BAB IV

HASIL ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Toko Amethys Ungu ini berdiri pada tahun 2006, didirikan oleh Ibu Titin Agustinah seorang wirausahawan yang mahir dalam bidangnya, beliau mendirikan usaha ini sesuai bakat dan bidangnya dalam menjahit dan mendesain baju, toko ini mengikuti perkembangan model dan mengikuti musim pasar yang terus berubah. Amethyst Ungu merupakan usaha ritel yang menjual pakaian dengan konsep *Batik* yang mempunyai kualitas bagus. Di tempat ini, pengunjung tidak semata seperti pergi ke toko untuk membeli pakaian, tetapi sekaligus bisa membeli aksesoris-aksesoris yang menarik. Bahkan, juga tersedia tas dan sendal bercorak Batik. Konsep Batik inilah yang menjadi ciri khas dari usaha Amethyst Ungu ini. Tujuan pendirian usaha ini adalah untuk menyediakan pakaian dari Batik, Amethyst ungu juga merupakan butik pakaian untuk pria dan wanita yang murah dengan mengutamakan pelayanan dan kenyamanan berbelanja pagi para pelanggannya.

Unit usaha tersebut dikelola oleh tim kerja yang dimiliki perusahaan dengan tekun, kerja keras. Hingga saat ini, Amethyst Ungu juga produktif untuk memproduksi barang-barang seperti gaun-gaun kreasinya mulai dari penggunaan bahan, *design* dan teknik pembuatannya dilakukan sendiri, mengingat Ibu Titin

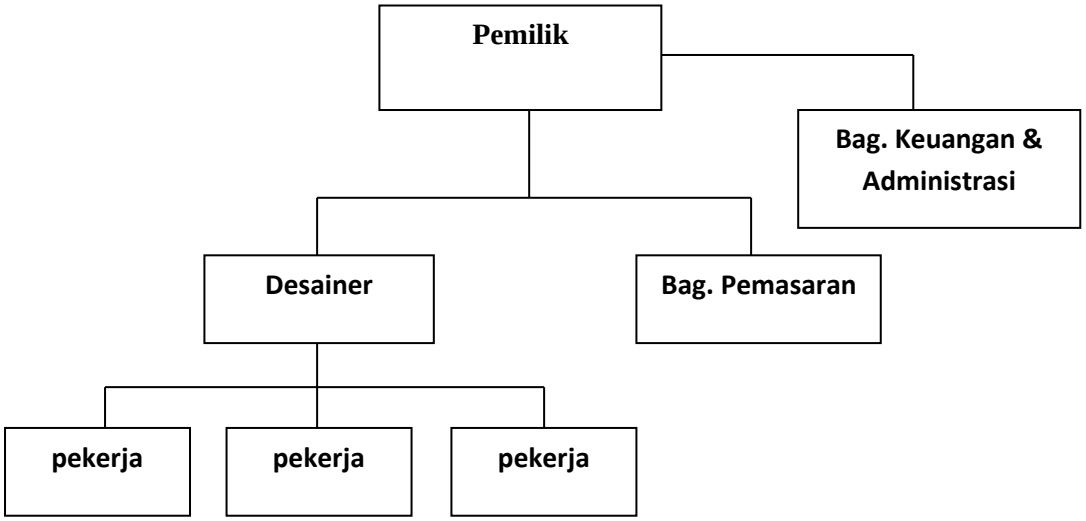
selain pemilik Rumah Mode dia juga merupakan seorang desainer, Semua ini dilakukan untuk menunjukan tanda *exist*-nya di dunia fasion. Bermulanya usaha ini dengan sebuah penjualan kecil-kecilan kepada rekan dan ibu-ibu pengajian. Dengan berjalannya waktu kinerja pemilik toko menunjukan perkembangan yang cukup baik dan dengan dukungan dari keluarga dan pelanggan yang setia. Seiring perkembangan zaman dan Teknologi Amethyst Ungu mulai mengembangkan sistem seperti *"Online Shop"* pada jejaring social seperti Facebook dimana untuk melakukan pemasaran yang lebih meluas an peningkatan penjualan, dan tanpa disadari perkempabgan Online shop ini sangatlah pesat.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Amethyst Ungu memakai Struktur organisasi pendekatan Tradisional, dimana dalam struktur organisasi ini pihak pemilik (owner) mempekerjakan seorang pendesain (arsitekturl designer) yang bertugas dalam mempersiapkan rencana dan spesifikasi proyek, kemudian melakukan inspeksi sampai tingkat tertentu yaitu memonitor informasi dan mengawasi perkembangan.

STRUKTUR ORGANISASI

TOKO BUTIK AMETHYST UNGU BANDUNG



Sumber : Toko Butik Amethyst Ungu

Gambar 4.1

Gambar Struktur Organisasi Toko Butik Amethyst Ungu

4.1.3 Job Description

Toko Amethyst Ungu dilengkapi degan struktur organisasi untuk tugas operasional dari suatu kegiatan usaha. Sesuai dengan fungsi kerjanya, pelaksanaan masing-masing tugas disesuaikan dengan kebutuhan dan masing-masing terdiri dari unit kerja. Toko Amethyst Ungu ini memiliki stuktur organisasi yang spesifik untuk setiap pekerjaan yang dilakukannya.

