

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. PAPARAN DATA

1. Letak Geografis Desa Bungur

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Tulungagung. Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu wilayah yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Tulungagung terletak pada posisi 111,43' sampai dengan 112,07' bujur timur dan 7,5' sampai dengan 8,18' lintang selatan.¹

Adapun batas wilayahnya adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Kecamatan Kras, Kabupaten Kediri

Sebelah Timur : Kecamatan Wonodadi, Kabupaten Blitar

Sebelah Selatan : Samudra Hindia

Sebelah Barat : Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek

Luas wilayah Kabupaten Tulungagung mencapai 1.150,41 km dan terbagi menjadi 19 Kecamatan dan 271 desa atau kelurahan.²

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian lapangan oleh peneliti adalah suatu daerah yang terletak di Kabupaten Tulungagung, tepatnya di kecamatan Karangrejo yaitu Desa Bungur. Desa Bungur terletak secara

¹ Kabupaten Tulungagung Dalam Angka, Tulungagung: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2004, Hal 3

² Data desa Bungur, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung tahun 2017

administrasi wilayah Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung. Desa Bungur memiliki RT terbanyak di Kecamatan Karangrejo yaitu sejumlah 44 RT. Mata pencaharian yang terdapat di desa Bungur yakni pertanian, peternakan, perdagangan, dan beberapa tahun terakhir ini perindustrian mulai memasuki Desa Bungur. Di Desa Bungur juga terdapat pasar tradisional desa Bungur yang bernama “Pasar Sumber Rejeki” sebagai penyokong ekonomi warga dan juga untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jarak Desa Bungur ke Ibu Kota Kecamatan adalah 4 km sedangkan jarak Desa Bungur menuju Ibu Kota Kabupaten adalah 8 km.

Adapun batas wilayahnya adalah sebagai berikut:

Batas Utara : Desa Sukowiyono, Kecamatan Kedungwaru

Batas Timur : Desa Sukowiyono, Kecamatan Kedungwaru

Batas Selatan : Desa Jabon, Kecamatan Kauman

Batas Barat : Desa Babadan, Kecamatan Karangrejo

Penduduknya tercatat sampai dengan tahun 2017 yaitu berjumlah 6.525 jiwa. Karakteristik sosial budaya penduduk desa Bungur cenderung bersifat pola hubungan paguyuban yang rukun, akrab, bersahabat dan gotong-royong saling membantu dan tolong-menolong. Apalagi dengan letak geografis desa yang terletak pada hampir pinggiran kota

menyebabkan sikap kekeluargaan antar warga masih tetap terjaga dengan baik.³

Dalam hal beragama para penduduk desa Bungur mayoritas beragama Islam. Penduduk desa Bungur juga termasuk taat beragama serta menjalankan syariah Islam dengan ketentuan Al-Qur'an, Hadits, Ijma' dan Qiyas. Tentunya pemahaman ini di dapat dari penerapan pendidikan yang diperoleh dari keluarga, sekolah formal maupun non formal dan juga lingkungan masyarakat dalam hal beribadah.

2. Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah

a. Sejarah Pendirian Perusahaan Konveksi

UD. Al-Wasiilah adalah nama perusahaan konveksi yang dimiliki oleh Bapak Muhammad Muhson yang beralamatkan di dusun Bungur, desa Bungur, RT 007 RW 002. Bapak Muhson beserta istrinya memulai usaha konveksinya sejak 19 tahun yang lalu yaitu pada tahun 2000. Nama Al-Wasiilah sendiri tercetus saat Bapak Muhson berdiskusi dengan istrinya untuk menentukan nama usaha mereka karena akan segera mendaftarkan usaha mereka agar segera memiliki izin usaha. Menurut Bapak Muhson, Al-Wasiilah sendiri memiliki arti kedekatan yang beliau harapkan usaha yang beliau rintis dan beliau jadikan tumpuan hidup ini tidak hanya menjadi jalan rezekinya mencukupi keluarga namun juga agar dapat dijadikannya

³ Data Desa Bungur, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung

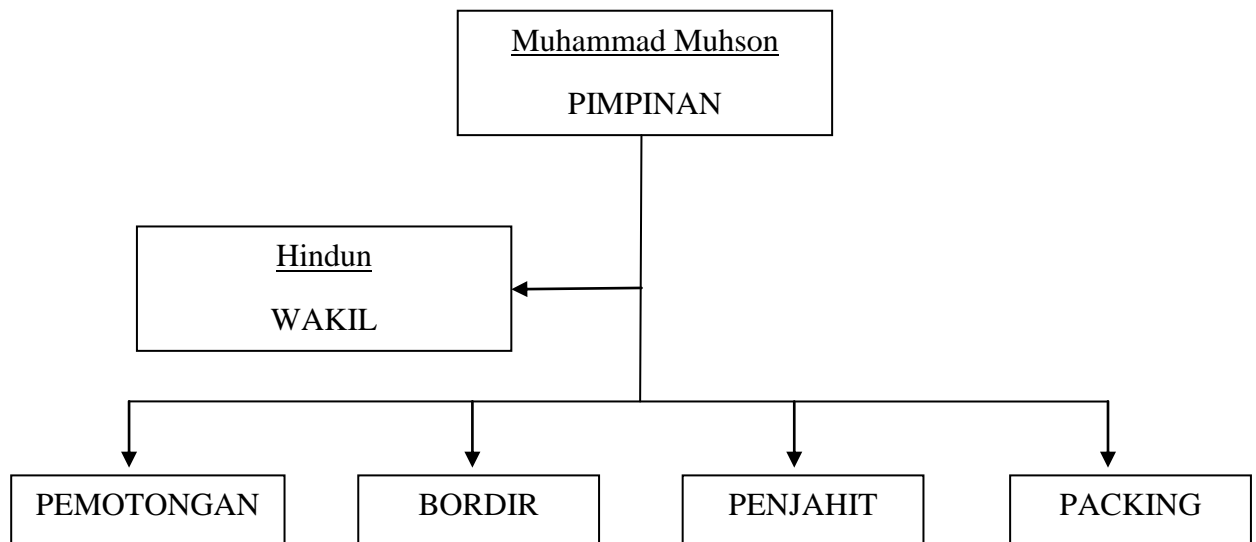
lahan untuk semakin dekat pada Allah SWT. Dalam hal berwira usaha khususnya usaha konveksi ini Bapak Muhson sudah memiliki pengalaman yang mencukupi karena dari latar belakang keluarganya yang juga memiliki usaha konveksi sejak beliau masih remaja. Jadi, walaupun Bapak Muhson tidak mewarisi usaha dari keluarganya, Bapak Muhson tetap lincah karena dari remaja sudah terbiasa ikut mengelola usaha konveksi milik keluarganya.

Pada awal tahun pendiriannya yaitu tahun 2000, perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah hanya memproduksi baju koko khusus laki-laki saja. Pengirimannya yakni di Lamongan dan Malang saja sesuai jalur perdagangan keluarganya karena beliau pada tahun 2000 masih merintis usahanya maka pemasarannya masih mengikuti jalur dari orang tuanya. Semakin lama usaha konveksi milik Bapak Muhson inipun kian hari kian berkembang pesat. Hingga saat ini, perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sudah banyak memproduksi berbagai macam baju muslim laki-laki maupun perempuan, mukena, kerudung, kopiyah, baju koko anak, dll. Wilayah pendistribusian dan pemasarannya pun kini juga sampai merambah ke luar provinsi bahkan keluar pulau. Tercatat hingga tahun 2019 ini, Bapak Muhson menuturkan bahwa wilayah pendistribusian di Jawa Timur saja mencakup Lamongan, Gresik, Malang, Mojokerto, Surabaya, Ngawi,

Madiun. Wilayah Jawa Tengah mencakup Solo dan Semarang, Sedangkan di wilayah Jawa Barat hanya kota Bogor saja. UD. Al-Wasiilah juga mendistribusikan barang produksinya ke luar pulau Jawa yakni di beberapa kota di pulau Kalimantan.⁴

b. Struktur Pengelolaan

Gambar 4.1



(Sumber: Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah, 2019)

c. Kinerja Karyawan dan Peraturan-Peraturam

Pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah milik Bapak Muhson ini kinerja karyawannya yakni mulai bekerja setiap hari kecuali hari minggu, yakni mulai pukul 07.30 WIB hingga pukul 16.30 WIB, untuk waktu istirahatnya adalah pukul 12.00 WIB hingga

⁴ Bapak Muhammad Muhson, Wawancara Diambil Dari Profil Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah, Pada Tanggal 22 Maret 2019

pukul 13.00 WIB. Kecuali yang ingin lembur juga sangat diperbolehkan yaitu mulai pukul 18.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB. Untuk pekerja sambilan yakni yang bekerja sambil masih kuliah, UD Al-Wasiilah tidak membatasi waktu kerja yakni pekerja dapat mengatur jadwal agar tidak bertabrakan dengan jadwal kuliah. UD Al-Wasiilah berani memberikan kebebasan seperti ini karena sistim pembayaran upah pada UD Al-Wasiilah mengacu pada perolehan ongkos per pcs setiap pekerja, jadi gaji perminggu atau perbulan yang di terima setiap pekerja berbeda-beda sesuai dengan perolehan yang didapat.⁵

Perusahaan konveksi UD Al-Wasiilah juga membuat peraturan-peraturan kepada seluruh karyawan-karyawannya seperti contohnya saat bekerja, para karyawan harus mengetahui batas perhaultan antara karyawan laki-laki dan juga karyawan perempuan pada saat jam kerja. Interaksi antara karyawan laki-laki dengan karyawan perempuan hanya sebatas keperluan pekerjaan saja. Para karyawan juga tidak di izinkan keluar masuk lokasi perusahaan dengan alasan yang tidak terlalu penting.

d. Pemasaran Perusahaan Konveksi

Perusahaan konveksi UD Al-Wasiilah milik Bapak Muhson ini meliputi sebagian kota di Jawa Timur yaitu Blitar, Malang,

⁵ Ibu Hindun, Wawancara Dengan Wakil Dari Perusahaan Konveksi UD Al-Wasiilah

Tulungagung, Surabaya, Ponorogo, dan Magetan. Selain sebagian kota di wilayah Jawa Timur, UD. Al-Wasiilah milik Bapak Muhson ini juga telah merambah ke luar Jawa yaitu Kalimantan, Sumatra dan juga Bali.⁶

3. Perusahaan Konveksi UD. An-Darik

a. Sejarah Pendirian Perusahaan Konveksi

UD An-Darik adalah nama perusahaan konveksi yang dimiliki oleh Ibu Hj. Mudrikah yang beralamatkan di dusun Grogol, desa Bungur, RT 004 RW 004. Ibu Hj. Mudrikah memulai usaha konveksinya sejak 11 tahun yang lalu yaitu pada tahun 2008. Pada mulanya Ibu Hj. Mudrikah memulai usahanya dengan memproduksi mukena. Ibu Hj. Mudrikah sendiri mulanya berasal dari daerah Lamongan yang pindah ke Tulungagung tepatnya di desa Bungur. Sejak dari tempat asalnya yaitu Lamongan, Ibu Hj. Mudrikah sudah merintis usahanya dan juga sudah memiliki wilayah pendistribusian yang hingga beliau pindah ke Tulungagung ini masih berjalan. Hingga saat ini hasil produksi yang dihasilkan dan dipasarkan oleh UD An-Darik adalah mukena dan juga baju muslim wanita. Omset terbesar yang di dapat oleh UD An-Darik milik Ibu Hj. Mudrikah ini adalah dari hasil penjualan grosir mukena. Usaha konveksi yang ditekuni oleh

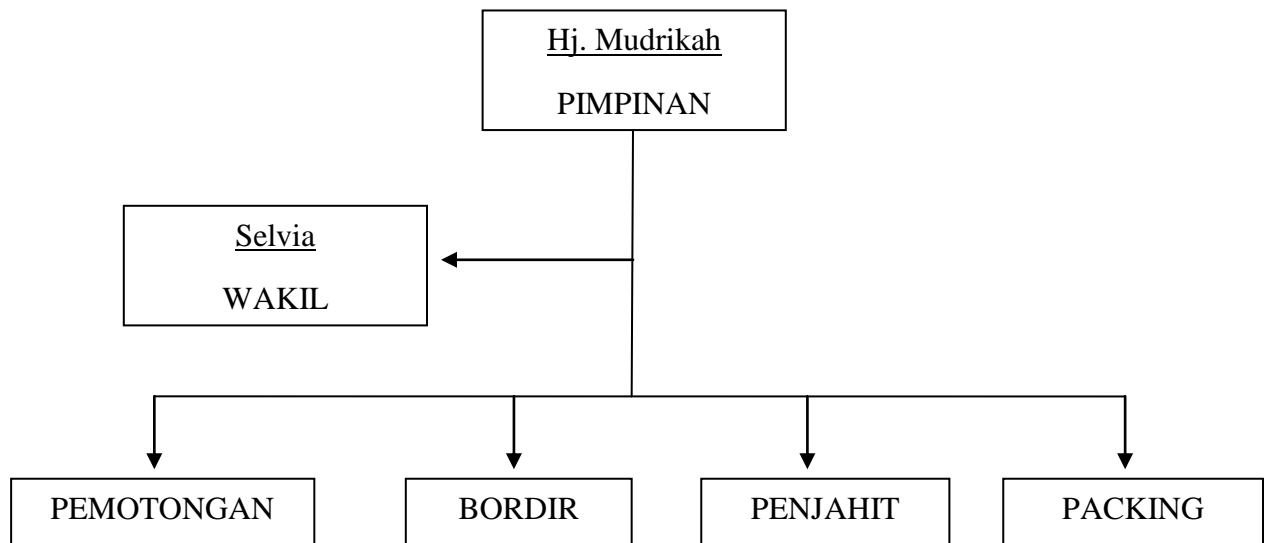
⁶ Bapak Muhson, Wawancara Dengan Pimpinan Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah, Pada Tanggal 22 Maret 2019

Ibu Hj. Mudrikah ini adalah usaha yang diturunkan oleh orang tuanya yang hingga dipegang oleh ibu Hj. Mudrikah sendiri dan sekarang telah memiliki izin usaha.

Hingga saat ini Ibu Hj. Mudrikah telah memiliki 48 orang karyawan baik yang bekerja dirumahnya maupun bekerja dirumah masing-masing dan juga puluhan mesin produksi usaha.⁷

b. Struktur Pengelolaan

Gambar 4.2



(Sumber: Perusahan Konveksi UD. An-Darik, 2019)

c. Kinerja Karyawan dan Peraturan-peraturan

Perusahaan konveksi UD. An-Darik milik Ibu Hj. Mudrikah ini kinerja karyawannya yakni mulai bekerja setiap hari mulai pukul

⁷⁷ Ibu Hj. Mudrikah, Wawancara Diambil Dari Profil Perusahaan Konveksi UD. An-Darik, Pada Tanggal 22 Maret 2019

07.30 WIB hingga pukul 16.30 WIB, untuk waktu istirahat pukul 12.00 WIB hingga pukul 13.00 WIB. Pada UD. An-Darik ini juga terdapat jam lembur yakni pukul 18.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB. Namun untuk karyawan dibagian operator komputer mesin bordir masuk kerja sesuai jadwal shif yang telah ditentukan.

