

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil UD. ABA Collection Tulungagung

1. Sejarah UD. ABA Collection Tulungagung

UD. ABA Collection merupakan perusahaan konveksi yang dirintis oleh Bapak Mokhammad Syamsul setelah lulus dari IAIN Sunan Ampel Tulungagung pada tahun 1991. UD. ABA Collection terletak di jalan KHR. Abdul Fattah 22 Desa Mangunsari, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Dengan hanya bermodalkan 1 (satu) mesin obras bapak Syamsul memulai usaha konveksi. Pada awalnya semua dikerjakan sendiri, mulai dari pembelian bahan baku, proses produksi hingga pengepakan. Setelah memasuki tahun kedua, Bapak Syamsul telah memiliki 3 orang karyawan yang membantu dalam kelangsungan proses produksi.

Pada tahun 1994, perusahaan ini difasilitasi oleh Departemen Perindustrian dengan mendapatkan kredit lunak dari PLN Persero sebesar Rp 5.000.000. Kemudian pinjaman tersebut digunakan untuk menambah peralatan produksi, seperti mesin obras, mesin *over deck*, mesin jahit, dan mesin potong. Dengan pinjaman tersebut perusahaan ini semakin dapat meningkatkan kapasitas produksi, sehingga kegiatan perusahaan semakin besar.

2. Visi, Misi dan Tujuan ABA Collection Tulungagung

a. Visi dan Misi

“Sebaik-baiknya manusia yaitu mereka yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya”

Termotivasi dari hadits Rasulullah SAW tersebut, perusahaan konveksi ini dirintis melalui didikan dan latihan dari orang tua. Perusahaan ini berfokus memproduksi pakaian olahraga dengan asumsi bahwa produk jenis ini sangat terbuka lebar dan menjanjikan sehingga dapat menyerap banyak tenaga kerja serta dapat membantu memberikan nilai tambah ekonomi masyarakat.

Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi dan perkembangan zaman dan ditengah-tengah persaingan usaha yang sangat ketat, maka suatu perusahaan harus mampu mempertahankan serta meningkatkan kualitas produksinya. Untuk mewujudkan kualitas tersebut, upaya yang dilakukan oleh perusahaan ini adalah dengan melalui pendidikan, latihan kerja, dan keterampilan yang dapat melahirkan sumber daya manusia yang berkualitas. Melakukan komunikasi dengan melakukan kerja sama dengan kelompok kecil (mitra binaan) dan dengan mitra kerja yang terbesar di beberapa daerah.

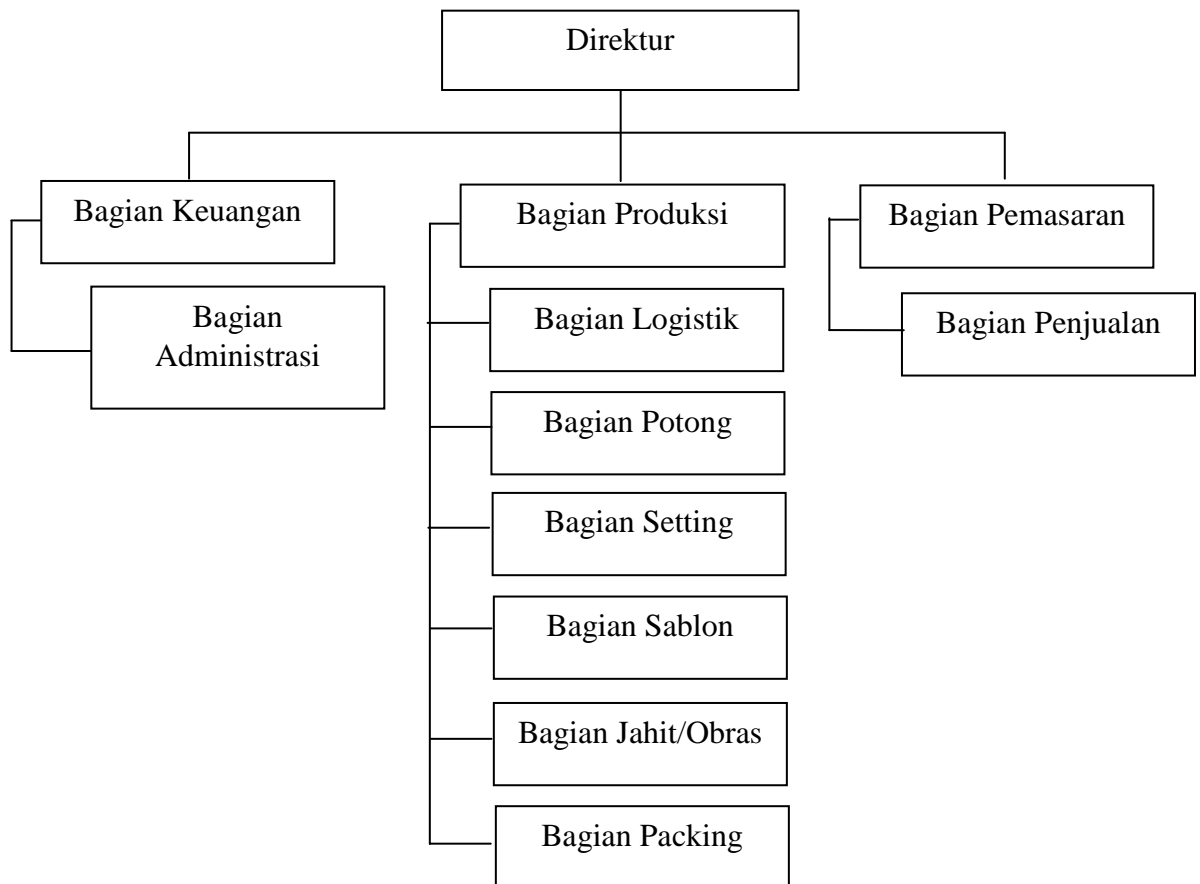
b. Tujuan

1. Memperluas daerah pemasaran
2. Memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar
3. Mengoptimalkan laba perusahaan
4. Menjaga kelangsungan hidup perusahaan

3. Struktur Organisasi UD. ABA Collection Tulungagung

Gambar 4.1

Struktur organisasi UD. ABA Collection Tulungagung



B. Temuan Penelitian

1. Instrument SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) pada ABA Collection Tulungagung

a. Faktor-faktor kekuatan (*Strengths*) dalam usaha konveksi UD. ABA Collection Tulungagung

- 1) Faktor kekuatan pertama yang menjadi salah satu kekuatan di ABA Collection Tulungagung adalah usaha konveksi milik pribadi. Pernyataan ini disampaikan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

“Iya mbak, usaha ini milik saya pribadi. Saya merintis usaha ini dari nol bersama istri saya. Dari dulu itu saya memang ingin punya usaha sendiri, pengen menumbuhkan jiwa entrepreneurship saya, selain itu cita-cita saya dari dulu itu pengen membuka lapangan pekerjaan supaya bisa membantu orang banyak mbak. Waktu awal merintis itu masih belum punya apa-apa, mesin saja cuma punya satu. Tapi berkat kegigihan dan kesabaran kami, alhamdulillah usaha ini sudah berkembang cukup baik sampai saat ini”.⁴⁵

Hal serupa juga dikatakan oleh Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung.

