STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KONVEKSI PADA ETIK KONVEKSI DI LAMPUNG TENGAH.

OKTAVIANUR¹

MILASURYAS YUCIA²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Bandar Lampung

Email: Oktavianur@ubl.ac.id; Milasuryasyucia01@gmail.com

ABSTRACT

This research was done on small medium enterprises that produce convection in the district of Lampung Tengah. Convection Etik section is a business development in offering many various types of outfits which are needed by the community. This kind of business convection is included in Home Industry part that is located on Bandar Sakti, Lampung tengah. It is planning in providing many different kinds of clothes which are varied from school uniform until work outfits. It will also provide many various kinds of fabric clothes, printing clothes, and embroidered. It also believes that in tailoring matters it can compete with others garment section that are owned by others in order to satisfy the costumers and to attract many new costumers. Data used is primary and secondary data. Primary data obtained through field surveys, while secondary data obtained from various publication sources. Method of analysis used is descriptive approach. By using strategic of business, Etik convection section is worth to develop.

Keyword: Business Strategy, development Convection

ABSTRAK

Penelitian ini telah dilakukan pada industry kecil konveksi di Lampung Tengah. Etik Konveksi merupakan pengembangan usaha yang menawarkan berbagai jenis pakaian yang di butuhkan masyarakat. Usaha Konveksi termasuk *Home Industry* yang berlokasi di Bandar Sakti, Lampung Tengah. Etik konveksi menyediakan berbagai jenis bahan pakaian di mulai dari pakaian sekolah hingga pakaian kerja. Etik konveksi juga menyediakan berbagai macam jenis kualitas bahan, sablon dan bordiran. Etik konveksi dalam segi penjahitan juga memiliki kualitas bahan jahitan yang mampu bersaing dengan konveksi lainnya sehingga dapat membuat pelanggan tertarik untuk datang. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer di peroleh dari survey lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai publikasi. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Dengan menggunakan strategi usaha ini, usaha etik konveksi merupakan usaha yang layak untuk dikembangkan.

Kata kunci : Strategi Bisnis, Perkembangan Konveksi

A. PENDAHULUAN

Dalam perekonomian Indonesia industri kecil dan menengah memiliki peran sangat besar terhadap perekonomian. Konveksi ini juga sering disebut industri rumahan. Banyak kebutuhan bagi kehidupan manusia baik dari makanan dan minuman namun masyarakat juga membutuhkan pakaian baik yang dikenakan sehari-hari atau kebutuhan khusus lainnya. Pada umumnya pengusaha konveksi mendapatkan pesanan dan jumlah besar pada momen-momen tertentu saja, seperti menjelang lebaran, dan pergantian tahunan ajaran baru atau event-event yang lainnya. Dalam hal ini memudahkan pebisnis untuk menjalankan sebuah bisnis konveksi agar tetap lancar dan semakin berkembang usahanya. Konveksi (pakaian jadi), di khususkan untuk pelajar, mahasiswa dan karyawan atau pegawai perusahaan.

Dalam perkembangan kemajuan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, masyarakat pada zaman sekarang banyak mengikuti baik sebuah organisasi atau pun komunitas. Maka dalam ini masyarakat membutuhkan suatu identitas agar terlihat lebih kompak dan mudah dikenali masyarakat luas. Karena disebut komunitas contohnya, jika tidak ada suatu identitas maka komunitas satu dan lainnya sulit untuk saling memperkenalkan komunitasnya selain itu seperti halnya contoh dari identitas gojek dan grab, mereka perlu adanya identitas seperti jaket agar mudah di kenali oleh penumpangnya. Dari pemikiran inilah muncul ide bisnis dari Ibu Etik. Beliau melihat peluang bisnis yang dianggap nya bisnis ini menjanjikan untuk prospek usaha nya kedepan. Namun dalam memulai usaha dalam bidang apa pun, maka yang pertama kali harus di lakukan oleh pebisnis, ia harus mengetahui bagaimana peluang pasar dan siapa saja yang menjadi target pemasaran.

Selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, pakaian adalah salah satu yang di butuhkan untuk masyarakat. Baik dari bayi

hingga dewasa bahkan orang tua semua membutuhkan pakaian dalam kehidupan sehari-hari. Menekuni bisnis konveksi ini sama seperti halnya menekuni bisnis kuliner, harus sama-sama cermat dalam memanfaatkan peluang pasar. Bisnis ini lebih memperlihatkan kualitas bahan dan dalam pengerjaannya. Jika kualitas produksi ini sesuai dengan konsumen, maka kemungkinan besar permintaan akan terus meningkat. Namun memang tidak menjamim seratus persen, karena ada juga konsumen mencari kualitas dan harga yang sesuai dengan dana mereka punya serta mencari tempat yang mudah di jangkau dalam pemesanan.

Menekuni bisnis konveksi ini memerlukan ketekunan serta keuletan dalam menjalankan usaha di bidang konveksi. karena menjadi pokok utama dalam usaha ini adalah kualitas pakaian dan bahan yang di buat. Konveksi ini biasanya permintaan meningkat ketika masuk ajaran baru anak sekolah atau ada kegiatan event besar yang membutuhkan pemesanan baju dengan tema yang sama. namun dalam usaha konveksi ini, pemilik harus mempunyai strategi dan ketrampilan khusus dalam mengembangkan usaha konveksi ini. Karena mengembangkan usaha konveksi ini sangat penting untuk kemajuan perusahaan. Akan tetapi dalam strategi pengembangannya harus melihat kepercayaan konsumen terhadap kepuasan kualitas produk.

Dalam menjalankan usaha ini, selain harus mempunyai modal yang cukup, pemilik juga harus mempunyai jiwa dan mental yang kuat. Karena dalam usaha pastinya tidak selalu berjalan dengan baik. Jika seseorang memilih untuk mendirikan suatu usaha maka harus siap pula dalam menghadapi resiko yang akan terjadi. Kunci membuat suatu usaha ialah niat dan tekad. Karena untuk menghalang berbagai hambatan psikologis rasa malu, takut gagal dan memadamkan perang batin antara berkeinginan dan keraguan adalah langkah pertama yang harus diatasi. Setelah sekiranya beban mental sudah teratasi, maka hal

berikutnya adalah masalah operasional. Dalam masalah operasional ini yang harus diperhatikan adalah pertimbangan kemampuan diri, keterampilan yang dimiliki yang menyangkut bidang pekerjaan itu. Contohnya dalam usaha konveksi, paling tidak dibutuhkan orang yang mengerti pola dalam jahitan dan mengerti penggunaan mesin jahit, baik manual maupun tidak manual. Akan tetapi dalam usaha konveksi tidaklah harus ahli membuat suatu pakaian karena untuk langkah awalnya harus mengetahui dan bagaimana cara menjalankan usaha tersebut agar berjalan dengan semestinya. Sementara untuk tenaga kerja bisa dilakukan melalui perekrutan pegawai. Persiapan berikutnya adalah persediaan sarana dan prasarana.

Usaha konveksi sudah cukup banyak di wilayah Lampung Tengah. Dalam hal ini membuat persaingan sesama usaha konveksi semakin ketat. Ini merupakan pendorong bagi mereka yang mempunyai usaha konveksi untuk meningkatkan kualitas produk. Tidak terkecuali Etik konveksi sebagai salah satu penyedia konveksi di

lampung tengah juga menyadari pentingnya kualitas pelayanan terhadap konsumen. Etik konveksi adalah salah satu usaha konveksi yang ada di Lampung Tengah. Etik Konveksi ini berdiri sejak 2012 dengan berbagai usaha yang telah dilakukan oleh Etik selaku pemilik konveksi yang tadinya hanya sebagai karyawan konveksi. Namun dalam bidang yang ia tekuni di konveksi membuat ia menjadi salah satu karyawan yang dapat diperhitungkan keahliannya. Etik adalah seorang yang mempunyai keterampilan lebih di bandingkan karyawan lainnya. Ia bisa disebut tangan kanan sang pemilik konveksi terdahulu. Lokasinya pun dahulu berada di Bandar Jaya Lampung Tengah. Setelah memiliki modal yang cukup serta keterampilan yang ia cukup kuasai, maka ia mengambil keputusan untuk membuka usaha konveksi dan membangun konveksi ia sendiri di Bandar Sakti Lampung Tengah, yang ia beri nama Etik konveksi. Berikut ini akan disajikan daftar produk jual yang disediakan Etik Konveksi di Bandar Sakti Lampung Tengah.

