

BAB V

PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti akan menyajikan uraian pembahasan tentang hasil penelitian dengan menyesuaikan teori yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya. Data-data yang diperoleh peneliti melalui wawancara mendalam serta dokumentasi sebagaimana yang dideskripsikan oleh peneliti pada analisis data kualitatif yang kemudian diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan peneliti pada bab sebelumnya. Pengamatan wawancara dan juga kuesioner telah dilaksanakan yaitu pengumpulan data mengenai strategi pengembangan usaha perusahaan konveksi yang ada di desa Bungur, dimana peneliti mengambil 3 sampel perusahaan konveksi yang ada di desa Bungur, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung.

A. Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah

1. Strategi Pengembangan Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah dengan Pendekatan Analisis *Strenght, Weaknessess, Opportunities, Threats.*

Langkah awal dalam penelitian ini yaitu melakukan wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah, Ibu Hindun selaku wakil, dan Bapak Agus selaku karyawan di perusahaan konveksi UD. Al- Wasiilah terkait kekuatan (*strenght*),

kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) yang ada pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.¹

Setelah melakukan wawancara mendalam dengan pimpinan, wakil dan juga karyawan tersebut, peneliti menemukan beberapa indikator kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*). Dari data yang sudah didapat kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk menyusun matrik SWOT. Matrik SWOT tersebut dapat mempermudah dalam merumuskan berbagai strategi yang akan dijalankan untuk kelangsungan perkembangan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

Sebelum membuat matrik SWOT, langkah pertama yang harus dilakukan ialah membuat matrik IFAS dan EFAS yang disusun berdasarkan faktor internal dan eksternal perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah. Faktor internal meliputi kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weaknesses*), sedangkan faktor eksternal meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Untuk selanjutnya menentukan pembobotan, rating dan skor total dari penjumlahan faktor internal dan juga faktor eksternal. Kemudian menentukan strategi yang sesuai untuk meningkatkan keberlangsungan bisnis perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah yang dirumuskan dengan menggunakan matriks SWOT.

¹ Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada Tanggal 22 Maret 2019

Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kesempatan serta tantangan dilingkungan bisnis maupun pada lingkungan internal perusahaan. Dalam analisis SWOT terdapat empat strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Hal ini sesuai dengan Freddy Rangkuti dalam bukunya yang berjudul Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis.²

Strategi SO yaitu gabungan dari *Strength* dan *Opportunities*, strategi WO merupakan gabungan dari *Weakness* dan *Opportunities*, strategi ST merupakan gabungan dari *Strength* dan *Threats*, dan WT merupakan gabungan dari *Weakness* dan *Threats*. Adapun strategi yang digunakan dalam perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah strategi SO. Strategi ini merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengembangkan usaha konveksi serta memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh pujiati yang berjudul Analisis *STrength, Weakness, Opportunities, Threats* dalam menentukan Strategi pemasaran pada Home Industri Hanger “Ayam Jago” yang juga menggunakan strategi SO untuk pemasarannya.³

Langkah selanjutnya yaitu dengan menggunakan diagram analisis SWOT. Diagram ini digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan

² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, ... hal 31

³ Pujiati, *Analisis Strengths, Weakness, Opportunities, Threats Dalam menentukan strategi pemasaran Pada Home Industri Hanger “Ayam Jago” Tulungagung*, Skripsi Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung, 2018

konveksi UD. Al-Wasiilah dalam mengembangkan usahanya. Posisi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah berada dalam kuadran 1 dengan menggunakan strategi agresif. Dalam mengembangkan usahanya, upaya yang dilakukan oleh perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah dengan meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk yang telah lama dijaga, Menambah jumlah karyawan yang sudah ada agar dapat terus menjaga kepercayaan konsumen dengan menyelesaikan pesanan tepat waktu, lebih mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi untuk melakukan promosi dan periklanan, Memberikan promo maupun diskon khusus untuk memancing minat konsumen.

2. Strategi yang Tepat Untuk Mengembangkan Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah Desa Bungur, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung.

Setelah melakukan penelitian dan analisis data, peneliti menemukan bahwa strategi yang tepat untuk mengembangkan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah yang berada di desa Bungur, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung adalah dengan menggunakan strategi SO. Strategi ini merupakan gabungan dari *Strenght* (kekuatan) dan *Opportunities* (peluang). Strategi SO yang diterapkan oleh perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah dalam mengembangkan usaha adalah meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk yang telah lama dijaga, Menambah

jumlah karyawan yang sudah ada agar dapat terus menjaga kepercayaan konsumen dengan menyelesaikan pesanan tepat waktu, lebih mengoptimalkan menggunakan teknologi informasi untuk melakukan promosi dan periklanan, Memberikan promo maupun diskon khusus untuk memancing minat konsumen.