Sama halnya dengan perusahaan konveksi milik bapak Muhson, perusahaan konveksi UD. An-Darik juga membuat peraturan-peraturan kepada seluruh karyawan-karyawannya seperti saat bekerja, para karyawan harus mengetahui batas perhalaan antara karyawan laki-laki dan juga karyawan perempuan pada saat jam kerja. Interaksi antara karyawan laki-laki dengan karyawan perempuan hanya sebatas keperluan pekerjaan saja. Para karyawan juga tidak diizinkan keluar masuk lokasi perusahaan dengan alasan yang tidak terlalu penting.⁸

d. Pemasaran Perusahaan Konveksi

Perusahaan konveksi UD. An-Darik milik Ibu Hj Mudrikah ini pemasarannya telah meliputi sebagian wilayah di Jawa Timur yakni Lamongan, Nganjuk, Madiun, Ngawi, Tulungagung, Probolinggo, dll.⁹

⁸ Ibu Hj. Mudrikah, Wawancara Dengan Pimpinan Dari Perusahaan Konveksi UD. An-Darik Pada Tanggal 22 Maret 2019

⁹ Ibu Hj. Mudrikah, Wawancara Dengan Pimpinan Perusahaan Konveksi UD. An-Darik, Pada Tanggal 22 Maret 2019

4. Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear

a. Sejarah Pendirian Perusahaan Konveksi

UD. Alladin Moslem Wear adalah nama perusahaan konveksi yang dimiliki oleh Bapak Imam Yusuf yang beralamatkan di dusun Bungur, desa Bungur, RT 002 RW 005. Bapak Yusuf merintis usaha konveksinya ini dari 11 tahun yang lalu bersama sang Istri Ibu Istiyah. Bapak Imam Yusuf adalah adik nomor 4 dari Bapak Muhammad Muhson pemilik perusahaan konveksi yang bernama UD. Al-Wasiilah. Setelah Bapak Yusuf menikah dengan Ibu Istiyah beliau mulai merintis usahanya, memproduksi baju dan juga membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat desa Bungur. Karena terlahir dari keluarga yang telah melakoni usaha konveksi, seperti halnya Bapak Muhson, Bapak Yusuf juga telah memiliki banyak pengalaman dalam mengelola usaha konveksinya dan juga memiliki banyak pengalaman dalam hal strategi dan juga pemasaran barang-barang produksinya.¹⁰

e. Pemasaran Perusahaan Konveksi

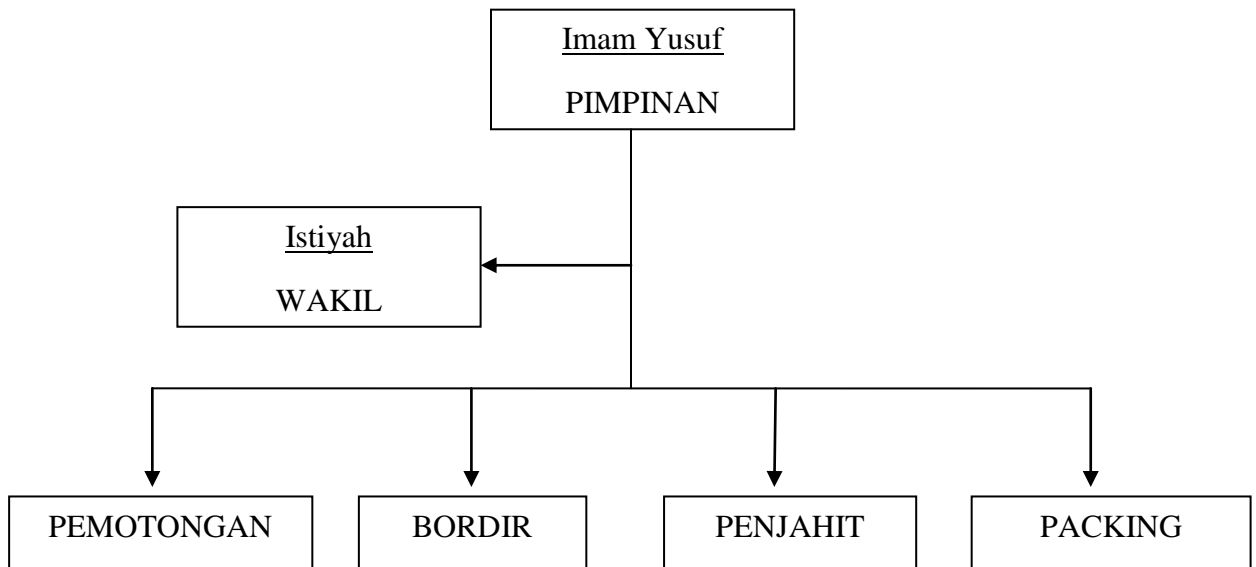
Perusahaan konveksi Alladin Moslem Wear milik bapak Imam Yusuf yang beroperasi sejak tahun 2003 ini pemasarannya meliputi wilayah

¹⁰ Bapak Imam Yusuf, Wawancara Diambil Dari Profil Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear, Pada Tanggal 22 Maret 2019

Blitar, Tulungagung, Surabaya, Pacitan, Banyuwangi, Jombang, Ponorogo, dll.¹¹

b. Struktur Pengelolaan

Gambar 4.3



(Sumber: Perusahaan Konveksi Alladin Moslem Wear, 2019)

c. Kinerja Karyawan dan Peraturan-peraturan

Perusahaan konveksi Alladin Moslem Wear milik Bapak Imam Yusuf ini kinerja karyawannya yakni mulai bekerja setiap hari mulai pukul 07.30 WIB hingga pukul 16.30 WIB, untuk waktu istirahat pukul 12.00 WIB hingga pukul 13.00 WIB. Pada perusahaan konveksi Alladin Moslem Wear ini juga terdapat jam lembur yakni pukul 18.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB. Namun untuk karyawan

¹¹ Bapak Imam Yusuf, Wawancara Dengan Pimpinan Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear, Pada Tanggal 22 Maret 2019

dibagian operator komputer mesin bordir masuk kerja sesuai jadwal shif yang telah ditentukan.

Sama halnya dengan perusahaan konveksi milik Bapak Muhson dan Ibu Hj. Mudrikah, perusahaan konveksi Alladin Moslem Wear juga membuat peraturan-peraturan kepada seluruh karyawan-karyawannya seperti saat bekerja, para karyawan harus mengetahui batas perhauran antara karyawan laki-laki dan juga karyawan perempuan pada saat jam kerja. Interaksi antara karyawan laki-laki dengan karyawan perempuan hanya sebatas keperluan pekerjaan saja. Para karyawan juga tidak di izinkan keluar masuk lokasi perusahaan dengan alasan yang tidak terlalu penting.¹²

B. Temuan Penelitian

1. Instrumen SWOT (*Strenght Weakness Opportunities Threats*)

a. Faktor-faktor Kekuatan (*Strenght*)

1) Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah

Faktor kekuatan pertama yang dimiliki oleh UD. Al-Wasiilah milik bapak Muhson ini adalah memiliki surat izin usaha. Dengan adanya surat izin usaha maka kelegalitasan atas suatu perusahaan dapat terjamin dan dalam menjalankan usahanya bisa berjalan dengan tenang. Hal ini

¹² Bapak Imam Yusuf, Wawancara Dengan Pimpinan Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear, Pada Tanggal 22 Maret 2019

dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

“Sudah, UD. Al-Wasiilah yang didirikan sejak tahun 2000 ini pada tahun 2004 telah mendapatkan izin usaha. Dulu, memang saya upayakan segera mendaftarkan usaha saya ini sejak awal berjalan agar usaha saya mendapatkan kekuatan dimata hukum”¹³

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah yakni sebagai berikut:

“Memang benar yang dinyatakan oleh suami saya, bahwa pada awal perusahaan kami beroperasi yaitu tahun 2000, setelah itu mengurus surat izin usaha dan pada tahun 2004 barulah memiliki surat izin usaha dengan nama usaha UD. Al-Wasiilah”¹⁴

Dari pernyataan Bapak Muhson dan telah diperkuat oleh istrinya tersebut, maka dengan memiliki izin usaha yang didapatkan oleh UD. Al-Wasiilah ini sangat penting. Seperti yang diketahui bahwasanya izin usaha memiliki berbagai manfaat seperti adanya perlindungan hukum yang jelas, bisa saja dimanfaatkan untuk mencari pinjaman modal di bank, menjadikan kenyamanan dalam melakukan proses produksi, serta untuk meningkatkan *kredibilitas* usaha.

Kekuatan kedua yang dimiliki oleh UD. Al-Wasiilah adalah memiliki lokasai yang strategis. Hal ini sangat mempengaruhi dalam berjalannya suatu usaha yang didirikannya. Dimana di Desa Bungur sendiri terdapat

¹³ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

banyak sekali pengusaha konveksi, setidaknya terdapat 27 perusahaan konveksi yang tersebar di 6 dusun yang terdapat di desa Bungur, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung ini. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari UD. Al-Wasiilah.

“Iya, usaha kami ini sudah termasuk strategis, selain itu langsung perempatan jalan raya Bungur, dan gang masuk lokasi usaha kami ini pun muat dimasuki truk yang biasa mengirim kain dan juga truk yang biasa memuat kiriman barang produksi kami”¹⁵

Pernyataan dari Bapak Muhson ini juga senada dengan pernyataan dari Ibu Hindun selaku wakil dari UD. Al-Wasiilah.

“Iya mbak, menurut saya UD. Al-Wasiilah sudah memiliki lokasi yang sangat strategis dibandingkan dengan perusahaan konveksi lain yang ada di desa Bungur ini.”¹⁶

Dari pernyataan oleh Bapak Muhson yang diperkuat oleh wakilnya yaitu Ibu Hindun, dapat disimpulkan bahwa UD. Al-Wasiilah ini sudah memiliki lokasi yang strategis selain itu juga lokasi UD. Al-Wasiilah yang dekat dengan jalan raya dan gang masuk lokasi yang tergolong lebar dapat dimasuki truk-truk maka hal ini memudahkan proses produksi dan distribusi dari UD. Al-Wasiilah.

Kekuatan ketiga yang dimiliki oleh UD. Al-Wasiilah adalah memiliki karyawan yang bekemampuan. Dengan memiliki karyawan yang bekemampuan akan memudahkan dan juga mempercepat proses produksi

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁶ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

barang dari UD. Al-Wasiilah. Selain itu juga dengan adanya karyawan yang berkemampuan maka hasil produksinya pun juga akan berkualitas. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Iya, sebagian besar karyawan yang bekerja disini memang telah berkemampuan dibidang masing-masing. Selain itu juga jika pun ada penerimaan pekerja baru maupun tambahan sementara m,ungkin penempatannya adalah dibagian pengepakan. Dan kalupun penempatannya dibagian obras atau tecik, maka karyawan baru tersebut sudah harus memiliki pengalaman yang lama dalam bidang tersebut sebelumnya.”¹⁷

Pernyataan dari Bapak Muhson tersebut diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Agus selaku karyawan di UD. Al-Wasiilah.

“Memang benar karyawan disini seluruhnya menguasai bidangnya masing masing karena pekerjaan disini memerlukan kemapuan pada bidangnya. Seperti contohnya karyawan yang bekerja dibagian pemotongan kain maka haruslah menguasainya. Dan untunglah karyawan disini kebanyakan memang seluruhnya memiliki pengalaman bertahun-tahun karna memang di desa Bungur ini sejak dulu terdapat banyak sekali usaha konveksi.”¹⁸

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwasanya dengan memiliki karyawan yang berkemampuan di bidangnya masing-masing akan akan mempercepat proses produksi barang dari UD. Al-Wasiilah. Selain itu juga dengan adanya karyawan yang berkemampuan maka hasil

¹⁷ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

produksinya pun juga akan berkualitas. Dengan begitu, maka akan membantu UD. Al-Wasiilah menjadi usaha yang semakin berkembang.

Kekuatan yang keempat yang dimiliki oleh UD. Al-Wasiilah adalah memiliki hubungan yang baik antara produsen dengan konsumen. Dimana sebagai produsen yang baik harus memiliki jalinan yang baik juga dengan para konsumen di Pasar agar dalam proses pendistribusian barang produksi dapat berjalan dengan lancar. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

*“Sangat baik, hubungan kami sebagai produsen dengan para konsumen di Pasar tentunya berjalan dengan baik. Kami berupaya terus menjaga hubungan baik dengan para konsumen kami di Pasar karena kunci penjualan barang produksi kami ya ada di para konsumen tersebut.”*¹⁹

Pernyataan Bapak Muhson juga senada dengan pernyataan dari Ibu Hindun selaku wakil di perusahaan UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

*“Hubungan UD. Al-Wasiilah dengan para konsumennya baik di Pasar wilayah Jawa Timur maupun wilayah luar Pulau Jawa sangat baik terbukti dengan cakupan pasar yang semakin tahun, pasar yang dirambah oleh UD. Al-Wasiilah juga semakin bertambah.”*²⁰

Dari pernyataan Bapak Muhson dengan Ibu Hindun tersebut dapat disimpulkan bahwa UD. Al-Wasiilah memiliki jalinan yang baik antara produsen dengan konsumen, yang menyebabkan hingga saat ini konsumen lama masih betah mengambil barang produksi dari UD. Al-Wasiilah.

¹⁹ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

²⁰ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

Bahkan konsumen dari UD. Al-Wasiilah semakin tahun semakin kian bertambah. Jadi memiliki hubungan yang baik antara produsen dengan konsumen itu sangat penting bagi perkembangan setiap usaha.

Kekuatan kelima yang dimiliki oleh UD. Al-Wasiilah ini adalah memiliki hubungan yang baik antara karyawan dengan atasan. Hubungan yang baik antara karyawan dengan atasannya akan berdampak positif pada hasil kerja di lapangan. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari UD. Al-Wasiilah sendiri yaitu Bapak Muhson.

“Hubungan kami dengan para karyawan sangat baik, saat ada waktu kami selalu menengok pekerjaan para karyawan, selain itu kami juga berbaur dengan mereka, sesekali bercanda dengan mereka agar kami menyatu dengan mereka. Ini kami upayakan agar mereka para karyawan tidak canggung untuk mengadu apabila ada kendala pekerjaan. Semua ini agar pekerjaan terasa mudah dan tidak membebani.”²¹

Hal senada juga diungkapkan oleh Mas Hendrik selaku karyawan dari UD. Al-Wasiilah.

“Bapak Muhson, Ibu Hindun beserta anak-anaknya sangat ramah kepada kami, sesekali saat beliau berdua tidak ke Pasar pasti beliau bersdua menyempatkan untuk menengok pekerjaan kami, Beliau sangat ramah, sering mengajak bercanda kami dan juga sering membelikan camilan.”²²

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Mas Hendrik dapat disimpulkan bahwa UD. Al-Wasiilah selalu menjaga hubungan baiknya

²¹ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

²² Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

dengan para karyawannya yang dimaksudkan agar segala kegiatan bekerja di UD. Al-Wasiilah ini dapat berjalan dengan optimal.

Kekuatan keenam yang dimiliki oleh UD. Al-Wasiilah adalah memiliki alat transportasi sendiri untuk proses pengiriman hasil produksi. Dimana keuntungan dari usaha yang telah memiliki alat transportasi pengiriman sendiri maka akan memudahkan pengiriman dan menghemat biaya operasional. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan di UD. Al-Wasiilah.

“Sudah, kami telah memiliki alat transportasi sendiri yakni 3 unit truk dan dua unit mobil. Hal ini kami upayakan untuk menekan biaya operasional yang keluar.”²³

Pernyataan Bapak Muhson juga senada dengan pernyataan dari Ibu Hindun selaku wakil di perusahaan UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Kami sudah memiliki alat transportasi sendiri yakni 3 unit truk dan 2 unit mobil untuk menekan biaya operasional yang keluar akibat pengiriman barang kepada konsumen yang ada diluar kota maupun luar pulau.”²⁴

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun tersebut dapat disimpulkan bahwa UD. Al-Wasiilah memang telah memiliki alat transportasi usahanya sendiri guna memperlancar usahanya dan juga meminimalisir biaya operasional pendistribusian barang produksi. Alat

²³ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

²⁴ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

transportasi yang dimiliki oleh UD. Al-Wasiilah tersebut adalah dua unit mobil dan juga tiga unit truk.

Kekuatan ketujuh adalah pengadaan inovasi model yang selalu berganti mengikuti gaya dan minat masyarakat. UD. Al Wasiilah dalam upayanya mempertahankan pelanggan selalu melakukan inovasi-inovasi yang diharapkan dapat mempertahankan pelanggan. Hal tersebut dinyatakan oleh pimpinan dari UD. Al-Wasiilah Bapak Muhson.

“Kami selalu mengupayakan yang terbaik untuk para konsumen dan pelanggan-pelangan kami, kami mengadakan inovasi model dan corak baru setidaknya tiga bulan sekali dan selalu menerima masukan dari para pelanggan selama masukan tersebut akan berdampak positif bagi usaha kami ini.”²⁵

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari UD.

Al-Wasiilah.

“Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Muhson Bahwa UD. Al Wasiilah selalu menupayakan yang terbaik untuk para pelanggan kami. berinovasi dan juga menerima masukan dari para pelanggan adalah cara kami untuk mempertahankan mereka”²⁶

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun dapat disimpulkan bahwa UD. Al-Wasiilah telah dapat mempertahankan pelanggannya dengan cara melakukan inovasi model dan juga corak baru setiap tiga bulan sekali dan juga selalu menampung seluruh masukan-

²⁵ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

²⁶ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

masukannya dari para pelanggannya demi kelangsungan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

Kekuatan kedelapan adalah peralatan yang digunakan untuk proses operasional produksi di UD. Al-Wasiilah ini sudah menggunakan peralatan modern. Hal ini diungkapkan oleh pimpinan dari UD. Al-Wasiilah Bapak Muhson.

