BAB V

PEMBAHASAN

A. Kondisi Usaha Konveksi Helmi Ditinjau Dari Analisis SWOT

Dalam bab ini akan disajikan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian, sehingga pada uraian pembahasan ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Langkah awal dari penelitian ini adalah peneliti wawancara bapak Imam dan ibu Tutik selaku pemilik usaha konveksi Helmi Tunggulsari Tulungagung, karyawan-karyawan di konveksi Helmi, dan Konsumen konveksi Helmi terkait kekuatan *(Strenghts),* kelemahan *(Weakness),* peluang *(Opportunities),* dan ancaman *(Threaths)* yang ada pada di konveksi Helmi.

Setelah peneliti mendapatkan data dari hasil wawancara tersebut peneliti akan mencatat dan melaksanakan analisis SWOT. Langkah pertama adalah menganalisis faktor-faktor dalam analisis SWOT yaitu faktor internal yang berupa kekuatan *(Strenghts)* dan kelemahan *(Weakness)* serta eksternal berupa peluang *(Oppoertunities),* dan ancaman *(Threaths)* yang ada pada konveksi Helmi.Selanjutnya faktor-faktor internal dan eksternal dianalisis, selanjutnya membuat matrik IFAS dan matrik EFAS yang disusun dengan memberikan rating dan bobot pada masing-masing faktor internal maupun faktor eksternal. Setelah itu dilakukan penyusunan matrik SWOT. Setelah analisis SWOT dilakukan,

konveksi Helmi memiliki empat pilihan strategi yang dapat diterapkan sebagai berikut :

1. Strategi SO

   Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki konveksi Helmi untuk mengambil peluang yang sebesar-besarnya. Umumnya perusahaan akan menjalankan strategi WO, ST, atau WT untuk dapat masuk kke dalam situasi dimana perusahaan dapat menerapkan strategi SO. Strategi SO pada konveksi Helmi sebagai berikut :

   a. Membuat beberapa program bersama antara pemilik, pelanggan dan karyawan sehingga menciptakan hubungan kerja yang lebih baik
   b. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk guna mempertahankan pelanggan

2. Strategi WO

   Strategi WO merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada di konveksi Helmi untuk memanfaatkan peluang yang ada, antara lain:

   a. Melakukan kerjasama dalam menyelesaikan produk agar bisa selesai sesuai target
   b. Membuat pencatatan keuangan agar bisa mengetahui yang dikeluarkan ataupun yang masuk

3. Strategi ST

   Strategi ST merupakan strategi yang diterapkan berdasarkan kekuatan yang ada di konveksi Helmi untuk menghindari ancaman yang ada, antara lain :

   a. Menjaga kualitas produk agar tidak kalah saing dengan yang lain
   b. Berusaha mengikuti perkembangan teknologi guna untuk memproduksi
   c. Menghormati dan menaati peraturan yang ada guna memperlancar memasarkan produk

4. Strategi WT

   Strategi WT merupakan strategi yang diterapkan berdasarkan meminimalisir kelemahan yang ada di konveksi Helmi untuk menghindari ancaman yang ada, antara lain :

   a. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan
   b. Tetap fokus dan terus berinovasi agar bisa terus berkembang

   Dari keempat strategi tersebut bisa digunakan atau diterapkan di konveksi Helmi tetapi biasanya strategi yang digunakan adalah yang memiliki peluang yang ada pada konveksi agar usahanya bisa berhasil dan juga dapat meningkatkan omzet penjualannya, tetap berupaya semaksimal mungkin dengan harapan bisa terus berkembang dalam menjalankan usaha konveksi ini.

B. Strategi Usaha yang Dilakukan Usaha Konveksi Helmi

Dari hasil wawancara yang telah diolah, diketahui bahwa strategi yang paling tepat digunakan konveksi Helmi Tunggulsari Tulungagung adalah strategi SO, yang memiliki nilai yang paling tinggi yaitu 4,45, hal ini menunjukkan bahwa konveksi Helmi berada dimana kondisi yang mampu memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Setelah menentukan strategi yang paling kuat selanjutnya menggunakan diagram SWOT. Dari diagram tersebut dapat diketahui bahwa konveksi Helmi saat ini berada pada kuadran I dengan nilai kekuatan 2,40 dan nilai peluang sebesar 2,05 yang dimana konveksi Helmi ini menggunakan strategi agresif atau pertumbuhan. Dengan adanya diagaram yang menunjukkan bahwa konveksi Helmi berada pada kuadran I artinya konveksi memiliki peluang yang besar dengan memanfaatkan peluang yang ada di konveksi bisa meningkatkan omset penjualannya.

