimbangkan upaya yang dianggap menguntungkan atau merugikan.
3. Memberikan informasi tentang kondisi perusahaan atau menjadi pedoman untuk melakukan kebijakan baru dan solusi atas hasil penilaian dari analisis yang ada.
4. Memotivasi manajemen perusahaan untuk mengembangkan atau menciptakan

Kerangka Konseptual



Kerangka konseptual penelitian ini berfokus pada Peningkatan Daya Saing (X1) melalui pemanfaatan Platform Shopee (X2) dengan menggunakan Analisis SWOT (Y1). Peningkatan daya saing menjadi hal yang sangat penting bagi pelaku usaha, terutama UMKM, untuk bertahan dan berkembang di pasar yang sangat kompetitif, terutama di ranah digital. Daya saing (X1) dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Dalam konteks ini, Shopee sebagai platform e-commerce yang populer dapat menjadi sarana yang efektif bagi para pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, serta memberikan kemudahan dalam transaksi jual beli.

Platform Shopee (X2) memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing (X1) karena menawarkan berbagai fitur yang dapat mendukung penjualan dan pemasaran

produk, seperti promo, iklan berbayar, dan program loyalitas. Melalui platform ini, pelaku usaha dapat lebih mudah menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan frekuensi pembelian. Di sisi lain, fitur-fitur yang disediakan Shopee juga memungkinkan penjual untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna, mulai dari pengaturan tampilan toko, pengelolaan stok, hingga pengiriman produk. Oleh karena itu, pemanfaatan yang tepat terhadap platform ini dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi toko online dalam meningkatkan daya saing mereka. Analisis SWOT (Y1) dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi daya saing MTRStore.id di Shopee. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi kekuatan (Strengths) seperti kualitas produk dan ulasan positif dari pelanggan, kelemahan (Weaknesses) yang mencakup keterbatasan dalam penggunaan fitur Shopee secara maksimal, peluang (Opportunities) seperti tren belanja online yang semakin meningkat, serta ancaman (Threats) seperti kompetisi yang ketat di platform tersebut.

Hasil dari Analisis SWOT (Y1), MTRStore.id dapat merumuskan strategi yang lebih terarah untuk meningkatkan daya saing (X1) di Shopee. Berdasarkan kekuatan yang ada, seperti reputasi produk yang baik, MTRStore.id dapat memanfaatkan testimonial pelanggan untuk memperkuat kepercayaan pembeli dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Di sisi lain, dengan mengidentifikasi kelemahan seperti keterbatasan dalam pemasaran digital, toko ini bisa menginvestasikan lebih banyak dalam iklan berbayar atau bekerja sama dengan influencer untuk meningkatkan visibilitas. Peluang seperti tren belanja online yang meningkat bisa dimanfaatkan dengan menawarkan produk-produk unggulan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Secara keseluruhan, integrasi antara pemanfaatan platform Shopee (X2) dan penerapan analisis SWOT (Y1) akan membantu MTRStore.id merancang langkah strategis yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang menggunakan wawancara terstruktur kepada stakeholder di MTRSTORE.ID. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam tentang subjek yang diteliti dalam setting sosial dan budaya yang spesifik (Sutrisno, 2023 dalam Agustini, 2023). Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi partisipatif untuk menggali informasi yang komprehensif mengenai pengalaman, persepsi, dan interaksi para partisipan. Lokasi penelitian ini dilakukan di MTRSTORE.ID, desa Sidojangkung, Menganti, Gresik. Untuk data yang dihimpun berjenis data primer didapati secara wawancara bersama owner dan satu karyawan. Jumlah informan yang terbatas (dua orang) dipilih untuk memfokuskan analisis pada pandangan yang lebih mendalam daripada jumlah yang lebih besar, yang dapat mengarah pada data yang lebih bervariasi tetapi kurang mendalam. data yang digunakan adalah data sekunder dan primer. Data sekunder yaitu memakai cara wawancara dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis SWOT, dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi MTRSTORE.ID, teknik ini akan memberikan gambaran menyeluruh tentang posisi strategis bisnis di pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis SWOT ada empat faktor yaitu Strengths (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunities (Peluang), Treats (Ancaman) (Syah et al., 2021). Thrift shop adalah sebuah bisnis yang saat ini sedang naik daun dan sedang banyak diminati serta dapat dengan mudah ditemukan melalui shopee, Instagram, dan market place lainnya. Bisnis ini termasuk bisnis dengan modal yang minim tapi dapat memberikan keuntungan besar. Untung tersebut didorong oleh banyaknya minat anak muda atau kalangan remaja sekarang untuk membeli barang dari thrift shop. Barang yang dijual maupun dibeli sangatlah beragam mulai dari baju sampai barang antik. Trend untuk membeli barang bekas muncul sebagai alternatif untuk membeli barang bermerk dengan harga yang cukup terjangkau.