Tabel 1.1
Tabel Daftar Produk Jual Etik Konveksi

Produk	Harga Eceran	Harga Grosir
Kaos Olahraga TK	Rp. 60.000	Rp. 55.000
Kaos Olahraga SD	Rp. 70.000	Rp. 65.000
Kaos Olahraga SMP	Rp. 80.000	Rp. 75.000
Kaos Olahraga SLTA	Rp. 90.000	Rp. 85.000
Kaos Olahraga Umum	Rp. 100.000	Rp. 95.000
Seragam Sekolah TK	Rp. 65.000	Rp. 60.000
Seragam Sekolah SD	Rp. 75.000	Rp. 70.000
Seragam Sekolah SMP	Rp. 85.000	Rp. 80.000
Seragam Sekolah SLTA	Rp. 95.000	Rp. 90.000
Wearparck	Rp. 150.000	Rp. 145.000
Topi	Rp. 15.000	Rp. 10.000
Dasi	Rp. 10.000	Rp. 5.000
Almamater	Rp. 100.000	Rp. 95.000
Kemeja Polos	Rp. 90.000	Rp. 85.000
Kemeja Bordir	Rp. 120.000	Rp. 115.000

Sumber : Etik Konveksi, 2018

Dalam menjalankan usaha tersebut sang pemilik memiliki pegawai sebanyak 11 orang yang membantu dalam pembuatan produk kepada para konsumen. Keberani dalam membuka usaha ini Etik konveksi menggunakan aspek ekonomi yang menjadi motivasi tujuan usaha nya. Dalam usaha ini sang pemilik melihat peluang yang cukup menjanjikan karena di lihat dari tahun ketahun pemesan terus meningkat terkhusus pemesanan dari beberapa sekolah di Lampung Tengah. Usaha konveksi ini membutuhkan sebuah target untuk menetapkan jumlah permintaan yang sesuai.

Jumlah permintaan ini sangat mempengaruhi keuntungan yang di dapat serta minat konsumen untuk memesan di Etik konveksi. Keuntungan yang didapat oleh Etik konveksi dapat di lihat dari jumlah yang di pesan bukan di lihat dari jumlah konsumen. Karena jumlah konsumen tidak dapat ditentukan seberapa banyak jumlah permintaan. Maka dari itu dapat di lihat dari seberapa banyak pemesanan bukan seberapa banyak konsumen. Di bawah ini akan disajikan tabel volume penjualan yang disediakan Etik Konveksi bagi konsumennya.

Tabel 1.2
Tabel volume penjualan Etik Konveksi di Lampung Tengah selama berdiri sejak tahun 2012

Persediaan	Jumlah yang disediakan	Jumlah yang pernah terjual
Minimal	2000 stel	3000 Stel
Maksimal	4500 stel	4300 Stel

Sumber: Etik Konveksi, 2018

Dari data diatas dapat diketahui volume penjualan yang dapat dilakukan Etik Konveksi ialah untuk permintaan yang menduduki nilai minimal hanya menyediakan 2000 stel pesanan .Sedangkan nilai maksimal, Etik Konveksi hanya menyediakan sebanyak 4500 stel pesanan. Etik Koveksi memiliki target penjualan yang harus dipenuhi setiap bulannya. Target penjualan tersebut dapat dilihat dari jumlah

permintaan yang sanggup Etik terima setiap tahunnya. Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa jumlah permintaan yang disediakan ialah 4500 stel pesanan namun Etik Konveksi pernah hanya melayani permintaan paling tertinggi sejumlah 4300 stel pesanan, yang artinya Etik konveksi tidak pernah mencapai target.

Keuntungan yang didapat Etik Konveksi dapat dilihat dari jumlah pesanan yang dipesan bukan dilihat dari jumlah konsumen. Karena jumlah konsumen tidak menentukan banyaknya jumlah permintaan Etik Konvesi. Sehingga volume penjualan ditentukan dari seberapa banyak konsumen memesan baju di Etik Konveksi. Jumlah perkembangan pemesanan Etik Konveksi dari lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.3
Tabel data perkembangan pemesanan lima tahun terakhir

No	Tahun	Jumlah Pesanan	Perkembangan (%)
1	2014	4.000 stel	-
2	2015	4.220 stel	5%
3	2016	4.250 stel	0,7%
4	2017	4.260 stel	0,2%
5	2018	4.300 stel	0,9%
Jumlah		21.030 stel	
Rata-rata (%)			6,8%

Sumber : Etik Konveksi, 2018

Dalam perhitungan pemesanan yang di alami oleh Etik Konveksi mengalami pasang surut. Jumlah penjualan lima tahun terakhir yang dialami Etik konveksi mengalami pasang surut. Namun perkembangan yang dialami Etik konveksi masih dikatakan stabil, itu terlihat dari jumlah pemesanan pada tabel di atas. Tidak hanya melihat dari lima tahun terakhir, untuk mengetahui perkembangannya setiap tahun kita harus melihat juga perkembangan konveksi ini pada tahun terakhir yaitu dari bulan januari sampai desember tahun 2018. Dari keuntungan itulah, sebuah usaha dapat bertahan.Data di bawah ini ialah data jumlah

pendapatan Etik konveksi lima tahun terakhir.

Tabel 1.4
Tabel data pendapatan perkembangan
lima tahun terakhir

No	Tahun	Jumlah Pendapatan	Perkembangan (%)
1	2014	100.000.000	-
2	2015	101.280.000	101%
3	2016	102.200.000	102%
4	2017	102.240.000	102%
5	2018	103.200.000	103%
Jumlah		508.920.000	
Rata-rata (%)			408%

Sumber : Etik Konveksi, 2018

Selain mengetahui pendapatan pertahun, selanjutnya dalam menunjang kelancaran produksi di Etik Konveksi maka perlu adanya perlengkapan yang di butuhkan dalam produksi. Di bawah adalah data inventaris kantor yang berada di Etik Konveksi.

Tabel 1.5
Tabel Data Inventaris Kantor Pertahun

Inventaris Kantor	Kuantitas
Benang Obras Gulung	12 lusin
Benang Jahit	156 Roll
Kain Keras	24 Roll
Karet	12 Roll
Jarum jahit	12 Lusin
Kancing	12 Ball
Oli Mesin	12 Liter
Hak(Kaitan)	24 Kotak
Sleting	120 lusin
Mesin Jahit	1 Mesin
Mesin Kancing	6 Mesin
Mesin Obras	3 Mesin
Mesin Gulung	1 Mesin
Mesin Potong	4 Mesin
Operdate (Nyetrip)	24 Roll
Kapur Pembuatan Pola	12 pcs

Sumber : Etik Konveksi, 2018

Tabel 1.6
Tabel Daftar Alat Tulis Kantor Pertahun

Alat Tulis Kantor	Kuantitas
Buku Kas	12 Pcs
Pena	2 Kotak
Kuitansi	24 Pcs
Kalkulator	1 Pcs
Gunting	2 Pcs
Tinta Print	30 Pcs
Kertas A4	8 Rim

Sumber : Etik Konveksi, 2018

Dalam pemesanan tidak terus mengalami peningkatan dalam penjualannya. Dikarenakan pemesanan jumlah banyak biasanya di bulan-bulan tertentu. Di bawah ini disajikan tabel jumlah penjualan selama periode tahun 2018.

Tabel 1.7
Tabel Penjualan Etik konveksi di
Lampung Tengah 2018

No	Bulan	Jumlah Penjualan	Perkembangan (%)
1	Januari	50 stel	-
2	Februari	60 stel	16%
3	Maret	80 stel	25%
4	April	95 stel	15%
5	Mei	100 stel	5%
6	Juni	330 stel	69%
7	Juli	200 stel	-10%
8	Agustus	150 stel	-33%
9	September	155 stel	3%
10	Oktober	100 stel	-55%
11	November	110 stel	9%
12	Desember	115 stel	4%
Jumlah		1555 stel	
Rata-Rata (%)			48%

Sumber : Etik Konveksi, 2018

Data yang terdapatdi atas berasal dari pemesanan Etik Konveksi dalam setahun terakhir. Jumlah pemesanan konveksi bukan per konsumen. Perkembangan yang terjadi pada jumlah pemesanan konveksi ini ada yang mengalami penurunan dan kenaikan jumlah pemesanan .Itu dikarenakan jumlah

pemesanan yang berbeda tiap bulan dan tiap tahun. Penjualan konveksi meningkat terjadi ketika memasuki tahun ajaran baru sekolah. Namun pada bulan-bulan biasa tidak banyak pesanan bahkan teradang sebulan atau dua bulan tidak dapat pesanan. jumlah pendapatan yang didapat Etik

Konveksi ini yang menjadi faktor yang harus diperhatikan karena dari hal itu kita dapat mengetahui keuntungan yang didapat. Dari keuntungan itulah, sebuah usaha dapat bertahan. Data di bawah ini ialah data jumlah pendapatan Etik konveksi selama periode 2018.

Tabel 1.8
Tabel jumlah pendapatan Etik Konveksi selama tahun 2018

No	Bulan	Pendapatan	Perkembangan (%)
1	Januari	Rp. 8.500.000	-
2	Februari	Rp. 10.200.000	10%
3	Maret	Rp. 13.600.000	13%
4	April	Rp. 16.150.000	16%
5	Mei	Rp. 17.000.000	16%
6	Juni	Rp. 56.100.000	56%
7	Juli	Rp. 34.000.000	33%
8	Agustus	Rp. 25.500.000	25%
9	September	Rp. 26.350.000	26%
10	Oktober	Rp. 17.000.000	16%
11	November	Rp. 18.700.000	18%
12	Desember	Rp. 19.550.000	19%
Jumlah		Rp. 262.650.000	
Rata-rata (%)			248%

Sumber : Etik Konveksi, 2018

Dari tabel 1.7 di atas dapat diketahui bahwa jumlah pendapatan Etik konveksi selama bulan januari sampai desember 2018 berfluktuasi tetapi kenaikan dan penurunan pendapatan yang diterima Etik Konveksi cenderung signifikan. Hal ini menyebabkan tidak selalu ada pemesanan di setiap

bulannya melihat tahun ajaran baru untuk sekolah di lihat dari bulan juni. Namun adanya konveksi ini memberikan keuntungan untuk masyarakat luas. Dapat dilihat dari grafik di bawah ini yang merupakan gambaran dari tabel di atas.

Grafik 1.1 jumlah perkembangan pendapatan konveksi selama 2018

Sumber : Data diolah (2018)

Tabel di bawah ini akan menerangkan target pencapaian penjualan konveksi.

Tabel 1.9
Tabel Target Pencapaian Penjualan Konveksi selama lima tahun terakhir

Target Pendapatan	Realisasi	Target yang tercapai (%)
Rp. 300.000.000	Rp. 262.650.000	87,55%

Sumber : Etik Konveksi, 2018

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa untuk target penjualan yang seharusnya dicapai Etik Konveksi tidak terpenuhi dengan baik. Etik Konveksi hanya memenuhi 87,55% dari 100 %.

Etik sebagai pemilik konveksi diuntut untuk menciptakan ide yang kreatif dan inovasi agar dapat menghadapi tingginya persaingan pasar dan dapat memenangkan persaingan. Adapun strategi yang dilakukan oleh Etik konveksi selama ini dalam ketatnya persaingan tersebut ialah dengan memberikan pelayanan yang baik, kualitas bahan yang baik, pengerjaan pembuatan produk rapih, harga bisa di bicarakan sesuai kualitas bahan dan kerumitan dalam pengerjaannya, dalam pemesanan bisa tanpa dp jika itu sebuah instansi/perusahaan dan sekolah.

Strategi yang sudah di lakukan tidak menjamin usaha Etik Konveksi selalu ramai pemesanan, hal ini di sebabkan karena banyak pesaing konveksi lainnya yang lokasinya lebih mudah terjangkau dan melakukan berbagai macam strategi juga. Berdasarkan pengamatan, pemesanan yang diterima Etik Konveksi relatif (rata-rata). Dalam menghadapi kerugian Etik Konveksi yang disebabkan oleh pengorganisasian serta modal, maka Etik Konveksi harus memiliki strategi baru dalam pengembangan usahanya agar pemesanan semakin meningkat.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik penelitian sebagai berikut:

- Penelitian kepustakaan (*library research*)
Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara mempelajari literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian mengenai strategi bisnis.
- Penelitian lapangan (*field research*)
Yaitu pengumpulan data serta informasi dengan cara melakukan pengamatan langsung ke tempat objek penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa metode analisis kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggunakan penalaran dan penelaahan dengan berpedoman pada pendekatan teoritis serta teknik pengumpulan data adalah : observasi, wawancara, dokumentasi dan kuisioner.

Kalaupun ada data berupa angka-angka sifat analisis hanya terbatas pada pemberian informasi, menilai atau mengevaluasi data angka tersebut kemudian melakukan penafsiran dan menyimpulkan. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, And Threats*).

Metode kerja analisis SWOT guna menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada Etik Konveksi adalah sebagai berikut :

- Mengisi kolom pernyataan dengan memberi tanda silang (X) pada kolom yang sudah disediakan.
- Mengidentifikasi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi perusahaan Etik Konveksi serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi Etik Konveksi.
- Setelah faktor-faktor teridentifikasi maka dilakukan pembobotan serta ranking. Bobot dihitung 0.0 (tidak penting) sampai 1.0 (sangat penting)
- Setiap pertanyaan diberikan nilai menurut tingkat kepentingannya oleh pemilik berdasarkan kondisi lingkungannya baik internal maupun

eksternal, dengan asumsi menggunakan skala likert (Freddy Rangkuti 2014) :

A = Kurang Penting

B = Cukup Penting

C = Penting

D = Sangat Penting

e) Pada setiap kolom ditetapkan nilai antara lain:

A = 1

B = 2

C = 3

D = 4

Moleong (2007) mengemukakan bahwa pelaksanaan penelitian ada empat tahap yaitu sebagai berikut :

C. PEMBAHASAN

Etik konveksi ini ialah usaha yang ada di Lampung Tengah tepatnya di Bandar Sakti. Konveksi ini telah berdiri sejak tahun 2012 dengan berbagai macam usaha baik dalam promosi maupun penjualannya.

Pada awal nya pemilik konveksi ini membuka usaha dari pengalamannya ia sebagai karyawan konveksi di tempat ia kerja sebelumnya. Pertama kali konveksi yang ia dirikan ini hanya membuat baju kaos olahraga pelajar dan baju seragam pelajar. Setelah usaha nya semakin dikenal dan banyaknya permintaan menjahit di etik konveksi ini dan ia diberi kepercayaan atas hasil jahitan yang membuat konsumen puas atas pelayanannya maka pada tahun 2012 ia mengambil alih untuk meneruskan usaha konveksi ini yang sebelumnya konveksi ini berada di Bandar Jaya.

Etik konveksi ini belum mempunyai cabang, ia hanya mempunyai satu konveksi di Lampung Tengah. Namun ia sudah memiliki pelanggan tetap yang setiap tahunnya memesan di konveksi ini. Berikut macam-macam produk yang di jual oleh etik konveksi : Kaos olahraga (SD, SMP, SLTA, UMUM), seragam (SD, SMP, SLTA), kemeja polos, kemeja bordir, almamater, wearpark dasi, topi. Etik konveksi buka pemesanan mulai pukul 07.00 WIB sampai dengan pukul 21.00 WIB.

Adapun hasil perbandingan unsur-unsur faktor internal dan eksternal usaha etik konveksi dapat dilihat pada Tabel-tabel di bawah ini :

Tabel Hasil Untuk Faktor Internal Etik Konveksi di Lampung Tengah

No	Unsur-unsur Faktor Internal	Nilai	Strength/Weakness
1.	Macam-macam jenis produk	4	Strength
2.	Persediaan bahan baku	3	Weakness
3.	Kemudahan mendapatkan bahan baku	4	Strength
4.	Harga terjangkau	4	Strength
4.	Perbandingan harga dengan pesaing	2	Weakness
6.	Promosi menggunakan iklan	1	Weakness
7.	Lokasi	2	Weakness
8.	Tempat usaha yang luas	4	Strength
9.	Fasilitas produksi	2	Weakness
10.	Pelayanan	4	Strength
11.	Jumlah pekerja	3	Weakness
12.	Tingkat kepercayaan terhadap pekerja	4	Strength

Sumber : Data diolah (2019)

Pada tabel tersebut dapat kita lihat hasil tabel internal Etik Konveksi yang dapat menjadi kekuatan dan kelemahan. Berikut ini

akan ditampilkan hasil tabel eksternal Etik Konveksi yang akan menjadi peluang atau ancaman.

