

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

1. 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 20-an 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 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. W

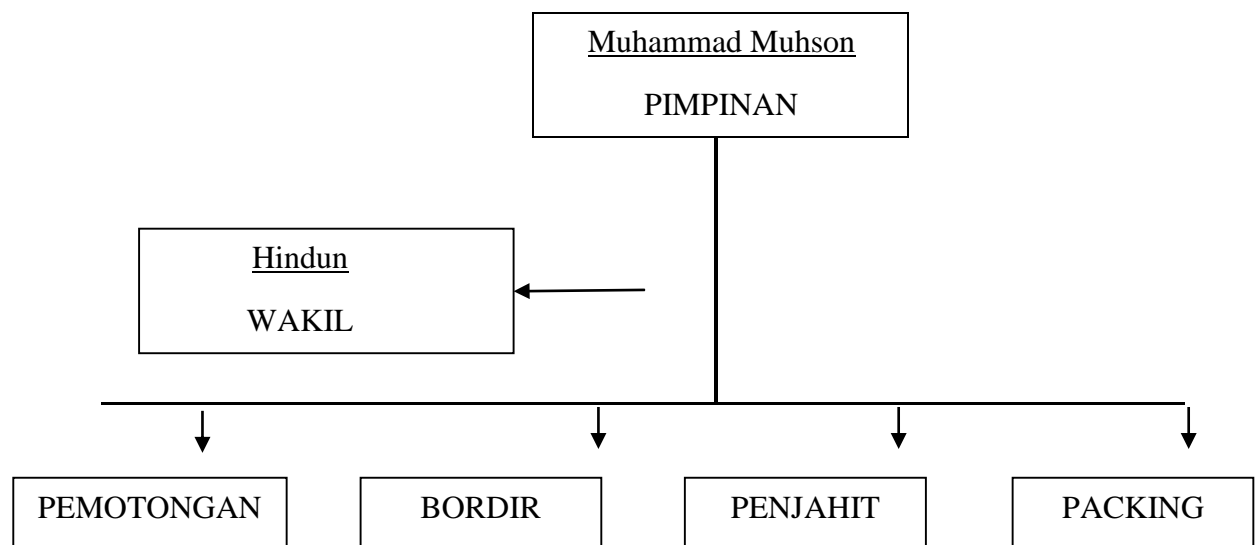
Wilayah pendistribusian dan pemasarannya pun kini juga sampai merambah ke luar provinsi bahkan keluar pulau. Tercatat hingga tahun 2021 ini, Bapak Muhson menuturkan bahwa wilayah pendistribusian di Jawa Timur saja mencakup Lamongan, Gresik, Malang, Mojokerto, Surabaya, Ngawi, Madiun. Wilayah Jawa Tengah 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.⁴⁵

⁴⁵ Dokumentasi profil Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah, diambil pada 9 Februari 2021.

2. Struktur Pengelolaan

Gambar 4.1

Struktur Pengelolaan



(Sumber: Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah, 2021)

3. 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 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.

Perusahaan konveksi UD. AL-Wasiilah juga membuat peraturan-peraturan kepada seluruh karyawan-karyawannya seperti contohnya 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.

Dalam hal pemasaran, perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah milik Bapak Muhson ini telah meliputi sebagian kota di Jawa Timur yaitu Blitar, Malang, Tulungagung, Surabaya, Ponorogo, dan Magetan. Selain sebagian kota di wilayah Jawa Timur, UD. Al-Wasiilah milik Bapak Muhson ini juga telah merambah ke luar provinsi bahkan keluar pulau. Tercatat hingga tahun 2021 ini, Bapak Muhson menuturkan bahwa wilayah pendistribusian 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, dan Bali.⁴⁶

⁴⁶ Dokumentasi profil Perusahaan Konveksi UD. Al-Wasiilah, diambil pada 9 Februari 2021.