B. Perusahaan Konveksi UD. An-Darik

1. Strategi Pengembangan Perusahaan Konveksi UD. An-Darik dengan Pendekatan Analisis *Strenght, Weaknessess, Opportunities, Threats*.

Langkah awal dalam penelitian ini yaitu melakukan wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan pada perusahaan konveksi UD. An-Darik, Selvia selaku wakil, dan Bapak Ongkik selaku karyawan di perusahaan konveksi UD. An-Darik terkait kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weaknesess*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) yang ada pada perusahaan konveksi UD. An-Darik.⁴

Setelah melakukan wawancara mendalam dengan pimpinan, wakil dan juga karyawan tersebut, peneliti menemukan beberapa indikator kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weaknesess*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*). Dari data yang sudah didapat kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk menyusun matrik SWOT. Matrik SWOT tersebut dapat mempermudah dalam merumuskan berbagai strategi

⁴ Wawancara dengan Ibu Hj. Mudrikah selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. An-Darik pada Tanggal 22 Maret 2019

yang akan dijalankan untuk kelangsungan perkembangan perusahaan konveksi UD. An-Darik.

Sebelum membuat matrik SWOT, langkah pertama yang harus dilakukan ialah membuat matrik IFAS dan EFAS yang disusun berdasarkan faktor internal dan eksternal perusahaan konveksi UD. An-Darik. Faktor internal meliputi kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weaknesess*), sedangkan faktor eksternal meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Untuk selanjutnya menentukan pembobotan, rating dan skor total dari penjumlahan faktor internal dan juga faktor eksternal. Kemudian menentukan strategi yang sesuai untuk meningkatkan keberlangsungan bisnis perusahaan konveksi UD. An-Darik yang dirumuskan dengan menggunakan matriks SWOT.

Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kesempatan serta tantangan dilingkungan bisnis maupun pada lingkungan internal perusahaan. Dalam analisis SWOT terdapat empat strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Hal ini sesuai dengan Freddy Rangkuti dalam bukunya yang berjudul Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis.⁵

Strategi SO yaitu gabungan dari *Strength* dan *Opportunities*, strategi WO merupakan gabungan dari *Weaknesess* dan *Opportunities*, strategi ST merupakan gabungan dari *Strength* dan *Threats*, dan WT merupakan

⁵ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, ... hal 31

gabungan dari *Weaknesess* dan *Threats*. Adapun strategi yang digunakan dalam perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah strategi SO. Strategi ini merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengembangkan usaha konveksi serta memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfi Dista yang berjudul *Analisis Strength, Weaknesess, Opportunities, Threats Terhadap Perkembangan Industri Batik di Tulungagung Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, yang juga menggunakan strategi SO untuk pengembangannya.⁶

Langkah selanjutnya yaitu dengan menggunakan diagram analisis SWOT. Diagram ini digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan konveksi UD. An-Darik dalam mengembangkan usahanya. Posisi perusahaan konveksi UD. An-Darik berada dalam kuadran 1 dengan menggunakan strategi agresif. Dalam mengembangkan usahanya, upaya yang dilakukan oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik adalah dengan meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk-produk yang diproduksi, Menambah jumlah karyawan yang sudah ada agar dapat terus menjaga kepercayaan konsumen dengan menyelesaikan pesanan tepat waktu, lebih mengoptimalkan menggunakan teknologi informasi untuk melakukan promosi dan periklanan, Memberikan promo maupun diskon khusus untuk memancing minat konsumen.

⁶ Ulfi Dista, *Analisis Strength, Weaknesess, Opportunities, Threats Terhadap Perkembangan Industri Batik di Tulungagung Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Cv Saha Perkasa Gajah Mada), Skripsi Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung, 2017

2. Strategi yang Tepat untuk Mengembangkan Perusahaan Konveksi UD. An-Darik Desa Bungur, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung.

Setelah melakukan penelitian dan analisis data, peneliti menemukan bahwa strategi yang tepat untuk mengembangkan perusahaan konveksi UD. An-Darik yang berada di desa Bungur, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung adalah dengan menggunakan strategi SO. Strategi ini merupakan gabungan dari *Strenght* (kekuatan) dan *Opportunities* (peluang). Strategi SO yang diterapkan oleh perusahaan konveksi UD. An-Darik dalam mengembangkan usaha adalah meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk yang diproduksi, Menambah jumlah karyawan yang sudah ada agar dapat terus menjaga kepercayaan konsumen dengan menyelesaikan pesanan tepat waktu, lebih mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi untuk melakukan promosi dan periklanan, Memberikan promo maupun diskon khusus untuk memancing minat konsumen.

C. Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear

1. Strategi Pengembangan Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear dengan Pendekatan Analisis *Strenght, Weaknessess, Opportunities, Threats*

Langkah awal dalam penelitian ini yaitu melakukan wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan pada perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear, Ibu Istiyah selaku wakil, dan Bapak Sugiono selaku karyawan di perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear terkait kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weaknesess*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) yang ada pada perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.⁷

Setelah melakukan wawancara mendalam dengan pimpinan, wakil dan juga karyawan tersebut, peneliti menemukan beberapa indikator kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weaknesess*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*). Dari data yang sudah didapat kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk menyusun matrik SWOT. Matrik SWOT tersebut dapat mempermudah dalam merumuskan berbagai strategi yang akan dijalankan untuk kelangsungan perkembangan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear.

Sebelum membuat matrik SWOT, langkah pertama yang harus dilakukan ialah membuat matrik IFAS dan EFAS yang disusun berdasarkan faktor internal dan eksternal perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear. Faktor internal meliputi kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weaknesess*), sedangkan faktor eksternal meliputi peluang

⁷ Wawancara dengan Bapak Imam Yusuf selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear pada Tanggal 22 Maret 2019

(*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Untuk selanjutnya menentukan pembobotan, rating dan skor total dari penjumlahan faktor internal dan juga faktor eksternal. Kemudian menentukan strategi yang sesuai untuk meningkatkan keberlangsungan bisnis perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear yang dirumuskan dengan menggunakan matriks SWOT.

Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kesempatan serta tantangan dilingkungan bisnis maupun pada lingkungan internal perusahaan. Dalam analisis SWOT terdapat empat strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Hal ini sesuai dengan Freddy Rangkuti dalam bukunya yang berjudul Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis.⁸

Strategi SO yaitu gabungan dari *Strength* dan *Opportunities*, strategi WO merupakan gabungan dari *Weakness* dan *Opportunities*, strategi ST merupakan gabungan dari *Strength* dan *Threats*, dan WT merupakan gabungan dari *Weakness* dan *Threats*. Adapun strategi yang digunakan dalam perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah strategi SO. Strategi ini merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengembangkan usaha konveksi serta memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mila Fadilah yang berjudul Studi Pengembangan Usaha Gula merah Tebu di Kabupaten

⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, ... hal 31

Rembang (Studi Kasus di Kecamatan Pamotan, kabupaten Rembang), yang juga menggunakan strategi SO untuk pengembangannya.⁹

Langkah selanjutnya yaitu dengan menggunakan diagram analisis SWOT. Diagram ini digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear dalam mengembangkan usahanya. Posisi perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear berada dalam kuadran 1 dengan menggunakan strategi agresif. Dalam mengembangkan usahanya, upaya yang dilakukan oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear adalah dengan meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk-produk yang diproduksi, Menambah jumlah karyawan yang sudah ada agar dapat terus menjaga kepercayaan konsumen dengan menyelesaikan pesanan tepat waktu, lebih mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi untuk melakukan promosi dan periklanan, Memberikan promo maupun diskon khusus untuk memancing minat konsumen.

2. Strategi yang Tepat untuk Mengembangkan Perusahaan Konveksi UD. Alladin Moslem Wear Desa Bungur, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung.

Setelah melakukan penelitian dan analisis data, peneliti menemukan bahwa strategi yang tepat untuk mengembangkan perusahaan konveksi

⁹ Mila fadilah, *Studi Pengembangan Usaha Gula merah Tebu di Kabupaten Rembang (Studi Kasus di Kecamatan Pamotan, kabupaten Rembang)*, Skripsi departemen Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor, 2008

UD. Alladin Moslem Wear yang berada di desa Bungur, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung adalah dengan menggunakan strategi SO. Strategi ini merupakan gabungan dari *Strenght* (kekuatan) dan *Opportunities* (peluang). Strategi SO yang diterapkan oleh perusahaan konveksi UD. Alladin Moslem Wear dalam mengembangkan usaha adalah meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk yang diproduksi, Menambah jumlah karyawan yang sudah ada agar dapat terus menjaga kepercayaan konsumen dengan menyelesaikan pesanan tepat waktu, lebih mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi untuk melakukan promosi dan periklanan, Memberikan promo maupun diskon khusus untuk memancing minat konsumen.