PERANCANGAN STRATEGI BISNIS PADA GNDL KONVEKSI JALAN SUCI

Business Strategy Plannig at GNDL Convection Jl. Suci

Oleh ;

Yulinda Tri Suci[1] Trustorini Handayani[2]
Program Studi Manajemen , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia
Jl. Dipatiukur No. 112-116
Yulindatrisuci@gmail.com [1]*Trustorini.handayani@email.unikom.ac.id* [2]

ABSTRACT

This study aims to explore the core capabilities possessed by the owner of GNDL Convection Jalan Suci. This research used qualitative method and the entire data collection techniques uses interviews and focus group discussions (Discussion Focus) between researcher and the owner. The type of research used in this study is descriptive research with a qualitative approach, that describe and interpret data or said objects.

Results of internal and external search for the coordinates is located at the coordinate point (0,036; 0,478) so that when added to the calculation of a SWOT quadrant position it is located in the first quadrant position because it has a very favorable
situation has the opportunity and the power that canntake advantage of existingg leewayy. The strategy should be applied in favor of an aggressive growth policy.

GNDL Convection Jalan Suci must undertake business development accompanied with an increase in product quality to achieve business success by correcting the problems that occur within the internal company that covers all parts of the management, as well as companies exploit opportunities to develop their maximum effort GNDL Convection Jalan Suci.

Keyword: Scientific Method, Data, Purpose and Use

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Sebagian besar negara-negara di dunia menyadari fakta bahwa keberadaan UMKM mampu menyumbangkan sebagian besar dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan kegiatan ekonomi dalam suatu negara. UMKM juga akan memegang peran penting dan mendapatkan efek yang sama ketika kebijakan mengenai bisnis yang lebih besar diletakkan oleh pemerintah. Hampir semua Negara-negara di Asia tenggara juga telah menyadari pentingnya keberadaan dari UMKM terhadap produktivitas dari sebuah Negara. Hal tersebut membuat sebagian besar negaranegara selalu berupaya dalam menjaga perkembangan dan pertumbuhan UMKM dan para pelaku usha mikro, kecil, dan menengah (Jasra et. al. : 2011). Diungkapkan juga dalam Jasra et. al. (2011), bahwa UMKM telah dipertimbangkan sebagai mesin perkembangan ekonomi diseluruh dunia. Salah satu peran yang paling penting dari UMKM dalam konteks ini yaitu penekanan jumlah kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja.

Di Indonesia sendiri, UMKM merupakan bagianndarisumber kehidu pan ekonomi terbesar rakyat. Ketangguhan UMKM sebagai pilar perekonomian yang mampu bertahan dan bersaing pada saat Indonesia berada di tengah masa krisis ekonomi. Usaha kecil-mikro merupakan jenis usaha yang menyerap banyak tenaga kerja dan memiliki daya tahan dan fleksibilitas yang lebih baik dalam menghadapi dinamika kehidupan ekonomi suatu Negara (Lumbanraja : 2011).

UMKM Di Indonesia dapat menyeurap banyak tenaga kerja yang masih menganggur. Selain itu UMKM dapat memanfatkan SDA yg berpotensi di suatu daerah , sehingga SDA yg ada dapat di olah dengan baik. Hal tersebut dapat memberikan peran yang besar dalam meningkatkan pendapatan daerah maupun Indonesia. UMKM atau usaha mikro kecilldan menengah suda terbukti memiliki banyak peran penting dalam perekonomiaan suatu Negara. UMKM mempunyai peran yang strategiis dalam pembangunan ekonommi nasional , hasilhasil pembangunan (Kristiyanti : 2012).

Data statistik dapatmenunjukkan bahwaa jumlah unit usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mendekati 99 % terhadap total unit usaha di Indonesia. Sementara jumlah tenaga kerja yang terlibat mencapai 91jt orang atau 97% terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia Menurut Syarif Hasan, Menteri Koperasi dan UKM kabinet pemerintahan yang lalu, "bila 2 thn lalu jumlah UMKM berkisar 52,8jt unit usaha, maka pada tahun 2011 sudah bertambah menjadi 55,2jt unit. Setiap UMKM rata-rata menyerap 3-5 tenaga kerja, maka dengan adanya penambahan sekitar 3 juta unit maka tenaga kerja yang terserap bertambah 15jt orang. Pengangguran diharapkan menurun dari 6,8% menjadi 5% dengan pertumbuhan UKM tersebut. Hal ini mencerminkan peran serta UKM terhadap laju pertumbuhan ekonomi memiliki signifikansi cukup tinggi bagi pemerataan ekonomi Indonesia karena memang berperan banyak pada sektor ril 4 sumber(www.umm.ac.id)