“Iya mbak, usaha ini memang milik Bapak Samsul bersama istrinya. Mereka berhasil merintis usaha ini sampai sekarang ini dan bisa membuka banyak lapangan pekerjaan”.⁴⁶

Pernyataan senada juga dinyatakan oleh Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung.

⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

*“Oh kalo usaha ini mungkin milik Pak Syamsul sendiri mbak, tapi saya juga kurang tau”.*⁴⁷

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa memiliki usaha atas nama pribadi merupakan sesuatu yang penting bagi seorang pengusaha. Selain menumbuhkan jiwa kewirausahaan, memiliki usaha pribadi dapat membantu kemandirian dan melatih mengatur keuangan. Apabila usaha yang dirintis telah cukup berkembang, maka dapat menolong orang lain dengan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar sehingga dapat meningkatkan perekonomian.

- 2) Kekuatan yang kedua adalah perusahaan konveksi UD. ABA Collection Tulungagung telah memiliki surat izin usaha. Dengan adanya surat izin usaha maka kelegalitasan atas suatu perusahaan dapat terjamin, dan juga dapat dijadikan contoh untuk UKM lainnya. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Untuk masalah perizinan usaha kita udah punya surat izin yang lengkap mbak, karena kan usaha kita alhamdulillah sudah cukup besar, jadi kalo gak punya surat izin usaha nanti repot, kalo begini kan jadinya enak ada kelegalitasan usaha sama sekalian biar bisa bayar pajaknya. Kalau ada tinjauan atau kunjungan dari luar kota, sini selalu jadi usaha percontohan di Tulungagung khusus bidang konveksi kaos, soalnya ya itu untuk masalah perijinan usaha udah lengkap. Jadi kan untuk contoh UKM juga bagus”.*⁴⁸

⁴⁷ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

⁴⁸ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

Pernyataan yang serupa juga diungkap oleh Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung sebagai berikut.

*“Sudah mbak, ABA Collection sudah mendapatkan izin usaha yang lengkap dari pemerintah, instansi-intansi pemerintah juga kadang ke sini karena ada izin usahanya itu”.*⁴⁹

Pernyataan Bapak Syamsul dan Ibu Nurin juga diperkuat oleh pernyataan dari Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung sebagai berikut.

*“Sepertinya kalau izin usaha sudah lengkap, soalnya disini tidak pernah ada masalah apapun”*⁵⁰

Pada dasarnya, surat izin usaha merupakan hal wajib yang harus dimiliki oleh perusahaan besar maupun usaha yang masih merintis, karena hal tersebut memang sangat penting. Seperti yang diketahui, bahwa memiliki surat izin usaha memiliki banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh perusahaan itu sendiri, seperti adanya perlindungan hukum yang jelas, memiliki legalitas usaha, sebagai penunjang perkembangan usaha, serta untuk mendapat kepercayaan konsumen. Selain itu akan banyak tender-tender besar yang percaya pada UD. ABA Collection, sehingga akan meningkatkan pendapatan sekaligus terus meningkatkan mutu dan

⁴⁹ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁵⁰ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

kualitas produksi serta memiliki banyak peluang untuk mempromosikan produk yang dihasilkannya.

- 3) Kekuatan yang ketiga adalah memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap. Untuk menunjang kualitas dan kuantitas suatu produk, maka diperlukan mesin yang canggih sehingga memudahkan karyawan dalam mengerjakan atau memproduksi suatu barang. UD. ABA Collection Tulungagung juga telah memiliki mesin yang lengkap bahkan sudah memenuhi standar nasional seperti pernyataannya Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Kalau untuk mesin tentu saja sudah lengkap, dan banyak sekali jenis mesin yang sudah kita miliki. Jadi kami sudah menggunakan mesin yang modern bahkan sudah standar nasional. Tentu saja itu untuk mempermudah karyawan dalam pengerjaan, kalau pesannya banyak biar gak keteteran. Setiap proses pembuatan kaos ataupun yang lainnya dilakukan oleh mesin yang berbeda”.*⁵¹

Pernyataan dari Bapak Samsul juga senada dengan pernyataan Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mbak disini mesinnya udah lengkap, jenis mesinnya juga banyak sekali. Ada mesin jahit, mesin obras, mesin over deck, mesin buat sketsa sablon, mesin potong kain, masih banyak lagi mbak”.*⁵²

⁵¹ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁵² Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

Hal ini juga dinyatakan oleh Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung.

“Iya mbak, disini mesinnya lengkap. Soalnya usahanya sudah lumayan besar. Karena mesinnya itu hasil dari produksinya juga bagus”.⁵³

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa mesin yang dimiliki oleh perusahaan merupakan salah satu kekuatan yang dimiliki oleh UD. ABA Collection Tulungagung. Dengan adanya mesin atau alat kerja yang lengkap, maka perusahaan dapat memproduksi barang dalam jumlah yang besar, dan kualitas produk dapat dipertanggungjawabkan.

- 4) Kekuatan keempat yang dimiliki oleh UD. ABA Collection Tulungagung adalah kapasitas produksi dalam jumlah besar. Hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

“Iya mbak, kapasitas produksi kami itu memang besar. Kami melayani berapapun permintaan dari konsumen, jadi tidak ada batas minimal pesanan. Biasanya yang pesan itu dari sekolah-sekolah tertentu atau kadang juga dari perusahaan. Kadang dalam satu bulan itu kita bisa memproduksi kurang lebih seribu potong, tapi kalau sedang rame-ramenya seperti musim pesta demokrasi atau ajaran baru itu bisa sampai puluhan ribu potong”.⁵⁴

⁵³ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

⁵⁴ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

Pernyataan Bapak Syamsul juga didukung dengan pernyataan Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mbak betul, biasanya banyak sekali pesanan dari sekolah-sekolah, akhirnya kan produksinya jadi banyak”.*⁵⁵

Hal tersebut diperkuat dari pernyataan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Disini bisa pesan langsung banyak. Intinya sesuai dengan permintaan konsumen”.*⁵⁶

Jadi dapat disimpulkan dari pernyataan diatas bahwa dengan kapasitas produksi yang besar maka perusahaan akan lebih cepat berkembang dan dipercaya oleh instansi-instansi besar. Pengerjaan produksi dalam jumlah banyak juga menjadi sangat efektif karena semua proses produksi dikerjakan dalam satu tempat. Sehingga pesanan akan jadi pada tepat waktu sesuai permintaan konsumen.

