

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Gambaran Umum Bordir Kebaya Khas Bali Metro Embroidery

Usaha industri bordir ini berkembang sangat pesat dari tahun 1990-an. Dengan adanya kerajinan Bordir maka dapat membuka lapangan pekerjaan daerah sekitar. Dari zaman dahulu kerajinan bordir ini tidak hanya membordir kebaya melainkan membordir baju, mukena dan jilbab. Kebaya khas Bali Metro Embroidery ini merupakan suatu usaha industri yang bergerak dibidang pakaian kebaya khas Bali.

Lokasi industri ini berada pada pemukiman penduduk dan terdapat beberapa pengusaha lain yang juga mendirikan usaha di Desa Banaran dan Desa Kates. Lokasi ini dipilih karena di desa masih terdapat lahan atau tanah yang luas sehingga dapat dijadikan tempat produksi kebaya Bali.

Usaha bordir kebaya Bali ini awalnya menggunakan mesin bordir biasa yang dikendalikan oleh manusia. Namun dengan adanya perkembangan teknologi maka terciptalah mesin yang dinamakan dengan mesin komputer. Mesin komputer ini merupakan mesin yang sudah sangat canggih karena dalam menjalankan mesin ini tidak memerlukan karyawan yang cukup banyak. Sedangkan mesin bordir biasa membutuhkan karyawan yang cukup banyak, namun sampai saat

ini mesin bordir biasa juga masih digunakan karena masyarakat desa banyak yang memiliki keahlian dalam menjalankan mesin bordir biasa.

Untuk produk yang dihasilkan khususnya kebaya khas Bali, karena pemasaran berada di wilayah pulau Bali. Namun terkadang juga mengerjakan produk kamen khas Bali juga. Kamen ini merupakan sebuah rok yang menjadi setelan saat menggunakan kebaya Bali, namun produk kamen ini jarang diproduksi oleh perusahaan. Untuk bahan baku sendiri juga berasal dari Bali, karena di daerah Tulungagung jumlah bahan baku cukup sedikit sedangkan untuk memproduksi dan memenuhi pemesanan dari konsumen membutuhkan bahan baku yang banyak.

2. Sejarah Berdirinya Bordir Kebaya Khas Bali Metro Embroidery

Usaha bordir kebaya khas Bali ini berdiri pada tahun 2015 yang didirikan oleh Bpk. Juremi dan Ibu Weni. Awal berdirinya usaha bordir kebaya khas Bali ini pemilik merantau ke pulau Bali dengan tujuan mencari pekerjaan, dengan mengamati peluang kerja yang mampu dijadikan untuk membangun usaha sendiri. Dengan kemampuan yang dimiliki dari seorang pemilik sehingga beliau bekerja ikut dengan orang yang memproduksi kebaya khas Bali tersebut. Kemudian pemilik sedikit demi sedikit mengumpulkan modal

yang akan digunakan untuk membangun usaha bordir kebaya khas Bali ini dengan sendiri.⁴⁵

Pada saat bekerja pada orang lain pemilik mengamati apa yang perlu dikembangkan dari proses produksi kebaya khas Bali ini. Setelah mengetahui apa yang harus dilakukan ketika membangun usaha sendiri pemilik menerapkan serta mengembangkan ide kreatif dan mengikuti perkembangan zaman. Pada tahun 2015 usaha bordir khas Bali ini masih menggunakan mesin yang dikendalikan oleh tenaga manusia secara manual.⁴⁶ Pada saat menggunakan mesin secara manual hasil produksi yang seperti motif cukup lumayan rapi meskipun motif satu dengan yang lainnya tidak akan sama persis. Proses pengerjaan yang dilakukan oleh karwayan yang berbeda-beda kemampuan akan menjadikan motif yang tidak sama. Namun pada saat itu persaingan bisnis tidaklah cukup banyak sehingga dapat menghasilkan pendapatan yang maksimal.