1. Pemilik Usaha dan Toko

   Jabatan : Kepala Usaha

   Bagian : Manajemen Usaha

   Tanggung jawab : Membina dan memberikan pengarahan kepada bawahan dan para pekerja.

   Tugas dan Wewenang :

   - Menjamin kualitas pelayanan konsumen dan kualitas para pekerja Toko.
   - Menciptakan, memastikan dan meningkatkan keuntungan usaha Toko.
   - menjamin kualitas pengawasan intern agar para pekerja terkontrol.
   - Menjamin Pengendalian biaya
   - Melakukan pemasaran Toko
   - Menjamin Produktivitas, kemampuan, motivasi dan disiplin pegawai tinggi.

2. Bagian Keuangan dan Administrasi

   Jabatan : Keuangan dan Administrasi

   Bagian : Manajemen Keuangan dan Administrasi

   Tanggung jawab : Menjaga & mengatur keuangan perusahaan

   Tugas dan Wewenang :

   - Menjamin efisiensi keuangan perusahaan
   - Mengatur pemasukan dan pengeluaran keuangan perusahaan
   - Menggaji para karyawan dan pekerja

- Administrasi dana

3. Bagian Pemasaran

   Jabatan : Marketing

   Bagian : Manajemen Pemasaran

   Tanggung jawab : mendatangkan peminat dan konsumen

   Tugas dan Wewenang :

   - Menawarkan barang kepada konsumen
   - Membuat dan mendesain iklan-iklan perusahaan
   - Membuat faktor penarik pada para konsumen
   - Membuat Online Shop pada jejaring sosial
   - Update informasi pada Online Shop

4. Desainer

   Jabatan : Desainer

   Bagian : perancang desain produk

   Tanggung jawab : memberikan pengarahan kepada pekerja tenteng desain produk yang akan dibuat

   Tugas dan Wewenang :

   - Merancang produk dengan kualitas baik
   - Menjamin kualitas produk
   - Membuat inovasi baru untuk produk
   - Mengerti keinginan konsumen tentang produk

5. Pekerja

   Bagian : Produksi

   Tanggung jawab : Baiknya kualitas produk

   Tugas dan Wewenang :

   - Mengerjakan proses produksi
   - Menjamin kualitas produk
   - Memeriksa hasil produksi

4.1.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

a) Produksi yang dilakukan oleh Toko Butik Amethyst Ungu ini yaitu busana-busana untuk wanita maupun pria dari anak-anak sampai dewasa yang mengutamakan Batik dalam bahannya .
b) mengikuti mode atau desain pakaian yang terus berkembang di zaman sekarang ini yang dilakukan untuk menarik konsumen.
c) selain melakukan produksi sendiri Amethyst Ungu juga menerima pesanan yang diinginkan oleh konsumen, agar konsumen puas dengan desain baju yang diinginkannya.
d) pemasaran dilakukan dengan penyebaran brosur, spanduk dan Online shop.
e) Butik Amthyst ungu juga menjual produk pelengkap fasion seperti gelang, kalung, kancing, bros dan lain-lain.
f) pengiriman barang Toko Butik Amethyst Ungu ini dilakukan secara paket dengan tarif pengiriman yang berbeda-beda sesuai dengan jarak dan tempat.

g) pengecekan barang, dilakukan pengecekan barang setelah melakukan produksi untuk mengevaluasi bagus tidaknya hasil produksi.

4.2 Interview Secara Terbuka

Interview secara terbuka menjelaskan tentang interaksi wawancara terhadap informan yang berkaitan degan perusahaan guna mendapat data yang diperlukan peneliti yang mana berkaitan dengan aspek – aspek yang akan diolah dengan metode yang dignakan, dalam penelitian ini wawancara terhadap informan meliputi aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, aspek pemasaran, aspek operasional, aspek produksi, aspek pesaing, dan aspek kebijakan. Berikut hasil wawancara terhadap narasumber atau informan yang telah didapat.

1. Pemilik Toko Butik Amethyst Ungu

   Nama : Hj. Titin Agustinah

   Hasil Wawancara :

   - banyaknya ibu – ibu pengajian yang berkunjung ke butik
   - banyaknya konsumen dari situs jejaring social (*facebook*)
   - alangkah baiknya jika memiliki situs penjualan sendiri
   - kurangnya kerapihan para karyawan (penjahit) dalam finishing baju pesanan
   - mengalami kendala dalam perhitungan keuangan
   - konsumen tertarik dengan bahan batik yang digabungkan dengan desain baju modern.

2. Bag. Keuangan

   Nama : Muhammad Sahid

   Hasil Wawancara :

   - Kesulitan mehitung laba dan pengeluaran tanpa bantuan komputerisasi
   - Jika ada perhitungan komputerisasi perhitungan keuangan Toko lebih efisien
   - Kenaikan bahan produksi yang terus meningkat
   - Perhitungan gaji karyawan yang belum pasti

3. Desainer

   Nama : Ibu Nani Nur Zaeni

   Hasil Wawancara :

   - Kendala menyampaikan desain baju terhadap konsumen
   - Sulitnya berinovasi menggabungkan batik dengan desain baju modern
   - Banyaknya pesanan barang yang membuat sulitnya ketelitian dalam pemeriksaan akhir
   - Sulitnya memahami keinginan baju pesanan konsumen
   - Bayaknya mendesain modern yang terbilang baru

4. Bag. Pemasaran

   Nama : Gustiani indrawati

   Hasil Wawancara :

   - Jarangnya penyebaran brosur terhadap lingkungan luar yang jauh dari toko
   - Pemasaran yang cukup luas melalui jejaring social (*facebook*)

- Pentingnya mempunyai situs penjualan sendiri
- Sulitnya memahami pesanan konsumen dari penjualan online

5. Karyawan (penjahit)

   Nama : Dadang suhendar

   Dodi salim

   Agus rahman

   Dkk.