“Kami telah menggunakan mesin-mesin produksi yang canggih yakni antara lain, mesin border computer, mesin jahit yang menggunakan tenaga listrik, mesin obras plus rantai lima benang. setrika uap voltase tinggi dan lain sebagainya.”²⁷

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku Wakil di UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Mesin yang kami gunakan untuk operasional produksi telah menggunakan peralatan yang canggih dan modern”²⁸

Dari pernyataan Bapak Muhson dan Ibu Hindun, dapat disimpulkan bahwa UD. Al-Wasiilah hingga saat ini dalam operasional produksinya telah menggunakan peralatan yang canggih dan juga modern. Karena jenis mesin yang dipakai dalam proses operasional produksinya dapat mempengaruhi hasil dari produksi. Apabila menggunakan mesin-mesin produksinya menggunakan mesin-mesin modern maka hasil produksinya akan rapi dan selesai dengan cepat.

²⁷ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

²⁸ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

2) Perusahaan Konveksi UD. An-Darik

Faktor kekuatan pertama yang dimiliki oleh Perusahaan konveksi UD. An-Darik milik Ibu Hj. Mudrikah ini adalah memiliki surat izin usaha. Dengan adanya surat izin usaha maka kelegalitasan atas suatu perusahaan dapat terjamin dan dalam menjalankan usahanya bisa berjalan dengan tenang. Hal ini dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

“Sudah, UD. An-Darik yang didirikan sejak tahun 2000 ini memang telah mendapatkan izin usaha. Dulu, memang saya upayakan segera mendaftarkan usaha saya ini sejak awal berjalan agar usaha saya mendapatkan kekuatan dimata hukum dan juga masyarakat.”²⁹

Hal serupa juga dinyatakan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik yakni sebagai berikut:

“Memang benar yang dinyatakan oleh pimpinan kami, bahwa pada awal perusahaan kami beroperasi yaitu tahun 2000, setelah itu mengurus surat izin usaha dan mendapatkan nama usaha kami yakni UD. An-Darik”³⁰

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah yang diperkuat oleh wakilnya tersebut, maka dengan memiliki izin usaha yang didapatkan oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik ini sangat penting. Seperti yang diketahui bahwasanya izin usaha memiliki berbagai manfaat seperti adanya perlindungan hukum yang jelas, bisa saja dimanfaatkan untuk

²⁹ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

³⁰ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

mencari pinjaman modal di bank, menjadikan kenyamanan dalam melakukan proses produksi, serta untuk meningkatkan *kredibilitas* usaha.

Kekuatan kedua yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah memiliki lokasi yang strategis. Hal ini sangat mempengaruhi dalam berjalannya suatu usaha yang didirikannya. Dimana di Desa Bungur sendiri terdapat banyak sekali pengusaha konveksi, setidaknya terdapat 27 perusahaan konveksi yang tersebar di 6 dusun yang terdapat di desa Bungur, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung ini. Seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari UD. An-Darik.

“Iya, usaha kami ini sudah termasuk strategis, depan itu adalah pusat perekonomian desa Bungur yaitu Pasar Sumber Rejeki Bungur, dan lokasi ini tepat berada di pinggir jalan raya jurusan Kauman-Karangrejo, jadi sudah dapat dipastikan lokasi kami termasuk lokasi yang strategis.”³¹

Pernyataan dari Ibu Hj. An-Darik ini juga diperkuat oleh Selvia selaku wakil dari UD. An-Darik.

“Iya mbak, menurut saya perusahaan konveksi kami sudah memiliki lokasi yang sangat strategis dibandingkan dengan perusahaan konveksi lain yang ada di desa Bungur.”³²

Dari pernyataan oleh Ibu Hj. Mudrikah yang diperkuat oleh wakilnya yaitu Selvia, dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. An-Darik ini sudah memiliki lokasi yang strategis selain itu juga lokasi UD.

³¹ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

³² Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

An-Darik yang dekat dengan jalan raya dan pusat perekonomian desa Bungur yaitu Pasar Sumber Rejeki desa Bungur maka hal ini memudahkan proses operasional produksi dan distribusi dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

Kekuatan ketiga yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah memiliki karyawan yang berkemampuan. Dengan memiliki karyawan yang berkemampuan akan memudahkan dan juga mempercepat proses produksi barang dari perusahaan konveksi UD. An-Darik. Selain itu juga dengan adanya karyawan yang berkemampuan maka hasil produksinya pun juga akan berkualitas. Seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Iya, sebagian besar karyawan yang bekerja disini memang telah berkemampuan dibidang masing-masing. Karena memang setiap pekerjaan disini ya memerlukan keahlian dibidang masing-masing ya misalnya bagian pemotongan. Kecuali bagian pengepakan mungkin banyak yang menguasai.”³³

Pernyataan dari Ibu Hj. Mudrikah tersebut diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Ali selaku karyawan di perusahaan konveksi UD. An-Darik.

“Memang benar karyawan disini seluruhnya menguasai bidangnya masing masing karena pekerjaan disini memerlukan kemampuan pada bidangnya. Dan untungnya karyawan disini kebanyakan memang

³³ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

seluruhnya memiliki pengalaman bertahun-tahun karna memang di desa Bungur ini sejak dulu terdapat banyak sekali usaha konveksi.”³⁴

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwasanya dengan memiliki karyawan yang berkemampuan di bidangnya masing-masing akan akan mempercepat proses produksi barang dari perusahaan konveksi UD. An-Darik. Selain itu juga dengan adanya karyawan yang berkemampuan maka hasil produksinya pun juga akan berkualitas. Dengan begitu, maka akan membantu perusahaan konveksi UD. An-Darik menjadi usaha yang semakin berkembang setiap tahunnya.

Kekuatan yang keempat yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah memiliki hubungan yang baik antara produsen dengan konsumen. Dimana sebagai produsen yang baik harus memiliki jalinan yang baik juga dengan para konsumen di Pasar agar dalam proses pendistribusian barang produksi dapat berjalan dengan lancar. Hal ini dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“kami menjalin hubungan dengan mitra kami dengan sangat baik, hubungan kami sebagai produsen dengan para konsumen di Pasar tentunya berjalan dengan baik. Kami berupaya terus menjaga hubungan baik dengan para konsumen kami di Pasar karena kunci penjualan barang produksi kami ya ada di para konsumen tersebut.”³⁵

³⁴ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

³⁵ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

Pernyataan Ibu Hj. Mudrikah juga senada dengan pernyataan dari Selvia selaku wakil di perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Hubunngan perusahaan konveksi UD. An-Darik kami dengan para konsumennya berjalan dengan baik di Pasar.”³⁶

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dengan Selvia tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. An-Darik memiliki jalinan yang baik antara produsen dengan konsumen, yang menyebabkan hingga saat ini konsumen lama masih betah mengambil barang produksi dari perusahaan konveksi UD. An-Darik. Bahkan konsumen dari perusahaan konveksi UD. An-Darik semakin tahun semakin kian bertambah. Jadi memiliki hubungan yang baik antara produsen dengan konsumen itu sangat penting bagi perkembangan setiap usaha.

Kekuatan kelima yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik ini adalah memiliki hubungan yang baik antara karyawan dengan atasan. Hubungan yang baik antara karyawan dengan atasannya akan berdampak positif pada hasil kerja di lapangan. Hal ini dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sendiri.

“Hubungan kami dengan para karyawan dengan sangat baik, kani sering berbaur dengan mereka, sesekali bercanda dengan mereka agar

³⁶ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

kami menyatu dengan mereka. Semua ini agar pekerjaan terasa mudah dan tidak membebani.”³⁷

Hal senada juga diungkapkan oleh Mas Ongkik selaku karyawan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

“Ibu Hj. Mudrikah beserta anak-anaknya sangat ramah kepada kami, sesekali saat beliau menyempatkan untuk menengok pekerjaan kami, Beliau sangat ramah, sering mengajak bercanda kami dan juga sering membelikan camilan.”³⁸

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Mas Ongkik dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. An-Darik selalu menjaga hubungan baiknya dengan para karyawannya yang dimaksudkan agar segala kegiatan bekerja di perusahaan konveksi UD. An-Darik ini dapat berjalan dengan optimal.

Kekuatan keenam yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah memiliki alat transportasi sendiri untuk proses pengiriman hasil produksi. Dimana keuntungan dari usaha yang telah memiliki alat transportasi pengiriman sendiri maka akan memudahkan pengiriman dan menghemat biaya operasional. Hal ini dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan di perusahaan konveksi UD. An-Darik.

“Sudah, kami telah memiliki alat transportasi sendiri yakni 2 unit truk dan dua unit mobil. Hal ini agar biaya operasional pengiriman barang dan juga pengambilan bahan baku dapat ditekan”³⁹

³⁷ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pemimpin perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

³⁸ Wawancara dengan Ongkik selaku karyawan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

³⁹ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

Pernyataan Ibu Hj. Mudrikah juga senada dengan pernyataan dari Selvia selaku wakil di perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Kami sudah memiliki alat transportasi sendiri yakni 2 unit truk dan 2 unit mobil untuk menekan biaya operasional yang keluar akibat pengiriman barang kepada konsumen.”⁴⁰

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. An-Darik memang telah memiliki alat transportasi usahanya sendiri guna memperlancar usahanya dan juga meminimalisir biaya operasional pendistribusian barang produksi. Alat transportasi yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik tersebut adalah dua unit mobil dan juga dua unit truk.

Kekuatan ketujuh adalah pengadaan inovasi model yang selalu berganti mengikuti gaya dan minat masyarakat. perusahaan konveksi UD. An-Darik dalam upayanya mempertahankan pelanggan selalu melakukan inovasi-inovasi yang diharapkan dapat mempertahankan pelanggan. Hal tersebut dinyatakan oleh pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik yaitu Ibu Hj. Mudrikah.

“Kami selalu mengupayakan yang terbaik untuk para pelanggan-pelanggan kami, kami mengadakan inovasi model dan corak baru dan juga menerima segala masukan selama masukan tersebut akan berdampak positif terhadap usaha kami.”⁴¹

⁴⁰ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

⁴¹ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

Hal senada juga diungkapkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

*“Seperti yang dipaparkan oleh pimpinan kami bahwa perusahaan konveksi UD. An-Darik selalu mengupayakan yang terbaik untuk para pelanggan kami. berinovasi dan juga menerima masukan dari para pelanggan adalah cara kami untuk mempertahankan mereka.”*⁴²

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. An-Darik telah dapat mempertahankan pelanggannya dengan cara melakukan inovasi model dan juga corak baru dan juga selalu menampung seluruh masukan-masukan positif dari para pelanggannya demi kelangsungan perusahaan konveksi UD. An-Darik.

Kekuatan kedelapan adalah peralatan yang digunakan untuk proses operasional produksi di perusahaan konveksi UD. An-Darik ini sudah menggunakan peralatan modern. Hal ini diungkapkan oleh pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik yakni Ibu Hj. Mudrikah.

*“Iya, memang kami telah menggunakan mesin-mesin produksi yang modern yakni antara lain, mesin bordir komputer, mesin jahit yang menggunakan tenaga listrik, mesin obras plus rantai lima benang. setrika uap voltase tinggi dan lain sebagainya”*⁴³

Hal senada juga diungkapkan oleh Selvia selaku Wakil di perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

⁴² Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

⁴³ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

“Mesin yang kami gunakan untuk operasional produksi telah menggunakan peralatan yang canggih dan modern”⁴⁴

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia, dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. An-Darik hingga saat ini dalam operasional produksinya telah menggunakan peralatan yang canggih dan juga modern. Karena jenis mesin yang dipakai dalam proses operasional produksinya dapat mempengaruhi hasil dari produksi. Apabila menggunakan mesin-mesin produksinya menggunakan mesin-mesin modern maka hasil produksinya akan rapi dan cepat selesai.

3) Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear

Faktor kekuatan pertama yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear milik IbuBapak Imam Yusuf ini adalah memiliki surat izin usaha. Dengan adanya surat izin usaha maka kelegalitasan atas suatu perusahaan dapat terjamin dan dalam menjalankan usahanya bisa berjalan dengan tenang. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

“Sudah, UD. Alladin Moslem Wear yang didirikan sejak tahun 2009 ini memang telah mendapatkan izin usaha. Setelah perusahaan saya ini

⁴⁴ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

beroperasi, sesegera mungkin saya mengurus izin usaha agar usaha saya ini mendapat perlindungan hukum”⁴⁵

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear yakni sebagai berikut:

“Memang benar yang dinyatakan oleh pimpinan kami, bahwa pada awal perusahaan kami beroperasi yaitu tahun 2009, setelah itu mengurus surat izin usaha dan mendapatkan nama usaha kami yakni UD. Alladin Moslem Wear”⁴⁶

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf yang diperkuat oleh wakilnya tersebut, maka dengan memiliki izin usaha yang didapatkan oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ini sangat penting. Seperti yang diketahui bahwasanya izin usaha memiliki berbagai manfaat seperti adanya perlindungan hukum yang jelas, bisa saja dimanfaatkan untuk mencari pinjaman modal di bank, menjadikan kenyamanan dalam melakukan proses produksi, serta untuk meningkatkan *kredibilitas* usaha.

Kekuatan kedua yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah memiliki lokasi yang strategis. Hal ini sangat mempengaruhi dalam berjalannya suatu usaha yang didirikannya. Dimana di Desa Bungur sendiri terdapat banyak sekali pengusaha konveksi, setidaknya terdapat 27 perusahaan konveksi yang tersebar di 6 dusun yang terdapat di desa Bungur, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung

⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

ini. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari UD. Alladin Moslem Wear.

“Iya, usaha kami ini sudah termasuk strategis, walaupun lokasi kami ini masuk gang namun juga tidak terlalu sempit dan masih dapat dilalui oleh mobil dan juga truk”⁴⁷

Pernyataan dari Imam Yusuf ini juga dinyatakan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari UD. Alladin Moslem Wear.

“Iya, menurut saya perusahaan konveksi kami sudah memiliki lokasi yang strategis karena walaupun masuk gang, masih dapat dilalui oleh mobil dan juga truk”⁴⁸

Dari pernyataan oleh Imam Yusuf yang diperkuat oleh wakilnya yaitu Ibu Istiyah, dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ini memiliki lokasi yang strategis.

Kekuatan ketiga yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah memiliki karyawan yang berkemampuan. Dengan memiliki karyawan yang berkemampuan akan memudahkan dan juga mempercepat proses produksi barang dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear. Selain itu juga dengan adanya karyawan yang berkemampuan maka hasil produksinya pun juga akan berkualitas. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

⁴⁷ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁴⁸ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

“Iya, karyawan yang bekerja disini telah berkemampuan dibidang masing-masing. Karena memang setiap pekerjaan disini memerlukan keahlian dibidang masing-masing, misalnya bagian pemotongan. Kecuali bagian pengepakan mungkin banyak yang menguasai”⁴⁹

Pernyataan dari Imam Yusuf tersebut diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Bambang selaku karyawan di perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

“Memang benar karyawan disini seluruhnya menguasai bidangnya masing masing karena pekerjaan disini memerlukan kemampuan pada bidangnya. Dan memang kebanyakan seluruhnya memiliki pengalaman bertahun-tahun karna memang di desa Bungur ini sejak dulu terdapat banyak sekali usaha konveksi”⁵⁰

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan memiliki karyawan yang berkemampuan di bidangnya masing-masing akan akan mempercepat proses produksi barang dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear. Selain itu juga dengan adanya karyawan yang berkemampuan maka hasil produksinya pun juga akan berkualitas. Dengan begitu, maka akan membantu perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear menjadi usaha yang semakin berkembang setiap tahunnya.

Kekuatan yang keempat yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah memiliki hubungan yang baik antara produsen dengan konsumen. Dimana sebagai produsen yang baik harus memiliki jalinan yang baik juga dengan para konsumen di Pasar agar

⁴⁹ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁵⁰ Wawancara dengan Pak Bambang selaku karyawan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

dalam proses pendistribusian barang produksi dapat berjalan dengan lancar. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

*“Perusahaan kami menjalin hubungan baik dengan seluruh mitra kami. Kami berupaya terus menjaga hubungan baik dengan para konsumen kami di Pasar karena kunci penjualan barang produksi kami ada di para konsumen tersebut.”*⁵¹

Pernyataan Bapak Imam Yusuf juga senada dengan pernyataan dari Ibu Istiyah selaku wakil di perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

*“Hubunngan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear kami dengan para konsumennya berjalan dengan baik di Pasar”*⁵²

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dengan Ibu Istiyah tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear memiliki jalinan yang baik antara produsen dengan konsumen, yang menyebabkan hingga saat ini konsumen lama masih betah mengambil barang produksi dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear. Bahkan konsumen dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear semakin tahun semakin kian bertambah. Jadi memiliki hubungan yang baik antara produsen dengan konsumen itu sangat penting bagi perkembangan setiap usaha.