Perusahaan yang berada di posisi kuadran I, maka posisi perusahaan tersebut sangatlah menguntungkan, hal ini dikarenakan perusahaan memiliki kekuatan maksimal sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.Strategi agresif adalah strategi yang dapat digunakan dalam kondisi seperti ini. Perusahaan dapat menggunakan kekuatannya untuk memanfaatkan peluang yang ada, jika perusahaan memiliki kelemahan, perusahaan tersebut akan berusaha mengatasi dan membuat

menjadi kekuatan, dan ketika perusahaan menghadapi ancaman, perusahaan akan menghindarinya dan fokus pada peluang yang ada.[66]

Konveksi Helmi bisa menggunakan strategi agresif untuk meningkatkan omzet penjualan, dan juga memanfaatkan peluang-peluang yang ada pada konveksi Helmi untuk menarik pelanggan atau konsumen agar menyukai dan puas dari produknya konveksi Helmi. Seperti yang diteliti oleh peneliti bahwa produk yang sering diminati oleh pelanggan adalah busana hem, bisa digunakan untuk seragam dalam paguyupan ataupun organisasi karena busana yang simpel untuk acara formal atau non formal sehingga banyak diminati khususnya pada kalangan remaja saat ini.Biasanya konveksi Helmi ini menawarkan produk-produknya melalui media sosial karena dizaman sekarang sudah melek teknologi. Dengan itu memudahkan untuk para pelanggan yang ingin memesan produk konveksi Helmi bisa langsung menghubungi lewat sosial media tanpa harus datang ke lokasi dan jika pelanggan tidak bisa mengambil pesanan secara langsung bisa di kirim lewat jasa pengiriman. Produk konveksi Helmi cukup sering mengirimkan produk ke pulau luar jawa artinya produk konveksi Helmi sudah dikenal dikalangan masyarakat luas dengan adanya teknologi saat ini yang memudahkan dalam menjalankan bisnis ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nofiar hasil penelitian pada kuadran I dengan harapan terus berkembang

[66] Fred R David, *Manajemen Strategis: konsep-konsep*….., hal. 288

dimasa mendatang reformulasi strategi pemasaran yang diterapkan strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan teknologi produk.[67] Penelitian ini juga signifikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Athori, Supriyono hasil penelitian posisi perusahaan berada pada kuadran I dan strategi alternative yang paling tepat untuk digunakan adalah strategi SO yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.[68] Dari penelitian tersebut pada perusahaan sama-sama berada di kuadran I yaitu bisa menggunakan strategi agresif. Yang mana bisa meningkatkan dan berupaya usaha yang dijalankan bisa terus berkembang dan berhasil.

Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan konveksi Helmi adalah SO yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-sebesarnya. Ada dua strategi yaitu :

a. Membuat beberapa program bersama antara pemilik, pelanggan dan karyawan sehingga menciptakan hubungan kerja yang lebih baik
b. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk guna mempertahankan pelanggan.

Selain menggunakan strategi SO perusahaan juga dapat menggunakan strategi yang lain seperti strategi WO, ST, dan WT.

Jadi dapat disimpulkan bahwa semua strategi yang telah diteliti bisa saja digunakan untuk suatu perusahaan tertentu dalam menghadapi

[67] Nofiar, Analisis Strategi Pemasaran…….
[68] Agus Athori, Supriyanto, Analisis Strategi Pemasaran dalam meningkatkan……

persaingan yang ada, akan tetapi untuk konveksi Helmi adalah strategi SO.Dengan harapan bisa terus berkembang dan dapat meningkatkan omzet penjualan konveksi, tetap mempertahankan kualitas yang dimiliki pada konveksi.