Beberapa tahun kemudian yang tepatnya pada tahun 2020 dengan adanya perkembangan zaman yang tentunya sangat berpengaruh dalam perkembangan teknologi. Sehingga pada saat itu muncul mesin yang canggih yang disebut dengan mesin komputer. Mesin komputer ini merupakan mesin yang diciptakan oleh negara China. Untuk membeli mesin tersebut memerlukan biaya yang cukup besar, sehingga beliau meminjam uang ke bank digunakan untuk

⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Juremi, Pemilik Usaha Bordir Kebaya Bali, Tanggal 30 september 2021

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Weni, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

membeli mesin tersebut. Sehingga selama beberapa tahun beliau harus mencicil uang yang dipinjam.

Mesin komputer ini sangat bermanfaat selain proses pengerjaan yang cepat hasil yang dihasilkan sangat bagus dan rapi. Karyawan yang dibutuhkan juga tidak sebanyak pada saat menggunakan mesin bordir manual, karena hanya membutuhkan satu karyawan pada saat bekerja untuk mengoperasikan mesin komputer tersebut.

Kendala yang dihadapi pada saat menggunakan mesin komputer ini yaitu persaingan bisnis yang begitu ketat. Tidak sedikit orang yang memiliki usaha bordir kebaya khas Bali ini, sehingga mengakibatkan harga jual produk yang menurun. Oleh karena itu Bpk. Juremi harus menciptakan motif-motif yang bervariasi, sehingga konsumen tidak berpindah ke pengusaha lain.

Sampai saat ini usaha bordir kebaya Bali ini sangat berkembang pesat. Setiap hari mendapatkan pesanan sehingga mengharuskan untuk memproduksi setiap hari, karena sudah dipercaya oleh 3 toko sekaligus yang ada di daerah Bali. Kebaya khas Bali ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat Bali karena digunakan untuk beribadah.

3. Letak Geografis Objek Penelitian

Kabupaten Tulungagung terletak pada posisi $111^{\circ} 43'$ sampai dengan $112^{\circ} 07'$ bujur timur dan $7^{\circ} 51'$ sampai dengan $8^{\circ} 18'$ lintang selatan. Batas daerah, di sebelah timur berbatasan langsung dengan

Kabupaten Blitar. Di sebelah utara berbatasan langsung dengan Kabupaten Kediri tepatnya dengan Kecamatan Kras. Di sebelah selatan berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia dan sebelah Barat berbatasan langsung dengan Kabupaten Trenggalek.

Gambar 4.2
Peta Kabupaten Tulungagung



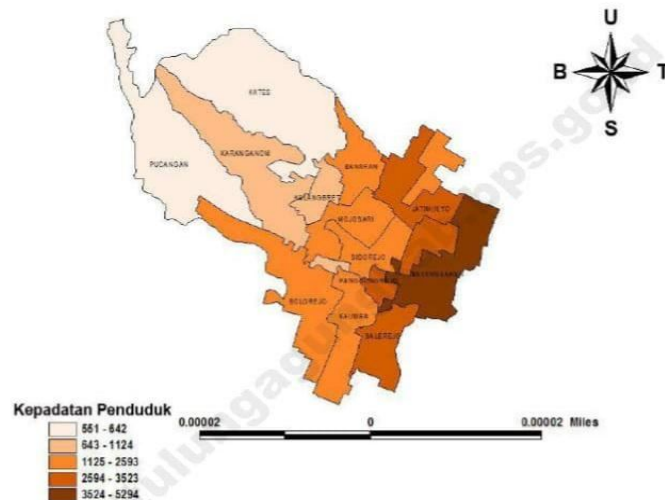
Sumber: eastjava.com

Salah satu Kecamatan yang ada di sebelah barat Kabupaten Tulungagung adalah kecamatan Kauman. Luas Wilayah Kecamatan Kauman yaitu 30,88 Km², dengan batas-batas disebelah utara adalah Kecamatan Karangrejo, sebelah timur Kecamatan Tulungagung, sebelah selatan Kecamatan Gondang dan sebelah barat adalah Kecamatan Pagerwojo.

Kecamatan Kauman terbagi habis ke dalam 13 desa, 90 Rukun Warga (RW) dan 311 Rukun Tetangga (RT). Desa yang mempunyai

wilayah terluas adalah desa Kates, desa dengan wilayah paling sempit adalah desa Kalangbret.

Gambar 4.3
Peta Kecamatan Kauman



Sumber: exploreta.blogspot.com

Penelitian ini dilakukan di Desa Banaran Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung Jawa Timur. Desa Banaran merupakan sebuah desa yang berbatasan langsung dengan desa Kates di bagian barat, desa Jatimulyo di bagian utara, dan desa Mojosari di bagian Selatan. Lokasi penelitian ini merupakan sebuah rumah dari pemilik sendiri dan kebetulan di lokasi ini merupakan suatu tempat yang masyarakatnya banyak yang menjalankan usaha bordir kebaya khas Bali. Sehingga untuk perijinan usaha sendiri tidaklah sulit karena ini merupakan usaha milik pribadi yang tidak bercampur tangan dari pihak yang berwenang dan untuk perijinan hanya meminta izin kepada masyarakat sekitar karena mesin yang digunakan suaranya cukup

keras. Dengan adanya usaha ini akan membantu masyarakat sekitar dalam hal perekonomian karena dapat menjadikan tambahan lowongan pekerjaan.

4. Visi dan Misi

- a. Visi menjadi usaha industri produk kebaya Bali yang selalu mengutamakan kualitas produk
- b. Misi menjadikan usaha industri produk kebaya Bali yang bermanfaat bagi masyarakat dalam menambah lapangan pekerjaan, memberikan pelayanan yang lebih maksimal, dan menciptakan produk-produk baru.⁴⁷

5. Sarana dan Prasarana

Sarana prasarana yang digunakan membutuhkan modal yang cukup besar, seperti sebagai berikut:⁴⁸

- a. Tanah bangunan
- b. 2 Mesin komputer
- c. 1 mesin bordir biasa
- d. 1 Pick up
- e. 1 mobil
- f. Tempat ibadah
- g. Kamar mandi atau toilet
- h. 1 Mesin pemotong kain
- i. Listrik

⁴⁷ Wawancara dengan Ibu Weni, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

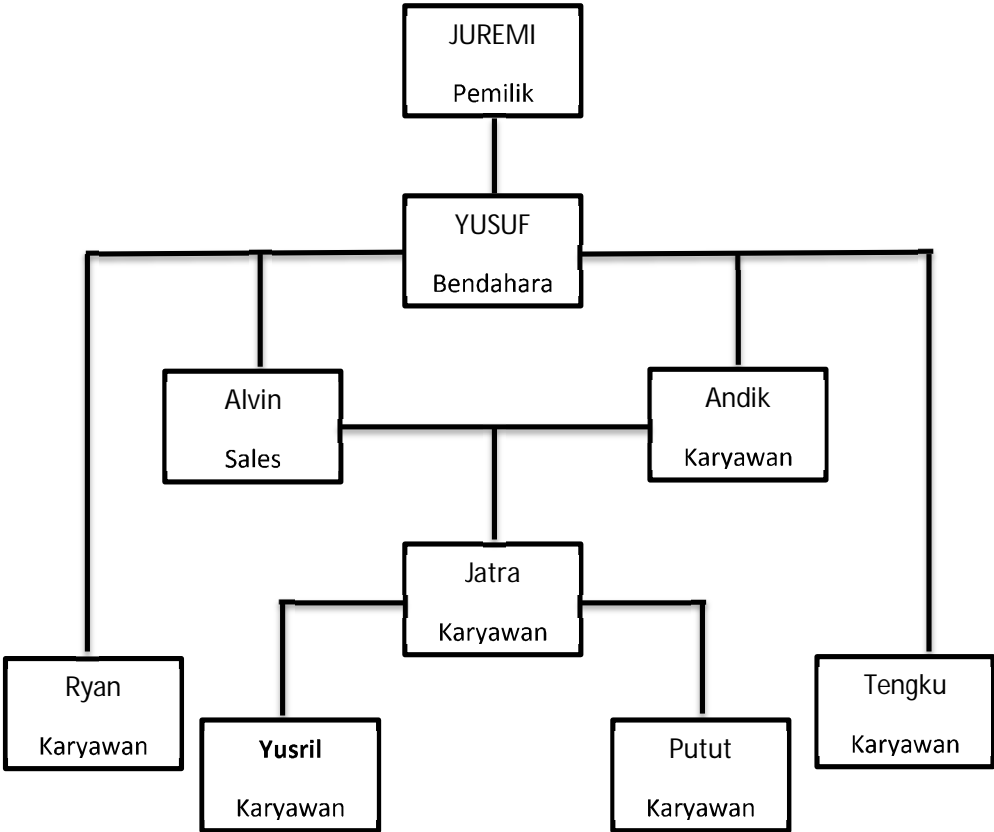
⁴⁸ Wawancara dengan Ibu Weni, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

- j. Jasa pengiriman
- k. Media *online*

6. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dalam usaha ini tidak terlalu banyak pembagian tugas dikarenakan proses produksi yang tidak terlalu sulit, sehingga selain pemilik yang mengatur perusahaan hanya membutuhkan karyawan sebagai pelaku yang memproduksi dan bendahara yang mengurus keuangan. Berikut struktur organisasi di bordir kebaya khas Bali :

Bagan 4.1
Struktur Organisasi Bordir Kebaya Khas Bali MetroEmbroidery



Sumber: Bordir Kebaya Khas Bali Metro Embroidery

7. Data informan

Tabel 4.3
Data Informan

| Nama | Umur | Jabatan |
|-------------|-------------|----------------|
| Juremi | 36 tahun | Pemilik |
| Weni | 36 tahun | Pemilik |
| Yusuf | 26 tahun | Bendahara |
| Alvin | 21 tahun | Sales |
| Ryan | 20 tahun | Karyawan |
| Andik | 22 tahun | Karyawan |
| Jatra | 20 tahun | Karyawan |
| Yusril | 19 tahun | Karyawan |
| Putut | 21 tahun | Karyawan |

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk

Kebaya Khas Bali

Dalam suatu industri seorang pengusaha harus memikirkan bagaimana strategi-strategi yang akan membuat usahanya berkembang. Oleh sebab itu suatu usaha industri memerlukan adanya peningkatan dalam pemasaran produk, karena dengan semakin banyak produk yang terjual maka akan mencapai maksimal tujuan dari suatu usaha sehingga memberikan keuntungan yang besar.

Strategi yang dilakukan oleh usaha bordir kebaya khas Bali ini akan dijelaskan oleh pemilik serta karyawan dalam wawancara yang telah dilakukan.

Bauran Pemasaran

Adapun langkah-langkah dalam memasarkan produk menggunakan bauran pemasaran dengan menggunakan metode 4P yaitu (*Product, Price, Place* dan *Promotion*).

a. Produk (*Product*)

Usaha bordir kebaya Bali ini hanya memproduksi kebaya khas Bali tersebut, akan tetapi terkadang juga memproduksi kamen atau bisa disebut dengan rok yang digunakan oleh masyarakat Bali. Untuk memenuhi bahan baku usaha ini mengambil dari Bali karena kualitas bahan yang berasal dari sana cukup berkualitas hal tersebut dipaparkan oleh pemilik, sebagai berikut :

“Bahan baku sendiri itu dari Bali, karena kalau disini bahannya tidak cukup banyak sedangkan pesanan yang masuk cukup banyak sehingga akan mencapai target pemesanan.”⁴⁹

Para karyawan setiap harinya memproduksi produk kebaya Bali ini selama 24 jam dapat menghasilkan paling banyak 48 pcs produk. Hasil yang dihasilkan juga tergantung pada motif yang diminta oleh konsumen. Paparan data tersebut diperoleh dari wawancara karyawan yang bernama Ryan, hasil wawancara sebagai berikut:

“Kami setiap harinya dapat menghasilkan 48 lembar kain yang sudah dibordir itu paling banyak, kalau motif yang dikerjakan sederhana dan tidak terlalu banyak motif. Jadi setiap harinya itu beda hasilnya tergantung sama motif.”⁵⁰

⁴⁹ Wawancara dengan Bapak Juremi, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal 30 September 2021

⁵⁰ Wawancara dengan Ryan, Karyawan Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

Volume penjualan produk kebaya dari tahun ke tahun cukup meningkat, dengan adanya mesin komputer produk yang dihasilkan menjadi lebih banyak dan cukup bagus. Rata-rata setiap bulan pemesanan yang masuk mencapai 892-1.460 pcs kebaya, hal tersebut disampaikan oleh pemilik usaha yaitu Bapak Juremi, sebagai berikut:

“Pesanan yang masuk itu setiap bulan sekitar 892-1.460 kebaya. Saat ini kami melayani pemesanan dari 3 toko sekaligus. Sebelum memakai mesin komputer ini produk selesai dengan waktu yang cukup lama, namun saat ini dengan adanya mesin komputer ini produk dapat selesai dengan waktu yang cepat.”⁵¹

Dapat disimpulkan dari paparan data yang diperoleh bahwa produk kebaya Bali ini khususnya dipasarkan didaerah Bali, namun ternyata kebaya ini juga diminati oleh luar pulau Bali. Proses produk kebaya Bali ini setiap harinya memproduksi kurang lebih 48 pcs, dengan menggunakan mesin komputer maka pengerjaan akan lebih cepat. Produk kebaya Bali ini sangat diminati konsumen, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Lokasi untuk tempat produksi pemilik memilih untuk menempatkan di Tulungagung karena memiliki tempat untuk dibuat tempat produksi.

⁵¹ Wawancara dengan Bapak Juremi, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal 30 September 2021

b. Harga (*price*)

Dalam menciptakan suatu produk harga merupakan suatu hal yang harus ditentukan pada saat awal sebelum memasarkan produk. Dengan mempertimbangkan keuntungan harga akan tercipta sesuai dengan kondisi pasar. Hal tersebut dijelaskan oleh pemilik bordir kebaya khas Bali, sebagai berikut:

“Kalau untuk harga itu sendiri dari tahun ketahun mengalami penurunan, dulu pada saat awal mendirikan usaha pasaran harga produk mencapai harga Rp. 80.000 - Rp. 105.000, namun pada saat ini pasaran harganya turun menjadi Rp. 65.000 – Rp. 90.000.⁵²

Dalam harga pasaran produk tidak menentu terus naik akan tetapi dapat menurun dengan banyaknya pesaing bisnis. Hal serupa juga dijelaskan oleh ibu weni, sebagai berikut :

“Harga produk itu sesuai dengan pasaran, dulu pada saat masih menggunakan mesin bordir biasa pasaran harga cukup tinggi karena pada saat itu pesaing bisnis masih sedikit. Pada saat ini harga turun karena banyaknya pesaing bisnis. Kami tidak berani menaikkan harga takutnya nanti malah tidak mendapatkan pesanan dari toko karena harga yang ditawarkan terlalu tinggi. Jadi ya kami mematok harga sesuai dengan pasaran saat ini.”⁵³

Dapat disimpulkan bahwa harga sangat tergantung pada banyaknya pesaing bisnis. Semakin banyaknya pesaing bisnis maka harga tersebut bisa menjadi turun. Apabila tidak mengikuti harga pasaran maka akan terjadi penurunan pendapatan yang dapat

⁵² Wawancara dengan Bapak Juremi, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal 30 September 2021

⁵³ Wawancara dengan Ibu Weni, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

merugikan pengusaha. Karena modal yang dibutuhkan pada saat awal cukup besar.

c. Lokasi distribusi (*Place*)

Penentuan lokasi distribusi merupakan hal yang sangat mendukung bagi seorang pengusaha dalam memasarkan produknya. Lokasi sering kali disebut sebagai saluran distribusi yang dijadikan sebagai tempat aktivitas perusahaan untuk membuat produk dan menyalurkan produk agar sampai kepada sasaran konsumen. Perusahaan memilih saluran distribusi atau menetapkan tempat kegiatan bisnis. Paparan data yang diperoleh dari sales/karyawan, sebagai berikut:

“Lokasi pemasaran yang dipilih itu pulau Bali. Karena disana masyarakatnya membutuhkan produk kebaya yang digunakan untuk beribadah. Akan tetapi kami juga memasarkan secara *online* jadi dapat menarik minat konsumen dari wilayah manapun. Adanya media *online* sangat membantu dalam melakukan promosi pemasaran produk”⁵⁴

Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi distribusi produk itu khususnya di wilayah Bali, namun tidak menutup kemungkinan lokasi pemasaran diluar wilayah pulau Bali. Karena pada zaman sekarang ini teknologi semakin canggih sehingga pemasaran bisa melalui online.

Untuk lokasi produksi itu berada di wilayah Tulungagung tidak bertempat di Bali. Karena pemilik berasal dari Tulungagung

⁵⁴ Wawancara dengan Alvin, Sales Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

kalau bertempat di Bali tambah membutuhkan modal yang besar untuk membeli atau menyewa tempat. Paparan data diatas dijelaskan oleh Ibu Weni, sebagai berikut:

“Untuk tempat produksi kami memilih untuk kembali pulang ke tulungagung, karena di tulungagung memiliki tempat sebagai produksi. Kalau di Bali itu membutuhkan modal yang besar karena harus menyewa atau bahkan membeli tanah sebagai tempat produksi. Tempat produksi itu membutuhkan tempat yang luas sehingga kami memutuskan untuk membuat tempat produksi di Tulungagung”⁵⁵

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi atau menawarkan produk merupakan suatu cara yang biasa digunakan oleh perusahaan untuk menarik konsumen dengan cara menginformasikan produk yang telah di produksi agar lebih bisa dikenal oleh masyarakat luas. Cara ini bisa menggunakan berbagai macam media seperti poster, iklan, brosur dll. Paparan data yang diperoleh sebagaimana telah disampaikan oleh Bapak Juremi :

“Langkah pertama pada saat memasarkan produk, kami menggunakan sistem dengan membuat barang setelah itu menawarkan produk dari toko ke toko menggunakan jasa sales. Pada saat awal mendirikan usaha belum menggunakan jasa *online shop*. Namun dengan berkembangnya teknologi yang canggih kemudian kami mulai menggunakan media online untuk memasarkan produk kebaya Bali”⁵⁶

⁵⁵ Wawancara dengan Ibu Weni, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal 2 oktober 2021

⁵⁶ Wawancara dengan Bapak Juremi, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal 30 September 2021

Selain menawarkan dari toko ke toko Ibu Weni, menyampaikan bahwa:

“Selain melakukan promosi dari toko ke toko produk akan semakin dikenal sehingga kami juga menawarkan produk kepada konsumen secara langsung, namun hal tersebut tidak begitu efektif tetapi sedikit membantu dalam penjualan. Selang beberapa tahun dan semakin canggihnya teknologi kami mencoba memasarkan menggunakan media *online*.”⁵⁷

Strategi selanjutnya mengenai pemasaran produk pemilik melakukan mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk dengan menciptakannya motif-motif terbaru sehingga konsumen tidak bosan dengan motif yang itu-itu saja. Seorang konsumen memiliki selera yang berbeda-beda yang satu dengan lainnya tidak meski sama. Sehingga seorang pengusaha selalu berusaha melayani permintaan konsumen dengan baik sehingga konsumen tersebut merasa puas dan akhirnya kembali membeli produk ini. Hal tersebut diperoleh dari paparan data pada saat mewawancarai Ibu weni.

“Kami selalu mengutamakan kualitas produk, menciptakan motif-motif terbaru, memilih warna kain yang banyak diminati oleh konsumen. Selain itu kami juga menerima pemesanan motif atau warna kain dari permintaan konsumen, dengan begitu konsumen akan puas dan kembali membeli. Konsumen itu memiliki daya tarik tersendiri ketika kami membuat produk motif kebaya baru yang sesuai dengan selera mereka.”⁵⁸

⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Weni, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

⁵⁸ Wawancara dengan Ibu Weni, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

2. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kebaya Khas Bali

Faktor internal dan faktor eksternal dalam suatu perusahaan sangat berpengaruh dalam proses produksi, penjualan ataupun proses pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode 4P (*Price, Product, Promosi, Place*) sehingga untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal mengacu pada 4P (*Price, Product, Promosi, Place*). Usaha industri bordir kebaya Bali ini dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi proses berjalannya usaha.

a. Faktor Internal

Usaha industri bordir kebaya Bali memiliki faktor internal yang dapat meningkatkan penjualan produk, faktor internal yang dimiliki oleh seorang pengusaha akan menambah peningkatan dalam menjalankan usahanya. Sehingga faktor internal ini akan menjadi antisipasi dalam menghadapi persaingan bisnis yang akan datang dengan datangnya bisnis industri dalam konteks yang sama. Berikut faktor internal yang pertama mengacu pada 4P produk (*Product*) dalam perusahaan ini yang diperoleh dari paparan data wawancara yang pertama dipaparkan oleh karyawan :

“Motif-motif yang baru akan menjadi salah satu kekuatan, dari kami yang selalu menciptakan sesuatu yang baru itu akan menjadi kekuatan bagi usaha bordir kebaya Bali ini, karena saya amati setiap saya hari saya bekerja disini itu setiap minggu sekali atau setiap bulan sekali itu motif yang saya kerjakan itu beda-beda, ya karena permintaan pembeli

sehingga mengharuskan menuruti apa yang pembeli inginkan.”⁵⁹

Faktor internal dari produk (*Product*) yang kedua dipaparkan oleh karyawan, sebagai berikut:

“Kualitas, kami ini sangat mengedepankan kualitas seperti contoh ya kualitas kain, kualitas motif-motif, kualitas pengemasan, kualitas pengiriman barang, sampai kualitas pelayanan itu juga dipikirkan dalam usaha ini.”⁶⁰

Faktor internal dari produk (*Product*) yang ketiga, dipaparkan oleh pemilik usaha, yaitu sebagai berikut:

“Pelayanan proses pengiriman barang yang tepat waktu. Ya karena proses pengiriman ini membutuhkan waktu yang tidak sebentar sehingga kami sangat konsisten dengan proses pengiriman, karena kan produk ini diproduksi di wilayah tulungagung sedangkan konsumen itu berada di wilayah Bali, maka dari itu kami selalu memperkirakan waktu barang dikirim dan waktu barang sampai ke tangan konsumen.”⁶¹

Faktor internal dari promosi (*Promotion*), juga dipaparkan oleh pemilik usaha, sebagai berikut:

“Kami menyediakan pelayanan pembelian tidak hanya melalui *offline* atau datang langsung ke tempat produksi kami, melainkan juga melayani pembelian secara *online*, karena kan saat ini musimnya jual beli *online*, jadi kami juga memanfaatkan kecanggihan teknologi yang sedang berkembang saat ini. Itu kan juga mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian sehingga keuntungan yang kami dapatkan juga maksimal.”⁶²

⁵⁹ Wawancara dengan Andik, Karyawan Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

⁶⁰ Wawancara dengan Tengku, Karyawan Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

⁶¹ Wawancara dengan Bapak Juremi, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal 30 September 2021

⁶² Wawancara dengan Ibu Weni, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal 30 September 2021

Faktor internal dari promosi (*Promotion*) dipaparkan juga oleh pemilik usaha bordir kebaya khas Bali, sebagai berikut :

“Kita memanfaatkan kemajuan teknologi yang sedang berkembang saat ini contohnya itu kita sudah beralih ke mesin yang lebih canggih yaitu mesin komputer. Dengan adanya teknologi kita dapat memanfaatkan pengaruhnya terhadap usaha ini. Selain itu dengan adanya teknologi kita juga dapat memasarkan produk menggunakan media online, sehingga konsumen dapat membeli dengan mudah dan gampang.”⁶³

Faktor internal dari tempat distribusi (*Place*) dipaparkan oleh pemilik usaha, sebagai berikut :

“Lokasi produksi sedikit menjadi permasalahan dalam menjalankan usaha bordir ini, karena jauhnya lokasi produksi dan lokasi pemasaran, akan menghambat untuk pengiriman dengan waktu yang cepat.”⁶⁴

Faktor internal dari tempat distribusi (*Place*) dipaparkan oleh karyawan, sebagai berikut:

“Lokasi pendistribusian barang yang berada di Bali memudahkan kami saat melakukan promosi produk, karena dapat mudah dijangkau dalam satu lokasi, namun tidak hanya memasarkan di bali saja melainkan di lokasi lain.”⁶⁵

Faktor internal dari harga (*Price*) yang dimiliki oleh usaha industri bordir kebaya khas Bali, sebagai berikut :

“Harga kebaya bali ini yang awal mulanya melambung tinggi pada saat ini menjadi turun akibat banyaknya persaingan bisnis yang bergerak di bidang yang sama. Sehingga ya mempengaruhi nilai jual produk saat dijual dan tentunya menjadikan turun pendapatan, sebenarnya kami bisa membuat

⁶³ Wawancara dengan Bapak Juremi, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal Oktober 2021

⁶⁴ Wawancara dengan Ibu Weni, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal 30 September 2021

⁶⁵ Wawancara dengan Yusuf, bendahara Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

harga namun ya tidak dapat mmebuat harga yang terlalu tinggi”⁶⁶

b. Faktor Eksternal

Selain memiliki faktor internal dalam suatu usaha juga memiliki faktor eksternal. Faktor eskternal tersebut muncul dari luar perusahaan yang harus diantisipasi dan menyiapkan strategi untuk mengatasi hal-hal yang mungki akan terjadi dalam perusahaan. Faktor eksternal produk (*Product*) dipaparkan juga oleh pemilik usaha bordir kebaya khas Bali, sebagai berikut :

“Banyaknya pesaing yang bergerak dibidang usaha yang sama. Jadi kan ya mau tidak mau kita harus memiliki strategi tersendiri dalam mengatasi hal tersebut.”⁶⁷

Faktor eksternal dari harga (*Price*) dipaparkan juga oleh pemilik usaha bordir kebaya khas Bali, sebagai berikut :

“Terkadang pesaing itu muncul merusak harga pasaran contohnya mematok harga dengan harga yang dibawah pasaran. Memproduksi dengan berbagai macam jenis produk. Sehingga kami sangat mengutamakan kualitas produk, agar konsumen itu tidak beralih ke produsen lain.”⁶⁸

Faktor eksternal dari harga (*Price*) yang kedua dipaparkan oleh karyawan, sebagai berikut:

“Untuk harga juga sebagai faktor eksternal bagi kami, pesaing baru itu biasanya menggunakan harga yang dibawah pasaran istilahnya merusak harga pasaran lah, yang seharusnya untung banyak akan menjadi untung sedikit”⁶⁹

⁶⁶ Wawancara dengan Ibu Weni, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal 30 September 2021

⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Weni, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal 30 September 2021

⁶⁸ Wawancara dengan Bapak Juremi, Pemilik Usaha Bodir Kebaya Khas Bali, Tanggal Oktober 2021

⁶⁹ Wawancara dengan Putut, Karyawan Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

Faktor eksternal dari harga (*Price*), dipaparkan oleh bendahara, sebagai berikut:

“Pembayaran yang dilakukan oleh konsumen terkadang mengalami kemacetan ya seperti membayar tidak tepat waktu gitu, hal tersebut mengakibatkan proses produksi akan terhambat yang seharusnya uang itu berputar harus berhenti.”⁷⁰

Faktor eksternal dari promosi (*Promotion*) dipaparkan oleh karyawan, sebagai berikut:

“Promosi pesaing lebih maksimal, itu juga sebagai ancaman bagi kami. Karena kan kalau perusahaan pesaing itu baru promosinya kan juga semaksimal mungkin dalam mendapatkan konsumen bahkan ada juga yang mengadakan promo agar menarik konsumen untuk membeli.”⁷¹

Faktor eksternal dari lokasi distribusi (*Place*) dipaparkan oleh karyawan, sebagai berikut:

“lokasi distribusi pesaing lebih luas dari lokasi distribusi yang kita tetapkan, sehingga pesaing lebih dapat menguasai pangsa pasar di berbagai wilayah”⁷²

Dari paparan data diatas dapat disimpulkan bahwa, dalam menjalankan suatu usaha tidak terlepas dari strategi dan juga masalah-masalah yang muncul tidak terduga. Maka dari itu suatu perusahaan perlu menganalisis sesuatu yang mungkin akan terjadi serta mencari solusi terbaik agar perusahaan dapat terus berkembang dengan stabil.

Faktor internal dan faktor eksternal akan membantu sebuah perusahaan dalam menangani masalah-masalah yang terjadi dan akan

⁷⁰ Wawancara dengan Yusuf, bendahara Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

⁷¹ Wawancara dengan Yusril , Karyawan Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

⁷² Wawancara dengan Putut , Karyawan Bodir Kebaya Khas Bali, 2 oktober 2021

terjadi. Sehingga faktor internal dan faktor eksternal memiliki peran penting dalam menganalisis faktor-faktor yang terjadi didalam perusahaan maupun faktor-faktor yang muncul dari luar perusahaan atau perusahaan lain.