

Strategi Pengembangan Industri Kecil Lovyna Konveksi Kediri

Fina Nur Hayati¹, Subagyo², Ema Nurzainul Hakimah³

Universitas Nusantara PGRI, Jl. K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri Jawa Timur
finanur82@gmail.com, subagyo@unpkediri.ac.id, emahakimah@unpkediri.ac.id

Abstract

Internal and external analysis of the company is an important factor in determining the right strategy for business development. The purpose of this study is to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and threats and determine the right strategy for Lovyna Convection Kediri. Sources of data were obtained by observation interviews, questionnaires, interviews and documentation. The data analysis technique used descriptive techniques, while checking the validity of the findings used triangulation, peer discussion and extension of participation. The results of this study indicate that the Lovyna Convection Kediri Company is in quadrant I by implementing an aggressive strategy. (2) The strategy used by the convection company Lovyna Convection Kediri is the SO strategy, namely Strengths (strengths) and Opportunities (opportunities), namely by increasing the amount of production, increasing and maintaining product quality, increasing human resources, making product innovations, promoting through social media, expand the marketing area and follow the times or trend models and provide promos or discounts to consumers in order to attract consumer interest.

Keywords: Business Development Strategy, SWOT Analysis

Analisis internal dan eksternal perusahaan merupakan faktor penting dalam penentuan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta menentukan strategi yang tepat untuk Lovyna Konveksi Kediri. Sumber data diperoleh dengan wawancara observasi, kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik description file, sedangkan pengecekan keabsahan temuan menggunakan triangulasi, pendiskusian teman sejawat dan perisu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lovyna Konveksi Kediri berada di kuadran I dengan menerapkan strategi agresif. (2) Strategi Model dan memberikan promotion atau diskon kepada konsumen guna menarik minat konsumen.

Keywords: *Strategi Pengembangan Usaha, Analisis SWOT*

PENDAHULUAN

Made Pidarta(2011:31) menjelaskan bahwa manajemen strategik adalah manajemen yang mengutamakan strategi untuk membuat organisasi menjadi unggul sehingga menang dalam berkompetisi. Sudah tentu manajemen strategik ini tidak hanya terbatas pada pembentukan strategi saja, tapi juga konsep melaksanakan strategi itu agar bisa menjadi kenyataan. Menurut Mulyadi(2005:32), manajemen strategi adalah suatu proses yang digunakan oleh manajer dan karyawan untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi dalam penyediaan customer value terbaik untuk mewujudkan visi organisasi.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi merupakan proses manajerial dengan melewati tiga tahapan, yaitu : pertama formulasi strategi, penetapan visi dan misi organisasi berdasarkan analisis SWOT terhadap lingkungan sekitar baik dalam lembaga maupun luar lembaga, hal ini dilakukan untuk memperoleh kekuatan, kelemahan, tantangan, dan ancaman yang akan diterima oleh lembaga tersebut.

Perkembangan di dunia industri yang cukup berkembang pesat dan tuntutan terhadap kualitas produk maupun jasa menjadi hal yang mutlak di persaingan pasar, sehingga pelaku usaha dituntut berpikir kreatif dan inovatif terhadap produk yang akan diproduksi agar dapat menarik minat konsumen. Banyaknya persaingan

pasar tersebut membuat para pengusaha membuat suatu strategi khusus untuk mengembangkan usaha yang dijalankannya, berbagai strategi dan cara digunakan yaitu dengan cara menganalisis kebutuhan pasar, dan mengevaluasi tempat usahanya tersebut. Para pengusaha menganalisis berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat di pasaran.

Salah satu industri yang mengolah dari bahan setengah jadi menjadi barang jadi adalah konveksi, pengusaha konveksi memanfaatkan kain untuk diolah menjadi pakaian yang siap pakai, biasanya pengusaha konveksi memproduksi pakaian berdasarkan permintaan pelanggan. Berawal dari kain dipotong berdasarkan ukuran yang diinginkan dilanjutkan proses menjahit dan proses perapian. Sebelum proses packing, adakalanya pelanggan yang minta pakaian dengan ditambah sablon dan bordir di pakaian pesannya. Setelah semua pengerjaan selesai, pakaian tersebut siap untuk dikirim pada pelanggan. Konveksi sendiri menerima pesanan pelanggan untuk jumlah yang banyak, biasanya pelanggan memesan dalam jumlah partai atau setidaknya dalam lusin. Setiap pesanan, pelanggan harus memberikan sebuah contoh produk yang mau dibuat seperti warna kain, model kaos yang akan diproduksi, ukuran dan jumlah, serta sablon atau bordir jika perlu ditambahkan. Jika pesanan sudah diterima oleh pihak konveksi, maka pelanggan harus menunggu tenggang waktu pengerjaan sampai produk siap untuk diambil. Hambatan atau kendala lain yang menyebabkan kelemahan bagi pengelolaan usaha konveksi adalah lemahnya aspek permodalan yang mana ketika tidak ada modal maka produksi akan terhenti, sumber modal hanya terbatas pada kemampuan pemilik/pengusaha konveksi; lemah dalam pemasaran yakni kurangnya promosi.