⁵¹ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁵² Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Kekuatan kelima yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ini adalah memiliki hubungan yang baik antara karyawan dengan atasan. Hubungan yang baik antara karyawan dengan atasannya akan berdampak positif pada hasil kerja di lapangan. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

*“Kami menjalin hubungan yang baik dengan para karyawan kami, kami juga sering berbaur dengan mereka, sesekali bercanda dengan mereka agar kami menyatu dengan mereka. Semua ini agar pekerjaan terasa mudah dan tidak membebani”*⁵³

Hal senada juga diungkapkan oleh Mas sugiono selaku karyawan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

*“Bapak Imam Yusuf beserta istri dan anak-anaknya sangat ramah kepada kami, sesekali saat beliau menyempatkan untuk menengok pekerjaan kami, Beliau sangat ramah”*⁵⁴

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Mas Sugiono dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear selalu menjaga hubungan baik dengan para karyawannya yang dimaksudkan agar segala kegiatan bekerja di perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ini dapat berjalan dengan optimal.

Kekuatan keenam yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah memiliki alat transportasi sendiri untuk

⁵³ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁵⁴ Wawancara dengan Sugiono selaku karyawan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

proses pengiriman hasil produksi. Dimana keuntungan dari usaha yang telah memiliki alat transportasi pengiriman sendiri maka akan memudahkan pengiriman dan menghemat biaya operasional. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan di perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

“Sudah, kami telah memiliki alat transportasi sendiri yakni 1 unit truk dan dua 3 mobil. Hal ini agar biaya operasional pengiriman barang dan juga pengambilan bahan baku dapat ditekan”⁵⁵

Pernyataan Bapak Imam Yusuf juga senada dengan pernyataan dari Ibu Istiyah selaku wakil di perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Kami sudah memiliki alat transportasi sendiri untuk operasional pendistribusian barang yakni satu unit truk dan tiga unit mobil untuk menekan biaya operasional yang keluar akibat pengiriman barang kepada konsumen”⁵⁶

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear memang telah memiliki alat transportasi usahanya sendiri guna memperlancar usahanya dan juga meminimalisir biaya operasional pendistribusian barang produksi. Alat transportasi yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear tersebut adalah tiga unit mobil dan juga satu unit truk.

⁵⁵ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁵⁶ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Kekuatan ketujuh adalah pengadaan inovasi model yang selalu berganti mengikuti gaya dan minat masyarakat. perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear dalam upayanya mempertahankan pelanggan selalu melakukan inovasi-inovasi yang diharapkan dapat mempertahankan pelanggan. Hal tersebut dinyatakan oleh pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear yaitu Bapak Imam Yusuf.

“Kami mengupayakan yang terbaik untuk para pelanggan-pelanggan kami, kami mengadakan inovasi model dan corak baru dan juga menerima segala masukan selama masukan tersebut akan berdampak positif terhadap usaha kami”⁵⁷

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

“Seperti yang dipaparkan oleh pimpinan kami bahwa perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear selalu mengupayakan yang terbaik untuk para pelanggan kami. berinovasi dan juga menerima masukan dari para pelanggan adalah cara kami untuk mempertahankan mereka”⁵⁸

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear telah dapat mempertahankan pelanggannya dengan cara melakukan inovasi model dan juga corak baru dan juga selalu menampung seluruh masukan-masukan positif dari para pelanggannya demi kelangsungan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

⁵⁷ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁵⁸ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Kekuatan kedelapan adalah peralatan yang digunakan untuk proses operasional produksi di perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ini sudah menggunakan peralatan modern. Hal ini diungkapkan oleh pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear yakni Bapak Imam Yusuf.

*“Memang kami telah menggunakan mesin-mesin produksi yang modern seperti, mesin bordir komputer, mesin jahit yang menggunakan tenaga listrik, mesin obras rantai lima benang. setrika uap voltase tinggi dan lain sebagainya”*⁵⁹

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku Wakil di perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

*“Mesin yang kami gunakan untuk operasional produksi telah menggunakan peralatan yang canggih dan modern”*⁶⁰

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah, dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear hingga saat ini dalam operasional produksinya telah menggunakan peralatan yang canggih dan juga modern. Karena jenis mesin yang dipakai dalam proses operasional produksinya dapat mempengaruhi hasil dari produksi. Apabila menggunakan mesin-mesin produksinya menggunakan mesin-mesin modern maka hasil produksinya akan rapi dan cepat selesai.

b. Faktor-faktor Kelemahan (*Weakneeses*)

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁶⁰ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

1) Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah yang ada di desa Bungur, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah. Kelemahan pertama yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah keterbatasan sumberdaya manusia. Seperti pernyataan dari Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

“Kami memang sudah memiliki banyak tenaga kerja, namun pada kondisi tertentu, saat ramadhan tiba atau saat orderan pesanan meningkat, karyawan kami masih kualahan bahkan terkadang saat hari ini harus mengirim pesanan masih sebagian dalam proses pengepakan. Jadi kami masih banyak membutuhkan tenaga kerja”⁶¹

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

“Untuk jumlah karyawan memang kami memiliki jumlah karyawan yang cukup banyak, namun buktinya karyawan kami masih kualahan mengerjakan orderan saat orderan meningkat atau saat mendekati hari raya”⁶²

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun diatas dapat disimpulkan bahwa dalam usaha pengembangan usaha perusahaan konveksi UD. Al Wasiilah ini mengalami kelemahan dalam sumber daya manusia atau tenaga kerja yang dibutuhkan.

⁶¹Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

⁶²Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

Kelemahan kedua pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah ini yaitu persaingan harga dengan perusahaan konveksi yang lain. Seperti yang telah dikemukakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut.

“Disini kami memang mengalami kendala yakni persaingan harga dengan perusahaan konveksi lain yang ada di desa Bungur sini dan juga di Pasar. Upaya kami yakni dengan mengadakan model dan juga bahan yang berbeda pada barang produksi kami dibandingkan dengan barang produksi dari perusahaan konveksi lain”⁶³

Hal senada juga dinyatakan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Upaya kami adalah tetap mempertahankan kualitas dari barang produksi kami dan juga pada barang produksi tertentu kami membedakan bahan dasar dari produksi kami dibandingkan dengan barang produksi perusahaan konveksi lain dengan harga yang sama dengan perusahaan konveksi lain”⁶⁴

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah juga mengalami kelemahan yakni dalam persaingan harga dengan perusahaan konveksi lainnya. Namun perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah menemukan cara yakni dengan membedakan bahan dasar barang produksi dengan yang lebih bagus namun harga tetap sama dengan barang produksi perusahaan

⁶³ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

⁶⁴ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

konveksi lainnya. Juga dengan mempertahankan kualitas dari barang produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

Kelemahan ketiga pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah tidak dilakukannya promosi dan periklanan. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Kami tidak terlalu menggunakan sistim promosi dan periklanan dari awal berdirinya usaha kami. Mungkin karna kurangnya pemahaman kami dibidang tersebut”⁶⁵

Hal senada juga dinyatakan oleh Ibu Hindun sebagai berikut:

“Dari awal usaha kami, kami tidak terlalu menggunakan sistim promosi dan juga periklanan dalam pengembangan usaha kami ini karena terkendala kurangnya pemahaman dalam hal tersebut. Dari awal kami menggunakan sisitim getok tular”⁶⁶

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan usaha perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah mendapat kelemahan berupa tidak dilakukannya kegiatan promosi dan juga periklanan Karena dari awal telah menggunakan sisitim getok tular.

Kelemahan keempat pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah Keterbatasan modal dikarenakan biaya operasional yang sangat tinggi apabila bertepatan dengan orderan yang meningkat secara persamaan dari para pemesan yang telah lama berlangganan. Hal ini

⁶⁵ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

⁶⁶ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

“Kami mengalami kesulitan permodalan saat para pelanggan kami memesan barang secara bersamaan dengan partai besar. Ini membuat operasional produksi kami terkadang sedikit tersendai”⁶⁷

Hal senada juga dipaparkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Memang perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah terkadang mengalami sedikit kendala permodalan apabila para pelanggan kami yang biasa menyetok barang di Pasar tiba-tiba memesan barang produksi dalam partai besar dan secara bersamaan”⁶⁸

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah mendapat sedikit kendala permodalan apabila para pelanggan yang biasa menyetok barang di Pasar tiba-tiba memesan barang produksi dalam partai besar dan secara bersamaan.

Kelemahan kelima pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah kurangnya optimalisasi penggunaan teknologi informasi dalam pengembangan bisnisnya seperti yang dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

⁶⁷ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

⁶⁸ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

“Saya dan istri memang tidak terlalu pintar, akhirnya kami tidak terlalu bisa menggunakan teknologi modern”⁶⁹

Hal senada diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Kami memang tidak terlalu bisa dengan hal-hal tersebut, biasanya anak-anak kami yang mengoperasikannya”⁷⁰

Dari pernyataan Bapak Muhson dengan Ibu Hindun dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah ini dapat disimpulkan bahwa mendapat kelemahan dalam hal penggunaan teknologi informasi untuk perkembangan usahanya.

Kelemahan keenam pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah persaingan hasil produksi dan bahan produksi antar industri konveksi. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Kami mendapatkan kendala persaingan dalam hal bahan baku barang produksi. Jadi cara kami adalah dengan mengalahkan salah satu jenis produk. Salah satu jenis produk kami kuatkan dengan bahan baku yang kualitasnya bagus. Dan satu produk lain kami lemahkan dengan bahan baku yang tidak terlalu bagus namun juga masih dapat terlihat bagus”⁷¹

Hal tersebut senada dengan pernyataan dari Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

⁶⁹ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

⁷⁰ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

⁷¹ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

“Cara kami yaitu dengan menguatkan produk unggulan kami dan sedikit melemahka produk lainnya guna menutup laba perolehan kami yang sedikit akibat penguatan bahan baku produk unggulan kami”⁷²

Dari pernyataan Bapak Muhson dan Ibu Hindun dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah dapat disimpulkan bahwa persaingan hasil produksi dan juga bahan produksi yang digunakan. Akhirnya perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah harus melemahkan kualitas produksi barang yang lain agar dapat membuat barang produksi lainnya menjadi unggul.

2) Perusahaan Konveksi UD. An-Darik

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pada perusahaan konveksi UD. An-Darik yang ada di dusun Grogol, desa Bungur, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik. Kelemahan pertama yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah keterbatasan sumberdaya manusia. Seperti pernyataan dari Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

“Kami memang sudah memiliki banyak tenaga kerja, namun adakalanya kami mengalami kekeurangan karyawan saat orderan pesanan kami meningkat secara bersamaan”⁷³

⁷² Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

⁷³ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

Hal serupa juga dinyatakan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

“Jumlah karyawan kami memang cukup banyak, namun buktinya karyawan kami masih kualahan mengerjakan orderan saat orderan meningkat”⁷⁴

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam usaha pengembangan usaha perusahaan konveksi UD. An-Darik ini mengalami kelemahan dalam sumber daya manusia atau tenaga kerja yang dibutuhkan.

Kelemahan kedua pada perusahaan konveksi UD. An-Darik ini yaitu persaingan harga dengan perusahaan konveksi yang lain. Seperti yang telah dikemukakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut.

“Karena banyaknya perusahaan konveksi yang ada di desa Bungur ini, perusahaan konveksi kami akhirnya mengalami kelemahan pada persaingan harga”⁷⁵

Hal senada juga dinyatakan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Kami memang mengalami kelemahan pada hal tersebut, karena memang di desa Bungur sendiri sudah banyak terdapat perusahaan konveksi, belum lagi yang ada di Pasar”⁷⁶

⁷⁴ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

⁷⁵ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

⁷⁶ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan perusahaan konveksi UD. An-Darik juga mengalami kelemahan yakni dalam persaingan harga dengan perusahaan konveksi lainnya.

Kelemahan ketiga pada perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah tidak dilakukannya promosi dan periklanan. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Kami tidak menggunakan sistim promosi dan periklanan karena kami dari awal telah menggunakan sistim getok tular”⁷⁷

Hal senada juga dinyatakan oleh Selvia sebagai berikut:

“Kami tidak terlalu menggunakan sistim promosi dan juga periklanan dalam pengembagan usaha kami ini”⁷⁸

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan usaha perusahaan konveksi UD. An-Darik mendapat kelemahan berupa tidak dilakukannya kegiatan promosi dan juga periklanan Karena dari awal telah menggunakan sistim getok tular.

Kelemahan keempat pada perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah Keterbatasan modal dikarenakan biaya operasional yang sangat tinggi

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

⁷⁸ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

apabila bertepatan dengan orderan yang meningkat secara persamaan dari para pemesan yang telah lama berlangganan. Hal ini dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

*“Kami mengalami kesulitan permodalan karena saat orderan meningkat kami harus pula menyiapkan bahan baku yang lebih untuk menyelesaikan orderan tersebut, maka kami juga harus menyiapkan modal lebih untuk belanja”*⁷⁹

Hal senada juga dipaparkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

*“Memang perusahaan konveksi UD. An-Darik terkadang mengalami sedikit kendala permodalan apabila para pelanggan kami di Pasar tiba-tiba memesan barang produksi dalam jumlah besar secara bersamaan”*⁸⁰

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. An-Darik mendapat sedikit kendala permodalan apabila para pelanggan di Pasar tiba-tiba memesan barang produksi dalam jumlah besar secara bersamaan.

Kelemahan kelima pada perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah kurangnya optimalisasi penggunaan teknologi informasi dalam pengembangan bisnisnya seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

*“Saya ini orang tua jadi tidak terlalu memahami tentang hal yang berbaur teknologi seperti itu”*⁸¹

⁷⁹ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

⁸⁰ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

⁸¹ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

*“Karena ibu saya tidak terlalu mahir menggunakan alat terlekomunikasi maka kami sepakat tidak menggunakan hal tersebut dalam usaha kami”*⁸²

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia dari perusahaan konveksi UD. An-Darik ini dapat disimpulkan bahwa mendapat kelemahan dalam hal penggunaan teknologi informasi untuk perkembangan usahanya.

Kelemahan keenam pada perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah persaingan hasil produksi dan bahan produksi antar perusahaan konveksi. Seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

*“Kami mendapatkan kendala persaingan dalam hal bahan baku barang produksi. Perusahaan konveksi yang ada di desa Bungur ini saja memang sudah sangat banyak. Apa lagi saat kami sudah tiba di Pasar, persaingan bahan baku sangatlah ketat”*⁸³

Hal tersebut senada dengan pernyataan dari Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

*“Dan cara kami yaitu dengan tetap mempertahankan kualitas dari barang produksi kami asalkan tetap dapat keuntungan kami akan melepas barang produksi kami kepada konsumen”*⁸⁴

⁸² Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

⁸³ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

⁸⁴ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia dari perusahaan konveksi UD. An-Darik dapat disimpulkan bahwa persaingan hasil produksi dan juga bahan produksi yang digunakan. Akhirnya perusahaan konveksi UD. An-Darik mengambil jalan dengan tetap menjual barang produksinya asalkan masih tetap mendapatkan laba.

3) **Perusahaan Koveksi UD. Alladin Moslem Wear**

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pada perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear yang ada di dusun Bungur, desa Bungur, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear. Kelemahan pertama yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah keterbatasan sumber daya manusia. Seperti pernyataan dari Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

“Jumlah karyawan kami memang cenderung sedikit. Jika pesanan sedang meningkat, kami sering kualahan menyelesaikan pesanan tepat waktu”⁸⁵

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

“Jumlah karyawan kami memang terbilang sedikit jika dibandingkan dengan perusahaan konveksi besar yang ada di desa Bungur sini. Jadi saat orderan meningkat tentunya kami kualahan mengatasinya”⁸⁶

⁸⁵ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam usaha pengembangan usaha perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ini mengalami kelemahan dalam sumber daya manusia atau tenaga kerja yang dibutuhkan. Jumlah karyawan yang dimiliki oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear terbilang sedikit, oleh karena itu saat pesanan meningkat perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear cukup kwalahan untuk mengatasinya.

Kelemahan kedua pada perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ini yaitu persaingan harga dengan perusahaan konveksi yang lain. Seperti yang telah dikemukakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut.

“Kami memang mendapat kendala dalam persaingan harga dengan perusahaan konveksi lain di desa Bungur maupun di Pasar. Hal ini memang umum terjadi, ada banyak usaha konveksi disini, apalagi saat sudah sampai pasar, persaingan sangat ketat sampai menguras banyak tenaga”⁸⁷

Hal senada juga dinyatakan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Persainmngan harga di Pasar dan juga antar perusahaan konveksi sangatlah lumrah dan perusahaan konveksi kami pun juga mengalaminya”⁸⁸

⁸⁶ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku waki; perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁸⁷ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁸⁸ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear juga mengalami kelemahan yakni dalam persaingan harga dengan perusahaan konveksi lainnya.

