3. Strategi kelemahan-peluang
   a. Membuka gerai baru (W2,O1,O2,O3)

      Lahan yang kurang luas padahal bisnis busana membutuhkan ruang yang luas untuk mendisplay dan memberikan kenyaman bagi konsumen. Oleh karena itu, adanya lahan kosong disebelah butik perlu menjadi pertimbangan untuk mendapatkannya dan dijadikan gerai baru.
   b. Melengkapi aksesoris (W3,O1,O2)

      Produk aksesoris yang kurang lengkap perlu dilengkapi supaya konsumen tidak dikecewakan.
4. Strategi kelemahan-ancaman
   a. Meningkatkan kerjasama dengan supplier (W3,O1,O2,O3)

      Perkembangan desain yang terus berubah dan hal ini berlangsung secara cepat dapat menimbulkan kesulitan-kesulitan perusahaan dalam menjual produk sesuai model yang up to date. Berkaitan dengan hal ini perusahaan dapat melakukan kerjasama dengan supplier, supaya dapat membeli produk secara kredit atau sistem return.

Kesimpulan

Hasil analisis SWOT maka diketahui bahwa skor matriks IFAS 2,85 dan skor matriks EFAS 3,13 sehingga posisi perusahaan berada pada kuadran I atau *Growth*. Oleh karena itu, strategi kompetitif yang tepat bagi usaha Butik Muslim Modesh Lans Ngaliyan Semarang adalah strategi pertumbuhan yang berkaitan dengan diversifikasi, yaitu:

1. Memperluas segmen pasar dan menambah variasi produk
2. Membuka gerai baru dan melengkapi aksesoris
3. Gencar melakukan promosi
4. Meningkatkan kerjasama dengan supplier

Saran

Butik Muslim Modesh Lans Ngaliyan Semarang menerapkan strategi kompetitif berupa strategi pertumbuhan, yang antara lain dapat dilakukan dengan

mengembangkan pasar, baik segmen, produk, maupun lokasi. Perluasan segmen dapat dilakukan dengan membuka segmen remaja, karena minat remaja muslim untuk berbusana muslim juga semakin meningkat. Perluasan produk dapat dilakukan dengan menambah pernah-pernik aksesoris, selain senantiasa meng-up date produk. Perluasan lokasi dapat dilakukan dengan memperluas toko atau membuka gerai baru.

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA