

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Pengembangan Bisnis Konveksi Assafar Collection dengan Pendekatan Analisis SWOT ( *Strength, Weaknes, Opportunity,Threat* )**

Dalam bab ini akan di paparkan terkait urain dan pembahasan dari hasil penelitian, Sehingga teori teori yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya akan dijelaskan dengan hasil penelitian. Langkah yang pertama dalam penelitian ini yaitu dengan mewawancarai Bapak Ainur Roin selaku owner dari konveksi Assafar Collection, ibu rusmini selaku karyawan dan bapak mahmud selaku pelanggan. Terkait dengan Kekuatan *Strenght* Kelemahan *Weakness*, Peluang *Opportunitiess*, dan Ancaman *Threats* pada konveksi Assafar Collection.

Setelah peneliti mendapatkan data hasil wawancara, peneliti akan mengolah data menggunakan analisis dengan matrik SWOT. Langkah yang pertama peneliti menganalisis Faktor yang menjadi Kekuatan *Strenght* Kelemahan *Weakness*, Peluang *Opportunitiess*, dan Ancaman *Threats* pada konveksi Assafar Collection. Selanjutnya memasukkan data kematrik SWOT. Terdapat 4 alternatif yang bisa dijalankan dalam bisnis konveksi Assafar Collection berdasarkan hasil yang diperoleh dari penggunaan Matriks SWOT, Seperti yang dijelaskan sebagai berikut ;

1. Strategi SO (strenght Opportunity): Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk

merebut dan memanfaatkan peluang dengan sebesar-besarnya.berikut ini adalah alternatif strategi SO ;

- a. memepertahankan kualitas produk yang baik dan melayani pelanggan dengan baik supaya terbentuk citra yang positif dan pangsa pasar yang baru dapat menjadi percaya dan loyal.
- b. mengoptimalkan kemampuan produksi untuk mensuplay demand yang belum terpenuhi.

2. Strategi ST (strenght-Threat): Strategi ini menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman. Berikut ini merupakan alternatif strategi ST ;

- a. memberlakukan sistem jaminan bagi para sales yang order barang dengan berhutang, selain itu tujuannya memberikan pengikat untuk pengembalian aktiva yang kurang lancar.
- b. memperkirakan jumlah bahan baku deng kemampuan kapasitas produksi secara akurat yang digunakan untuk memproduksi barang pesanan perpelanggan agar megurangi kerugian di saat harga bahan baku naik secara signifikan.

3. Strategi WO (Weakness-Opportunity): Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Adapun startegi WO sebagai berikut;

- a. melakukan perluasan pemasaran tidak hanya terpusat pada offline, dengan menambah strategi pemasaran secara on line lewat

- media sosial twiter, instagram, facebook, atau web, dan marketplace seperti shoope, tokopedia, dan bukalapak.
- b. memberlakukan sistem freelance kepada tenaga kerja di sekitar lokasi yang mengganggu untuk mengejar keterlambatan produksi
4. Strategi WT (weaknes-Threat):Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.seperti yang dijelaskan dibawah ini;
- a. melakukan riset dan pengembangan inovasi produk sehingga produk mempunyai nilai lebih
- b. menambah jaringan toko suplier bahan baku yang sehingga proses produksi tidak terhambat

## **B. Strategi yang Mendukung dalam Mengembangkan Bisnis Konveksi Assafar Collection**

Dari penggambaran faktor-faktor internal dan eksternal yang ada pada perusahaan di gunakan untuk menilai seberapa besar kekuatan perusahaan yang ada didalam perusahaan untuk menangkap peluang yang berada di luar lingkungan. Dalam menangkap dan mengerjakan peluang yang ada di sesuaikan dengan kemampuan kekuatan yang ada pada perusahaan. Setelah dilakukan perhitungan menggunakan analisis SWOT dengan menggunakan tabel analisis IFAS (*internal factor analisis summary*) diperoleh hasil bahwa, kekuatan (strength) memiliki skor 1,95 dan kelemahan (weakness) memiliki skor 0,60 total jumlah skor dari faktor internal sebesar 2,55

Perhitungan yang dilakukan dengan matriks EFAS (*eksternal factor analysis summary*) memiliki hasil bahwa, faktor peluang memiliki skor 1,60 dan ancaman memiliki skor 0,60. Jumlah total dari kedua faktor sebesar 2,20 .

Dari hasil analisis menggunakan matrik IFAS (*internal factor analysis summary*) dan matrik EFAS (*eksternal factor analysis summary*) dimasukkan ke dalam diagram SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan. Pada diagram carterious SWOT diketahui pada sumbu opportunities memiliki nilai 1,00 dan pada sumbu strength memiliki skor 1,35 posisi perusahaan condong pada kuadran 1.

pada kuadran 1 ini adalah situasi yang sangat menguntungkan sekali. Dimana perusahaan itu mempunyai peluang dan kekuatan yang besar, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan menggunakan kekuatan perusahaan. Sehingga perusahaan dalam kondisi seperti ini harus menerapkan strategi yang mendukung policy atau kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).<sup>164</sup>

Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Strategi yang mendukung untuk mengembangkan bisnis konveksi Assafar Collection yaitu dengan strategi SO *Strength, Opportunitiess* yaitu dengan ;

1. memepertahankan kualitas produk yang baik dan melayani pelanggan dengan baik supaya terbentuk citra yang positif dan pangsa pasar yang baru dapat menjadi percaya dan loyal.

---

<sup>164</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. hal.108

2. mengoptimalkan kemampuan produksi untuk mensuplay demand yang belum terpenuhi.

Strategi ini juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh Brown dan Petrello ;

“ Pengembangan Usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.”<sup>165</sup>

---

<sup>165</sup> Wida Ningsih, *Aspek Hukum Kewirausahaan* (Malang: Polinema Press, 2018) hal 90