Kelemahan ketiga pada perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah tidak dilakukannya promosi dan periklanan. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Kami tidak menggunakan sistim promosi dan periklanan karena kami dari awal telah usaha telah langsung mencari agen yang mau menyetok barang kami di Pasar yang akhirnya sampai sekarang merambah menjadi banyak”⁸⁹

Hal senada juga dinyatakan Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Kami dari awal usaha telah mencari agen yang mau menyetok barang produksi kami karena suami saya telah memiliki pengalaman dalam mencari agen di Pasar karena orang tuanya juga memiliki usaha konveksi”⁹⁰

Dari pernyataan Ibu Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan usaha perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear mendapat kelemahan berupa tidak dilakukannya kegiatan promosi dan juga periklanan Karena dari awal

⁸⁹ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁹⁰ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

mereka langsung mencari agen yang mau menyetok barang produksi dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

Kelemahan keempat pada perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah keterbatasan modal dikarenakan biaya operasional yang sangat tinggi apabila bertepatan dengan orderan yang meningkat secara bersamaan dari para pemesan yang telah lama berlangganan. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

“Kami mengalami kesulitan permodalan karena saat orderan meningkat kami harus pula menyiapkan bahan baku yang lebih untuk menyelesaikan orderan tersebut, maka kami juga harus menyiapkan modal lebih untuk belanja”⁹¹

Hal senada juga dipaparkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Memang perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear terkadang mengalami kendala permodalan apabila para pelanggan kami di Pasar tiba-tiba memesan barang produksi dalam jumlah besar. Karena kami harus menyediakan bahan baku yang banyak”⁹²

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear mendapat sedikit kendala permodalan apabila para pelanggan di Pasar tiba-tiba memesan barang produksi dalam jumlah besar.

⁹¹ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁹² Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Kelemahan kelima pada perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah kurangnya optimalisasi penggunaan teknologi informasi dalam pengembangan bisnisnya seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Saya tidak menggunakan hal tersebut karena keterbatasan waktu. Saya sangat sibuk karena hampir setiap hari ke Pasar”⁹³

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Kami berdua sangat sibuk jadi tidak sempat menggunakan alat telekomunikasi”⁹⁴

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ini dapat disimpulkan bahwa mendapat kelemahan dalam hal penggunaan teknologi informasi untuk perkembangan usahanya. Hal ini dikarenakan kurangnya waktu luang yang didapat Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah.

Kelemahan keenam pada perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah persaingan hasil produksi dan bahan produksi antar perusahaan konveksi. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf

⁹³ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁹⁴ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

*“Kami mendapatkan kendala persaingan dalam hal bahan baku barang produksi. Banyak sekali usaha konveksi yang ada di desa Bungur apalagi di Pasar”*⁹⁵

Hal tersebut senada dengan pernyataan dari Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

*“Dan cara kami yaitu dengan tetap mempertahankan kualitas dari barang produksi kami asalkan tetap dapat keuntungan kami akan melepas barang produksi kami kepada konsumen”*⁹⁶

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear dapat disimpulkan bahwa persaingan hasil produksi dan juga bahan produksi yang digunakan. Akhirnya perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear mengambil jalan dengan tetap menjual barang produksinya asalkan masih tetap mendapatkan laba.

c. Faktor-faktor Peluang (Opportunities)

1) Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah ada beberapa peluang untuk mengembangkan usahanya. Peluang pertama yaitu hubungan yang baik dengan pengecer.

⁹⁵ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

⁹⁶ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Berkembangnya perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah ini tentunya tidak lepas dari peran besar pengecer. Seperti yang telah dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Iya, kami sangat menjaga hubungan baik dengan para agen kami, karena dari merekalah usaha kami menjadi semakin berkembang”⁹⁷

Hal senada juga dinyatakan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah

“Benar kami memang menjaga hubungan baik kami dengan para agen di Pasar. Para agen kami memang berperan penting dalam pengembangan usaha kami. Maka dari itu kami selalu menjaga hubungan baik dengan mereka”⁹⁸

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun diatas maka dapat disimpulkan bahwa menjalin hubungan baik dengan para pengecer di Pasar merupakan peluang bagus bagi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah. Karena dari para pengecer tersebutlah perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah dapat memasarkan barang produksinya kepada masyarakat.

Peluang kedua dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah perubahan gaya hidup masyarakat. Karena perubahan gaya hidup yang semakin modern dan mengikuti perkembangan zaman maka dapat dimanfaatkan sebagai peluang oleh perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah

⁹⁷ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

⁹⁸ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

dalam mengembangkan usahanya. Hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

“Gaya hidup yang kian mengikuti perkembangan zaman maka dapat kami jadikan peluang dengan mengeluarkan baju, mukena, dan setelan model baru”⁹⁹

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Masyarakat yang mengikuti arus modernisasi tentunya tidak kami sia-siakan. Kami terus merinovasi mengikuti arus gaya busana masyarakat agar produk kami tidak ditinggalkan”¹⁰⁰

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perubahan gaya hidup masyarakat dapat dimanfaatkan menjadi peluang untuk mengembangkan usaha perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah milik mereka.

Peluang ketiga dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah adanya loyalitas konsumen. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Konsumen kami sangat loyal dalam memenuhi kebutuhan sandangnya. hal ini berdampak positif bagi perkembangan usaha kami”¹⁰¹

⁹⁹ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁰⁰ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁰¹ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Konsumen amat loyal, hal ini peluang besar bagi kelangsungan perusahaan konveksi kami”¹⁰²

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen dapat dimanfaatkan menjadi peluang untuk mengembangkan usaha perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

Peluang keempat dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah pertumbuhan penduduk yang sangat pesat. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Berpengaruh. Pertumbuhan penduduk tentunya menambah tingkat konsumerisme mereka tentu saja kebutuhan sandang juga. Jadi ini merupakan peluang bagi kami”¹⁰³

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Tentu saja, meningkatnya jumlah penduduk berarti meningkat pula kebutuhan sandang yang menjadi peluang untuk kami”¹⁰⁴

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penduduk yang meningkat dapat

¹⁰² Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁰³ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁰⁴ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

dimanfaatkan menjadi peluang untuk mengembangkan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

Peluang kelima dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah pasar yang semakin berkembang. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Berpengaruh, kondisi yang semakin berkembang kini akhirnya memudahkan juga penjualan kami. Pasar menjadi bersih dan tertata rapi membuat masyarakat menjadi nyaman dan tidak malas untuk pergi ke Pasar”¹⁰⁵

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Sangat berpengaruh, masyarakat sekarang sadar akan pentingnya kebersihan. Jadi Pasar yang semakin berkembang membuat masyarakat nyaman untuk melakukan interaksi jual-beli di Pasar”¹⁰⁶

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kondisi pasar yang semakin berkembang menyebabkan minat masyarakat untuk datang ke Pasar menjadi meningkat dan hal tersebut menjadi peluang bagi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah untuk berkembang.

Peluang keenam dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah kepercayaan dan kepuasan konsumen. Hal tersebut seperti yang

¹⁰⁵ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁰⁶ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi

UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Konsumen yang telah lama berlangganan barang produksi pada kami memang telah menaruh kepercayaan pada kami dan selalu mengambil barang produksi dari kami”¹⁰⁷

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Konsumen kami yang dari awal telah mengambil barang produksi dari kami hingga saat ini terus mengambil barang produksi dari kami. Itu menandakan ada kepercayaan dan kepuasan bagi konsumen tersebut”¹⁰⁸

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen dan juga kepuasan konsumen merupakan peluang yang menjadi peluang bagi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah untuk berkembang.

Peluang ketujuh dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah bisnis yang jangka panjang dan turun temurun. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Bisnis kami ini memang jenis bisnis yang dapat diturunkan. apabila kami mengajari anak kami cara mengelola usaha kami ini, maka pada hari tua kami mereka bisa meneruskan usaha kami ini”¹⁰⁹

¹⁰⁷ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁰⁸ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁰⁹ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Bisnis kami bisa diturunkan. Maka dari itu, mulai dari sekarang kami mengajak anak kami agar mereka setidaknya mengenal usaha kami ini. Dan sedikit banyak kami mengajarkan mereka cara mengelolanya agar mereka dapat meneruskan usaha kami ini pada hari tua kami”¹¹⁰

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa usaha yang dapat diturunkan kepada keturunan kita merupakan peluang bagi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah untuk berkembang.

2) **Perusahaan Konveksi UD. An-Darik**

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada perusahaan konveksi UD. An-Darik ada beberapa peluang untuk mengembangkan usahanya. Peluang pertama yaitu hubungan yang baik dengan pengecer. Berkembangnya perusahaan konveksi UD. An-Darik ini tentunya tidak lepas dari peran besar pengecer. Seperti yang telah dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Benar kami menjakin hubungan baik dengan para pengecer kami, karena dari merekalah usaha kami menjadi semakin berkembang”¹¹¹

¹¹⁰ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹¹¹ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

Hal senada juga dinyatakan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik

*“Benar kami memang menjaga hubungan baik kami dengan para agen di Pasar. Para agen kami memang berperan penting dalam pengembangan usaha kami”*¹¹²

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia diatas maka dapat disimpulkan bahwa menjalin hubungan baik dengan para pengecer di Pasar merupakan peluang bagus bagi perusahaan konveksi UD. An-Darik. Karena dari para pengecer tersebutlah perusahaan konveksi UD. An-Darik dapat memasarkan barang produksinya kepada masyarakat.

Peluang kedua dari perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah perubahan gaya hidup masyarakat. Karena perubahan gaya hidup yang semakin modern dan mengikuti perkembangan zaman maka dapat dimanfaatkan sebagai peluang oleh perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah dalam mengembangkan usahanya. Hal tersebut dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

*“Gaya hidup yang semakin mengikuti perkembangan zaman dapat kami jadikan peluang dengan mengeluarkan baju, mukena, dan setelan baju model baru”*¹¹³

Hal senada juga diungkapkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

¹¹² Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹¹³ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

“Masyarakat yang mengikuti arus modernisasi tidak kami sia-siakan. Kami terus merinovasi mengikuti arus gaya busana masyarakat agar produk kami tidak ditinggalkan”¹¹⁴

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perubahan gaya hidup masyarakat dapat dimanfaatkan menjadi peluang untuk mengembangkan usaha perusahaan konveksi UD. An-Darik

Peluang ketiga dari perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah adanya loyalitas konsumen. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Loyal. Dan loyalitas konsumen kami ini tentu berdampak positif bagi perkembangan usaha kami”¹¹⁵

Hal senada juga diungkapkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Konsumen kami amat loyal, hal ini merupakan peluang besar bagi kelangsungan perusahaan konveksi kami”¹¹⁶

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen dapat dimanfaatkan menjadi peluang untuk mengembangkan usaha perusahaan konveksi UD. An-Darik.

¹¹⁴ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹¹⁵ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹¹⁶ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

Peluang keempat dari perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah pertumbuhan penduduk yang sangat pesat. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Jelas mempengaruhi, pertumbuhan yang meningkat berakibat pada kebutuhan yang meningkat pula dan itu berdampak positif pada usaha kami”¹¹⁷

Hal senada juga diungkapkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Tentu saja, meningkatnya jumlah penduduk berarti meningkat pula kebutuhan sandang masyarakat dan hal tersebut artinya peluang bagi usaha kami”¹¹⁸

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penduduk yang meningkat berarti meningkat pula kebutuhan sandang masyarakat yang artinya dapat dimanfaatkan menjadi peluang untuk mengembangkan perusahaan konveksi UD. An-Darik.

Peluang kelima dari perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah pasar yang semakin berkembang. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

¹¹⁷ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹¹⁸ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

“Berpengaruh, berkembangnya Pasar tentunya memudahkan masyarakat untuk berbelanja yang pada akhirnya membuat masyarakat tidak lagi malas untuk datang ke Pasar”¹¹⁹

Hal senada juga diungkapkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Berpengaruh, Pasar yang berkembang tentunya membuat masyarakat nyaman untuk melakukan transaksi jual-beli”¹²⁰

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kondisi pasar yang semakin berkembang menyebabkan minat masyarakat untuk datang ke Pasar menjadi meningkat dan hal tersebut menjadi peluang bagi perusahaan konveksi UD. An-Darik untuk berkembang.

Peluang keenam dari perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah kepercayaan dan kepuasan konsumen. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Konsumen lama kami menaruh kepercayaan terhadap kami dan kami pun memegang kepercayaan mereka dengan tetap menjaga kualitas hari barang produksi kami”¹²¹

Hal senada juga diungkapkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

¹¹⁹ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹²⁰ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹²¹ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

“Konsumen kami sangat setia dan selalu menyetok barang produksi dari kami. Itu menandakan ada kepercayaan dan kepuasan bagi konsumen tersebut”¹²²

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen dan juga kepuasan konsumen merupakan peluang yang menjadi peluang bagi perusahaan konveksi UD. An-Darik untuk berkembang.

Peluang ketujuh dari perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah bisnis yang jangka panjang dan turun temurun. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Bisnis kami ini memang jenis bisnis yang dapat diturunkan. Saya telah mengajak anak saya Selvia untuk bergabung bersama menjalankan usaha ini agar sepeninggal saya, Selvia dapat menjalankan usaha saya ini”¹²³

Hal serupa juga dinyatakan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Bisnis kami bisa diturunkan. Maka dari itu, ibu mengajak saya agar saya memiliki pengalaman dan dapat meneruskan usaha ibu ini”¹²⁴

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa usaha yang dapat diturunkan kepada keturunan

¹²² Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹²³ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹²⁴ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

kita merupakan peluang bagi perusahaan konveksi UD. An-Darik untuk terus berkembang.

3) Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ada beberapa peluang untuk mengembangkan usahanya. Peluang pertama yaitu hubungan yang baik dengan pengecer. Berkembangnya perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ini tentunya tidak lepas dari peran besar pengecer. Seperti yang telah dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

*“Benar kami terus menjlkin hubungan baik dengan para pengecer kami, karena dari merekalah usaha kami menjadi semakin berkembang”*¹²⁵

Hal senada juga dinyatakan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

*“Benar, kami terus menjaga hubungan baik kami dengan para agen kami di Pasar. Para agen kami memang berperan penting dalam pengembangan usaha kami”*¹²⁶

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan Ibu Istiyah diatas maka dapat disimpulkan bahwa menjalin hubungan baik dengan para pengecer di Pasar merupakan peluang bagus bagi perusahaan konveksi UD. Alladin

¹²⁵ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹²⁶ Wawancara dengan Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Moslem Wear. Karena dari para pengecer tersebutlah perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear dapat memasarkan barang produksinya kepada masyarakat.

Peluang kedua dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah perubahan gaya hidup masyarakat. Karena perubahan gaya hidup yang semakin modern dan mengikuti perkembangan zaman maka dapat dimanfaatkan sebagai peluang oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear dalam mengembangkan usahanya. Hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

*“Gaya hidup yang semakin mengikuti perkembangan zaman dapat kami jadikan peluang dengan mengeluarkan baju model baru”*¹²⁷

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

*“Masyarakat yang mengikuti arus modernisasi terus kami layani dengan inovasi-inovasi baru agar produk kami tidak ditinggalkan”*¹²⁸

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perubahan gaya hidup masyarakat dapat dimanfaatkan menjadi peluang untuk mengembangkan usaha perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

¹²⁷ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹²⁸ Wawancara dengan Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Peluang ketiga dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah adanya loyalitas konsumen. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Loyal dan saya kira loyalitas konsumen kami ini tentu berdampak bagi berkembangnya usaha konveksi kami”¹²⁹

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Konsumen kami amat loyal, hal ini merupakan peluang besar bagi kelangsungan perusahaan konveksi kami”¹³⁰

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen dapat dimanfaatkan menjadi peluang untuk mengembangkan usaha perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

Peluang keempat dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah pertumbuhan penduduk yang sangat pesat. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Mempengaruhi, pertumbuhan, karena dengan meningkatkan jumlah penduduk berarti kebutuhan semakin meningkat dan penjualan kami pun meningkat”¹³¹

¹²⁹ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹³⁰ Wawancara dengan Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹³¹ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

*“Tentu saja, meningkatnya jumlah penduduk berarti meningkat pula kebutuhan sandang masyarakat dan hal tersebut merupakan peluang bagi usaha kami”*¹³²

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penduduk yang meningkat berarti meningkat pula kebutuhan sandang masyarakat yang artinya dapat dimanfaatkan menjadi peluang untuk mengembangkan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

Peluang kelima dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah pasar yang semakin berkembang. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

*“Berpengaruh, berkembangnya Pasar tentunya menjadikan Pasar menjadi tertata rapid an memudahkan masyarakat untuk berbelanja”*¹³³

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

*“Berpengaruh, Pasar yang berkembang tentunya membuat masyarakat nyaman untuk melakukan transaksi jual-beli”*¹³⁴

¹³² Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹³³ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹³⁴ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kondisi pasar yang semakin berkembang menyebabkan minat masyarakat untuk datang ke Pasar menjadi meningkat dan hal tersebut menjadi peluang bagi perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear untuk berkembang.