   Hasil Wawancara :

   - Jarak yang lumayan jauh tempat bekerja dengan rumah
   - Sulitnya memahami pesanan konsumen
   - Sulitnya membuat busana modern yang baru
   - Kurangnya pengetahuan tentang busana baru yang bermunculan
   - Cukup berpengalaman dalam bidang menjahit
   - Kendala dialami saat pesanan konsumen yang banyak

6. Konsumen

   Nama : Ibu Burhan

   Ibu Neni

   Ibu salim

   Dll

   Hasil Wawancara :

   - Barang berkualitas
   - Bisa memesan barang sesuai keinginan
   - Kurangnya kecepatan dalam produksi pesanan

- Desain baju yang menarik
- Jarang adanya potongan harga
- Jarang memproduksi barang dengan desain terbaru
- Pemilihan bahan batik ang bervariatif

4.3 Keterbatasan Penelitian

1. Kualitas Tergantung Pada Pengalaman Peneliti

Dalam penelitian kualitatif telah dijelaskan bahwa peneliti bertindak sebagai instrument penelitian. Bagi peneliti yang masih awal biasanya menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara. Namun, hasil yang didapatkan terkadang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Sedangkan peneliti yang sudah memiliki pengalaman melakukan penelitian dengan teknik quisioner's guide yang sebelumnya telah dirancang. Sehingga jawaban yang didapatkan sesuai dengan apa yangdiharpakan

2. Subjektivitas Tinggi

Dalam penelitian kualitatif peneliti dan subjek memiliki hubungan yang erat danterkadang menimbulkan kekhawatiran bahwa data yang didapatkan tidak objektif.Padahal, peneliti biasanya mengatasi hal itu dengan melakukan triangulasi.

3. Perubahan Perilaku Informan

Perubahan perilaku informan ini terjadi ketika informan menyadari bahwa dirinyasedang diteliti. Sehingga terkadang jawaban yang didapatkan tidak natural.

4. Waktu Pengumpulan Data Lama

Dalam penelitian kualitatif dalam mendapatkan data yang diinginkan peneliti harus memperpanjang masa observasi atau wawancara sehingga nantinya akanmendaptakan kevalidan data. Namun, dengan melakukan penelitain dengan caramemperpanjang masa observasi peneliti sendiri juga merasa bosan.

5. Tidak Ada Prosedur Standar

Penelitain kualitatif memiliki sifat yang lentur dan prosedur penelitiannya dapat dibahpada saat melakukan penelitian dilapangan, sehingga penelitian ini tidak ada standaryang ketat.

6. Kesulitan Mandapatkan Informan Kunci

Peneliti awal maupun senior terkadang sulit untuk menentukan infoman kunci, hal ini dikarenakan pengamatan yang dilakukan peneliti belum sepenuhnya menjelaskantentang diri si informan.

7. Interpretasi Beda Antar Peneliti

Interpretasi yang dilakukan peneliti mungkin berbeda dengan peneliti yang lainnya.Hal ini dikarenakan kemampuan untuk mengkritisi dan kepekaan terhadap apa yangdimiliki peneliti berbeda.

8. **S**ulit Mengeneralisasikan (Tidak Dimaksudkan untk Generalisasi)

Penlitian kualitatif memiliki pendekatan emik. Bukan pendekatan etik. Sehinggasangat sulit untuk melakukan generalisasi. Namun, format penelitian di Indonesiamengharuskan penelitian kualitatif harus memilki hasil akhir kesimpulan.

9. Sulit Mengabaikan Teori yang Dimiliki Peneliti

Salah satu cirri penelitian kualitatif adalah peneliti harus turun langsung kelapangandengan mengabaikan konsep-konsep teori yang telah ditentukan yang nantinyapenelitian kualitatif yang dilakukan sarat biasa.

10. Keterbatasan Peneliti

Penelitian kualitatif mengharapkan kedalaman informasi yang nantinya akandibuatnya. Sehingga dibutuhkan beberapa subjek. Namun, keterbatasan peneliti tidak akan bisa mengamati perkembangan objek dalah waktu yang bersamaan dan tempatyang berbeda

4.4 Menganalisis Data Studi Kasus dan Pengujian Hipotesis

4.4.1 Identifikasi Faktor Internal (IFAS) Toko Butik Amethyst Ungu Bandung

1. Kekuatan

Aspek pemasaran.

- Fasilitas Toko Butik Amethyst yang cukup baik.
- Sangat menjaga kebersihan.
- Memiliki pelanggan setia yang cukup banyak pada jejaring social (facebook)

Aspek produksi

- Barang yang dihasilkan sangat berkualitas

Aspek Sumber Daya Manusia

- Penjahit busana sudah sangat berpengalaman di bidangnya.

2. Kelemahan

Aspek SDM

- Kurangnya kerapihan para karyawan dalam bekerja.
- Kurangnya disiplin dalam bekerja..
- Kurang produktif dalam bekerja
- Kurangnya kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen
- Kurangnya pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen

Aspek pemasaran

- Dalam hal pemasaran online masih mengandalkan jejaring sosial, belum mempunyai situs sendiri.

Aspek keuangan

- Masih melakukan perhitungan manual sehingga kurang efektf dan efisien.

4.4.1.1 Perankingan IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Dibawah ini merupakan perankingan faktor internal Toko Butik Amethyist Ungu Bandung

Tabel 4.1

Perankingan Faktor Internal

No	Uraian	Nilai Pakar					Rata-rata skor	*Rank*
		1	2	3	4	5		
1	KEKUATAN/STRENGTH							
	a. ASPEK PEMASARAN							
	• Fasilitas Toko Butik Amethyst yang cukup baik	4	4	3	4	4	3,8	2
	• Sangat menjaga kebersihan	3	3	3	3	4	3,2	4
	• Memiliki pelanggan setia yang cukup banyak pada jejaring social (facebook)	4	3	3	4	4	3,6	3
	b. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA							
	• Penjahit busana sudah sangat berpengalaman di bidangnya	4	3	4	4	4	3,8	2
	d. ASPEK PRODUKSI							
	• Barang yang dihasilkan sangat berkualitas.	4	4	4	4	4	4	1
2	KELEMAHAN/WEAKNESS							
	a. ASPEK PEMASARAN							
	• Dalam hal pemasaran online masih mengandalkan jejaring sosial, belum mempunyai situs sendiri.	2	2	3	2	1	2	1
	b. ASPEK KEUANGAN							
	• Masih menggunakan perhitungan manual	3	2	2	3	3	2,6	5
	c. ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA							
	• Kurangnya kerapihan para karyawan dalam bekerja.	3	3	3	2	2	2,6	5
	• Kurangnya disiplin dalam bekerja..	4	3	4	3	2	3,2	3
	• Kurang produktif dalam bekerja	3	2	2	2	3	2,4	6
	• Kurangnya kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen	2	3	3	2	1	2,2	7
	• Kurangnya pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen	3	3	2	2	1	2,2	7

Sumber: Hasil Pengolahan, 2012

Pada perankingan faktor internal diperoleh bahwa pada kekuatan dalam aspek produksi yaitu barang yang dihasilkan sangat berkualitas yang mendapat Rank 1. Sedangkan pada kelemahan kurang disiplinya para karyawan pada aspek sumer daya manusia yang mendapat Rank 3.

4.4.1.2 Pembobotan Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Dibawah ini merupakan hasil pembobotan faktor internal Toko Butik Amethyst Ungu Bandung.

Tabel 4.2

Pembobotan Faktor Internal

No	Uraian	Bobot	Skor	B x S
1	**KEKUATAN/STRENGTH**			
	a.ASPEK PEMASARAN			
	Fasilitas Toko Butik Amethyst yang cukup baik	0,07	3,8	0,266
	Sangat menjaga kebersihan	0,05	3,2	0,16
	Memiliki pelanggan setia yang cukup banyak pada jejaring social (facebook)	0,11	3,6	0,396
	b.ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA			
	Penjahit busana sudah sangat berpengalaman di bidangnya	0,12	3,8	0,432
	c.ASPEK PRODUKSI			
	Barang yang dihasilkan sangat berkualitas.	0,14	4	0,56
	Total S			**1,814**
2	**KELEMAHAN/WEAKNESS**			
	a.ASPEK PEMASARAN			
	Dalam hal pemasaran online masih mengandalkan jejaring sosial, belum mempunyai situs sendiri.	0,13	2	0,26
	b.ASPEK KEUANGAN			
	Masih menggunakan perhitungan manual	0,07	2,6	0,182
	c.ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA			
	Kurangnya kerapihan para karyawan dalam bekerja.	0,05	2,6	0,13
	Kurangnya disiplin dalam bekerja	0,06	3,2	0,192
	Kurang produktif dalam bekerja	0,06	2,4	0,144
	Kurangnya kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen	0,07	2,2	0,154
	Kurangnya pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen	0,07	2,2	0,154
Total W		**1**		**2,216**
Total S + W				**4,03**

Sumber: Hasil Pengolahan, 2012

Dari hasil pembobotan diatas didapat total S atau *strength* yaitu 1,814, dan juga total W *weakness* yaitu 2,216, yang selanjutnya masing-masing kekuatan atau *strength* dan kelemahan atau *weakness* dimasukan pada analisis diagram SWOT

4.4.2 Identifikasi Faktor Eksternal (EFAS) Toko Butik Amethyst Ungu Bandung

1. **Peluang**

   Aspek Pemasaran

   - Berada di kawasan perumahan dan banyak kegiatan pangajian.
   - Mempunyai pemasaran online melalui jejaring social (*facobook*)

   Aspek Produksi

   - Memiliki ciri khas sendiri yaitu bahan Batik.

   Aspek Keuangan

   - Akan lebih efektif dan efisien apabila melakukan perhitungan keuangan dengan menggunakan komputerisasi

2. **Ancaman**

   Aspek Kebijakan

   - Kenaikan harga bahan yang meningkat secara terus-menerus.

   Aspek Pesaing

   - Munculnya pesaing di sekitar Toko Butik Amethyst Ungu

4.4.2.1 Perangkingan Matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

Dibawah ini merupakan perangkingan faktor eksternal Toko Butik Amethyst Ungu Bandung

Tabel 4.3

Perangkingan Faktor Eksternal

No	Uraian	Nilai Pakar					Rata-rata skor	Rank
		1	2	3	4	5		
1	PELUANG/OPPORTUNITY							
	a. ASPEK PEMASARAN							
	• Berada di kawasan perumahan sehingga banyak konsumen ibu rumah tangga yang datang setiap harinya	3	3	4	3	4	3,4	2
	• Mempunyai pemasaran online pada jejaring social (facebook)	4	4	3	4	4	3,8	1
	b. ASPEK PRODUKSI							
	• Memiliki cirri khas sendiri yaitu bahan batik	4	3	3	3	4	3,4	2
	c. ASPEK KEUANGAN							
	• Akan lebih efektif dan efisien apabila melakukan perhitungan keuangan dengan menggunakan komputerisasi.	2	2	3	2	2	2,2	4
2	ANCAMAN/THREAT							
	a. ASPEK PESAING							
	• Munculnya pesaing di sekitar Toko Butik Amethyst Ungu.	3	4	3	4	3	3,4	2
	b. ASPEK KEBIJAKAN							
	• Kenaikan harga bahan pokok	4	3	3	2	3	3	3

Sumber: Hasil Pengolahan, 2012

Pada perankingan faktor eksternal diperoleh bahwa pada peluang dalam aspek pemasarannya yaitu mempunyai pemasaran online pada jejaring social (*facebook*) mendapat Rank 1. Sedangkan pada ancaman munculnya pesaing di sekitar Toko Butik Amethyst Ungu pada aspek pesaing yang mendapat Rank 3.

Dari hasil perangkingan di atas selanjutnya dilakukan pembobotan sehingga di dapat nilai dari masing-masing faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahannya.Pembobotan dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

4.4.2.2 Pembobotan EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

Dibawah ini merupakan hasil pembobotan faktor internal eksternal Toko Butik Amethyst Ungu Bandung.

Tabel 4.4
Pembobotan Faktor Eksternal

No	Uraian	Bobot	Skor	B x S
1	**PELUANG/OPPORTUNITY**			
	a.ASPEK PEMASARAN			
	Berada di kawasan perumahan sehingga banyak konsumen ibu rumah tangga yang datang setiap harinya	0,17	3,4	0,578
	Mempunyai pemasaran online pada jejaring social (facebook)	0,21	3,8	0,798
	b.ASPEK PRODUKSI			
	Memiliki ciri khas sendiri yaitu bahan batik	0,16	3,4	0,544
	c.ASPEK KEUANGAN			
	Akan lebih efektif dan efisien apabila melakukan perhitungan keuangan dengan menggunakan komputerisasi	0,11	2,2	0,242
	Total O			**2,162**
2	**ANCAMAN/THREAT**			
	a.ASPEK PESAING			
	Munculnya pesaing di sekitar Toko Butik Amethyst Ungu.	0,2	3,4	0,68
	b. ASPEK KEBIJAKAN			
	Kenaikan harga bahan pokok	0,15	3	0,45
Total T		**1**		**1,13**
Total O+T				**3,292**

Sumber: Hasil Pengolahan, 2012

Dari hasil pembobotan diatas didapat total O atau *opportunity* yaitu 2,162, dan juga total T atau *threat* yaitu 1,13, yang selanjutnya masing-masing peluang atau *opportunity* dan ancaman atau *threat* dimasukan pada analisis diagram SWOT.

- **Hasil Hipotesis**

Dari hasil pembobotan anata IFAS dan EFAS maka dapat diperokeh total *Strenght*, *Opportunitty*, *Weakness*, dan *Threat* sebagai berikut,

Strenght = 1,814

Opportunitty = 2,162

Weakness = 2,216

Threat = 1,13

Strenght + *Opportunitty* = 3,976

Weakness + *Threat* = 3,346

diketahui bahwa,

Strenght + Opportunitty > Weakness+ Threat

maka faktor strategis kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan ke luar dari pokok permasalahan yang ada untuk mendapatkan rekomendasi yang diharapkan

4.4.3 Analisis Faktor Internal dan Eksternal Toko Butik Amethyst Ungu Bandung

Dari data yang didapat atau dikumpulkan oleh penulis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Toko Butik Amethyst Ungu Bandung, dilakukanlah pengelompokan yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

4.4.3.1 Faktor Internal

a. Kekuatan

Dalam Toko Butik Amethyst Ungu Bandung faktor internalnya, yaitu pada kelemahan terbagi menjadi tiga aspek yaitu, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, dan produksi, yang mana FasilitasToko Butik Amethyst yang cukup baik, Memiliki pelanggan setia yang cukup banyak pada jejaring social (facebook), Sangat menjaga kebersihan, Barang yang dihasilkan sangat berkualitas dan Penjahit busana sudah sangat berpengalaman di bidangnya.

b. Kelemahan

Sedangkan pada kelemahan Toko Butik Amethys Ungu Bandung yaitu pada aspek sumberdaya manusia, aspek keuangan, dan aspek pemasaran. Toko Butik Amethyst Ungu masih mengandalkan jejaring sosial, belum mempunyai situs sendiri dan dalam aspek keuangan Masih melakukan perhitungan manual sehingga kurang efektf dan efisien, sedangkan dalam aspek sumber daya manusia para karyawan masih kurang disiplin.dalam bekerja.

