

Strategi Peningkatan Permintaan Penyewaan Jaket OutfitBromo Menggunakan Metode Dekomposisi dan Analisis SWOT

Strategic Analysis of Jacket Rental Demand Growth at OutfitBromo Through Decomposition Method and SWOT Framework

Royhan Muhammad Iqbal

Sistem Informasi, Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang, Malang, Indonesia

E-mail: *iqballmedia@gmail.com

Abstract. Outfitbromo is a jacket and tourist equipment rental business serving cold-temperature areas such as Mount Bromo. Amid increasing competition, this study aims to forecast jacket rental demand and formulate improvement strategies using SWOT analysis. Additive and multiplicative decomposition methods were applied to historical data from June–November 2025 using Minitab 21, with accuracy measured by MAPE. Results indicate that the multiplicative decomposition method yields greater forecasting accuracy for December 2025 rental predictions. SWOT analysis identified the company's internal and external factors, positioning Outfitbromo within a growth strategy quadrant that leverages internal strengths and external opportunities to enhance rental volume and sustain competitive advantage.

Keywords: Forecasting, Decomposition, SWOT Analysis, Jacket Rental

Abstrak. Outfitbromo adalah usaha penyewaan jaket dan perlengkapan wisata di kawasan bersuhu dingin seperti Gunung Bromo. Di tengah persaingan yang semakin ketat, penelitian ini bertujuan meramalkan jumlah penyewaan jaket dan merumuskan strategi peningkatannya menggunakan analisis SWOT. Metode yang digunakan adalah dekomposisi aditif dan multiplikatif berbasis data historis Juni–November 2025 melalui Minitab 21, dengan akurasi diukur menggunakan MAPE. Hasil menunjukkan dekomposisi multiplikatif lebih akurat dalam meramalkan penyewaan Desember 2025. Analisis SWOT mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, dengan hasil menempatkan Outfitbromo pada posisi strategi pertumbuhan yang memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada guna meningkatkan penyewaan serta mempertahankan daya saing.

Kata kunci: Peramalan, Dekomposisi, Analisis SWOT, Penyewaan Jaket

Submitted: 04-03-2026 | *Accepted:* 25-03-2025 | *Published:* 31-03-2026

How to Cite:

R. M. Iqbal, " Strategi Peningkatan Permintaan Penyewaan Jaket OutfitBromo Menggunakan Metode Dekomposisi dan Analisis SWOT" *Journal of Information System and Application Development (JISAD)*, vol. 4, no. 1, pp. 9-15, 2026, doi: 10.26905/jisad.v4i1.16891



PENDAHULUAN

Perkembangan zaman membuat persaingan bisnis dalam segala bidang semakin pesat sehingga semua perusahaan harus selalu memikirkan berbagai cara untuk memperoleh inovasi atau ide baru agar dapat bersaing dengan perusahaan yang lain. Perusahaan memerlukan perencanaan atau strategi bisnis yang akurat agar perusahaan tersebut dapat mengetahui ke arah mana perusahaan akan pergi. Seberapa banyak atau seberapa tinggi target yang ingin dicapai dan bagaimana cara yang dapat dilakukan agar mencapai target tersebut agar dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan mengambil peluang yang ada. Analisis terhadap bisnis juga dibutuhkan dalam menjalankan bisnis karena mendukung berhasilnya perencanaan dan analisis *SWOT* sering digunakan oleh banyak perusahaan atau badan usaha lain [1].

Outfitbromo merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang penyewaan jaket tebal untuk Bromo atau tempat wisata lain yang memiliki suhu yang cukup dingin. Sejak awal berdiri hingga saat ini Outfitbromo telah melewati masa saat dimana jumlah *customer* untuk sewa jaket mulai sedikit hingga ramai. Bisnis persewaan jaket untuk wisata ke Bromo juga semakin ketat, oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan beberapa point penting agar dapat bersaing dengan kompetitor dan terus berkembang. Lingkungan internal dan eksternal masalah faktor yang sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan sebuah usaha. Lingkungan yang kondusif mendukung kelangsungan bisnis, sementara lingkungan yang tidak menguntungkan menghambat keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan untuk mengevaluasi perubahan yang terjadi di lingkungan.