Peluang keenam dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah kepercayaan dan kepuasan konsumen. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Konsumen kami selalu mengambil barang produksi dari kami yang artinya mereka manaruh kepercayaan pada kami sebagai supplier mereka”¹³⁵

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Konsumen setia kami dari dulu mengambil barang produksi dari kami dan selalu menyetok barang produksi dari kami. Itu menandakan ada kepercayaan dan kepuasan bagi konsumen tersebut”¹³⁶

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen dan juga kepuasan konsumen merupakan peluang yang menjadi peluang bagi perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear untuk berkembang.

¹³⁵ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹³⁶ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Peluang ketujuh dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah bisnis yang jangka panjang dan turun temurun. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Bisnis kami ini memang jenis bisnis yang dapat diturunkan. Saya sendiri mawarisi bisnis ini dari orang tua dan lebih saya besarkan dengan usaha saya dan istri”¹³⁷

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Bisnis kami bisa diturunkan. Terbukti kami mewarisi bisnis ini dari orang tua suami saya, dan kami besarkan bersama-sama”¹³⁸

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa usaha yang dapat diturunkan kepada keturunan kita merupakan peluang bagi perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear untuk terus berkembang.

d. Faktor-faktor Ancaman (*Threats*)

1) Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah ada beberapa faktor ancaman (*Threats*) dalam pengembangan usahanya. Ancaman pertama yaitu munculnya pesaing

¹³⁷ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹³⁸ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

baru. Seperti yang telah dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

*“Masih, sampai saat ini masih banyak muncul perusahaan konveksi baru atau rintisan yang akhirnya menambah pesaing kami dalam memasarkan barang produksi kami”*¹³⁹

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

*“Iya masih, dan itu artinya pesaing baru untuk perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah”*¹⁴⁰

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun diatas maka dapat disimpulkan bahwa menjalin munculnya pesaing baru merupakan ancaman bagi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah. Karena para pesaing baru tersebut biasanya dirintis oleh para pemuda yang biasanya lebih banyak memiliki ide untuk mengembangkan usaha.

Ancaman kedua bagi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah bencana alam. Karena bencana alam yang datangnya tidak dapat diprediksi sebelumnya oleh perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah maka hal ini dapat menjadi ancaman bagi perkembangan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah. Hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

¹³⁹ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁴⁰ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

“Jelas menjadi ancaman bagi kami, Karena bencana alam baik banjir maupun kebakaran jelas berdampak bagi kelangsungan perusahaan konveksi kami.”¹⁴¹

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Iya benar, dulu pernah terjadi banjir di Pasar di Kabupaten Nganjuk yang akhirnya membuat distribusi barang produksi kami menjadi tersendat”¹⁴²

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa bencana alam baik banjir maupun kebakaran merupakan ancaman bagi perkembangan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah milik mereka karena dapat mempersulit proses penjualan dan pendistribusian barang dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

Ancaman ketiga dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah adanya kenaikan harga bahan baku yang cukup tinggi. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Tidak gampang menangani hal tersebut, karena kami adalah produsen tangan pertama, sekali kami menjual barang produksi cukup mahal sedikit, pasti agen yang biasa menyetok barang dari kami akan pindah ke tangan konveksi lain”¹⁴³

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

¹⁴¹ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁴² Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁴³ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

“Kami amat kualahan menanganinya, bahan baku yang naik berlebihan jarang terjadi memang, tapi sekalinya terjadi seperti merusak scenario perdagangan kami”¹⁴⁴

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa meningkatnya harga bahan baku yang terlalu tinggi menyebabkan ancaman bagi proses pengembangan usaha perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

Ancaman keempat perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah Kenaikan harga BBM yang tinggi. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Terkadang kami harus menunggu untuk orderan yang lain untuk mengirimnya secara bersamaan untuk mengurangi biaya operasional distribusi kami yang mengakibatkan barang pesanan awal harus datang sedikit terlambat”¹⁴⁵

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Kenaikan BBM tentunya membuat pengeluaran biaya operasional pendistribusian barang kami menjadi meningkat, seperti yang Bapak Muhson bilang tadi memang kami harus menggabungkan dua orderan sekaligus agar kami dapat meminimalisir biaya pengiriman barang”¹⁴⁶

¹⁴⁴ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga BBM yang tinggi dapat menjadi ancaman bagi pengembangan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

Ancaman kelima dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah perubahan teknologi. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Muhson selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Dulu kami pernah mengalami perubahan teknologi. Dulu awalnya kami menggunakan mesin border biasa yang langsung dioperasikan oleh satu manusia lalu perubahan teknologi memaksa kami untuk menggunakan mesin border operator komputer yang harganya sangat mahal. Jika saja kami tidak cepat beradaptasi, bisa saja kami sudah kalah dari usaha konveksi lainnya”¹⁴⁷

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Hindun selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Benar sekali kata Bapak Muhson, jika saja kami tidak cepat beradaptasi dan memiliki mesin tersebut kami dapat tersaingi oleh perusahaan konveksi yang lain”¹⁴⁸

Dari pernyataan Bapak Muhson dan juga Ibu Hindun tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perubahan teknologi bisa saja menjadi ancaman bagi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah untuk berkembang apabila perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah tidak segera dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut.

¹⁴⁷ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁴⁸ Wawancara dengan Ibu Hindun selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

2) Perusahaan Konveksi UD. An-Darik

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada perusahaan konveksi UD. An-Darik ada beberapa faktor ancaman (*Threats*) dalam pengembangan usahanya. Ancaman pertama yaitu munculnya pesaing baru. Seperti yang telah dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Iya, sampai saat ini banyak muncul pesaing baru, karena ya sekarang banyak lulusan muda yang mencoba untuk merintis usaha, jadi pesaing usaha saya jadi bertambah”¹⁴⁹

Hal serupa juga dinyatakan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Iya masih, dan itu artinya pesaing baru untuk perusahaan konveksi kami”¹⁵⁰

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia diatas maka dapat disimpulkan bahwa menjalin munculnya pesaing baru merupakan ancaman bagi perusahaan konveksi UD. An-Darik. Karena para pesaing baru tersebut biasanya dirintis oleh para pemuda yang biasanya lebih banyak memiliki ide untuk mengembangkan usaha.

Ancaman kedua bagi perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah bencana alam. Karena bencana alam yang datangnya tidak dapat diprediksi sebelumnya oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik maka hal

¹⁴⁹ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁵⁰ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

ini dapat menjadi ancaman bagi perkembangan perusahaan konveksi UD. An-Darik. Hal tersebut dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

“Hal ini jelas menjadi ancaman, saat datang gempa, banjir atau kebaran pasti sangat merugikan usaha kami”¹⁵¹

Hal senada juga diungkapkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Jelas itu merupakan ancaman bagi kami, pernah kami gagal kirim barang produksi karna jalan yang kami lewati terjadi longsor”¹⁵²

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa bencana alam baik banjir maupun longsor merupakan ancaman bagi perkembangan perusahaan konveksi UD. An-Darik milik mereka karena dapat mempersulit proses penjualan dan pendistribusian barang dari perusahaan konveksi UD. An-Darik.

Ancaman ketiga dari perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah adanya kenaikan harga bahan baku yang cukup tinggi. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Kami adalah produsen tangan pertama jadi laba sudah nipis, kalau harus nangani bahan baku yang meningkat kuat sangat susah”¹⁵³

¹⁵¹ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁵² Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁵³ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

Hal senada juga diungkapkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Bahan baku yang meningkat tajam tentunya jadi ancaman bagi kami karna laba kami yang sudah sedikit harus kepotong lagi jika ada bahan baku yang harganya meningkat”¹⁵⁴

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa meningkatnya harga bahan baku yang terlalu tinggi menyebabkan ancaman bagi proses pengembangan usaha perusahaan konveksi UD. An-Darik.

Ancaman keempat perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah Kenaikan harga BBM yang tinggi. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Kenaikan bahan baku yang meningkat tajam menyebabkan biaya operasional pendistribusian barang produksi kami jadi meningkat kuat yang akhirnya berimbas pada laba menjadi berkurang tajam”¹⁵⁵

Hal senada juga diungkapkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Laba kami jadi berkurang akibat dari meningkat tajamnya harga BBM”¹⁵⁶

¹⁵⁴ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁵⁵ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁵⁶ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga BBM yang tinggi dapat menjadi ancaman bagi pengembangan perusahaan konveksi UD. An-Darik.

Ancaman kelima dari perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah perubahan teknologi. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Dulu kami pernah mengalami perubahan teknologi. Saya kira semua perusahaan konveksi yang ada di Desa Bungur sini seluruhnya mengalami perubahan teknologi yaitu, mesin border biasa ke mesin border operator komputer. Bila tidak bisa segera beradaptasi maka akan tertinggal perusahaan konveksi yang lain”¹⁵⁷

Hal senada juga diungkapkan oleh Selvia selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut:

“Benar sekali kata Ibu saya, banyak sekali usaha konveksi yang hancur dulu karena tidak mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi”¹⁵⁸

Dari pernyataan Ibu Hj. Mudrikah dan juga Selvia tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perubahan teknologi bisa saja menjadi ancaman bagi perusahaan konveksi UD. An-Darik untuk berkembang apabila perusahaan konveksi UD. An-Darik tidak segera dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut.

¹⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁵⁸ Wawancara dengan Selvia selaku wakil perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

3) Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear ada beberapa faktor ancaman (*Threats*) dalam pengembangan usahanya. Ancaman pertama yaitu munculnya pesaing baru. Seperti yang telah dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Iya, usaha konveksi banyak yang bermunculan yang artinya itu menambah pesaing baru bagi kami”¹⁵⁹

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Iya usaha baru banyak yang bermunculan dan menambah pesaing kami”¹⁶⁰

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah diatas maka dapat disimpulkan bahwa menjalin munculnya pesaing baru merupakan ancaman bagi perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear. Karena para pesaing baru tersebut biasanya dirintis oleh para pemuda yang biasanya lebih banyak memiliki ide untuk mengembangkan usaha.

Ancaman kedua bagi perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah bencana alam. Karena bencana alam yang datangnya tidak dapat

¹⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁶⁰ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

diprediksi sebelumnya oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear maka hal ini dapat menjadi ancaman bagi perkembangan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear. Hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

“Bencana alam biasanya menjadikan proses pendistribusian barang produksi kami jadi tersendat dan kadang gagal kirim dan akhirnya kami menderita kerugian”¹⁶¹

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Jelas itu merupakan ancaman bagi kami, saat terjadi gagal kirim kan akhirnya kami menderita kerugian”¹⁶²

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa bencana alam baik banjir maupun longsor merupakan ancaman bagi perkembangan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear milik mereka karena dapat mempersulit proses penjualan dan pendistribusian barang dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

Ancaman ketiga dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah adanya kenaikan harga bahan baku yang cukup tinggi. Hal tersebut

¹⁶¹ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁶² Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Jika bahan baku meningkat kuat ya kami harus siap-siap untung dikit, karena agen kami pasti ngomel dan bahkan ganti suplyer jika kami menaikkan harga”¹⁶³

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Seperti yang suami saya bilang, kami harus siap siap untungnya sedikit”¹⁶⁴

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa meningkatnya harga bahan baku yang terlalu tinggi menyebabkan ancaman bagi proses pengembangan usaha perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

Ancaman keempat perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah Kenaikan harga BBM yang tinggi. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Seperti kasus harga bahan baku yang meningkat kuat, kenaikan harga BBM juga berimbas pada lkaba yang akhirnya menjadi berkurang”¹⁶⁵

¹⁶³ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁶⁴ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁶⁵ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear yakni sebagai berikut:

“Kenaikan harga BBM yang kuat akhirnya menyebabkan biaya operasional pendistribusian kami menjadi meningkat dan menyebabkan laba kami menjadi berkurang”¹⁶⁶

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga BBM yang tinggi dapat menjadi ancaman bagi pengembangan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

Ancaman kelima dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah perubahan teknologi. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Saya kira semua perusahaan konveksi yang ada di Desa Bungur sini seluruhnya mengalami perubahan teknologi yaitu, mesin border biasa ke mesin border operator komputer. Bila tidak bisa segera beradaptasi maka akan tertinggal perusahaan konveksi yang lain”¹⁶⁷

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Istiyah selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut:

“Sekitar tahun 2010 kami mengalami perubahan teknologi, mesin border computer mulai masuk di dunia usaha kami. Jika dulu kami tidak langsung dapat mengimbangnya, kami bisa saja hancur seperti yang lain”¹⁶⁸

¹⁶⁶ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁶⁷ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

¹⁶⁸ Wawancara dengan Ibu Istiyah selaku wakil perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

Dari pernyataan Bapak Imam Yusuf dan juga Ibu Istiyah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perubahan teknologi bisa saja menjadi ancaman bagi perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear untuk berkembang apabila perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear tidak segera dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut.

2. Dalam Analisis SWOT, Strategi yang Paling Tepat dalam Upaya Pengembangan Perusahaan Konveksi yang Ada di Desa Bungur, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung

Analisis pada SWOT merupakan analisis yang dilakukan dengan cara mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal secara keseluruhan dari suatu usaha dari hasil wawancara yang dilakukan diatas sehingga didapatkan data-data per perusahaan konveksi yang dijadikan sampel oleh peneliti sebagai berikut:

a. Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasillah

- 1) Kekuatan
 - a) Mutu dan kualitas produk terjamin
 - b) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap
 - c) Kapasitas produksi cukup besar
 - d) Memiliki tenaga kerja yang handal
 - e) Variasi produk
 - f) Inovasi model sesuai keinginan konsumen

2) Kelemahan

- a) Keterbatasan sumber daya manusia
- b) Manajemen bersifat kekeluargaan
- c) Kurangnya iklan dan promosi
- d) Keterbatasan modal
- e) Besarnya biaya tidak terduga

3) Peluang

- a) Hubungan yang baik dengan pengecer
- b) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang
- c) Kepercayaan dan kepuasan konsumen
- d) Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat
- e) Budaya konsumtif

4) Ancaman

- a. Keberadaan perusahaan sejenis
- b. Munculnya pesaing baru di industri konveksi
- c. Kenaikan bahan baku secara mendadak
- d. Perubahan teknologi
- e. Inflasi
- f. Persaingan harga jual produk
- g. Pemasaran produk menggunakan media online

Dari data yang didapat selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa langkah yang pertama yaitu pembuatan matriks analisis SWOT dengan dibuatnya table IFAS dan EFAS. Didalam table tersebut faktor-faktor eksternal maupun faktor-faktor internal akan diberikan pembobotan dan penilaian (rating) untuk mengetahui besarnya skor yang akan dijadikan sebagai strategi. Bobot dan rating ditentukan berdasarkan data yang telah diperoleh dari informan dan mengacu pada pembobotan dan rating milik Husein Umar.