B. PAPARAN DATA

1. Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Yang Dilakukan UD. Al Wasillah berdasarkan Analisi SWOT

a. Faktor-faktor Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan pertama yang dimiliki oleh UD. Al-Wasillah ini adalah memiliki mutu dan kualitas produk yang terjamin. Kualitas mutu yang baik akan menambah kepuasan konsumen sehingga terjalin hubungan yang baik dengan badan usaha ini. Hal ini dinyatakan oleh Responden 1 selaku pimpinan dari UD. Al-Wasillah sendiri yaitu Responden 1 .

“Dalam menjalankan usaha ini, kami selalu mengutamakan yang terbaik dari setiap produk yang kami produksi. Hal ini kami upayakan untuk menjaga kelangsungan dari usaha ini. Karena tidak jarang ada beberapa usaha konveksi sejenis baik di daerah setempat, maupun di luar daerah”⁴⁷

Dari pernyataan Responden 1 dapat disimpulkan bahwa UD. Al-Wasillah selalu menjaga mutu dan kualitas produk yang dihasilkan di UD. Al Wasillah yang dimaksudkan agar segala kegiatan bekerja di UD. Al-Wasillah ini dapat berjalan dengan optimal. Responden ketiga dalam penelitian ini juga mengungkapkan demikian sebagaimana wawancara peneliti, yakni:

⁴⁷ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasillah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

“Pimpinan kami selalu mengedepankan kualitas produknya. Hal ini menjadi karakter beliau dalam berdagang dengan para pembeli dengan mengupayakan hasil yang maksimal.”⁴⁸

Kekuatan kedua 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 yang menjadi Responden 1 :

“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.”⁴⁹

Dari pernyataan Responden 1 , 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.

Kekuatan ketiga yang dimiliki oleh UD. Al-Wasiilah adalah memiliki karyawan yang handal. Dengan memiliki karyawan yang bekemampuan akan memudahkan dan juga mempercepat proses produksi barang dari UD. Al-Wasiilah. Selain itu juga dengan adanya

⁴⁸ Wawancara dengan Responden 3 selaku karyawan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁴⁹ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

karyawan yang berkemampuan maka hasil produksinya pun juga akan berkualitas. Seperti yang dinyatakan oleh Responden 1 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.”⁵⁰

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 produksinya pun juga akan berkualitas. Dengan begitu, maka akan membantu UD. Al-Wasiilah menjadi usaha yang semakin berkembang. Responden ketiga juga mengungkapkan hal serupa, dengan mengatakan; “disini saya dan pekerja lain sudah memakai alat alat yang modern. kami disini sudah fasih dengan pekerjaan kami.”⁵¹

Kekuatan keempat adalah pengadaan inovasi model yang selalu berganti mengikuti gaya dan minat masyarakat. UD. Al Wasiilah dalam upayanya mempertahankan pelanggan selalu melakukan

⁵⁰ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁵¹ Wawancara dengan Responden 3 selaku karyawan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

inovasi-inovasi yang diharapkan dapat mempertahankan pelanggan. Hal tersebut dinyatakan oleh pimpinan dari UD. Al-Wasiilah Responden 1 .

“Kami selalu mengupayakan yang terbaik untuk para konsumen dan pelanggan-pelanggan 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.”⁵²

Hal senada juga diungkapkan oleh Responden 2 selaku wakil dari UD. Al-Wasiilah.

“Seperti yang dipaparkan oleh Responden 1 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”⁵³

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 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- masukan positif dari para pelanggannya demi kelangsungan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah. Responden 3 juga mengatakan hal serupa yakni “disini kami memproduksi pakaian muslim buat

⁵² Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁵³ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

wanita ataupun laki laki dan sebagainya.”⁵⁴

Kekuatan yang kelima 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 Responden 1 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.”*⁵⁵

Pernyataan Responden 1 juga senada dengan pernyataan dari Responden 2 selaku wakil di perusahaan UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

*“Hubunngan UD. Al-Wasiilah denganb 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.”*⁵⁶

Dari pernyataan Responden 1 dengan Responden 2 tersebut dapat disimpulkan bahwa UD. Al-Wasiilah memiliki jalinan yang baik

⁵⁴ Wawancara dengan Responden 3 selaku karyawan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁵⁵ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁵⁶ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

antara produsen dengan konsumen, yang menyebabkan hingga saat ini konsumen lama masih betah mengambil barang produksi dari UD. Al-Wasiilah. 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.