Pada penelitian (Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, 2022) dengan judul Analisis Sistem E-Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing menggunakan metode S.W.O.T, hasil analisis yang dilakukan, didapatkan bahwa yang menjadi kekuatan dari Shopee terletak pada reputasinya, kelemahannya adalah bukan merupakan e-commerce dari Indonesia, peluangnya adalah bisnis marketplace yang tidak terikat ruang dan waktu, serta ancamannya adalah kompetitor yang banyak untuk model bisnis yang serupa.

Dalam wawancara yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa Strengths (Kekuatan) pemilik MTRSTORE.ID mengidentifikasi penjualan melalui platform shopee. Salah satu kekuatan tersebut adalah peningkatan penjualan yang signifikan bagi MTRSTORE.ID, karena shopee memiliki jumlah pengguna yang sangat besar di Indonesia. Dengan basis yang luas ini, platform shopee membuka peluang lebih besar untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dari berbagai daerah, termasuk yang sebelumnya sulit dijangkau melalui metode penjualan konvensional. Selain itu, shopee secara konsisten menawarkan beragam promo menarik, terutama pada momen-momen penting seperti hari besar nasional dan perayaan tertentu. Promo – promo ini menarik perhatian konsumen untuk berbelanja dengan banyak, sehingga memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah pesanan di toko MTRSTORE.ID. Dengan memanfaatkan momen ini dapat meningkatkan visibilitas produknya sekaligus membangun loyalitas pelanggan melalui pengalaman belanja yang memuaskan. Shopee juga menyediakan berbagai metode pembayaran yang aman, fleksibel, dan mudah digunakan. Keberadaan metode pembayaran ini menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong kenyamanan pelanggan saat bertransaksi di platform. Pelanggan dapat memilih pembayaran sesuai dengan preferensi mereka, mulai dari transfer bank, e-wallet, hingga sistem COD (Cash on Delivery). Dengan demikian, MTRSTORE.ID mampu menarik lebih banyak calon pembeli yang mungkin memiliki preferensi metode pembayaran yang berbeda. Oleh karena itu, pemilik toko perlu terus memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan shopee secara maksimal untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan dan memperkuat posisinya di tengah persaingan e-commerce yang semakin ketat.

Kemudian Weakness (Kelemahan) MTRSTORE.ID menghadapi beberapa tantangan utama saat menggunakan platform Shopee sebagai tempat berjualan. Platform ini memiliki ratusan bahkan ribuan penjual di setiap kategori produknya, yang secara langsung membuat MTRSTORE.ID harus bersaing dengan banyak kompetitor lainnya. Tingginya jumlah penjual ini berpotensi menurunkan visibilitas toko dan menyulitkan konversi penjualan, terutama jika toko kurang dioptimalkan. Selain itu, Shopee juga membebankan biaya admin yang cukup besar kepada para penjual, yang menjadi masalah bagi banyak pelaku usaha. Oleh karena itu, pemilik toko harus dengan sangat teliti menentukan margin keuntungan pada setiap produknya agar tidak mengalami kerugian. Penentuan harga jual

menjadi langkah strategis yang sangat penting dalam keberlanjutan operasional toko. Shopee juga menggunakan algoritma tertentu pada mesin pencariannya, yang memengaruhi bagaimana produk atau toko muncul dalam hasil pencarian. Hal ini berarti penjual harus mampu mengoptimalkan konten produk dengan kata-kata yang sesuai dengan kata kunci yang dicari oleh konsumen. Selain itu, tampilan toko yang menarik dan profesional sangat diperlukan untuk menarik perhatian pembeli. Jika toko MTRSTORE.ID tidak dapat menonjolkan ciri khas atau keunggulannya, calon pelanggan mungkin akan kesulitan menemukannya di tengah persaingan yang ketat. Oleh sebab itu, pemilik toko perlu menyusun strategi pemasaran yang matang dan berfokus pada branding, peningkatan interaksi pelanggan, serta pengelolaan konten yang terstruktur agar dapat meningkatkan daya saing dan memaksimalkan potensi penjualan di shopee.