- 5) Kekuatan kelima yang dimiliki oleh UD. ABA Collection Tulungagung adalah mutu dan kualitas produk terjamin seperti yang dikemukakan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

“Untuk mutu dan kualitas insyaallah sudah terjamin. Karena di setiap divisi itu ada pengawas produksi atau bagian sortir barang. Misalnya di bagian sablon itu di cek

⁵⁵ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁵⁶ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

*apakah ada sablon yang tidak rapi, lalu di bagian jahit juga dilihat apa ada jahitan yang tidak rapi atau tidak. Setiap barang produksi menuju finishing itu selalu di cek dulu sama pengawas produksinya. Tapi kalau untuk kualitas kain kita serahkan sama konsumennya. Karena kalau untuk sistem job order itu kita tidak bisa memilih bahan yang seperti apa, kita ikut konsumen maunya kain yang seperti apa. Jadi intinya tergantung konsumen mau harga berapa, kain yang seperti apa. Kalau konsumen udah mau kita tingga deal, akad, langsung kerjakan”.*⁵⁷

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Sudah baik mbak. Terbukti dari banyaknya pesanan dan kepercayaan konsumen pada perusahaan ini. Selain itu mutu dan kualitas juga ditunjang mesin-mesin yang memadai, sehingga produk yang dihasilkan itu bagus dan membuat konsumen puas. Jadi kita tingga mempertahankan hal positif yang ada”.*⁵⁸

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mbak disini mutu dan kualitasnya bagus, itu yang membuat kepercayaan saya terjaga”.*⁵⁹

Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mutu dan kualitas produk yang terjamin dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Sehingga perlu mempertahankan citra perusahaan yang ada demi kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

⁵⁷ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁵⁸ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁵⁹ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

- 6) Kekuatan keenam dari UD. ABA Collection Tulungagung adalah memiliki hubungan baik antara atasan dengan karyawan. Seperti yang telah disampaikan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung sebagai berikut.

*“Kami itu sudah seperti keluarga sendiri, jadi tidak ada istilah atasan dengan karyawan. Biar karyawannya sendiri itu juga nyaman, jadi kita tidak membeda-bedakan. Setiap hari saya dan istri terjun langsung mengerjakan hal-hal yang sekiranya masih butuh bantuan. Tapi kalau karyawannya siap semua tinggal mengawasi, kalau karyawannya pas tidak lengkap atau banyak yang izin tidak masuk ya otomatis harus terjun langsung”.*⁶⁰

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Hubungannya sangat baik mbak, sudah seperti saudara sendiri. Bapak Syamsul dan Ibu juga baik sekali sama karyawan, mereka tidak mau dipanggil bos, bagi mereka kita semua adalah sama. Mereka juga sering terjun langsung untuk mengerjakan produk. Tapi kami sebagai karyawan juga tetap ada jenjang dan tentu saja menghormati atasan kita”.*⁶¹

Pernyataan Bapak Syamsul dan Ibu Nurin juga serupa dengan pernyataan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Kalo sepengetahuan saya kelihatannya antara atasan dan bawahan hubungannya baik”.*⁶²

⁶⁰ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁶¹ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁶² Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan yang baik antara atasan dan karyawan akan berdampak pada kenyamanan dan rasa senang dalam bekerja, jika karyawan sudah merasa nyaman dan senang maka akan berdampak positif terhadap kinerja karyawan itu sendiri.

- 7) Kekuatan ketujuh yang dimiliki oleh UD. ABA Collection Tulungagung adalah memiliki produk yang beragam dan desain produk mengikuti keinginan konsumen. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

“Produk yang kami tawarkan banyak mbak, pokoknya kami itu memproduksi barang yang berbahan kaos, apapun yang diminta konsumen kita berusaha untuk memenuhinya. Dan konsumen bisa mendesain sendiri gambar yang mereka inginkan. Intinya kami berusaha semaksimal mungkin agar konsumen puas dengan hasil kerja kami”.⁶³

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

“Iya mbak disini produknya banyak, ada baju olahraga, jaket, jersey, kemeja buat KKN, training, dan masih banyak lagi. Desainnya juga mengikuti konsumennya”.⁶⁴

Hal ini didukung oleh pernyataan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung.

“Untuk produknya banyak jenisnya mbak, biasanya menyesuaikan apa yang diminta konsumen”.⁶⁵

⁶³ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁶⁴ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

Jadi dapat disimpulkan bahwa produk yang beragam dan desain produk mengikuti konsumen merupakan sebuah kekuatan yang dimiliki UD. ABA Collection Tulungagung. Karena itu akan menarik minat banyak konsumen di berbagai kalangan.

b. Faktor-faktor kelemahan (*Weakness*) dalam usaha konveksi UD. ABA Collection Tulungagung

Dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. ABA Collection Tulungagung adalah sebagai berikut:

- 1) Kelemahan yang pertama adalah produksi dilakukan hanya ketika ada pesanan. Seperti pernyataan Bapak Syamsul sebagai pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Sistem usaha kami itu job order atau berdasarkan pesanan, jadi kalau tidak ada pesanan otomatis kita tidak kerja. Tapi ada enaknyanya juga, kalau job order begini kan kita tidak perlu mengikuti trend mode dan juga persaingan usahanya tidak banyak. Dan tidak perlu khawatir ada baju yang tidak laku. Tapi kalau bukan waktu musim pesta demokrasi atau musim ajaran baru pesanan disini cukup sepi. Tapi alhamdulillah sampai saat ini belum pernah mengalami sampai off produksi”.*⁶⁵

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

“Jadi disini sistemnya job order atau pesanan mbak, kalau tidak ada pesanan tidak kerja. Tapi sampai saat ini belum

⁶⁵ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

⁶⁶ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019

*pernah mengalami sampai tidak kerja, paling cuma sepi pesanan saja”.*⁶⁷

Pernyataan Bapak Syamsul dan Ibu Nurin diperkuat dengan pernyataan Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Setahu saya, disini itu cuma melayani pesanan saja. Bukan membuat lalu dipasarkan seperti kebanyakan konveksi lain”.*⁶⁸

Jadi dapat disimpulkan bahwa UD. ABA Collection masih menggunakan sistem *job order* atau pesanan dalam menjalankan usahanya. Namun meskipun demikian, usaha ini masih tergolong cukup berkembang dengan pesat dan banyak menyerap tenaga kerja.