Selain itu, hubungan yang baik juga terjalin antara pimpinan dan karyawan sebagaimana yang diungkapkan oleh Responden 3, yakni karyawan di perusahaan Usaha Konveksi UD. AL Wasillah tersebut yakni:

“pimpinan kami sangat ramah, sesekali saat beliau menyempatkan untuk menengok pekerjaan kami, Beliau sangat ramah, sering mengajak bercanda kami dan juga sering membelikan camilan.”⁵⁷

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 Responden 1 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.”⁵⁸

Pernyataan Responden 1 juga senada dengan pernyataan dari

⁵⁷ Wawancara dengan Responden 3 selaku karyawan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁵⁸ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

Responden 2 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.”⁵⁹

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 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 transportasi yang dimiliki oleh UD. Al-Wasiilah tersebut adalah dua unit mobil dan juga tiga unit truk.

Kekuatan berikutnya yang dimiliki oleh UD. Al-Wasiilah 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 Responden 1 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”⁶⁰

Hal serupa juga dinyatakan oleh Responden 2 selaku wakil dari

⁵⁹ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

⁶⁰ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

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”⁶¹

Dari pernyataan Responden 1 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.

b. Faktor-faktor Kelemahan (*Weaknesses*)

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 Responden 1 selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

“Kami memang sudah memiliki banyak tenaga kerja, namun

⁶¹ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

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”⁶²

Hal serupa juga dinyatakan oleh Responden 2 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”⁶³

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 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. Responden 3 sebagai karyawan juga menyatakan demikian, beliau berkata “kami para pekerja selalu kewalahan saat banyaknya orderan, khususnya pada bulan Ramadhan.”⁶⁴

Kelemahan kedua pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah kurangnya manajemen tenaga kerja dalam penggunaan teknologi informasi dalam pengembangan bisnisnya seperti yang dinyatakan oleh Responden 1 selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

⁶² Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁶³ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

⁶⁴

“Saya dan istri memang tidak terlalu pintar, akhirnya kami tidak terlalu bisa menggunakan teknologi modern. Hal ini berkaitan juga dalam pemasaran yang marak akhir-akhir ini menggunakan media sosial dan media pemasaran iklan dan promosi lainnya yang gencar dilakukan oleh perusahaan-perusahaan modern.”⁶⁵

Hal senada diungkapkan oleh Responden 2 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”⁶⁶

Dari pernyataan Responden 1 dengan Responden 2 dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah ini dapat disimpulkan bahwa mendapat kelemahan dalam hal penggunaan teknologi informasi untuk perkembangan usahanya.

Kelemahan ketiga pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah tidak dilakukannya promosi, pemasaran, dan periklanan secara maksimal. Seperti yang dipaparkan oleh Responden 1 selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al- Wasiilah sebagai berikut:

“Kami tidak terlalu menggunakan sistim promosi, pemasaran dan periklanan dari awal berdirinya usaha kami. Mungkin karna kurangnya pemahaman kami dibidang tersebut. Setelah lama kami mengerti bahwa hal tersebut sangat penting bagi tumbuh dan besarnya suatu usaha. Seperti konveksi yang kami miliki ini.”⁶⁷

⁶⁵ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁶⁶ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

⁶⁷ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

Hal senada juga dinyatakan oleh Responden 2 sebagai berikut:

*“Dari awal usaha kami, kami tidak terlalu menggunakan sistim promosi, pemasaran, dan juga periklanan dalam pengembangan usaha kami ini karena terkendala kurangnya pemahaman dalam hal tersebut. Dari awal kami menggunakan sistim getok tular.”*⁶⁸

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan usaha perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah mendapat kelemahan berupa tidak dilakukannya kegiatan promosi, pemasaran, dan juga periklanan yang maksimal, karena dari awal hanya menggunakan sistim getok tular. Responden 3 juga menyatakan demikian yakni, “produk disini hanya dipromosikan melalui getok tular.”⁶⁹

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 dinyatakan oleh Responden 1 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 tersendat.”*⁷⁰