Tabel 4.1

Pembobotan Faktor-faktor SWOT

Faktor-faktor dalam Analisis SWOT	Bobot
a. Kekuatan (<i>Strengths</i>)	
1) Mutu dan kualitas produk terjamin	0,15
2) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap	0,10
3) Kapasitas produksi cukup besar	0,05
4) Memiliki tenaga kerja yang handal	0,10
5) Variasi produk	0,10
6) Inovasi model sesuai keinginan konsumen	0,10
b. Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	
1) Keterbatasan sumber daya manusia	0,10
2) Manajemen bersifat kekeluargaan	0,05
3) Kurangnya iklan dan promosi	0,10
4) Keterbatasan modal	0,10
5) Besarnya biaya tidak terduga	0,05
c. Peluang (<i>Opportunities</i>)	

1) Hubungan yang baik dengan pengecer	0,10
2) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang	0,05
3) Kepercayaan dan kepuasan konsumen	0,10
4) Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat	0,05
5) Budaya konsumtif	0,10
d. Ancaman (<i>Threats</i>)	
1) Keberadaan perusahaan sejenis	0,10
2) Munculnya pesaing baru di industri konveksi	0,10
3) Kenaikan bahan baku secara mendadak	0,05
4) Perubahan teknologi	0,10
5) Inflasi	0,05
6) Persaingan harga jual produk	0,10
7) Pemasaran produk menggunakan media online	0,10

(Sumber: hasil wawancara pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah, 2019)

Adapun matrik IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

a) Matriks IFAS

Tabel 4.2

Matriks IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
a. Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1) Mutu dan kualitas produk terjamin	0,15	3	0,45
2) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap	0,10	2	0,20
3) Kapasitas produksi cukup besar	0,05	2	0,10

4) Memiliki tenaga kerja yang handal	0,10	2	0,10
5) Variasi produk	0,10	3	0,30
6) Inovasi model sesuai keinginan konsumen	0,10	3	0,30
Total	0,60		1,45
b. Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1) Keterbatasan sumber daya manusia	0,10	2	0,20
2) Manajemen bersifat kekeluargaan	0,05	2	0,10
3) Kurangnya iklan dan promosi	0,10	3	0,30
4) Keterbatasan modal	0,10	3	0,30
5) Besarnya biaya tidak terduga	0,05	2	0,10
Total	0,40		1,00
Total	1,00		2,45

(Sumber: data yang telah diolah, 2019)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui variable internal kekuatan (*strenght*) memiliki skor total 1,45 dan skor total kelemahan (*weaknesses*) adalah 1,00. Sehingga skor total variabel internal sebesar 2,45.

b) Matriks EFAS

Tabel 4.3
Matrik EFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
a) Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1) Hubungan yang baik dengan pengecer	0,10	3	0,30
2) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang	0,05	2	0,10

3) Kepercayaan dan kepuasan konsumen	0,10	3	0,30
4) Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat	0,05	2	0,10
5) Budaya konsumtif	0,10	2	0,20
Total	0,40		1,00
b) Ancaman (<i>Threats</i>)			
1) Keberadaan perusahaan sejenis	0,10	2	0,20
2) Munculnya pesaing baru di industri konveksi	0,10	2	0,20
3) Kenaikan bahan baku secara mendadak	0,05	1	0,05
4) Perubahan teknologi	0,10	2	0,20
5) Inflasi	0,05	2	0,20
6) Persaingan harga jual produk	0,10	2	0,20
7) Pemasaran produk menggunakan media online	0,10	2	0,20
Total	0,60		1,25
Total	1,00		2,25

(Sumber: data yang telah diolah, 2019)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui variable eksternal peluang (*opportunities*) memiliki skor total 1,00 dan skor total ancaman (*treath*) adalah 1,25. Sehingga skor total variabel eksternal sebesar 2,25. Kesimpulan dari kedua matriks IFAS dan EFAS diatas dapat diketahui sebagai berikut:

1. Strategi SO = $1,45 + 1,00 = 2,45$
2. Strategi ST = $1,45 + 1,25 = 2,70$
3. Strategi WO = $1,00 + 1,00 = 2,00$

4. Strategi WT = $1,00 + 1,25 = 2,25$

5. Strategi SW = $1,45 + 1,00 = 2,45$

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

Tabel 4.4

Matrik SWOT Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mutu dan kualitas produk terjamin 2) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap 3) Kapasitas produksi cukup besar 4) Memiliki tenaga kerja yang handal 5) Variasi produk 6) Inovasi model sesuai keinginan konsumen 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Keterbatasan sumber daya manusia 2) Manajemen bersifat kekeluargaan 3) Kurangnya iklan dan promosi 4) Keterbatasan modal 5) Besarnya biaya tidak terduga
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Hubungan yang baik dengan pengecer 2) Kebutuhan masyarakat 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mempertahankan mutu dan kualitas produk untuk menjaga 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Memperluas pangsa pasar ke seluruh Indonesia dengan

terhadap sandang 3) Kepercayaan dan kepuasan konsumen 4) Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat 5) Budaya konsumtif	kepercayaan konsumen 2) Terus melakukan variasi dan inovasi model untuk mengimbangi budaya konsumsi masyarakat	media iklan, promosi maupun pemasaran online 2) Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan pemasok
<p style="text-align: center;">Ancaman (T)</p> 1) Keberadaan perusahaan sejenis 2) Munculnya pesaing baru di industri konveksi 3) Kenaikan bahan baku secara mendadak 4) Perubahan teknologi 5) Inflasi 6) Persaingan harga jual produk 7) Pemasaran produk menggunakan media online	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> 1) Menjaga mutu dan kualitas produk serta terus menambah variasi dan inovasi pada produk untuk bertahan dalam persaingan Pasar 2) Mengoptimalkan kinerja karyawan untuk menghadapi perkembangan zaman	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> 1) Meningkatkan mutu manajemen konveksi dengan kursus dan diklat agar lebih profesional 2) Mengembangkan kemitraan dengan Pemerintah, Bank, dan usaha-usaha lain yang dapat mendukung usaha konveksi ini

(Sumber: data yang telah diolah, 2019)

Dari tabel diatas dapat diketahui berbagai macam strategi yang dihasilkan mulai dari strategi SO, WO, ST, dan WT. Penciptaan strategi dilakukan dengan penggabungan antara faktor-faktor IFAS dengan EFAS.

Dari tabel IFAS dan EFAS yang telah digambarkan tadi dapat menunjukkan posisi pengembangan usaha yang telah dilakukan oleh perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut.

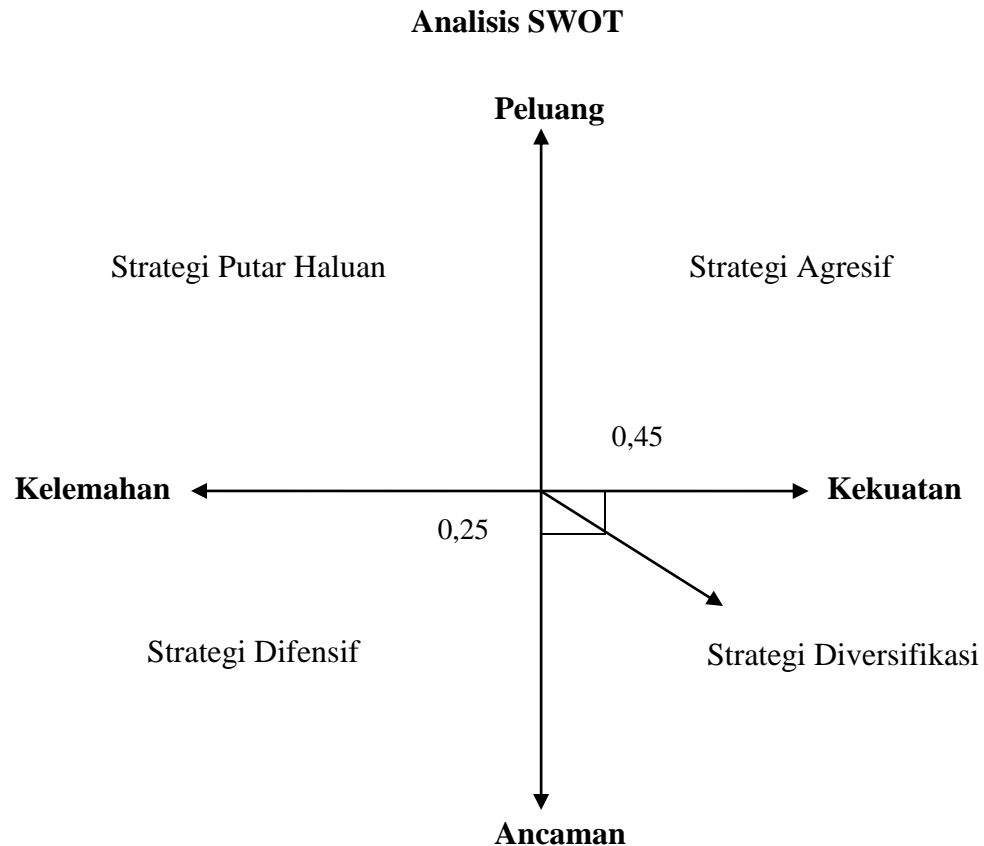
Tabel 4.5

Posisi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah

IFAS		EFAS	
Kekuatan	1,45	Peluang	1,00
Kelemahan	(1,00)	Ancaman	(1,25)
Hasil	0,45	Hasil	(0,25)

(Sumber: data yang telah diolah, 2019)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa analisis faktor EFAS memiliki nilai yaitu 0,25 dengan nilai analisis faktor IFAS sebesar 0,45. Apabila dimasukkan dalam diagram analisis SWOT sebagai berikut:

Diagram 4.1**Diagram Analisis SWOT Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah**

Berdasarkan diagram diatas dapat diketahui bahwa posisi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah berada pada kuadran 2 dengan menerapkan strategi diversifikasi. Hal ini sesuai dengan pendapat Freddy Rangkuti dalam bukunya teknik membedah kasus bisnis analisis SWOT yang menyatakan bahwa kuadran 2 ini merupakan situasi yang Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah

menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi (produk/pasar). Dalam mengembangkan usahanya, upaya yang dapat dilakukan oleh UD. Al-Wasiilah adalah dengan menerapkan strategi ST (*Strengths Threats*) yaitu dengan Menjaga mutu dan kualitas produk serta terus menambah variasi dan inovasi pada produk untuk bertahan dalam persaingan Pasar dan mengoptimalkan kinerja karyawan untuk menghadapi perkembangan zaman.

b. Perusahaan Konveksi UD. An-Darik

1) Kekuatan

- a) Mutu dan kualitas produk terjamin
- b) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap
- c) Kapasitas produksi cukup besar
- d) Memiliki tenaga kerja yang handal
- e) Variasi produk
- f) Inovasi model sesuai keinginan konsumen

2) Kelemahan

- a) Keterbatasan sumber daya manusia
- b) Manajemen bersifat kekeluargaan
- c) Kurangnya iklan dan promosi
- d) Keterbatasan modal
- e) Besarnya biaya tidak terduga

3) Peluang

- a) Hubungan yang baik dengan pengecer
- b) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang
- c) Kepercayaan dan kepuasan konsumen
- d) Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat
- e) Budaya konsumtif

4) Ancaman

- a) Keberadaan perusahaan sejenis
- b) Munculnya pesaing baru di industri konveksi
- c) Kenaikan bahan baku secara mendadak
- d) Perubahan teknologi
- e) Inflasi
- f) Persaingan harga jual produk
- g) Pemasaran produk menggunakan media online

Dari data yang didapat selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa langkah yang pertama yaitu pembuatan matriks analisis SWOT dengan dibuatnya table IFAS dan EFAS. Didalam table tersebut faktor-faktor eksternal maupun faktor-faktor internal akan diberikan pembobotan dan penilaian (rating) untuk mengetahui besarnya skor yang akan dijadikan sebagai strategi. Bobot dan rating ditentukan berdasarkan data yang telah

diperoleh dari informan dan mengacu pada pembobotan dan rating milik Husein Umar.

Tabel 4.6

Pembobotan Faktor-faktor SWOT

Faktor-faktor dalam Analisis SWOT	Bobot
a. Kekuatan (<i>Strengths</i>)	
1) Mutu dan kualitas produk terjamin	0,15
2) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap	0,10
3) Kapasitas produksi cukup besar	0,05
4) Memiliki tenaga kerja yang handal	0,10
5) Variasi produk	0,10
6) Inovasi model sesuai keinginan konsumen	0,10
b. Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	
1) Keterbatasan sumber daya manusia	0,10
2) Manajemen bersifat kekeluargaan	0,05
3) Kurangnya iklan dan promosi	0,10
4) Keterbatasan modal	0,10
5) Besarnya biaya tidak terduga	0,05
c. Peluang (<i>Opportunities</i>)	
1) Hubungan yang baik dengan pengecer	0,10
2) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang	0,05
3) Kepercayaan dan kepuasan konsumen	0,10
4) Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat	0,05
5) Budaya konsumtif	0,10

d. Ancaman (<i>Threats</i>)	
1) Keberadaan perusahaan sejenis	0,10
2) Munculnya pesaing baru di industri konveksi	0,10
3) Kenaikan bahan baku secara mendadak	0,05
4) Perubahan teknologi	0,10
5) Inflasi	0,05
6) Persaingan harga jual produk	0,10
7) Pemasaran produk menggunakan media online	0,10

(Sumber: hasil wawancara pada perusahaan konveksi UD. An-Darik, 2019)

Adapun matrik IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut

a. Matriks IFAS

Tabel 4.7

Matriks IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
a) Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1) Mutu dan kualitas produk terjamin	0,15	3	0,45
2) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap	0,10	2	0,20
3) Kapasitas produksi cukup besar	0,05	2	0,10
4) Memiliki tenaga kerja yang handal	0,10	2	0,10
5) Variasi produk	0,10	2	0,20
6) Inovasi model sesuai keinginan konsumen	0,10	2	0,20
Total	0,60		1,25

b) Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1) Keterbatasan sumber daya manusia	0,10	3	0,30
2) Manajemen bersifat kekeluargaan	0,05	3	0,15
3) Kurangnya iklan dan promosi	0,10	2	0,20
4) Keterbatasan modal	0,10	3	0,30
5) Besarnya biaya tidak terduga	0,05	2	0,10
Total	0,40		1,05
Total	1,00		2,30

(Sumber: data yang telah diolah, 2019)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui variable internal kekuatan (*strenght*) memiliki skor total 1,25 dan skor total kelemahan (*weaknesses*) adalah 1,05. Sehingga skor total variabel internal sebesar 2,30.

b. Matriks EFAS

Tabel 4.8
Matrik EFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
c) Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1) Hubungan yang baik dengan pengecer	0,10	3	0,30
2) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang	0,05	2	0,10
3) Kepercayaan dan kepuasan konsumen	0,10	2	0,20
4) Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat	0,05	2	0,10
5) Budaya konsumtif	0,10	2	0,20
Total	0,40		0,95

d) Ancaman (<i>Threats</i>)			
1) Keberadaan perusahaan sejenis	0,10	3	0,30
2) Munculnya pesaing baru di industri konveksi	0,10	3	0,30
3) Kenaikan bahan baku secara mendadak	0,05	1	0,05
4) Perubahan teknologi	0,10	2	0,20
5) Inflasi	0,05	2	0,20
6) Persaingan harga jual produk	0,10	2	0,20
7) Pemasaran produk menggunakan media online	0,10	2	0,20
Total	0,60		1,45
Total	1,00		2,40

(Sumber: data yang telah diolah, 2019)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui variable eksternal peluang (*opportunities*) memiliki skor total 0,95 dan skor total ancaman (*treath*) adalah 1,45. Sehingga skor total variabel eksternal sebesar 2,40. Kesimpulan dari kedua matriks IFAS dan EFAS diatas dapat diketahui sebagai berikut:

1. Strategi SO = $1,25 + 0,95 = 2,20$
2. Strategi ST = $1,25 + 1,45 = 2,70$
3. Strategi WO = $1,05 + 0,95 = 2,00$
4. Strategi WT = $1,05 + 1,45 = 2,50$
5. Strategi SW = $1,25 + 1,05 = 2,30$

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

Tabel 4.9

Matrik SWOT Perusahaan Konveksi UD. An-Darik

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mutu dan kualitas produk terjamin 2) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap 3) Kapasitas produksi cukup besar 4) Memiliki tenaga kerja yang handal 5) Variasi produk 6) Inovasi model sesuai keinginan konsumen 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Keterbatasan sumber daya manusia 2) Manajemen bersifat kekeluargaan 3) Kurangnya iklan dan promosi 4) Keterbatasan modal 5) Besarnya biaya tidak terduga
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Hubungan yang baik dengan pengecer 2) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang 3) Kepercayaan dan kepuasan konsumen 4) Pertumbuhan 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mempertahankan mutu dan kualitas produk untuk menjaga kepercayaan konsumen 2) Terus melakukan variasi dan inovasi model untuk 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Memperluas pangsa pasar ke seluruh Indonesia dengan media iklan, promosi maupun pemasaran online 2) Menjaga hubungan

penduduk yang sangat pesat 5) Budaya konsumtif	mengimbangi budaya konsumsi masyarakat	baik dengan pelanggan dan pemasok
<p style="text-align: center;">Ancaman (T)</p> 1) Keberadaan perusahaan sejenis 2) Munculnya pesaing baru di industri konveksi 3) Kenaikan bahan baku secara mendadak 4) Perubahan teknologi 5) Inflasi 6) Persaingan harga jual produk 7) Pemasaran produk menggunakan media online	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> 1) Menjaga mutu dan kualitas produk serta terus menambah variasi dan inovasi pada produk untuk bertahan dalam persaingan Pasar 2) Mengoptimalkan kinerja karyawan untuk menghadapi perkembangan zaman	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> 1) Meningkatkan mutu manajemen konveksi dengan kursus dan diklat agar lebih professional 2) Mengembangkan kemitraan dengan Pemerintah, Bank, dan usaha-usaha lain yang dapat mendukung usaha konveksi ini

(Sumber: data yang telah diolah, 2019)

Dari tabel diatas dapat diketahui berbagai macam strategiyang dihasilkan mulai dari strategi SO, WO, ST, dan WT. Penciptaan strategi dilakukan dengan penggabungan antara faktor-faktor IFAS dengan EFAS. Dari tabel IFAS dan EFAS yang telah digambarkan tadi dapat menunjukkan posisi pengembangan usaha yang telah dilakukan oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik sebagai berikut.