- 2) Kelemahan kedua yang dimiliki UD. ABA Collection Tulungagung adalah promosi tidak dilakukan secara rutin. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mbak, untuk promosi masih belum dilakukan secara rutin, tapi kalau untuk web atau email kami sudah punya. Biasanya promosi cenderung dilakukan dari mulut ke mulut karena konsumen kami juga banyak dan menyeluruh. Mungkin lain kali bisa memanfaatkan sosial media sebagai sarana promosi”.*⁶⁹

⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁶⁸ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

⁶⁹ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10Maret 2019.

Pernyataan diatas diperkuat oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Promosinya memang masih sebatas dari mulut ke mulut, meskipun begitu banyak orang yang sudah mengenal dan tau ABA Collection, karena mungkin banyaknya konsumen yang ikut mempromosikan”.*⁷⁰

Hal senada juga dinyatakan oleh Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulugagung.

*“Setau saya memang promosinya masih manual mbak, yaitu dari mulut ke mulut. Saya tau ABA ini juga dari teman saya”.*⁷¹

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memasarkan produknya UD. ABA Collection Tulungagung masih menggunakan cara manual yaitu dari mulut ke mulut sebagai sarana promosinya.

- 3) Kelemahan yang ketiga adalah belum mampu megembangkan inovasi produk seperti yang disampaikan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Kalau untuk inovasi produk baru masih belum bisa, karena kita masih fokus untuk pemesanan produk yang berbahan kaos saja. Mungkin nanti kalau sudah memungkinkan bisa menambah produk baru.”*⁷²

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

⁷⁰ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁷¹ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

⁷² Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

*“Inovasi produk baru memang belum ada, mungkin nanti bisa dikembangkan lagi variasi produknya”.*⁷³

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh pernyataan Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya, setau saya belum ada produk baru mbak”.*⁷⁴

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa di perusahaan konveksi UD. ABA Collection Tulungagung memang belum mampu mengembangkan inovasi produk. Namun, lebih baik lagi apabila ada tambahan variasi produk baru agar lebih beragam dan menarik minat konsumen.

- 4) Kelemahan keempat yang dimiliki oleh UD. ABA Collection Tulungagung adalah kurangnya ketelitian karyawan dalam pengerjaan produk. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Kadang anak-anak memang kurang teliti dalam pengerjaan produk. Misalnya seperti mis komunikasi antara divisi satu dengan divisi lain. Kemudian setiap produksi itu ada SOP yang harus dipatuhi seperti bahan apa, modelnya bagaimana, tapi terkadang karyawannya itu tidak membaca SOP nya, ada juga yang teledor”.*⁷⁵

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

⁷³ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁷⁴ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

⁷⁵ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

*“Kesalahan produksi itu kebanyakan karena kurang teliti membaca SOP nya”.*⁷⁶

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mbak, kadang ada kesalahan produksi, ada salah satu kaos yang cacat. Mungkin karena memang kurang teliti”.*⁷⁷

Jadi pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kurangnya ketelitian karyawan dalam mengerjakan produk dapat mengakibatkan kesalahan dalam produksi yang tentu saja akan menimbulkan kerugian. Oleh karena itu, ketelitian perlu ditingkatkan lagi agar hasil yang dicapai bisa maksimal.

- 5) Kelemahan kelima yang dimiliki oleh UD. ABA Collection Tulungagung adalah permasalahan limbah pabrik yang belum terselesaikan dengan baik. Seperti yang telah diungkap oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Untuk pembuangan limbah sablon masih mengalir di selokan depan, tapi kalau limbah kain dan limbah hasil obrasan bisa dijual lagi. Jadi yang masih merugikan ya limbah sablon itu karena ada bahan kimanya juga. Padahal di belakang itu sebenarnya kita udah buat dua bak penampungannya, tapi ternyata masih suka rembes. Jadi masih belum ada penyelesaiannya. Karena kita pikir dulu itu membangun dua bak sudah cukup, tapi ternyata kurang. Karena kita tidak menyangka kalau usahanya bisa sebesar ini”.*⁷⁸

⁷⁶ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

⁷⁸ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

Pernyataan serupa juga diungkap oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Limbah sablonnya masih di selokan depan itu, tapi kalo untuk limbah kain bisa dijual lagi. Untuk megatasi limbah sablon ini emang agak sulit mbak”.*⁷⁹

Hal senada juga diungkap oleh Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Oh kalau untuk limbah sablon saya kurang tau mbak”.*⁸⁰

Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa UD. ABA Collection Tulungagung belum dapat menyelesaikan masalah limbah pabrik yang tentu saja akan mencemari lingkungan.

c. Faktor-faktor peluang (*Opportunities*) dalam usaha konveksi UD. ABA Collection Tulungagung

Dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti di UD. ABA Collection Tulungagung ada beberapa peluang untuk mengembangkan perusahaan. Adapun peluangnya sebagai berikut:

- 1) Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap sandang cukup tinggi. Seperti yang telah dikemukakan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

“Tentu saja itu sebuah peluang yang cukup baik untuk usaha seperti ini. Karena selain kebutuhan, sekarang banyak organisasi-organisasi di masyarakat maupun sekolah yang memesan baju untuk organisasi mereka.

⁷⁹ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2019.

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

*Banyak juga pabrik-pabrik yang pesan kaos disini untuk karyawannya. Jadi itu sangat menguntungkan bagi kita”.*⁸¹

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mungkin selain konsumtif juga kebutuhan mbak, kan sekarang memang jamannya udah beda. Kalau disini yang pesan macam-macam. Ada yang dari sekolah, organisasi masyarakat, club-club anak muda, dari perusahaan juga ada”.*⁸²

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mbak, pesanan datang dari berbagai macam perkumpulan atau organisasi sekolah maupun masyarakat”.*⁸³

Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap sandang merupakan peluang yang sangat bagus bagi perusahaan konveksi sekarang ini. Banyaknya permintaan dapat menjadi peluang perusahaan untuk dapat mengembangkan usahanya ke skala yang lebih luas.