Tabel Hasil Untuk Faktor Eksternal Etik Konveksi di Lampung Tengah

No	Unsur-unsur Faktor Eksternal	Nilai	Opportunity/Threat
1.	Memiliki konsumen yang setia	4	Opportunity
2.	Kualitas bahan baku sesuai pesanan	3	Opportunity
3.	Adanya pesaing	1	Threat
4.	Memiliki kesamaan produk dengan pesaing	2	Threat
5.	Harga yang ditawarkan oleh pesaing	1	Threat
6.	Usaha sesuai peraturan pemerintah	3	Opportunity

Sumber : data diolah (2019)

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat dihasilkan beberapa kesimpulan untuk Etik Konveksi diantaranya:

Strenght Opportunity (SO) yang dapat dilakukan yaitu :

1. Meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi harapan masyarakat.
2. Meningkatkan kerjasama team guna pengerjaan agar lebih cepat.
3. Meningkatkan kualitas produk
4. Memberikan pelatihan khusus kepada pegawai agar dapat mempermudah proses dalam pekerjaan.
5. Menjaga kepercayaan konsumen dan pekerja

Weakness Opportunity (WO) yang dapat digunakan yaitu :

1. Menambah inovasi produk.
2. Mencari mitra usaha penyedia bahan baku yang mudah untuk diajak kerjasama.
3. Menambah pekerja yang handal dan terpercaya
4. Mengatur keuangan dengan baik agar pengeluaran dan pemasukan efektif dan efisien

5. Memberikan sosialisasi dan pemahaman terkait pekerjaan agar seluruh pegawai dapat bekerja dengan baik.

Strengt Threat (ST) yang dapat dilakukan yaitu:

1. Mengatasi ancaman dengan meningkatkan kualitas pekerja dalam pengerjaan produksi konveksi. Pembelajaran
2. Meningkatkan kualitas barang hasil yang lebih baik dari pesaing.
3. Perekrutan pegawai agar pengerjaan dapat lebih cepat dan dapat menerima pesanan di luar kapasitas perusahaan.

Weakness Threat (WT) yang dapat dilakukan yaitu:

1. Melakukan inovasi produk guna meningkatkan kualitas produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen
2. Perusahaan harus lebih memperhatikan harga pesaing yang ditawarkan untuk konsumen
3. Perusahaan lebih baik menggunakan promosi agar usaha konveksi ini lebih dikenal masyarakat luas.

Berdasarkan diagram *cartesius* analisis SWOT Etik Konveksi berada dikuadran I. Pada kuadran ini, Etik Konveksi memiliki peluang dan kekuatan sehingga

dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*), yaitu strategi generik (strategi pertumbuhan) menurut Hubeis dan Najib (2014).

Saran

Berdasarkan Hasil analisis SWOT pada Etik konveksi, diperoleh berbagai macam strategi yang dapat dilakukan untuk perkembangan perusahaan. Dalam menerapkan strategi-strategi tersebut sebaiknya etik konveksi memperhatikan :

1. Memanfaatkan peluang banyaknya pelanggan yang setia dengan cara meningkatkan kualitas produksi
2. Memberikan inovasi – inovasi baru dalam produksinya dan memberikan pelayanan lebih baik lagi agar pelanggan tetap setia tidak beralih ke pesaing lain.
3. Melakukan promosi agar usaha konveksi ini dapat dikenal masyarakat luas
4. Memperluas tempat usaha

DAFTAR PUSTAKA

- A.F . Stoner. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- David.F. R. 2006. *Manajemen StrategiKonsep-Konsep, Edisi-sembilan*. PT. Indeks, Jakarta
- Hanifa Rifati. 2017. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Distro Legacy Brand Store Metro*, Lampung. Metro.
- Hunger, David. J. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Hariadi. 2005. *Strategi Manajemen*. Bayu media Publishing, Jakarta
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi. Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Hubeis, Musa dan Najib,Mukhamad (2014). *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. PT Elex Media Komputindo,Jakarta.
- Indra, Rendy S. 2017. *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis* PT. Patrinsaka. Surabaya
- Meleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Bandung
- Prof. Dr. Sondang P. Siagian, MPA, 2016. *Manajemen Strategik*. PT. Bumi Aksara.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Terry, George: Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-dasar Manajemen*. Cetakan kesebelas. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- <https://ahsaniuj.wordpress.com/2015/04/05/definisi-manajemen-menurut-para-ahli/>