Sebelum merumuskan strategi yang tepat, dilakukan peramalan jumlah penyewaan jaket terlebih dahulu sebagai langkah awal yang krusial untuk mengubah data historis menjadi data masa depan. Metode peramalan yang digunakan adalah metode Dekomposisi [2], [3]. Dekomposisi adalah metode peramalan yang melibatkan pemecahan data menjadi berbagai komponen atau pola seperti trend, siklus maupun musiman dan mengidentifikasi pola-pola tersebut secara terpisah, kemudian persamaan regresi dari trend data ditentukan dan digunakan untuk melakukan peramalan.

Metode Dekomposisi sendiri dibagi dua, yaitu Dekomposisi Aditif dan Dekomposisi Multiplikatif. Pemilihan metode peramalan dekomposisi untuk meramalkan tingkat penyewaan jaket pada Outfitbromo didasarkan pada karakteristik data deret waktu (*time series*) yang umumnya terkait dengan bisnis musiman seperti penyewaan untuk wisata Gunung Bromo. Metode dekomposisi sangat efektif untuk mengidentifikasi dan mengukur seberapa besar pengaruh faktor musiman yaitu diakhir pekan terhadap tingkat penyewaan jaket.

Agar bisnis lebih bisa bersaing dan memenuhi target pasar, perusahaan perlu memikirkan serta menentukan strategi pemasaran yang efektif agar dapat bersaing dalam posisi pasar melalui pendekatan yang tepat. Salah satu metode yang dapat dilakukan adalah dengan pendekatan *SWOT* yang merupakan awal proses perumusan strategi yang akan dilaksanakan untuk membantu pengembangan usaha. Analisis *SWOT* juga mengaplikasikan strategi yang dapat melihat peluang-peluang disamping memperhatikan ancaman-ancaman dan kelemahan. Pendekatan *SWOT* ini digunakan sebagai metode dalam penelitian ini karena mempertimbangkan faktor internal dan eksternal Perusahaan [3], [4].

Penelitian ini difokuskan pada analisis peramalan penyewaan jaket pada OutfitBromo khususnya pada bulan Desember di setiap minggunya, serta pengkajian faktor internal dan eksternal perusahaan. Analisis faktor internal dilakukan melalui identifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sedangkan analisis faktor eksternal dilakukan dengan mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi dalam menjalankan kegiatan usaha. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan strategi yang dapat diterapkan oleh OutfitBromo agar mampu mempertahankan keberlangsungan usaha dan menghadapi persaingan bisnis secara efektif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis berdasarkan hasil peramalan dan analisis *SWOT* yang dilakukan [5], [6], [7].

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif pada penelitian ini untuk mengetahui peramalan penyewaan jaket 1 bulan ke depan setiap harinya dan juga penjelasan yang menggambarkan keadaan, proses atau peristiwa tertentu. Memusatkan penelitian dalam hal strategi yang akan dilakukan perusahaan menggunakan analisis SWOT untuk mampu bertahan atau bersaing dengan kompetitor [8].

Penelitian kuantitatif merupakan metode yang berakar pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk menyelidiki karakteristik pada populasi atau sampel yang telah ditentukan. Prosesnya melibatkan teknik pengambilan sampel yang umumnya dilakukan secara acak (*random*), pengumpulan data dengan instrumen terstruktur, dan analisis data menggunakan statistik dengan tujuan utama menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam penelitian ini sumber informasi yang didapat berasal dari Outfitbromo. Dengan alat analisis yang digunakan yaitu Metode Dekomposisi dan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) [9], [10], [11]. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode observasi, wawancara dan kuisioner dan dalam melakukan peramalan aplikasi yang digunakan adalah Minitab 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peramalan

Forecasts			
Period	Forecast		
01/Des/2025	18	16/Des/2025	21
02/Des/2025	20	17/Des/2025	20
03/Des/2025	19	18/Des/2025	21
04/Des/2025	20	19/Des/2025	26
05/Des/2025	24	20/Des/2025	29
06/Des/2025	28	21/Des/2025	35
07/Des/2025	34	22/Des/2025	20
08/Des/2025	18	23/Des/2025	22
09/Des/2025	21	24/Des/2025	21
10/Des/2025	19	25/Des/2025	21
11/Des/2025	20	26/Des/2025	26
12/Des/2025	25	27/Des/2025	29
13/Des/2025	28	28/Des/2025	36
14/Des/2025	34	29/Des/2025	20
15/Des/2025	19	30/Des/2025	22
		31/Des/2025	21