- 2) Peluang yang kedua adalah ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau. Hal tersebut diungkapkan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

“Bahan baku kita ambil dari daerah Tulungagung saja yaitu di toko Lohdjinawi sama Sumber Sandang. Kalau

⁸¹ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁸² Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁸³ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

*disini ada kenapa kita harus cari yang jauh. Kalau ambil di Tulungagung selain memangkas ongkir, kita juga bisa bon dulu dengan tenggat waktu dua bulan baru kita lunasi semua. Tapi kalau bahan baku yang diminta habis atau tidak ada terpaksa kita ambil langsung nimbus ke pabrik, tapi itu kalau yang orderannya banyak”.*⁸⁴

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Kalau kain atau bahan baku, biasanya Bapak ngambilnya di toko Lohdjinawi karena selain sudah langganan dari dulu harganya juga relatif terjangkau daripada toko-toko lainnya”.*⁸⁵

Pernyataan Bapak Syamsul dan Ibu Nurin di perkuat dengan pernyataan Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Kurang tau ya mbak kalo untuk bahannya ngambil dari mana”.*⁸⁶

Dari pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau merupakan peluang yang sangat bagus. Mendapatkan bahan baku yang murah tentu saja akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

- 3) Peluang ketiga yaitu tingginya kepercayaan dan kepuasan konsumen seperti pernyataan dari Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

⁸⁴ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁸⁵ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁸⁶ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019

“Alhamdulillah banyak konsumen yang sudah menjadi langganan tetap kami. Itu membuktikan bahwa perusahaan ini telah dipercaya oleh konsumen dan mereka merasa puas dengan produk yang kami hasilkan”.⁸⁷

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

“Alhamdulillah ya mbak, selama ini sudah banyak konsumen yang puas dengan produk kami”.⁸⁸

Pernyataan Bapak Syamsul juga diperkuat dengan pernyataan Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung.

“Oh saya pesan disini memang karena produk yang dihasilkan itu bagus mbak.dan saya sangat puas”.⁸⁹

Dapat disimpulkan bahwa tingginya kepercayaan dan kepuasan konsumen memberikan dampak yang besar terhadap keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Dan juga citra perusahaan akan baik di mata konsumen

- 4) Peluang keempat adalah peran konsumen dalam promosi produk seperti yang dikemukakan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

“Konsumen banyak membantu dalam promosi, biasanya cuma dilakukan dari mulut ke mulut. Karena konsumen kami alhamdulillah sudah banyak, jadi itu sangat membantu. Baru-baru ini juga ada pelanggan sendiri yang

⁸⁷ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁸⁸ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁸⁹ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

*buat grup whatsapp khusus untuk pelanggan ABA. Dari situ pelanggan kami bertambah, ya alhamdulillah”.*⁹⁰

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mbak, banyak konsumen yang andil dalam promosi dan itu menguntungkan kami”.*⁹¹

Pernyataan Bapak Syamsul dan Ibu Nurin diperkuat dengan pernyataan Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Biasanya konsumen ikut mempromosikan ABA dari mulut ke mulut. Misalnya teman saya merekomendasikan saya disini karena produknya bagus dan sesuai dengan permintaan konsumen”.*⁹²

Jadi, peran konsumen dalam promosi produk menjadikan itu sebagai peluang bagi perusahaan. Selain perusahaan menjadi dikenal oleh masyarakat luas, hal tersebut juga dapat meningkatkan permintaan produk.

- 5) Peluang kelima yaitu lokasi yang strategis karena berada di wilayah kota. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

“Untuk lokasi perusahaan memang cukup strategis. Selain akses jalannya mudah juga mudah di cari karena sudah ada di google map dan rute jalannya tidak terlalu rumit, disini kan termasuk masih berada di wilayah kota. Awalnya dulu ya tidak disini, tapi dirumah yang juga tidak jauh dari

⁹⁰ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁹¹ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁹² Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

*sini. Tapi alhamdulillah ada rejeki jadi saya bangun pabrik di Mangunsari ini”.*⁹³

Hal senada juga dinyatakan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mbak disini lokasinya cukup strategis dan mudah di cari. Konsumen yang dari wilayah kota jadi tidak terlalu jauh”*⁹⁴

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mbak disini lokasinya cukup strategis, dan dekat dengan wilayah kota. Akses jalannya juga mudah, parkir kendaraan juga luas”.*⁹⁵

Lokasi yang strategis memang sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan. Hal tersebut merupakan peluang yang sangat bagus. Akses jalan yang mudah dan tidak rumit memudahkan konsumen dalam menjangkaunya. Sehingga perusahaan juga mudah di kenal banyak orang karena memiliki lokasi yang strategis.

⁹³ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁹⁴ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁹⁵ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

d. Faktor-faktor ancaman (*Threats*) dalam usaha konveksi UD. ABA Collection Tulungagung

Faktor ancaman yang telah di dapatkan peneliti dari hasil wawancara oleh pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatnya komponen biaya kenaikan listrik. Seperti yang telah diungkapkan oleh Bapak Syamsul.

“Tarif dasar listrik yang naik terus itu jadi ancaman bagi kami mbak. Karena dalam proses produksi menggunakan banyak sekali mesin, tentu saja itu akan sangat merugikan. Tapi mau bagaimana lagi itu sudah menjadi peraturan pemerintah, kita ya nurut aja”.⁹⁶

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung.

“Kalau ancamannya itu ya bayar listrik naik terus mbak dan itu kan tidak bisa dihindari”.⁹⁷

Pernyataan Bapak Syamsul dan Ibu Nurin diperkuat dengan pernyataan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung.

“Iya mungkin itu mbak bayar listriknya yang mahal, sedangkan disini proses produksinya menggunakan mesin semua. Kan memang harga listriknya naik terus”.⁹⁸

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kenaikan tarif dasar listrik merupakan ancaman yang tidak mungkin dapat

⁹⁶ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁹⁷ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

⁹⁸ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

dihindari UD. ABA Collection. Justru hal tersebut akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan itu sendiri. Karena tarif listrik merupakan peraturan dari pemerintah yang harus dipatuhi.

- 2) Ancaman kedua yang dimiliki UD. ABA Collection Tulungagung yaitu kenaikan harga bahan baku secara mendadak. Berikut pernyataan yang diungkapkan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

“Harga bahan baku yang tiba-tiba naik mbak, bagi saya itu adalah salah satu ancaman usaha konveksi. Karena memang tidak bisa memprediksi kapan bahan baku itu akan naik. Tapi ya bagaimana lagi tetep kita beli, biar pun nanti laba yang di dapat tidak seperti hitungan awal, semua itu juga untuk konsumen. Itu juga sudah menjadi resiko kita selama ini”.⁹⁹

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

“Mungkin ancamannya itu harga kain yang tiba-tiba naik, sedangkan kita sudah deal dengan konsumen, jadi ya tidak bisa dibatalkan”.¹⁰⁰

Pernyataan tersebut juga di dukung oleh Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung.

“Iya itu benar mbak. Kadang bahan baku naik secara mendadak bisa menjadi ancaman bagi industri konveksi”.¹⁰¹

⁹⁹ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

¹⁰⁰ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

¹⁰¹ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga bahan baku secara mendadak bisa menjadi sebuah ancaman bagi usaha konveksi UD. ABA Collection Tulungagung. Apabila terjadi ancaman tersebut maka perusahaan seringkali mengkalinya dengan menaikkan harga produksi.