Tabel 4.10**Posisi Perusahaan Konveksi UD. An-Darik**

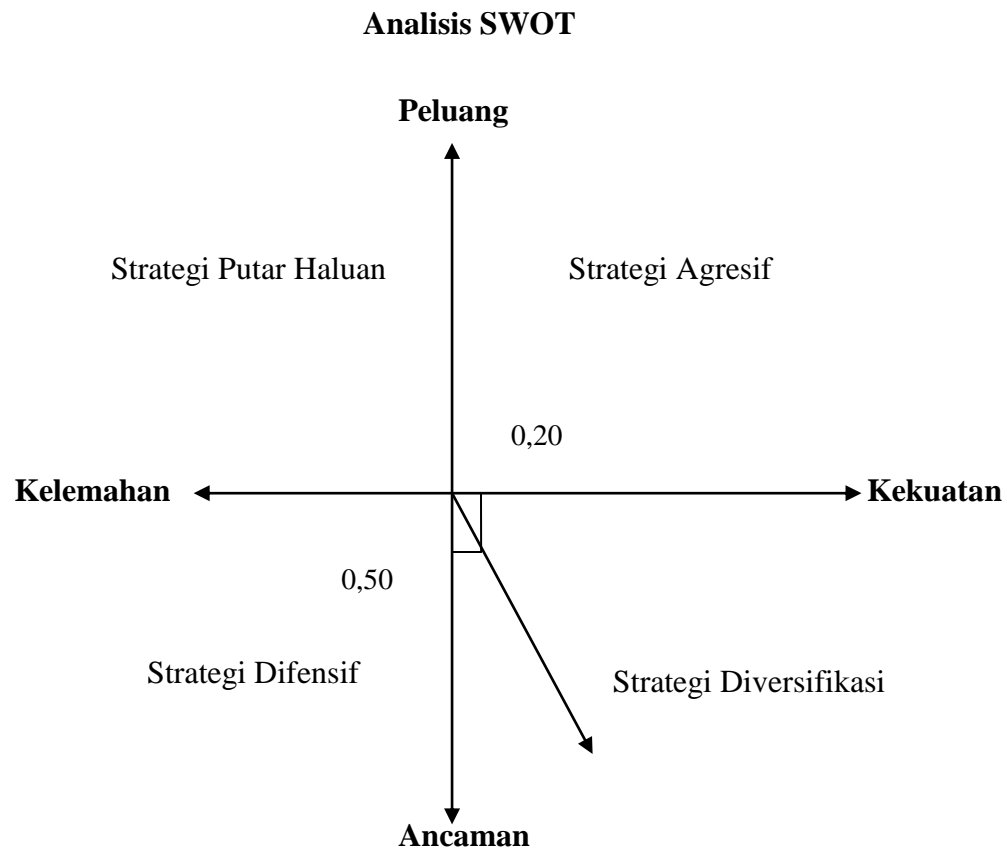
IFAS		EFAS	
Kekuatan	1,25	Peluang	0,95
Kelemahan	(1,05)	Ancaman	(1,45)
Hasil	0,20	Hasil	(0,50)

(Sumber: data yang telah diolah, 2019)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa analisis faktor EFAS memiliki nilai yaitu 0,50 dengan nilai analisis faktor IFAS sebesar 0,20. Apabila dimasukkan dalam diagram analisis SWOT sebagai berikut:

Diagram 4.2

Diagram Analisis SWOT Perusahaan Konveksi UD. An-Darik



Berdasarkan diagram diatas dapat diketahui bahwa posisi perusahaan konveksi UD. An-Darik berada pada kuadran 2 dengan menerapkan strategi agresif. Hal ini sesuai dengan pendapat Freddy Rangkuti dalam bukunya teknik membedah kasus bisnis analisis SWOT yang menyatakan bahwa kuadran 2 ini merupakan situasi yang Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan

peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi (produk/pasar). Dalam mengembangkan usahanya, upaya yang dapat dilakukan oleh UD. Al-Wasiilah adalah dengan menerapkan strategi ST (*Stengths Threats*) yaitu dengan Menjaga mutu dan kualitas produk serta terus menambah variasi dan inovasi pada produk untuk bertahan dalam persaingan Pasar dan mengoptimalkan kinerja karyawan untuk menghadapi perkembangan zaman.

b. Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear

1) Kekuatan

- a) Mutu dan kualitas produk terjamin
- b) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap
- c) Kapasitas produksi cukup besar
- d) Memiliki tenaga kerja yang handal
- e) Variasi produk
- f) Inovasi model sesuai keinginan konsumen

2) Kelemahan

- a) Keterbatasan sumber daya manusia
- b) Manajemen bersifat kekeluargaan
- c) Kurangnya iklan dan promosi
- d) Keterbatasan modal
- e) Besarnya biaya tidak terduga

3) Peluang

- a) Hubungan yang baik dengan pengecer
- b) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang
- c) Kepercayaan dan kepuasan konsumen
- d) Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat
- e) Budaya konsumtif

4) Ancaman

- a) Keberadaan perusahaan sejenis
- b) Munculnya pesaing baru di industri konveksi
- c) Kenaikan bahan baku secara mendadak
- d) Perubahan teknologi
- e) Inflasi
- f) Persaingan harga jual produk
- g) Pemasaran produk menggunakan media online

Dari data yang didapat selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa langkah yang pertama yaitu pembuatan matriks analisis SWOT dengan dibuatnya table IFAS dan EFAS. Didalam table tersebut faktor-faktor eksternal maupun faktor-faktor internal akan diberikan pembobotan dan penilaian (rating) untuk mengetahui besarnya skor yang akan dijadikan sebagai strategi. Bobot dan rating ditentukan berdasarkan data yang telah

diperoleh dari informan dan mengacu pada pembobotan dan rating milik Husein Umar.

Tabel 4.11

Pembobotan Faktor-faktor SWOT

Faktor-faktor dalam Analisis SWOT	Bobot
a. Kekuatan (<i>Strengths</i>)	
1) Mutu dan kualitas produk terjamin	0,15
2) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap	0,10
3) Kapasitas produksi cukup besar	0,05
4) Memiliki tenaga kerja yang handal	0,10
5) Variasi produk	0,10
6) Inovasi model sesuai keinginan konsumen	0,10
b. Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	
1) Keterbatasan sumber daya manusia	0,10
2) Manajemen bersifat kekeluargaan	0,05
3) Kurangnya iklan dan promosi	0,10
4) Keterbatasan modal	0,10
5) Besarnya biaya tidak terduga	0,05
c. Peluang (<i>Opportunities</i>)	
1) Hubungan yang baik dengan pengecer	0,10
2) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang	0,05
3) Kepercayaan dan kepuasan konsumen	0,10
4) Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat	0,05
5) Budaya konsumtif	0,10

d. Ancaman (<i>Threats</i>)	
1) Keberadaan perusahaan sejenis	0,10
2) Munculnya pesaing baru di industri konveksi	0,10
3) Kenaikan bahan baku secara mendadak	0,05
4) Perubahan teknologi	0,10
5) Inflasi	0,05
6) Persaingan harga jual produk	0,10
7) Pemasaran produk menggunakan media online	0,10

(Sumber: hasil wawancara pada perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear,

2019

Adapun matrik IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut

a) Matriks IFAS

Tabel 4.12

Matriks IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
a) Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1) Mutu dan kualitas produk terjamin	0,15	2	0,30
2) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap	0,10	2	0,20
3) Kapasitas produksi cukup besar	0,05	1	0,05
4) Memiliki tenaga kerja yang handal	0,10	2	0,10
5) Variasi produk	0,10	2	0,20
6) Inovasi model sesuai keinginan			

konsumen	0,10	2	0,20
Total	0,60		1,05
b) Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1) Keterbatasan sumber daya manusia	0,10	3	0,30
2) Manajemen bersifat kekeluargaan	0,05	3	0,15
3) Kurangnya iklan dan promosi	0,10	3	0,30
4) Keterbatasan modal	0,10	3	0,30
5) Besarnya biaya tidak terduga	0,05	2	0,10
Total	0,40		1,15
Total	1,00		2,20

(Sumber: data yang telah diolah, 2019)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui variable internal kekuatan (*strenght*) memiliki skor total 1,05 dan skor total kelemahan (*weaknesses*) adalah 1,15. Sehingga skor total variabel internal sebesar 2,20.

b) Matriks EFAS

Tabel 4.13
Matrik EFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
a) Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1) Hubungan yang baik dengan pengecer	0,10	3	0,30
2) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang	0,05	2	0,10
3) Kepercayaan dan kepuasan konsumen	0,10	2	0,20
4) Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat	0,05	2	0,10

5) Budaya konsumtif	0,10	2	0,20
Total	0,40		0,95
b) Ancaman (<i>Threats</i>)			
1) Keberadaan perusahaan sejenis	0,10	4	0,40
2) Munculnya pesaing baru di industri konveksi	0,10	3	0,30
3) Kenaikan bahan baku secara mendadak	0,05	1	0,05
4) Perubahan teknologi	0,10	3	0,30
5) Inflasi	0,05	2	0,20
6) Persaingan harga jual produk	0,10	3	0,30
7) Pemasaran produk menggunakan media online	0,10	3	0,30
Total	0,60		1,85
Total	1,00		2,80

(Sumber: data yang telah diolah, 2019)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui variable eksternal peluang (*opportunities*) memiliki skor total 0,95 dan skor total ancaman (*treath*) adalah 1,85. Sehingga skor total variabel eksternal sebesar 2,80. Kesimpulan dari kedua matriks IFAS dan EFAS diatas dapat diketahui sebagai berikut:

1. Strategi SO = $1,05 + 0,95 = 2,00$
2. Strategi ST = $1,05 + 1,85 = 2,90$
3. Strategi WO = $1,15 + 0,95 = 2,10$
4. Strategi WT = $1,15 + 1,85 = 3,00$
5. Strategi SW = $1,05 + 1,15 = 2,20$

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

Tabel 4.14

Matrik SWOT Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mutu dan kualitas produk terjamin 2) Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap 3) Kapasitas produksi cukup besar 4) Memiliki tenaga kerja yang handal 5) Variasi produk 6) Inovasi model sesuai keinginan konsumen 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Keterbatasan sumber daya manusia 2) Manajemen bersifat kekeluargaan 3) Kurangnya iklan dan promosi 4) Keterbatasan modal 5) Besarnya biaya tidak terduga
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Hubungan yang baik dengan pengecer 2) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang 3) Kepercayaan dan kepuasan konsumen 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mempertahankan mutu dan kualitas produk untuk menjaga kepercayaan konsumen 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Memperluas pangsa pasar ke seluruh Indonesia dengan media iklan, promosi maupun pemasaran online 2) Menjaga hubungan baik

4) Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat 5) Budaya konsumtif	2) Terus melakukan variasi dan inovasi model untuk mengimbangi budaya konsumsi masyarakat	dengan pelanggan dan pemasok
<p style="text-align: center;">Ancaman (T)</p> 1) Keberadaan perusahaan sejenis 2) Munculnya pesaing baru di industri konveksi 3) Kenaikan bahan baku secara mendadak 4) Perubahan teknologi 5) Inflasi 6) Persaingan harga jual produk 7) Pemasaran produk menggunakan media online	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> 1) Menjaga mutu dan kualitas produk serta terus menambah variasi dan inovasi pada produk untuk bertahan dalam persaingan Pasar 2) Mengoptimalkan kinerja karyawan untuk menghadapi perkembangan zaman	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> 1) Meningkatkan mutu manajemen konveksi dengan kursus dan diklat agar lebih professional 2) Mengembangkan kemitraan dengan Pemerintah, Bank, dan usaha-usaha lain yang dapat mendukung usaha konveksi ini

(Sumber: data yang telah diolah, 2019)

Dari tabel diatas dapat diketahui berbagai macam strategiyang dihasilkan mulai dari strategi SO, WO, ST, dan WT. Penciptaan strategi dilakukan dengan penggabungan antara faktor-faktor IFAS dengan EFAS.

Dari tabel IFAS dan EFAS yang telah digambarkan tadi dapat menunjukkan posisi pengembangan usaha yang telah dilakukan oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear sebagai berikut.

Tabel 4. 15

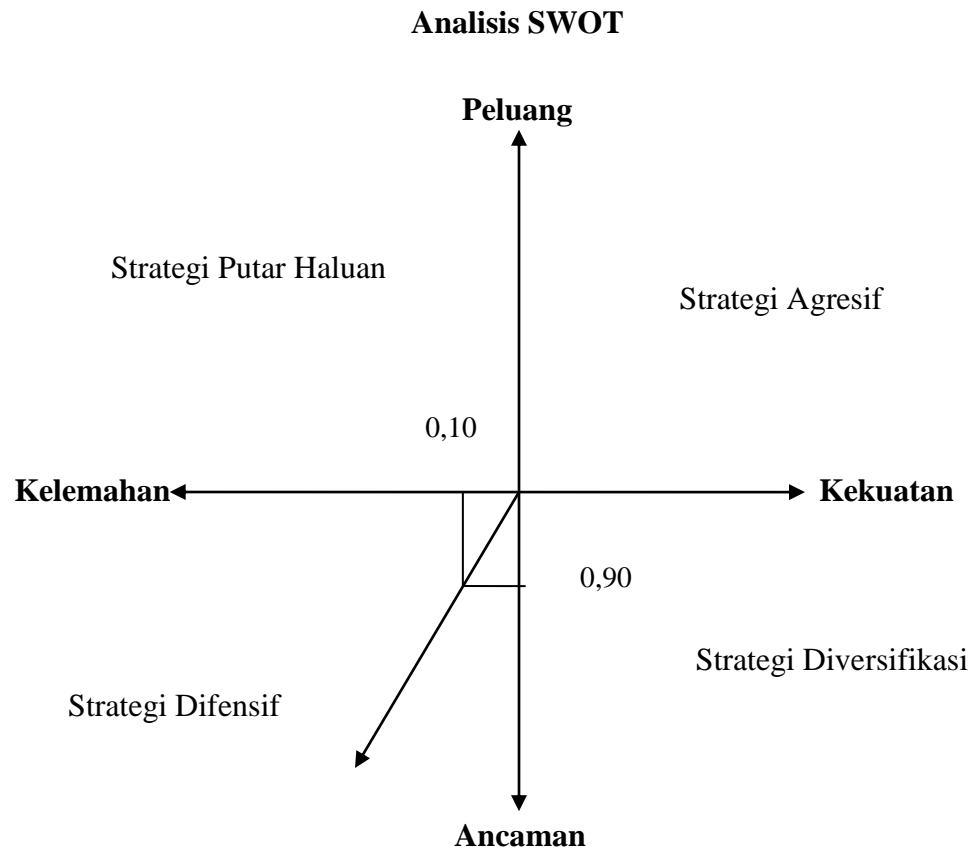
Posisi Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear

IFAS		EFAS	
Kekuatan	1,05	Peluang	0,95
Kelemahan	(1,15)	Ancaman	(1,85)
Hasil	(0,10)	Hasil	(0,90)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa analisis faktor EFAS memiliki nilai yaitu 0,90 dengan nilai analisis faktor IFAS sebesar 0,10. Apabila dimasukkan dalam diagram analisis SWOT sebagai berikut:

Diagram 4.3

Diagram Analisis SWOT Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear



Berdasarkan diagram diatas dapat diketahui bahwa posisi perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear berada pada kuadran 3 dengan menerapkan strategi agresif. Hal ini sesuai dengan pendapat Freddy Rangkuti dalam bukunya teknik membedah kasus bisnis analisis SWOT yang menyatakan bahwa kuadran 3 ini merupakan situasi dimana perusahaan memiliki peluang pasar yang sangat besar, namun secara bersamaan perusahaan juga memiliki kendala/kelemahan internal..

Dalam mengembangkan usahanya, upaya yang dapat dilakukan oleh UD. Alladin Moslem Wear adalah dengan meningkatkan mutu manajemen konveksi dengan kursus dan diklat agar lebih profesional dan juga mengembangkan kemitraan dengan Pemerintah, Bank, dan usaha-usaha lain yang dapat mendukung usaha konveksi ini.