Accuracy Measures	
MAPE	28,3844
MAD	3,0690
MSD	14,7526

Gambar 1. Peramalan Dekomposisi Aditif

Forecasts			
Period	Forecast		
01/Des/2025	14	16/Des/2025	18
02/Des/2025	17	17/Des/2025	18
03/Des/2025	17	18/Des/2025	17
04/Des/2025	16	19/Des/2025	26
05/Des/2025	25	20/Des/2025	31
06/Des/2025	29	21/Des/2025	41
07/Des/2025	39	22/Des/2025	15
08/Des/2025	15	23/Des/2025	18
09/Des/2025	18	24/Des/2025	19
10/Des/2025	18	25/Des/2025	17
11/Des/2025	17	26/Des/2025	27
12/Des/2025	26	27/Des/2025	32
13/Des/2025	30	28/Des/2025	42
14/Des/2025	40	29/Des/2025	16
15/Des/2025	15	30/Des/2025	19
		31/Des/2025	19

Accuracy Measures	
MAPE	24,3205
MAD	2,6001
MSD	10,1061

Gambar 2. Peramalan Dekomposisi Multiplikatif

Peramalan menggunakan metode Dekomposisi Aditif diketahui bahwa pada tanggal 1 Desember 2025 terdapat 18 penyewaan, tanggal 2 Desember 2025 terdapat 20 penyewaan, tanggal 3 Desember 2025 terdapat 19 penyewaan dan seterusnya hingga tanggal 31 Desember 2025 dengan nilai *MAPE* sebesar 28,3844. Sedangkan dengan menggunakan metode Dekomposisi Multiplikatif didapatkan hasil peramalan untuk bulan desember adalah 14 penyewaan pada tanggal 1 Desember 2025, 17 penyewaan pada tanggal 2 Desember 2025, 17 penyewaan pada tanggal 3 Desember 2025 dan seterusnya hingga tanggal 31 Desember 2025 dengan nilai *MAPE* sebesar 24,3205.

Karena peramalan menggunakan metode Dekomposisi Multiplikatif memiliki nilai *MAPE* yang lebih kecil dibandingkan dengan menggunakan metode Dekomposisi Aditif maka hasil peramalan yang digunakan dalam penelitian adalah metode Dekomposisi Multiplikatif [12], [13].

Analisis SWOT

Tabel 1. Matrik IFAS Outfitbromo

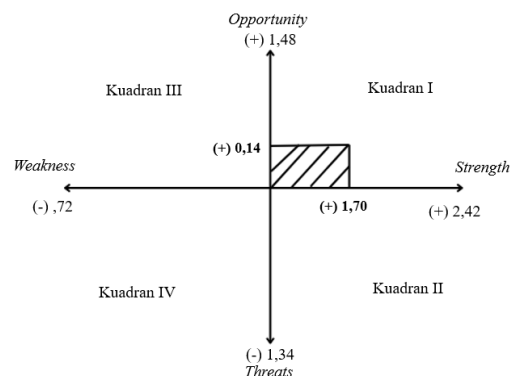
No.	IFAS	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (BxR)
Faktor Internal (Kekuatan)				
1.	Harga sewa jaket yang murah	0,17	3,53	0,59
2.	Banyak pilihan jaket	0,14	3,13	0,42
3.	Selain menyewakan jaket tebal, Outfitbromo juga menyediakan sewa sepatu, menjual syal, sarung tangan, kacamata, tripod dan kebutuhan lainnya untuk pelanggan wisata ke gunung Bromo	0,15	3,27	0,47
4.	Jaket yang siap untuk disewakan selalu dalam keadaan bersih dan wangi karena setelah disewa jaket langsung dicuci	0,16	3,40	0,55
5.	Menyediakan ukuran jaket mulai anak kecil hingga dewasa	0,12	3,07	0,38
Subtotal				2,42
Faktor Internal (Kelemahan)				
1.	Jam buka yang terkadang telat	0,13	2,60	0,33
2.	Tempat yang kurang luas	0,14	2,73	0,39
Subtotal				0,72
Total IFAS		1	22,00	3,13

Pada matrik pembobotan atas faktor strategi internal (IFAS) pada tabel 1 skor total yaitu 3,13 yang dapat dikategorikan baik. Dikarenakan skor 3-4 sebagai nilai kondisi internal Outfitbromo adalah kuat. Sehingga dapat dikatakan strategi internal kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Outfitbromo dimungkinkan sebagai landasan perusahaan untuk melakukan rencana pertumbuhan dan perkembangan perusahaan di masa depan.

Tabel 2. Matrik EFAS Outfitbromo

No.	EFAS	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (BxR)
Faktor Eksternal (Peluang)				
1.	Lokasi strategis	0,17	3,40	0,58
2.	Pangsa pasar yang luas karena pelanggan yang menyewa jaket tidak terbatas umur, mulai anak kecil usia 1 tahun hingga dewasa	0,15	3,13	0,47
3.	Memiliki pelanggan yang bersedia membantu promosi dengan cara dari mulut ke mulut	0,14	3,07	0,43
Subtotal				1,48
Faktor Eksternal (Ancaman)				
1.	Banyaknya kompetitor yang memiliki produk jaket yang sama dengan Outfitbromo	0,18	2,27	0,41
2.	Banyak promosi yang ditawarkan oleh kompetitor seperti diskon harga sewa	0,17	2,20	0,37
3.	Tidak semua orang memiliki sosial media untuk melihat konten Outfitbromo dalam berpromosi	0,19	2,93	0,56
Subtotal				1,34
Total EFAS		1	17,00	2,82

Dari tabel 2, dapat disimpulkan bahwa Outfitbromo telah dapat memanfaatkan peluang yang ada yaitu lokasi perusahaan yang strategis, pangsa pasar yang luas karena pelanggan yang menyewa jaket tidak terbatas umur (mulai usia 1 tahun hingga dewasa) dan memiliki pelanggan yang bersedia membantu promosi dengan cara dari mulut ke mulut untuk menutupi faktor-faktor yang menjadi ancaman. Hal ini dapat dilihat dengan besarnya skor peluang yaitu 1,48 dibandingkan skor faktor ancaman yang hanya 1,34 sehingga nilai EFAS adalah 2,82.



Gambar 3. Diagram Cartesius SWOT

Berdasarkan visualisasi pada diagram Kartesius di atas, terlihat jelas bahwa Outfitbromo menempati Kuadran I (kuadran pertumbuhan). Kuadran I menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam situasi yang sangat menguntungkan, berkat kombinasi kekuatan internal yang kuat dan peluang eksternal yang signifikan yang dapat dimaksimalkan. Strategi yang paling tepat untuk diterapkan dalam posisi ini adalah pendekatan pertumbuhan agresif Strategi Berorientasi Pertumbuhan [14], [15]. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki dasar yang kokoh untuk mencapai target pendapatan maksimum.

Rumus Matematika

1. Peramalan Dekomposisi Aditif

$$Y_x = T_x + S_x + C_x + I_x \quad (1)$$

2. Peramalan Dekomposisi Aditif

$$Y_x = T_x \times S_x \times C_x \times I_x \quad (2)$$

Keterangan:

Y_x = Data deret berkala periode x

T_x = Data trend periode x

S_x = Perubahan musiman periode x

C_x = Perubahan siklus periode x

I_x = Faktor error

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, jumlah penyewaan jaket di Outfitbromo periode Juni–November 2025 secara umum mengalami kenaikan setiap bulan dengan puncak musiman yang konsisten terjadi pada hari Minggu, dan metode Dekomposisi Multiplikatif terbukti menjadi metode peramalan paling akurat dengan nilai *MAPE* 24,3205 sehingga hasil peramalan Desember 2025 menunjukkan estimasi tertinggi mencapai 36 unit pada hari Minggu minggu ke-4; dari sisi strategis, Outfitbromo berada pada Kuadran I analisis *SWOT* yang mencerminkan kondisi perusahaan solid dengan kapasitas besar untuk ekspansi agresif melalui strategi mempertahankan harga terjangkau, mengoptimalkan lokasi promosi paket lengkap, menjaga kebersihan produk, serta menyediakan ukuran lengkap untuk segmen wisatawan keluarga. Untuk ke depannya, disarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan rentang data yang lebih panjang, membandingkan metode peramalan tambahan seperti *ARIMA* atau *machine learning*, serta memperluas variabel analisis *SWOT* dengan faktor eksternal yang lebih dinamis agar strategi yang dihasilkan lebih adaptif dan aplikatif bagi pengembangan bisnis penyewaan perlengkapan wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Amandraya, "Budieli Hulu, Yohanes Dakhi, Erasma F. Zalogo," vol. 6, no. 2, pp. 16–25, 2021.
- [2] N. P. P. D. A. D. Dewi and Candraningrat, "Analisis *SWOT* terhadap Strategi Produksi Pakaian di Perusahaan Moran Sewn Bali," *J. Rumpun Manaj. dan Ekon.*, vol. 2, no. 4, pp. 96–114, 2025, [Online]. Available: <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i4.5358>
- [3] V. Dylen, F. S. Lee, and M. Geasela, "Aplikasi Inventaris Berbasis Website Pada Toko Naomi Wig Menggunakan Metode Extreme Programing," *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis-JTEKSIS*, vol. 6, no. 2, p. 339, 2024, [Online]. Available: <http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksishttps://doi.org/10.47233/jteksis.v6i2.1214>
- [4] S. R. R. Fitriani, Nina Lelawati, "Sumber : Webometrics 2020 155," *Strateg. promosi penerimaan Mhs. baru UM Metro*, vol. 6, no. 2, pp. 155–165, 2021.
- [5] K. Kunci, "Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Al-Washliyah Sibolga 881," vol. 6, no. 1, pp.

- 881–898, 2023.
- [6] L. Nisa, S. Badrianti, and H. Ali, “Analisis SWOT dalam Perencanaan Strategis pada PT XYZ untuk Menghadapi Perubahan Pasar,” *Dinasti Account. Rev.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–15, 2025.
 - [7] L. Pereira, M. Pinto, R. L. da Costa, Á. Dias, and R. Gonçalves, “The new swot for a sustainable world,” *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–31, 2021, doi: 10.3390/joitmc7010018.
 - [8] R. W. Puyt, F. B. Lie, F. J. de Graaf, and C. P. M. Wilderom, “Origins of swot analysis,” *Acad. Manag. Annu. Meet. Proc.*, vol. 56, no. February, 2020, doi: 10.5465/AMBPP.2020.132.
 - [9] A. Rachmawati and P. Sasongko, “Analisis Swot Potensi Waste-To-Energy Pada Limbah Kawasan Kafe Sudimoro (Swot Analysis of Potential Waste-To-Energy Garbage in the Sudimoro Cafe Area in,” *J. Ind. Eng. Technol. Innov.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–7, 2023.
 - [10] D. M. Sasoko and I. Mahrudi, “Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif Teknik Analisis SWOT dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan,” *Jpian*, vol. 22, no. 1, pp. 9–19, 2023.
 - [11] Suci Nur Imelda and B. A. M. P. Simangunsong, “Strategi Bisnis Fashion Batik Tulis Sukabumi untuk Meningkatkan Permintaan Batik Tulis Sukabumi dengan Menggunakan Analisis SWOT,” *J. Bisnisan Ris. Bisnis dan Manaj.*, vol. 6, no. 1, pp. 12–27, 2024, doi: 10.52005/bisnisan.v6i1.202.
 - [12] R. Sylvia and D. Hayati, “Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Indosat Pada Pt X Stie Nasional Banjarmasin,” *Din. Ekon. J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 16, no. 1, pp. 123–134, 2023.
 - [13] S. Yatman, M. Mahlia, and A. M. Yunus, “Swot and Ahp Analysis of Strategy Selection in Optimizing Work Units Study on Operational Disturbance Control Work Unit of Pt Semen Tonasa,” *J. Bus. Issues*, vol. 2, no. 2, pp. 139–154, 2023.
 - [14] S. Pemasaran, “Hal. 828,” vol. 1, no. 4, pp. 828–836, 2024.
 - [15] M. F. Aditya, A. Pramuntadi, D. P. Wijaya, and Y. Wicaksono, “Implementasi Metode Decision Tree pada Prediksi Penyakit Diabetes Melitus Tipe 2,” *MALCOM Indones. J. Mach. Learn. Comput. Sci.*, vol. 4, no. 3, pp. 1104–1110, 2024, doi: 10.57152/malcom.v4i3.1284.