- 3) Ancaman ketiga yaitu persaingan harga jual antar konveksi sejenis seperti yang telah dikemukakan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Persaingan harga itu sudah biasa mbak, karena memang di Tulungagung terkenal dengan usaha konveksinya. Hampir setiap rumah itu usaha konveksi. Tapi kan setiap konveksi sudah punya langganan masing-masing, jadi tidak perlu khawatir. Kalau rejeki nggak kemana”.*¹⁰²

Hal serupa juga dikatakan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mbak memang benar, banyak usaha konveksi sejenis yang berdiri di daerah Tulungagung, tapi kami yakin bahwa kami masih mampu bersaing dengan terus mempertahankan kualitas”.*¹⁰³

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Kalau untuk usaha konveksi pesaingnya memang banyak. Apalagi di daerah Tulungagung yang memang terkenal dengan industri konveksinya.”.*¹⁰⁴

¹⁰² Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

¹⁰³ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

¹⁰⁴ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa persaingan harga jual yang ketat dapat menjadi sebuah ancaman bagi industri konveksi, hal tersebut dikarenakan banyaknya perusahaan sejenis yang berdiri di kota Tulungagung. Akan tetapi ancaman tersebut dapat dihadapi dengan menjaga kualitas dan mutu produk serta memaksimalkan pelayanan konsumen.

- 4) Ancaman keempat yaitu kenaikan harga BBM. Menurut pernyataan Bapak Syamsul kenaikan harga BBM merupakan suatu ancaman bagi usahanya.

*“Harga BBM terus naik, sedangkan pesanan itu kebanyakan datang dari luar kota seperti Kediri atau Nganjuk. Jadi ya kita menyesuaikan harganya biar tidak ada ongkir. Biasanya sudah dikira-kira dari awal”.*¹⁰⁵

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Kalau BBM naik bagaimana lagi, memang itu sudah dari pemerintah. Mau tidak mau ya tetep jalan, karena konsumen lebih diprioritaskan”.*¹⁰⁶

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya mbak, BBM yang naik terus itu bisa jadi ancaman. Karena kan biasanya nganter barang pakai kendaraan”.*¹⁰⁷

¹⁰⁵ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

¹⁰⁶ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

¹⁰⁷ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

Dapat diambil kesimpulan bahwa kenaikan harga BBM merupakan ancaman bagi UD. ABA Collection, karena biasanya perusahaan ini menggunakan kendaraan sebagai angkutan mengantar barang. Akan tetapi bagi UD. ABA Collection konsumen menjadi prioritas yang pertama agar kepercayaan mereka tetap terjaga.

- 5) Ancaman yang kelima adalah kebijakan pemerintah yang berubah-ubah. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya peraturan pajaknya itu sering berubah-ubah, ditambah lagi ada kenaikan tarif dasar listrik. Kenaikan listriknya itu yang memberatkan usaha kecil menengah seperti konveksi ini. Meski dampaknya belum sampai membuat usaha konveksi gulung tikar, namun kenaikan TDL tetap saja memberatkan”.*¹⁰⁸

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Nurin selaku karyawan di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Seringkali pemerintah menaikkan pajak sama tarif listrik. Tentu saja itu ancaman bagi industri konveksi yang lumayan sudah berkembang ini”.*¹⁰⁹

Pernyataan Bapak Syamsul dan Ibu Nurin diperkuat oleh Ibu Yuni selaku konsumen di UD. ABA Collection Tulungagung.

*“Iya itu mungkin kebijakan tentang tarif listrik sama pajak yang membebani usaha konveksi”*¹¹⁰

¹⁰⁸ Wawancara dengan Bapak Syamsul selaku pimpinan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

¹⁰⁹ Wawancara dengan Ibu Nurin selaku karyawan UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 26 Maret 2019.

¹¹⁰ Wawancara dengan Ibu Yuni selaku konsumen UD. ABA Collection Tulungagung pada tanggal 7 Mei 2019.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kebijakan pemerintah yang berubah-ubah seringkali menjadi ancaman bagi UKM seperti industri konveksi. Banyak UKM yang terpaksa harus gulung tikar akibat dari beban pajak yang memberatkan industri kecil. Alangkah baiknya jika pemerintah tidak sering merubah kebijakan sehingga tidak akan menyulitkan usaha kecil menengah.

2. Rangkuman Analisis *Strengths, Weakness, Opportunities, Threats* Pada Perusahaan Konveksi UD. ABA Collection Tulungagung

Setelah melakukan wawancara dan pemaparan, maka hasil paparan dirangkum ke dalam:

- a. Kekuatan (*Strengths*) yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. ABA Collection Tulungagung
 - 1) Usaha konveksi milik pribadi
 - 2) Memiliki surat ijin usaha
 - 3) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap
 - 4) Kapasitas produksi dalam jumlah besar
 - 5) Mutu dan kualitas produk terjamin
 - 6) Memiliki hubungan yang baik antara karyawan dengan atasan
 - 7) Produk beragam dan desain produk mengikuti keinginan konsumen
- b. Kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. ABA Collection Tulungagung
 - 1) Produksi dilakukan hanya ketika ada pesanan
 - 2) Promosi tidak dilakukan secara rutin

- 3) Belum mampu mengembangkan inovasi produk
 - 4) Kurangnya ketelitian karyawan dalam pengerjaan produk
 - 5) Permasalahan limbah produksi yang belum terselesaikan dengan baik
- c. Peluang (*Opportunities*) yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. ABA Collection
- 1) Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap sandang
 - 2) Ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau
 - 3) Tingginya kepercayaan dan kepuasan konsumen
 - 4) Peran konsumen dalam promosi produk
 - 5) Lokasi strategis berada di wilayah kota
- d. Ancaman (*Threats*) yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. ABA Collection Tulungagung
- 1) Meningkatnya komponen kenaikan biaya listrik
 - 2) Kenaikan harga bahan baku secara mendadak
 - 3) Kenaikan harga BBM
 - 4) Persaingan harga jual
 - 5) Kebijakan pemerintah yang berubah-ubah

Dari data yang telah di dapat, selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa langkah pertama yaitu pembuatan matrik analisis SWOT dengan dibuatnya tabel IFAS dan EFAS. Di dalam tabel tersebut faktor-faktor internal maupun faktor-faktor eksternal akan diberikan pembobotan dan

penilaian (*rating*) untuk mengetahui besarnya skor yang akan dijadikan sebagai strategi. Bobot dan *rating* ditentukan sebagai berikut:¹¹¹