Setiap perusahaan tidaklah memiliki strategi yang sama dalam mengembangkan bisnisnya, para pengusaha selalu mempunyai cara masing-masing dalam upaya memajukan industri konveksi yang dimiliki guna menarik minat konsumen dan menjadikan bisnisnya menjadi yang terbaik diantara kompetitor lain.

Lovyna Koveksi adalah home industry yang ada di Kota Kediri, perusahaan ini di bidang konveksi. Produk yang dihasilkan konveksi yaitu kaos polos, kaos sablon, baju sablon, jaket, trining, baju olahraga dan celana olahraga. Pada proses produksinya mengolah dari potongan kain yang nantinya diproses hingga menjadi baju sesuai dengan pesanan pelanggan. Perbedaan pemesanan dari segi kuantitas dan variasi baju membuat pihak konveksi tidak lepas dari permasalahan pada proses produksinya. Sebagai perusahaan yang tergolong industri kecil, Lovyna konveksi memiliki potensi yang cukup besar untuk terus berkembang, perusahaan ini dapat menyerap banyak tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran yang ada.

Lovyna konveksi telah mempertahankan kualitas produk selama bertahun-tahun demi menjaga nama baik yang sudah banyak dikenal konsumen, dengan kondisi semakin banyak pesaing dan perkembangan zaman semakin ketat sehingga harus banyak cara untuk mengatur strategi agar Lovyna konveksi tetap eksis. Pengembangan suatu usaha harus melakukan berbagai cara dan strategi yang sudah diatur matang. Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Pengembangan adalah proses perubahan menjadi yang lebih baik dengan usaha yang sudah direncanakan oleh sebuah perusahaan. Strategi pengembangan usaha merupakan usaha perusahaan yang berguna dalam mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Dalam hal ini, ada beberapa alasan yang mendukung pengembangan suatu usaha, diantaranya adalah memperbesar peluang usaha, meningkatkan skill dalam pengelolaan, membantu wirausahawan berkembang untuk kedepan, meningkatkan pemasaran dan pangsa pasar, serta meningkatkan kemampuan dalam organisasi dan manajemen. Berdasarkan penjelasan di atas, latar belakang masalah tersebut dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, yakni sebagai berikut : (1). Membuat strategi perusahaan dalam mengelola produknya. (2). Membuat analisis SWOT untuk mengevaluasi keadaan yang ada.

METODE

Dilihat dari jenis datanya, jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini akan dilakukan di Konveksi Lovyna Kediri pada tahun 2020. Subyek penelitian ini adalah strategi pengembangan dengan menggunakan analisis SWOT. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konveksi Lovyna selama tahun 2020. Sumber data yang diolah dalam penelitian ini berasal dari pengamatan Konveksi Lovyna. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, teknik analisis ini membandingkan faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal Faktor internal dimasukkan ke dalam matriks yang disebut dengan Internal Strategic Factors Matrix atau IFAS (Internal Factor Analysis Summary). Pada saat yang sama, masukkan faktor eksternal ke dalam matriks yang disebut matriks faktor strategi eksternal EFAS (External Factor Analysis Summary)

Tabel 1
Matrik IFAS

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Total			

Sumber : Lovyna Konveksi 2021

Tabel 2
Matrik EFAS

No.	Faktor Eksnternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Total			

Sumber : Lovyna Konveksi 2021

Faktor IFAS dan EFAS merupakan gambaran umum yang diperoleh selama penelitian, disesuaikan dengan objek penelitian atau kegiatan atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Untuk memberikan bobot skor pada masing-masing faktor, maka faktor internal dan faktor eksternal adalah:

1. Faktor internal

4 poin: Situasi internal perusahaan sangat mungkin

0 poin: Situasi internal perusahaan netral

Skor-4: Situasi internal perusahaan sangat mengancam

2. Faktor eksternal

4 poin: Kondisi eksternal perusahaan sangat kuat

0 poin: lingkungan eksternal perusahaan netral

Skor -4: Kondisi eksternal perusahaan sangat lemah

Pada skala 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting), bobot faktor ditentukan sesuai dengan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan, dan semua bobot ini tidak melebihi skor total 1,00.