Hal senada juga dipaparkan oleh Responden 2 selaku wakil dari

⁶⁸ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

⁶⁹
⁷⁰ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

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.”⁷¹

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 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 persaingan hasil produksi dan bahan produksi antar industri konveksi sehingga menimbulkan biaya tak terduga dari usaha ini. Seperti yang dinyatakan oleh Responden 1 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.”⁷²

Hal tersebut senada dengan pernyataan dari Responden 2 selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

⁷¹ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

⁷² Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

“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.”⁷³

Dari pernyataan Responden 1 dan Responden 2 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. Karyawan dari perusahaan ini juga menyatakan hal serupa yakni “sering pimpinan kami kesulitan modal saat banyaknya pesanan secara bersamaan.”⁷⁴

Kelemahan keenam pada perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah ini yaitu persaingan harga dengan perusahaan konveksi yang lain. Seperti yang telah dikemukakan oleh Responden 1 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.”⁷⁵

Hal senada juga dinyatakan oleh Responden 2 selaku wakil dari

⁷³ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

⁷⁴
⁷⁵ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

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.”⁷⁶

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

c. Faktor-faktor Peluang (*Opportunities*)

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. Berkembangnya perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah ini tentunya tidak lepas dari peran besar pengecer. Seperti

⁷⁶ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

yang telah dinyatakan oleh Responden 1 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.”⁷⁷

Hal senada juga dinyatakan oleh Responden 2 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.”⁷⁸

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 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. Kemudian temuan peneliti dalam wawancara yang telah dilakukan pada karyawan di perusahaan ini juga menyatakan demikian yakni “pimpinan kami selalu berhubungan baik dengan para pelanggannya”⁷⁹

Peluang kedua dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah perubahan gaya hidup masyarakat. Karena perubahan gaya

⁷⁷ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁷⁸ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

⁷⁹

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 Responden 1 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.”⁸⁰

Hal senada juga diungkapkan oleh Responden 2 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.”⁸¹

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 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 Responden 1 selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al- Wasiilah sebagai berikut:

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

⁸⁰ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁸¹ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

*usaha kami.”*⁸²

Hal senada juga diungkapkan oleh Responden 2 selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

*“Konsumen amat loyal, hal ini peluang besar bagi kelangsungan perusahaan konveksi kami.”*⁸³

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 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 Responden 1 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.”*⁸⁴

Hal senada juga diungkapkan oleh Responden 2 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.”*⁸⁵

⁸² Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁸³ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

⁸⁴ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁸⁵ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penduduk yang meningkat dapat dimanfaatkan menjadi peluang untuk mengembangkan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah. Hal serupa didukung oleh hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan perusahaan ini yang berkata “berdampak pada jumlah produksi yang bertambah.”⁸⁶

Peluang kelima dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah pasar yang semakin berkembang. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Responden 1 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.”⁸⁷

Hal senada juga diungkapkan oleh Responden 2 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.”⁸⁸

⁸⁶ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

⁸⁷ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁸⁸ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 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. Responden 3 menguatkan dengan pernyataan serupa yakni: “dilihat dari memingkatnya produksi kelihatannya banyak masyarakat yang menyukai produk UD. Al Wasiilah.”⁸⁹

Peluang keenam dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah kepercayaan dan kepuasan konsumen. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Responden 1 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.”⁹⁰

Hal senada juga diungkapkan oleh Responden 2 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.”⁹¹

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 tersebut,

89

⁹⁰ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁹¹ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen dan juga kepuasan konsumen merupakan peluang yang menjadi peluang bagi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah untuk berkembang. Responden 3 menguatkan hal ini, beliau mengungkapkan “konsumen yang loyal merupakan peluang bagi kelangsungan perusahaan ini.”⁹²

Peluang ketujuh dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah bisnis yang jangka panjang dan turun temurun. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Responden 1 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.”*⁹³

Hal serupa juga dinyatakan oleh Responden 2 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.”*⁹⁴

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa usaha yang dapat diturunkan kepada keturunan kita merupakan peluang bagi perusahaan konveksi UD. Al-