Tabel 4.1
Pembobotan dan Rating

Bobot ditentukan sebagai berikut:		Rating ditentukan sebagai berikut:	
Bobot	Keterangan	Rating	Keterangan
0,20	Sangat kuat	4	<i>Major strength</i>
0,15	Diatas rata-rata	3	<i>Minor strength</i>
0,10	Rata-rata	2	<i>Major weakness</i>
0,05	Dibawah rata-rata	1	<i>Minor weakness</i>

¹¹¹ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 250

Dari uraian pernyataan diatas sapat diketahui pembobotan dari setiap faktor sebaga berikut:

Tabel 4.2
Pembobotan Faktor-faktor SWOT Pada UD. ABA Collection

Faktor-Faktor Dalam Analisis SWOT	Bobot
a. Kekuatan	
1) Usaha konveksi milik pribadi	0,20
2) Memiliki surat ijin usaha	0,10
3) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap	0,10
4) Kapasitas produksi dalam jumlah besar	0,05
5) Mutu dan kualitas produk terjamin	0,10
6) Memiliki hubungan baik antara atasan dengan karyawan	0,05
7) Produk beragam dan desain produk mengikuti keinginan konsumen	0,15
b. Kelemahan	
1) Produksi dilakukan hanya ketika ada pesanan	0,05
2) Promosi tidak dilakukan secara rutin	0,05
3) Belum mampu mengembangkan inovasi produk	0,05
4) Kurangnya ketelitian karyawan dalam pengerjaan produk	0,05
5) Permasalahan limbah produksi yang belum terselesaikan dengan baik	0,05
c. Peluang	
1) Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap sandang	0,20
2) Ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau	0,15
3) Tingginya kepercayaan dan kepuasan konsumen	
4) Peran konsumen dalam promosi produk	0,15
5) Lokasi strategis berada di wilayah kota	0,10
	0,10

d. Ancaman	
1) Meningkatnya komponen kenaikan biaya listrik	0,10
2) Kenaikan harga bahan baku secara mendadak	0,05
3) Persaingan harga jual	0,05
4) Kenaikan harga BBM	0,05
5) Kebijakan pemerintah yang berubah-ubah	0,05

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Adapun matrik IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

a. Matrik IFAS

Tabel 4.3
Matrik IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
a. Kekuatan			
1) Usaha konveksi milik pribadi	0,20	4	0,80
2) Memiliki surat ijin usaha	0,10	4	0,40
3) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap	0,10	4	0,40
4) Kapasitas produksi dalam jumlah besar	0,05	3	0,15
5) Mutu dan kualitas produk terjamin			
6) Memiliki hubungan baik antara atasan dengan karyawan	0,10	3	0,30
	0,05	3	0,15
7) Produk beragam dan desain produk mengikuti keinginan konsumen	0,15	4	0,60
Total	0,75		2,80

b. Kelemahan			
1) Produksi dilakukan hanya ketika ada pesanan	0,05	1	0,05
2) Promosi tidak dilakukan secara rutin	0,05	2	0,10
3) Belum mampu mengembangkan inovasi produk	0,05	1	0,05
4) Kurangnya ketelitian karyawan dalam pengerjaan produk	0,05	2	0,10
5) Permasalahan limbah produksi belum terselesaikan dengan baik	0,05	2	0,10
Total	0,25		0,40
Total	1,00		3,20

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui variabel internal kekuatan (*strength*) memiliki skor total 2,80 dan skor total kelemahan (*weakness*) 0,40. Sehingga total skor variabel internal 3,20.

b. Matrik EFAS

Tabel 4.4
Matrik EFAS

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
c. Peluang			
1) Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap sandang	0,20	4	0,80
2) Ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau	0,15	3	0,45
3) Tingginya kepercayaan dan kepuasan konsumen	0,15	4	0,60
4) Peran konsumen dalam promosi produk	0,10	3	0,30
5) Lokasi strategis berada di wilayah kota	0,10	3	0,30
Total	0,70		2,45
d. Ancaman			
1) Meningkatnya komponen kenaikan biaya listrik	0,10	1	0,10
2) Kenaikan harga bahan baku secara mendadak	0,05	2	0,10
3) Persaingan harga jual	0,05	2	0,10
4) Kenaikan harga BBM	0,05	2	0,10
5) Kebijakan pemerintah yang berubah-ubah	0,05	1	0,05
Total	0,30		0,45
Total	1,00		2,90

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui variabel eksternal peluang (*opportunities*) memiliki skor total 2,45 dan ancaman (*threats*) memiliki skor total 0,45. Total skor variabel eksternal adalah 2,90. Kesimpulan dari kedua matrik IFAS dan EFAS dapat diketahui sebagai berikut:

1. Strategi SO = $2,80 + 2,45 = 5,25$
2. Strategi ST = $2,80 + 0,45 = 3,25$
3. Strategi WO = $0,40 + 2,45 = 2,85$
4. Strategi WT = $0,40 + 0,45 = 0,85$

Langkah kedua setelah pembuatan matrik IFAS dan EFAS, peneliti akan membuat matrik SWOT.

Tabel 4.5
Matrik SWOT

<p>IFAS</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Usaha konveksi milik pribadi 2) Memiliki surat ijin usaha 3) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap 4) Hubungan baik antara atasan dengan karyawan 5) Mutu dan kualitas produk terjamin 6) Memiliki hubungan baik antara atasan dengan karyawan 7) Produk beragam dan desain produk mengikuti keinginan konsumen 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Produksi dilakukan hanya ketika ada pesanan 2) Promosi tidak dilakukan secara rutin 3) Belum mampu mengembangkan inovasi produk 4) Kurangnya ketelitian karyawan dalam pengerjaan produk 5) Permasalahan limbah pabrik yang belum terselesaikan dengan baik
<p>EFAS</p> <p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap sandang 2) Ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mengikuti perkembangan teknologi dan mode masa kini untuk memberikan saran dan pilihan model atau desain produk yang 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Pelatihan tenaga kerja mencakup tentang semangat dan profesionalisme dalam bekerja perlu dilakukan untuk memberikan