Tabel 3
Bobot

Bobot	Keterangan
0.20	Sangat Kuat
0.15	Diatas rata-rata
0.10	Rata-rata

0.05	Dibawah rata-rata
------	-------------------

Sumber : Lovyna Konveksi 2021

Rating ditentukan sebagai berikut :

Tabel 4
Rating

Rating	Keterangan
4	Major strength
3	Minor strength
2	Major strength
1	Minor strength

Sumber : Lovyna Konveksi 2021

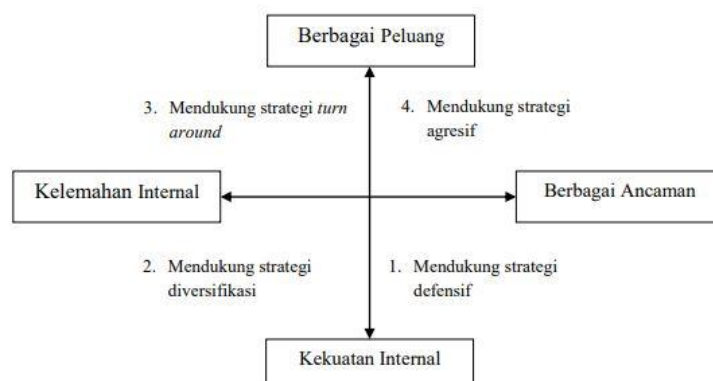
b. Matrik swot

EFAS	Kekuatan(S)	Kelemahan(W)
IFAS		
Peluang (O)	SO	WO
Ancaman(T)	ST	WT

Sumber : Lovyna Konveksi 2021

Dalam matrik SWOT terdapat beberapa strategi diantaranya yaitu:

1. Strategi SO dibuat sesuai jalan pikiran perusahaan, untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dengan menggunakan seluruh kekuatan.
2. Strategi ST merupakan strategi yg mengatasi ancaman dengan menggunakan kekuatan.
3. Strategi WO diterapkan dengan cara meminimalisir kelemahan berdasarkan pemanfaatan yang ada.
4. Strategi WT didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif berusaha meminimalisir kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.



HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1
Pembobotan dan Rating

Bobot ditentukan sebagai berikut		Rating ditentukan sebagai berikut	
Bobot	Keterangan	Rating	Keterangan
0.20	Sangat kuat	4	Major strength
0.15	Diatas rata-rata	3	Minor strength
0.10	Rata-rata	2	Major weakness
0.05	Dibawah rata-rata	1	Minor weakness

Sumber : Lovyna Konveksi 2021

Tabel 4.2
Pembobotan Faktor-faktor SWOT Pada Lovyna Kediri

Faktor-faktor Analisis SWOT	Bobot
a. Kekuatan	
1) Usaha milik sendiri	0,20
2) Kelengkapan alat kerja	0,15
3) Besaran Jumlah produksi	0,15
4) Jaminan kualitas dan mutu produk	0,10
5) Hubungan baik atasan dan karyawan	0,15
6) Beragam produk dan desain produk sesuai keinginan konsumen	0,15
b. Kelemahan	
1) Produksi hanya waktu ada pesanan	0,05
2) Promosi tidak rutin	0,10
3) Belum mampu berinovasi terhadap produk	0,10
4) Karyawan kurang teliti dalam pengerjaan produk	0,05
c. Peluang	
1) Harga bahan baku terjangkau	0,20
2) Kepercayaan dan kepuasan konsumen	0,15
3) Peran konsumen dalam promosi	0,15
4) Lokasi strategis	0,20
d. Ancaman	
1) Kenaikan biaya listrik	0,10
2) Kenaikan harga bahan baku	0,10
3) Persaingan harga jual dengan kompetitor	0,05
4) Kebijakan pemerintah	0,05

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
a. Kekuatan			
1) Usaha konveksi milik pribadi	0,20	4	0,80
2) Memiliki surat ijin usaha	0,10	4	0,40

b. Kelemahan			
1) Produksi dilakukan hanya ketika ada pesanan	0,05	1	0,05
2) Promosi tidak dilakukan secara rutin	0,05	2	0,10
3) Belum mampu mengembangkan inovasi produk	0,05	1	0,05
4) Kurangnya ketelitian karyawan dalam pengerjaan produk	0,05	2	0,10
5) Permasalahan limbah produksi belum terselesaikan dengan baik	0,05	2	0,10
Total	0,25		0,40
Total	1,00		3,20

Sumber : Lovyna Konveksi 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui variabel internal kekuatan (*strength*) memiliki skor total 2,80 dan skor total kelemahan (*weakness*) 0,40. Sehingga total skor variabel internal 3,20.