⁹²

⁹³ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁹⁴ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

Wasiilah untuk berkembang.

d. Faktor-Faktor Ancaman (*Threats*)

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 baru. Seperti yang telah dinyatakan oleh Responden 1 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.”⁹⁵

Hal serupa juga dinyatakan oleh Responden 2 selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Iya masih, dan itu artinya pesaing baru untuk perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah. Terutama untuk perusahaan baru yang giat dengan melakukan promosi lewat media modern saat ini.”⁹⁶

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 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

⁹⁵ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁹⁶ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

usaha. Responden 3 mengungkapkan hal serupa berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan, yakni bahwa adanya konveksi baru mungkin akan mengancam produksi usaha UD. Al Wasiilah.⁹⁷

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 Responden 1 selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah.

“Jelas menjadi ancaman bagi kami, Karena bencana alam baik banjir maupun kebakaran jelas berdampak bagi kelangsungan perusahaan konveksi kami.”⁹⁸

Hal senada juga diungkapkan oleh Responden 2 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.”⁹⁹

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa bencana alam baik banjir maupun kebakaran merupakan ancaman bagi perkembangan perusahaan

⁹⁷

⁹⁸ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

⁹⁹ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

konveksi UD. Al- Wasiilah milik mereka karena dapat mempersulit proses penjualan dan pendistribusian barang dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah. Adapun responden 3 mengatakan:

“saya kurang mengetahui harga bahan baku saat ini tapi mungkin dengan kenaikan bahan baku akan mengurangi jumlah produksi. Hal ini terjadi jika modal yang ada di perusahaan tersebut tidak ditingkatkan selaras dengan kenaikan harga bahan baku tersebut.”¹⁰⁰

Ancaman ketiga dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah adalah adanya kenaikan harga bahan baku yang cukup tinggi. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Responden 1 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.”¹⁰¹

Hal senada juga diungkapkan oleh Responden 2 selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Kami amat kwalahan menanganinya, bahan baku yang naik berlebihan jarang terjadi memang, tapi sekalinya terjadi seperti merusak scenario perdagangan kami.”¹⁰²

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa meningkatnya harga bahan baku yang terlalu tinggi menyebabkan ancaman bagi proses pengembangan

100

¹⁰¹ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

¹⁰² Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

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 Responden 1 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.”¹⁰³

Hal senada juga diungkapkan oleh Responden 2 selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Kenaikan BBM tentunya membuat pengeluaran biaya operasional pendistribusian barang kami menjadi meningkat, seperti yang Responden 1 bilang tadi memang kami harus menggabungkan dua orderan sekaligus agar kami dapat meminimalisir biaya pengiriman barang.”¹⁰⁴

Dari pernyataan Responden 1 dan juga Responden 2 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 Responden 1 selaku pimpinan dari perusahaan konveksi UD. Al-

¹⁰³ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

¹⁰⁴ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

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.”¹⁰⁵

Hal senada juga diungkapkan oleh Responden 2 selaku wakil dari perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah sebagai berikut:

“Benar sekali kata Responden 1, jika saja kami tidak cepat beradaptasi dan memiliki mesin, dan teknologi modern tersebut kami dapat bersaing oleh perusahaan konveksi yang lain.”¹⁰⁶

Responden 3 juga mengatakan:

“Mungkin jika kami tidak memiliki alat alat canggih ini saya dan pekerja lain akan kesulitan dalam bekerja. mungkin pimpinan kami bisa merekrut karyawan lain untuk memasarkan produk UD Al Wasiilah secara online”¹⁰⁷

Dari pernyataan Responden 1, Responden 2, dan juga Responden 3 tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perubahan teknologi, informasi dan komunikasi bisa menjadi ancaman bagi perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah untuk berkembang apabila perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah tidak segera dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut. Hal ini terkait langsung dengan sistem pemasaran

¹⁰⁵ Wawancara dengan Responden 1 selaku pimpinan perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 14.00 WIB

¹⁰⁶ Wawancara dengan Responden 2 selaku wakil perusahaan konveksi UD. Al-Wasiilah pada 10 Februari 2021, pukul 13.00 WIB

¹⁰⁷

modern yang kini gencar dilakukan melalui media sosial, dan perangkat digital yang menaungi bidang pemasaran, periklanan, dan promosi tersebut.