4.4.3.2 Faktor Eksternal

a. Peluang

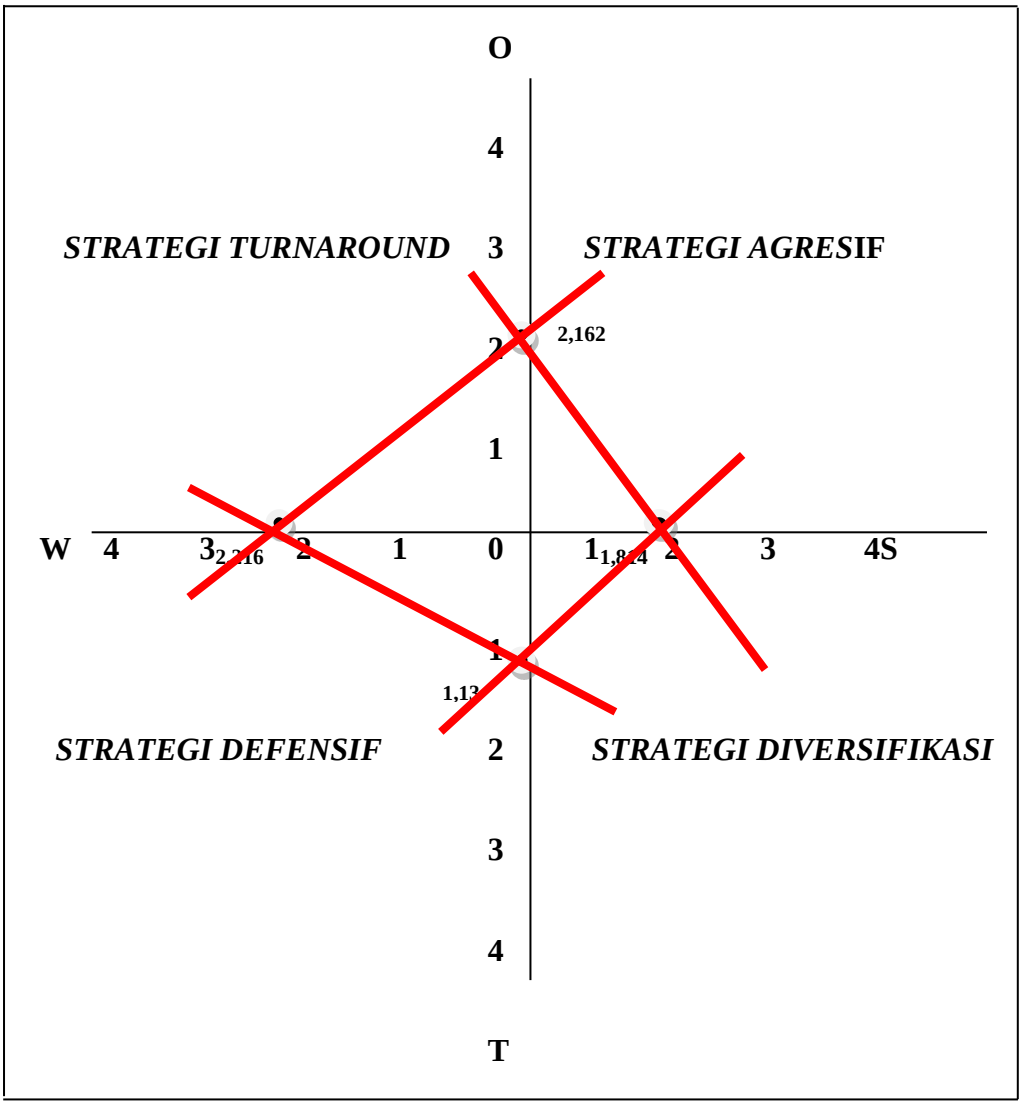
Pada Toko Butik Amethyst Ungu Berada dikawasan perumahan dimana banyak pelanggan mayoritas ibu – ibu sering berkunjung ke toko butik Amethyst ini, selain itu peluang yang dimiliki toko butik amethyst ungu pada aspek pemasaran yaitu memiliki pemasaran online pada jejaring social dimana para pelanggan bias melakuakan pembelian jarak jauh.

b. Ancaman

Sedangkan ancaman yang harus diwaspadai oleh Toko Butik Ametysy Ungu Bandung yaitu dari aspek pesaing dimana banyak butik pesaing baru yang bermunculan membuka toko disekitar Toko Butik Amethyst ungu dan dalam aspek kebijakan kenaikan harga bahan batik dan bahan jahit yang terus naik.

4.4.4 Strategi Bisnis Toko Butik Amethyst Ungu Bandung

Dari hasil perankingan faktor internal dan eksternal, selanjutnya dilakukan pembobotan dari hasil pembobotan diperoleh angka dari masing-masing faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan juga faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Untuk lebih jelas hasil pembobotan dari faktor-faktor Internal dan eksternal dapat dilihat pada diagram di bawah ini



Gambar 4.2

Analisis Diagram SWOT

Berdasarkan Gambar diatas menunjukkan bahwa strategi yang perlu diterapkan untuk meningkatkan pengembangan usaha pada Toko Butik Amethyst Ungu Bandung adalah **strategi *Turnaround*** yaitu strategi dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif dan memanfaatkan peluang yang ada.