Beberapa Opportunities (Peluang) MTRSTORE.ID, yang dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan di platform Shopee. Salah satu strategi utama adalah dengan berpartisipasi dalam program diskon dan gratis ongkir yang disediakan oleh Shopee. Program ini terbukti efektif dalam meningkatkan volume penjualan karena banyak pelanggan lebih tertarik untuk membeli produk yang menawarkan harga lebih murah dan ongkos kirim gratis. Selain itu, MTRSTORE.ID secara rutin mengikuti flash sale, sebuah program promosi yang memberikan potongan harga dalam waktu terbatas. Hal ini dilakukan untuk menarik lebih banyak pelanggan dan menciptakan rasa urgensi bagi pembeli agar segera melakukan transaksi. Tidak hanya itu, MTRSTORE.ID juga memanfaatkan fitur Shopee Ads untuk meningkatkan visibilitas produk di pencarian Shopee. Dengan fitur ini, produk mereka lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli, sehingga peluang penjualan pun meningkat. Untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi, toko ini mengaktifkan metode pembayaran ShopeePay Later dan Cash on Delivery (COD). Langkah ini memungkinkan pelanggan yang belum memiliki dana langsung atau yang lebih nyaman membayar saat barang diterima untuk tetap bisa berbelanja. MTRSTORE.ID juga berhasil meraih status "Shopee Star Seller," sebuah penghargaan yang diberikan kepada penjual dengan performa tinggi. Status ini memberikan reputasi yang lebih baik di mata pelanggan karena dianggap menjual produk berkualitas dengan pelayanan yang memuaskan. Dengan kepercayaan dan visibilitas yang lebih tinggi, MTRSTORE.ID berhasil menarik segmen pasar yang lebih luas sekaligus membangun loyalitas pelanggan. Strategi-strategi ini telah menjadi kunci sukses MTRSTORE.ID dalam bersaing di platform e-commerce.

Threats (Ancaman) yang menjadi tantangan utama bagi MTRSTORE.ID di platform Shopee adalah tingginya tingkat persaingan di platform tersebut. Banyaknya kompetitor dengan produk serupa membuat daya tarik MTRSTORE.ID semakin menurun, karena pelanggan memiliki banyak pilihan yang hampir sama. Selain itu, persaingan harga juga menjadi masalah besar. Beberapa pesaing yang menawarkan harga lebih rendah membuat MTRSTORE.ID kesulitan untuk bersaing dalam hal harga, yang dapat memengaruhi volume penjualan. Meskipun menghadapi ancaman tersebut, MTRSTORE.ID tetap fokus pada upaya diferensiasi produk dan pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Pemilik toko menekankan pentingnya menawarkan sesuatu yang unik dan berbeda agar pelanggan tetap memilih produk mereka meskipun ada banyak pilihan lain. Selain itu, MTRSTORE.ID juga memberikan nilai tambah berupa layanan garansi produk dan kebijakan pengembalian barang yang mudah, terutama jika barang yang diterima tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Langkah-langkah ini tidak hanya memberikan kenyamanan kepada pelanggan, tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif yang membedakan mereka dari pesaing lain. Dengan cara ini, MTRSTORE.ID berusaha mempertahankan pelanggan setia dan tetap bersaing meskipun menghadapi ancaman dari pesaing harga.

Setelah hasil analisis Strengths, Opportunities, Weakness, dan Threats dikumpulkan, maka akan dimasukkan ke dalam matriks S.W.O.T untuk melihat strategi S-O (Strengths-Opportunities), W-O (Weakness-Opportunities), S-T (Strengths-Threats), dan W-T (Weakness-Threats) yang dapat diterapkan. Hasil matriks S.W.O.T disajikan dalam tabel berikut.:

Matriks S.W.O.T	Strengths (S)	Weakness (W)
Opportunities (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
	<ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan basis pengguna shopee untuk yang besar untuk menjangkau pelanggan baru, terutama di daerah yang sulit dijangkau secara konvensional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengoptimalkan deskripsi produk menggunakan kata kunci pencarian yang relevan untuk meningkatkan peringkat pencarian.
	<ul style="list-style-type: none"> - Berpartisipasi dalam program diskon gratis untuk menarik lebih banyak pelanggan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengikuti program flash sale dan diskon dengan strategi harga yang matang untuk meningkatkan konversi penjualan.
	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan shopee ads secara aktif untuk meningkatkan visibilitas produk di hasil pencarian 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan branding toko yang lebih menonjol dengan menciptakan logo, tema, visual dan pesan yang konsisten.
	<ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan status “Shopee Star Seller” untuk membangun kepercayaan pelanggan dengan menonjolkan kualitas pelayanan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan pengalaman belanja pelanggan melalui metode pembayaran fleksibel, seperti ShopeePay later dan COD.
	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan ulasan positif dari pelanggan sebagai alat promosi untuk menarik calon pembeli. 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten promosi yang menarik di media sosial untuk mengarahkan lalu lintas ke toko shopee.
Threats (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
	<ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan berbagai metode 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan analisis pasar secara berkala