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
c. Peluang			
1) Budaya konsumtif dan kebutuhan masyarakat terhadap sandang	0,20	4	0,80
2) Ketersediaan bahan baku dengan harga yang terjangkau	0,15	3	0,45
3) Tingginya kepercayaan dan kepuasan konsumen	0,15	4	0,60
4) Peran konsumen dalam promosi produk	0,10	3	0,30
5) Lokasi strategis berada di wilayah kota	0,10	3	0,30
Total	0,70		2,45
d. Ancaman			
1) Meningkatnya komponen kenaikan biaya listrik	0,10	1	0,10
2) Kenaikan harga bahan baku secara mendadak	0,05	2	0,10
3) Persaingan harga jual	0,05	2	0,10
4) Kenaikan harga BBM	0,05	2	0,10
5) Kebijakan pemerintah yang berubah-ubah	0,05	1	0,05
Total	0,30		0,45
Total	1,00		2,90

Sumber : Lovyna Konveksi 2021

Berdasarkan tabel diatas, Terlihat bahwa skor total variabel eksternal peluang (*opportunities*) adalah 2,45, dan skor total ancaman (*threats*) adalah 0,45. Total skor untuk variabel eksternal adalah 2,90. Kesimpulan dari matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

Strategi SO = 2,80 + 2,45 = 5,25

Strategi ST = 2,80 + 0,45 = 3,25

Strategi WO = 0,40 + 2,45 = 2,85

Strategi WT = 0,40 + 0,45 = 0,85

Ada empat (empat) strategi dalam analisis SWOT, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT. Hal ini sesuai dengan buku Freddy Rangkuti "Analisis SWOT: Teknik Menganalisis Kasus Bisnis". Strategi SO adalah kombinasi dari kekuatan dan peluang, strategi WO adalah kombinasi dari kelemahan dan peluang,

strategi ST adalah kombinasi dari kekuatan dan ancaman, dan WT adalah kombinasi dari kelemahan dan ancaman. Strategi yang diterapkan di Konveksi Lovyna Kediri adalah strategi SO. Strategi ini menggunakan kekuasaan. Mengembangkan usaha konveksi serta memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang Tepat Untuk Mengembangkan Industri Lovyna Konveksi Kediri.

Setelah melakukan penelitian dan melakukan analisis data, peneliti menemukan bahwa strategi yang tepat untuk mengembangkan industri Lovyna Konveksi Kediri adalah dengan menggunakan strategi SO. Strategi ini merupakan gabungan dari *Strengths* (kekuatan) dan *Opportunities* (peluang). Strategi SO yang diterapkan Lovyna Konveksi Kediri dalam mengembangkan usahanya adalah meningkatkan jumlah produksi dengan menggunakan alat yang tersedia, promosi produk lewat sosial media, melakukan inovasi produk secara berkala dengan mengikuti mode dan trend masa kini dan memberi promo atau diskon untuk menarik konsumen.

KESIMPULAN

1. Hasil dari analisis SWOT pada usaha Lovyna konveksi Kediri kedua matrik IFAS dan EFAS menunjukkan strategi SO memiliki nilai yang paling tinggi diantara strategi yang lain, serta dapat diketahui dengan menerapkan strategi agresif, posisi Lovyna Konveksi berada pada kuadran I.
2. Strategi yang paling tepat digunakan Lovyna konveksi Kediri adalah strategi SO *Strengths* (kekuatan) dan *Opportunities* (peluang), Dalam menerapkan strategi SO, upaya yang dilakukan oleh Lovyna konveksi Kediri adalah meningkatkan jumlah produksi dengan cara menggunakan alat yang telah tersedia, promosi secara berkala melalui sosial media, berinovasi produk setia saat dengan mengikuti desain dan mode trend masa kini serta memberikan promo atau diskon khusus guna menarik konsumen

DAFTAR RUJUKAN

- [1]. Pidarta M. Manajemen Pendidikan Indonesia. Jakarta: Rineka Cipta; 2011.
- [2]. Mulyadi. Akuntansi Biaya. Edisi 5. Yogyakarta: UPP AMP YKPN; 2005.