Turnaround didefinisikan sebagai pembalikan arah perusahaan dari penurunan kinerja (Schendel, Patton dan Riggs (1976) dalam Bruton et al (2003). Menurut Supardi dan Mastuti (2003), turnaround diambil ketika manajemen mengalami kegagalan dalam membesarkan perusahaan sehingga prospek perusahaan menjadi tidak jelas dan mengalami krisis berkepanjangan, sehingga pemilik dan manajemen berusaha keras memutar arah organisasi.

Pada saat resesi inilah turnaround straegy memiliki peran yang penting, bagaimana menghasilkan sebuah strategy pemulihan yang efektif, efisien serta tepat dan cepat dalam membawa perusahaan keluar dari resesi yang ada benar-benar snagat dibutuhkan. Perumusna strategy pemulihan yang tepat dan efektif tentu saja harus mempertimbangkan kondisi lingkungan yang ada pada perusahaan tersebut, dalam artian bahwa kondisi atau penyebab utama yang menyebabkan perusahaan mengalami resesi, apakah pada produknya, manajemen/pemiliknya, kebijakan strategi perusahaannya atau memang kondisi lingkungan luar yang menyebabkan terjadinya resesi. Dari penyebab inilah straegy pemulihan yg tepat dan cepat dapat dirumuskan, hal pertama yang dilakukan adalah tentu saja harus mengurangi beban dari perusahaan, atau dalam hal ini adalah biaya operasional yang dipandang tidak terlalu signifikan dampak dan kegunaannya bagi perusahaan sehingga akan secara langsung berpengaruh pada balance sheet perusahaan seperti mengurangi tenaga kerja (umumnya sering dilakukan), penutupan pabrik di cabang-cabang, pengurangan jumlah produksi serta pengurangan biaya distribusi.

Langkah selanjutnya setalah melakukan hal-hal tersebut adalah dengan mengevaluasi kondisi internal dari perusahaan, dalam hal ini adalah mengidentifikasi apakah penyebab utama dari resesi yang dialami oleh perusahaan sendiri apakah pada pada produk, jika demikian maka segeralah lakukan inovasi yang cepat pada produk tersebut, dengan melakukan penelitian mengenai keinginan dari konsumen dan setelah itu dikaitkan dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut apakah sudah sesuai atau belum sesuai dengan keinginan konsumen, jika belum segeralah lakukan penyesuaian, kemudian produk tersbeut dibandingakan dengan produk dari pesaing apa yang membedakannya, dengan demikian maka produk yang dijual dapat kembali diminati oleh konsumen yang tentu saja akan menyehatkah kembali balance sheet yang ada.

- **Proses *Turnaround***

Schedel et.al. (1976) dalam Smith & Graves (2005) menyatakan bahwa strategi *recovery* dapat diklasifikasikan menjadi 2:

1. Orientasi efisiensi *(Efficiency oriented)*
2. Orientasi usaha *(Entrepreneurial oriented)*

Jika penurunan kinerja perusahaan berasal dari operasi yang tidak efisien maka perusahaan harus mengadopsi strategi recovery yang berorientasi pada efisiensi *(efficiency oriented strategy)* seperti pemotongan biaya dan pengurangan asset. Jika strategi perusahaan tidak relevan lagi maka perusahaan harus membuat perubahan yang cocok dengan pasar yang dihadapi dengan mengadopsi strategi yang berorientasi pada usaha *(entrepreneurial oriented strategies)*

Bibeault (1982). Pearce dan Robbins (1993), Arogyaswamy et.all (1995) dalam Smith & Graves (2005), mengamati bahwa proses *turnaround* terdiri dari 2 bagian seperti pada gambar 2.2.:

1. Menahan penurunan *(decline stemming strategy)*
2. Strategi pemulihan *(recovery strategy)*

Decline stemming strategy bertujuan untuk menstabilisasi kondisi keuangan perusahaan dengan pengumpulan dukungan pemegang saham, menghilangkan ketidakefisienan *(efficiency oriented strategy)* dan menstabilkan suasana internal perusahaan. Ketika kondisi keuangan perusahaan stabil, maka harus diputuskan strategi perbaikan/ recovery yang akan diikuti membaiknya profitabilitas atau mengusahakan pertumbuhan *(entrepreneurial oriented)*.

Untuk lebih menjelaskan strategi bisnis yang harus dilakukan oleh Toko Butik Amethyst Ungu Bandung dapat dilihat pada matrik strategi *turnaround* tabel 4.7 di bawah ini.