<p>3) Tingginya kepercayaan dan kepuasan konsumen</p> <p>4) Peran konsumen dalam promosi produk</p> <p>5) Lokasi strategis berada di wilayah kota</p>	<p>sesuai zamannya mengingat kebutuhan masyarakat terhadap sandang tidak terbatas</p> <p>2) Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk untuk menjaga citra perusahaan dan kepercayaan konsumen</p> <p>3) Memberikan promo atau diskon pada beberapa pemesanan dengan jumlah besar sesuai kesepakatan dengan konsumen untuk menarik minat konsumen tetap</p>	<p>motivasi, pengalaman, dan wawasan pekerja</p> <p>2) Selalu melakukan inovasi-inovasi produk baru agar konsumen memiliki variasi dalam memilih produk sehingga mampu mempertahankan konsumen tetap</p>
<p>Ancaman (T)</p> <p>1) Meningkatnya komponen biaya kenaikan listrik</p> <p>2) Kenaikan harga bahan baku secara mendadak</p> <p>3) Persaingan harga jual</p> <p>4) Kenaikan harga BBM</p> <p>5) Kebijakan pemerintah yang berubah-ubah</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1) Mengembangkan daya saing seperti menyediakan variasi produk agar lebih diminati oleh masyarakat. Konsisten terhadap harga patut dipertahankan untuk menekan persaingan harga jual.</p> <p>2) Persaingan waktu pengerjaan produk juga dapat dijadikan sebagai keunggulan atau nilai</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1) Peningkatan promosi lewat network dengan konsep masa kini dapat menjangkau minat konsumen dari luar kota. Sosial media seperti <i>facebook</i>, <i>whatsapp</i>, <i>twitter</i>, ataupun <i>instagram</i> dapat memudahkan perusahaan untuk kepentingan promosi secara efektif.</p>

	<i>plus</i> untuk menekan persaingan dengan pihak lawan usaha	Penambahan pekerja di bidang promosi seperti <i>web developer</i> ataupun yang menguasai bidang IT untuk meningkatkan promosi
--	---	---

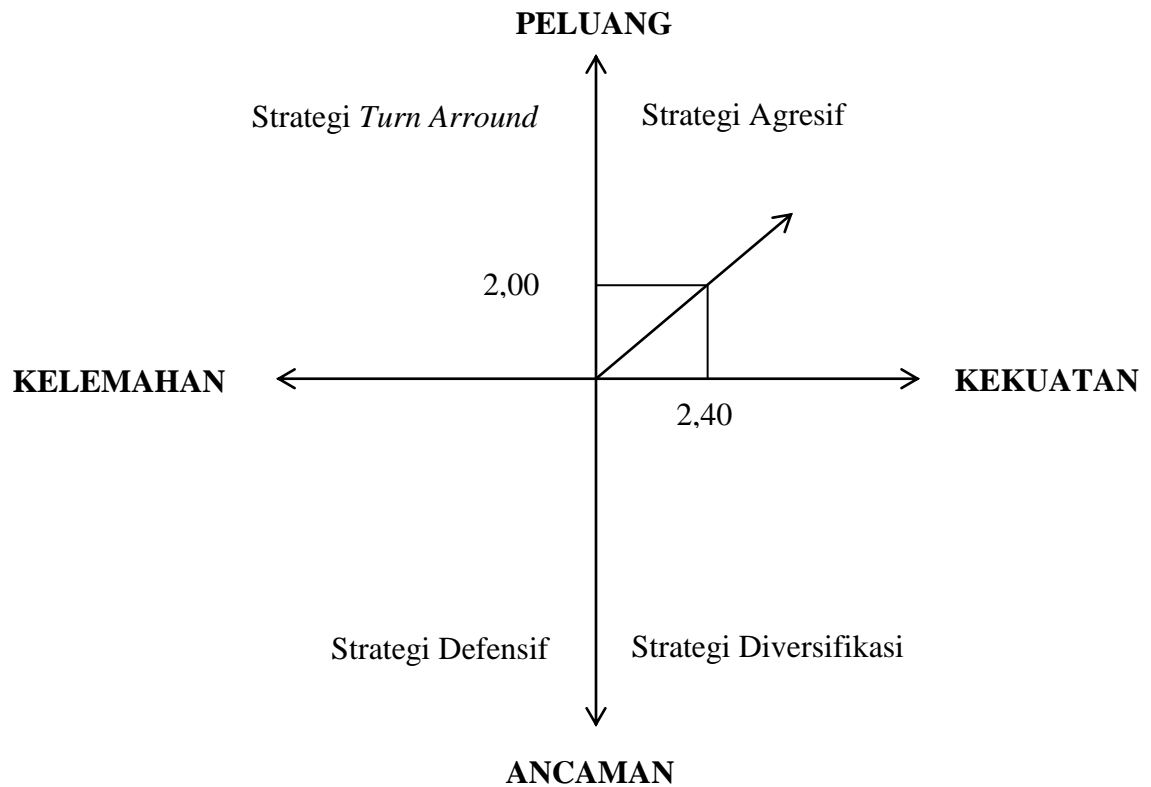
Dari tabel diatas dapat diketahui berbagai macam strategi yang dihasilkan, mulai dari strategi SO, WO, ST, dan WT. Menciptakan strategi dilakukan dengan cara menggabungkan antara faktor-faktor IFAS dan EFAS. Dari tabel IFAS dan EFAS yang telah digambarkan diatas dapat menunjukkan posisi perusahaan konveksi UD. ABA Collection Tulungagung sebagai berikut:

Tabel 4.6
Posisi UD. ABA Collection Tulungagung

IFAS		EFAS	
Kekuatan	2,80	Peluang	2,45
Kelemahan	(0,40)	Ancaman	(0,45)
Hasil	2,40	Hasil	2,00

Dari data tersebut diketahui bahwa: Analisis faktor IFAS lebih besar dari analisis faktor EFAS. Faktor IFAS sebesar 2,40, sedangkan analisis faktor EFAS sebesar 2,00. Apabila dimasukkan dalam diagram analisis SWOT ditunjukkan sebagai berikut:

Diagram 4.1
Posisi UD. ABA Collection Tulungagung



Berdasarkan diagram diatas dapat diketahui bahwa posisi ABA Collection Tulungagung berada pada kuadran I dengan menerapkan strategi agresif. Hal ini sesuai dengan pendapat Freddy Rangkuti dalam bukunya yang berjudul Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, yang menyatakan bahwa kuadran I ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Dimana perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sehingga bisa terus mengembangkan dan meningkatkan usaha konveksi di Tulungagung. Dalam mengembangkan usahanya, upaya yang dilakukan oleh UD. ABA Collection adalah meningkatkan jumlah produksi dengan cara memanfaatkan mesin yang

sudah ada, melakukan promosi melalui sosial media, melakukan inovasi produk secara terus menerus dengan mengikuti desain-desain ataupun mode masa kini dan memberikan promo atau diskon khusus untuk menarik minat konsumen. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk dengan cara memanfaatkan ketersediaan harga bahan baku yang terjangkau dan ketelitian harus tetap dijaga agar proses produksi dapat menghasilkan produk yang berkualitas sehingga kepercayaan konsumen tetap terjaga. Meningkatkan kualitas SDM dengan cara mengadakan pelatihan ataupun memberikan edukasi sehingga skill karyawan dapat terasah dengan baik dan kemudian dapat diterapkan dalam proses produksi.