C. Ekonomi Islam Memandang Strategi yang dilakukan Usaha Konveksi Helmi

Strategi SWOT dalam usaha konveksi Helmi ditunjukkan dengan hasil penelitian bahwa strategi yang dilakukan bisa mempertahankan kualitas produk dan banyak pelanggan yang memesan produk. Tidak hanya daerah Tulungagung saja tetapi sudah meluas sampai ke luar pulau jawa, artinya produk konveksi Helmi sudah dikenal banyak masyarakat karena selain harga standart kain yang digunakan merupakan kain pilihan yang bagus dan nyaman saat dipakai, bisa juga memesan sesuai selera yang diinginkan.

Dalam islam strategi SWOT dilihat dari segi pemanfaatannya tentunya strategi ini memberikan banyak manfaat sebagaimana dijelaskan dalam surat al-Hasyr di dalam ayat tersebut dijelaskan yang artinya “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah dibuatnya untuk hari esok (akhirat) dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah maha

mengetahui apa yang kamu kerjakan."[69] Bahwa ayat tersebut menjelaskan senantiasa agar lebih berhati-hati dalam menjalankan apapun seperti halnya menjalankan bisnis harus teliti dan menaati aturan yang ada, jangan sampai hal-hal yang bertentangan dengan agama tetap dilakukan demi mengembangkan bisnis, itu mungkin saja akan berhasil tetapi tidak akan bertahan lama dan tidak mendapat pahala dari Allah karena menghalalkan secara cara. Jadi memiliki usaha haruslah berhati-hati dalam melakukan tindakan.

Bila kita perhatikan ini adalah pernyataan dari Allah yang seharusnya kita berfikir terhadap apa yang sudah atau akan kita lakukan dalam hidup. Usaha konveksi Helmi agar berhasil dan dapat mempertahankan kelangsungan dan berkelanjutan perlu manajemen dalam usaha atau organisasi dengan analisis SWOT yang diterapkan maka usaha konveksi Helmi akan terstruktur dengan baik. Sehingga kita bisa memakai sebuah cabang ilmu manajemen dengan menggunakan strategi manajemen. Dengan adanya ilmu manajemen ini kita bisa memakai untuk memajemen dari bisnis yang sedang kita jalani sehingga bisa tersusun dengan rapi.

Dengan adanya ilmu manajemen mempermudah dalam menjalankan bisnis semuanya bisa tersusun dengan baik seperti manajemen keuangan dan manajemen pemasarannya agar bisa meluas

[69] Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahannya,* (Bandung : PT Examedia Arkanleema, 2009), Al-Hasyr, Juz 28, Ayat 18, hlm. 548

lagi dan mendapatkan pesanan yang lebih sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan di konveksi Helmi ini.

Konsep ekonomi islam yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga tersebut dari penjual.Islam telah mengajarkan cara-cara atau strategi dalam mengembangkan usaha konveksi Helmi. Strategi itu harus dibuat dengan cara adil yang tidak bertujuan untuk kepentingan orang lain. Kopetensi yang biasanya yang terjadi dalam usaha juga harus dilakukan dengan sehat, dengan tidak melakukan perbuatan yang tidak menjatuhkan demi memenangkan kopetensi persaingan usaha.Dan semua itu semata-mata dengan tujuan mencapai ridhonya Allah SWT.

Pada prinsipnya, tujuan dan aktifitas usaha tidak semata-mata mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan menghalalkan cara, tapi perilaku etis tidak boleh diabaikan dalam menjalankan suatu usaha. Yang menerapkan etika bisnis bukan berarti tidak mampu bersaing dengan kompetionya, tetapi hal itu bertujuan untuk dapat dinilai masyarakat sebagai usaha yang berperilaku etis dan bermoral. Serta menjalankan usaha dengan etika, nilai-nilai kejujuran, dan amanah akan membuat suatu usaha lebih berkah dan manfaat, tidak hanya bagi

konsumen dan perilaku usahanya saja tetapi juga bagi orang-orang yang terlibat didalamnya.

Usaha konveksi Helmi agar berhasil dan dapat mempertahankan kelangsungan dan berkelanjutan manajemen dalam usaha atau organisasi yang jangkau dengan analisis SWOT yang diterapkan maka usaha konveksi Helmi itu akan terstruktur dengan baik.