2. Strategi yang Tepat untuk Mengembangkan Industri Konveksi UD. Al Wasillah

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:

- 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 pemasaran, 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 Umar.

Tabel 4.2
Pembobotan Faktor-faktor SWOT

| Faktor-faktor dalam Analisis SWOT | Bobot |
|---|--------------|
| Kekuatan (<i>Strengths</i>) | |
| Mutu dan kualitas produk terjamin | 0,15 |
| Memiliki mesin atau alat kerja yang lengkap | 0,10 |
| Kapasitas produksi cukup besar | 0,05 |
| Memiliki tenaga kerja yang handal | 0,10 |
| Variasi produk | 0,10 |
| Inovasi model sesuai keinginan konsumen | 0,10 |
| Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) | |
| Keterbatasan sumber daya manusia | 0,10 |
| Manajemen bersifat kekeluargaan | 0,05 |
| Kurangnya pemasaran, iklan, dan promosi | 0,10 |
| Keterbatasan modal | 0,10 |
| Besarnya biaya tidak terduga | 0,05 |
| Peluang (<i>Opportunities</i>) | |
| Hubungan yang baik dengan pengecer | 0,10 |
| Kebutuhan masyarakat terhadap sandang | 0,05 |
| Kepercayaan dan kepuasan konsumen | 0,10 |
| Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat | 0,05 |
| Budaya konsumtif | 0,10 |
| Ancaman (<i>Threats</i>) | |
| Keberadaan perusahaan sejenis | 0,10 |
| Munculnya pesaing baru di industri konveksi | 0,10 |
| Kenaikan bahan baku secara mendadak | 0,05 |
| Perubahan teknologi | 0,10 |
| Inflasi | 0,05 |
| Persaingan harga jual produk | 0,10 |
| Pemasaran produk menggunakan media online | 0,10 |

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 |
| 4) Kapasitas produksi cukup besar | 0,05 | 2 | 0,10 |
| 5) Memiliki tenaga kerja yang handal | 0,10 | 2 | 0,10 |
| 6) Variasi produk | 0,10 | 3 | 0,30 |
| 7) 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 pemasaran, 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, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui variable internal kekuatan (*strenght*) memiliki skor total 1,45 dan skor total kelemahan (*weaknessess*) adalah

1,00. Sehingga skor total variabel internal sebesar 2,45.

b) Matriks EFAS

Tabel 4.3 Matrik EFAS

| Faktor-faktor Strategi Eksternal | 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 | 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, 2021)

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-Wasillah

| | | |
|---|---|---|
| IFAS | Kekuatan (S) 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 | Kelemahan (W) 1) Keterbatasan sumber daya manusia 2) Manajemen bersifat kekeluargaan 3) Kurangnya pemasaran, iklan, dan promosi 4) Keterbatasan modal 5) Besarnya biaya tidak terduga |
| EFAS | | |
| Peluang (O) 1) Hubungan yang baik dengan pengecer 2) Kebutuhan masyarakat terhadap sandang 3) Kepercayaan dan kepuasan konsumen | Strategi SO 1) Mempertahankan mutu dan kualitas produk untuk menjaga kepercayaan konsumen 2) Terus melakukan variasi dan inovasi model untuk | Strategi WO 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 | mengimbangi budaya konsumsi masyarakat | dengan pelanggan dan pemasok |
|--|--|------------------------------|

| Ancaman (T) | Strategi ST | Strategi WT |
|---|--|---|
| 1) Keberadaan perusahaan sejenis 2) Munculnya pesaing baru di industri konveksi 3) Kenaikan bahan baku secara mendadak 4) Perubahan teknologi Inflasi 5) Persaingan harga jual produk 6) Pemasaran produk menggunakan media online | 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 | 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, 2021)

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-Wasillah sebagai berikut.