	pembayaran untuk menarik pelanggan dengan preferensi pembayaran yang berbeda.	untuk menentukan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan margin.
	- Menyediakan layanan garansi produk untuk meningkatkan rasa percaya pelanggan.	- Memberikan penawaran nilai tambah, seperti bonus kecil atau kemasan yang menarik, untuk membedakan dari kompetitor.
	- Menjaga kualitas produk untuk mempertahankan “Shopee Star Seller” dan mendapatkan ulasan positif.	- Menggunakan strategi pemasaran konten, seperti video unboxing atau tutorial, untuk menarik perhatian pelanggan.
	- Memanfaatkan promosi shopee pada hari-hari besar untuk meningkatkan penjualan sekaligus loyalitas pelanggan.	- Membuat tampilan toko lebih profesional dengan desain menarik dan mudah diakses agar pelanggan lebih percaya diri.
	- Melakukan kolaborasi dengan influencer mikro untuk mempromosikan produk secara organik di media sosial.	- Menyusun kebijakan pengembalian barang yang sederhana dan mudah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel diatas, strategi-strategi tersebut dapat memungkinkan MTRSTORE.ID untuk mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, menghindari ancaman, dan mengoptimalkan kekuatan demi kesuksesan di paltform shopee guna meningkatkan daya saingnya. Penelitian terletak pada fokus analisis SWOT yang diterapkan secara spesifik pada bisnis thrift shop MTRSTORE.ID yang beroperasi di platform shopee. Penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi daya saing yang unik bagi bisnis thrift shop, yang selama ini kurang mendapat perhatian dalam penelitian sebelumnya. Dengan pendekatan ini, penelitian mengisi celah dalam literatur yang ada terkait strategi pemasaran dalam konteks e-commerce, khususnya untuk bisnis yang berfokus pada produk thrift yang sedang populer di kalangan remaja. Selain itu hasil penelitian ini memiliki kebermanfaatan yang signifikan di berbagai aspek. Bagi praktisi bisnis, penelitian ini menawarkan panduan untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh bisnis thrift shop, sehingga mereka dapat merumuskan strategi yang lebih efektif. Selain itu penelitian ini dapat menjadi acuan bagi

studi lanjut mengenai strategis bisnis dalam konteks e-commerce dan industri fashion thrift.

PENUTUP

Kesimpulan Dan Saran

Dari wawancara peneliti dengan pemilik MTRSTORE.ID dapat disimpulkan bahwa, pentingnya analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing MTRSTORE.ID, sebuah bisnis thrift shop yang beroperasi di platform shopee. Dengan perkembangan pesat dalam globalisasi dan teknologi informasi, bisnis seperti MTRSTORE.ID harus beradaptasi untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang semakin ketat. Temuan utama menunjukkan bahwa MTRSTORE.ID memiliki kekuatan dalam potensi penjualan melalui pengguna shopee yang besar dan promosi menarik, namun juga menghadapi kelemahan seperti persaingan yang ketat dan biaya administrasi yang tinggi. Peluang yang ada, seperti partisipasi dalam program diskon dan penggunaan fitur iklan shopee dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan. Sementara ancaman dari persaingan harga dan tantangan kualitas produk dan pelayanan, optimalisasi deskripsi produk, serta peningkatan branding toko untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi implementasi strategi yang telah diusulkan, serta menganalisis dampaknya terhadap penjualan dan daya saing MTRSTORE.ID di platform shopee. Dengan strategi-strategi ini, MTRSTORE.ID diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya di platform shopee dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam bisnis thrift shop.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidhi, A. Al, Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Palembang, S. P., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, Jakarta Barat.
- Amelia, A., Permatasari, E., Amanda Z, P. J., Sinaga, F., & Antoni, H. (2023). Peningkatan Daya Saing Industri terhadap Kasus Impor Pakaian Bekas (Trifling). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Riau.
- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, A. I. (2020). *DIGITAL MARKETING*. Malang.
- Angelina, D. (2021). *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (Studi Pada UMKM Resto Ayam Desa di 21 Yosodadi Kecamatan Metro, Metro*.
- Ardiansyah, Maisah, & Hakim, L. (2024). Analisis SWOT dan Pemetaan Strategi Lembaga Pendidikan Islam. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, Riau.
- Asih, E. M. (2024). Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, Jakarta Timur.
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*,

Bandung.

- Fatikha, L. N. (2023). Strategi Peningkatan Daya Saing Pedagang Pakaian Pasar Muntilan Dengan Metode Swot. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, Malang.
- Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2022). Analisis Sistem E - Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing. *JIFOTECH (Journal of Information Technology)*, Kalimantan Barat.
- Hanif, H. R., & Parantika, A. (2023). Strategi Bauran Pemasaran 7P Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Mangata Coffee & Eatery. *Media Wisata*, Yogyakarta.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, Riau.
- Nugroho, N. E., Cahyono, K. E., & Bambang, P. (2024). *Pemanfaatan Marketplace Shopee untuk UMKM di Kelurahan Kebonsari , Jambangan , Kota Surabaya Melalui Pendampingan dan Pelatihan Pemasaran Online*. Tuban.
- Rahmawati, S., & Sutantri. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, Kediri.
- Sutrisno. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik* (Issue January). Padang.
- Syah, R. F., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Bogor.