Tabel 4.5

Matrik Strategi SWOT

KELEMAHAN	PELUANG (OPPORTUNITY)		
	Aspek Pemasaran • Berada di kawasan perumahan dan banyak kegiatan pangajian. • Mempunyai pemasaran online melalui jejaring social (*facobook*)	Aspek Produksi • Memiliki ciri khas sendiri yaitu bahan Batik.	Aspek Keuangan • Akan lebih efektif dan efisien apabila melakukan perhitungan keuangan dengan menggunakan komputerisasi
ASPEK PRODUKSI • Dalam hal pemasaran online masih mengandalkan jejaring sosial, belum mempunyai situs sendiri	• Membuat situs atau website sendiri yang menarik agar pemasaran online tersebar lebih luas • Memberitahu kepada pengunjung yang dating bahwa tersedia penjualan online	• Pembuatan website yang bertemakan Batik yang telah menjadi ciri khas toko butik Amethyst ungu • Memperluas pemasaran pada dengan online akan penjualan barang dan ciri khas batik	• Melakukan perhitungan keuangan transaksi online dengan komputerisasi agar lebih mempermudah pencatatan transaksi dan perhitungan pemasukan dan pengeluaran
ASPEK KEUANGAN • Masih melakukan perhitungan manual sehingga kurang efektf dan efisien	• Memiliki bagian kasir yang mencatat trasaksi penjualan agar lebih efektif dalam perhitungan pemasukan	• Mencari supplier bahan batik yang murang dan kualitas tinggi • Bekerja sama dengan pihak pemasok bahan bahan produksi agar lebih meminimumkan pengeluaran	• Membuat perhitungan yg detail akan pemasukan maupun pengeluaran toko dengan komputerisasi.
ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA • Kurangnya kerapihan para karyawan dalam bekerja.	• Memberikan pengarahan kepada karyawan akan pentingnya pemasaran online • Memberikan pengarahan kepada karyawan akan pentingnya	• Memanfaatkan ciri khas batik sebagai kekuatan dalam penjualan kepada konsumen • Memberi pengarahan kepada desainer tentang memadukan	• Memberikan upah kepada karyawan dengan perhitungan pekerjaan yang telah dilakukan sesuai pekerjaannya

• Kurangnya disiplin dalam bekerja.. • Kurang produktif dalam bekerja • Kurangnya kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen • Kurangnya pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen	keinginan konsumen • Memberikan fasilitas yang lebih kepada para pekerja seperti tempat menginap (mass) • Melakukan finishing lebih oleh para penjahit agar mengurangi keluhan konsumen,	mode baju masa kini dengan bahan batik dengan gaya modern • Memberikan rasa percaya diri kepada desainer dan penjahit untuk berkreasi membuat desain baju yang unik dan berbeda.	• Upah dan gaji karyawan dihitung secara komputerisasi agar lebih jelas dan efisien.

Untuk lebih jelasnya strategi binis yang harus dilakukan oleh unit usaha Toko Butik Amethyst Ungu Bandung dapat dirinci sebagai berikut

1. Jangka Pendek

a. Toko butik Amethyst Ungu membuat situs penjualan sendiri dengan desain yang semenarik mungkin dengan memperioritaskan Batik.
b. Meningkatkan motivasi, disiplin, dan produktifitas dalam bekerja sehingga semua pihak bekerja dengan sungguh-sungguh dan profesional untuk memajukan Toko Butik Amethyst ungu
c. Melakukan pendistribusian yang lebih meluas akan hasil produksi ke tempat tempat penjualan lain seperti FO.
d. Melakukan perhitungan perusahaan secara komputrisasi tentang pembelian bahan produksi, penjualan produksi maupun upah karyawan agar perhitungan laba rugi lebik efektif dan efisien
e. Melakukan pendekatan secara personal kepada desainer dan penjahit akan pentingnya menciptakan kreasi – kreasi baru tentang model baju yang menarik dan unik untuk menarik para konsumen.
f. Memberi motivasi semangat kerja kepada karyawan tentang kedisiplinan akan pekerjaan masing masing agar produksi berjalan tepat waktu dan tepat sasaran sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya.
g. Menumbuhkan rasa kepercayaan diri karyawan dan semua pihak yang berada di Toko Butik Amethyst Ungu akan kemampuan mereka menghadapi tantangan dan persaingan dan kondisi yang akan semakin berat yang menantang bagi semua pihak dalam usaha meningkatkan atau

memajukan usaha retail dengan mandiri dengan mengembangkan berbagai cara, mendengarkan masukan dari luar, mencoba hal-hal yag baru, dan juga memanfaatkan teknologi yang ada ditengah persaingan yang semakin ketat dan kondisi yang semakin sulit.

h. Melakukan pemahaman yang lebih akan keinginan konsumen dalam pemesanan baju yang akan dibuat dengan detail dan serius.

2. Jangka Panjang

a. Menambah wawasan dengan bertukar pikiran dengan karyawan lainnya, baik dengan karyawan dalam, atau dengan karyawan luar lainnya yang bekerja usaha lain yang sejenis, melakukan kerja sama denganpemasok bahan produksi yang terpercaya agar mendapat potongan dalam pembelian bahan juga mendapat bahan yang berkualitas, pengembangan yang terusmenerus dalam pemasaran online yaitu dengan menginformasikan barang baru, harga baru, maupun dicount.

b. Kedepannya untuk memfasilitasi karyawan dengan penginapan agar tercapainya kedisipinan karyawan dalam ketepatan waktu dalam bekerja, dan meminimalisasi ongkos karyawan

c. Terus-menerus mempelajari busana busana terbaru dengan meencampurkan sentuhan batik agar ciri khas batik lebih terterap dalam Toko Butik Amethyst Ungu yang akan mempunyai nilai lebih bagi toko Butik Amethyst Ungu itu sendiri.