Tabel 4.5

Posisi perusahaan konveksi UD. Al-Wasillah

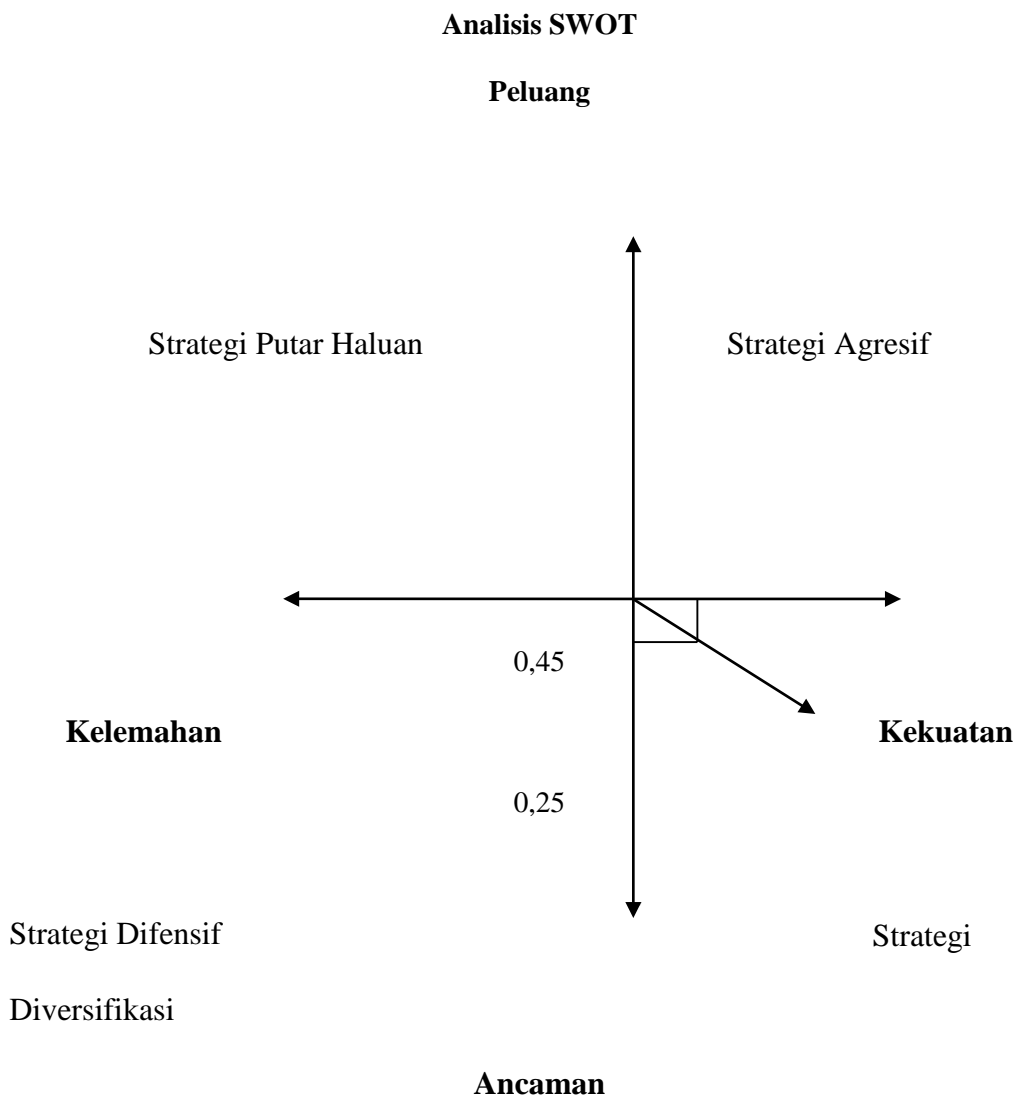
| IFAS | | EFAS | |
|------------------|---------------|----------------|----------------|
| Kekuatan | 1,45 | Peluang | 1,00 |
| Kelemahan | (1,00) | Ancaman | (1,25) |
| Hasil | (0,45) | Hasil | (-0,25) |

(Sumber: data yang telah diolah, 2021)

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 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 (*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.