GNDL Konveksi merupakaan salah satu industri konveksi yang ada di Jalan Suci yang tentunya masih bertahan selama beberapa tahun ini, yg sebelumnya merupakan sebuah usaha home industry , yang dalam pengembangan nya berubah menjadi konveksi yang menyediakan dan memproduksi pesanan pakaian jadi seperti:kaos,jaket,sweater,almamater, dan souvenir. GNDL Konveksi berkembang cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari hasil penjualan produk

KAJIAN PUSTAKA

PERENCANAAN STRATEGI BISNIS

Pengertian Perencanaan

Mahmud M. Hanafi (1997: 10) Perencanaan adalah "kegiatan menetapkan tujuan organisasi dan memilih cara yang terbaik untuk mencapai tujuan tersebut". Sedangkan **David (2011)** berkata bahwa perencanaan adalah "proses dimana seseorang menentukan apakah ia akan menyelesaikan tugas dengan cara yang berbeda dari cara yang efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dan mempersiapkan untuk mengatasi kesulitan tak terduga dan sumber daya yang memadai".

Dari kedua pendapat di atas dapat di simpulkan bahwa perencanaan merupakan kegiatan menetapkan tujuan beserta cara-cara pencapaian tujuan tersebut.

Pengertian Strategi

Rangkuti (2001:3) strategi adalah "alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya". Sedangkan menurut **Thompson dan Strickland(2001:3)**strategi peru sahaan "terdiri dari kombinasi antara arus persaingan (*competitive moves*) dan pendekatan bisnis yang diterapkan oleh manajer untuk memuaskan pelanggan".

Prihartono (2012: 13) mengungkapkan bawha strategi "disusun untuk mengurangi kegagalan dan memaksimalkan hasil". Sedangkan menurut **Eddy Soeryanto Soegoto (2014:138)** Strategi adalah "sasaran jangka Panjang yang langsung dari pernyataan misi perusahaan".

Sofjan Assauri (2016:3) menyatakan Strategi sebenarnya merupakan "pemilihan yang dilakukan secara matang atas serangkaian tindakan atau cara yang dilakukan, sebagai upaya untuk mencapai satu atau beberapa tujuan yang telah ditetapkan. Strategi sering pula dirumuskan sebagai suatu rangkaian tindakan atau cara yang dilakukan oleh suatu organisasi, dalam rangka upaya organisasi itu untuk mencapai suatu kinerja yang superior". Kata **Chandler (1962)** dalam **Freddy Rangkuti (2017:3)** strategi adalah"alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya".

Jadi dapat di simpulkan bahwa strategi adalah alat pencapaian tujuan perusahaan melalui kombinasi dan pendekatan-pendekatan bisnis yang dilakukan untuk jangka panjang.

Pengertian Bisnis

Amirullah (2005:2) bisnis ialah "suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari". Sedangkan menurut **Louis E.BBoone (2007:5)** bisnis merupakan seluruh aktivitas dan usaha gunamencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang di butuhkan bagi sistem perekonomian"

Sukirno (2010:20)bisnis yaitu "kegiatan untuk memperoleh keuntungan. Semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Tidak ada orang yang melakukan bisnis untuk menc kerugian". Sedangkan **Kasmir dan Jakfar (2012: 7)** berpendapat bahwa bisnis adalah "usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya adalah keuntungan".

Maka berdasarkan pendapat parah ahli dapat di simpulkan bahwa bisnis merupakan suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan dengan cara menjual barang atau jasa.

Pengertian Strategi Bisnis

Indrajit (2001: 31) strategib isnis merupakan "dokumen yang harus dijadikan landasan berpijak utama dalam pembuatan strategi teknologi informasi karena dalam dokumen tersebut disebutkan visi dan misi perusahaan serta target kinerja masing-masing fungsi pada struktur organisasi". Menurut **M.Grant (2002: 14)** strategi bisniss yaitu"berkaitan dengan cara- cara yang digunakan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan persaingan di dalam setiap bisnis utamanya".

Joewono (2012:3) mengatakan bahwaastrategi bisnis"strategi mencapai tujuan yang sering dianalogikan dengan strategi catur, yang dimana sistematika berfikir, penyusunan rencana, kesigapan melangkah, keberanian mengambil resiko dan gairah untuk memenangkan pertandingan merupakan beberapa karakteristik pemain catur yang relevan dengan praktek pengelolan bisnis".

Dapat di simpulkan bahwa strategi bisnis merupkan strategi untuk mencapai tujuan dalam pengelolaan bisnis yang merupakan pedoman untuk rencana strategi suatu perusahaan yg di maksudkan untuk membangun dan memperkuat posisi produk atau jasa perusahaan dalam industri.

Pengertian Perencanaan Strategi Bisnis

Dilihat dari definisi-definisi yg sudah di sebutkan pada sub sub-bab 2.1.1 - 2.1.4, dapat di simpulkan bahwa perencanaan strategi bisnis merupakan sebuah penetapan langkah- langkah yg akan di lakukan untuk mencapai tujuan bisnis yaitu laba dengan melakukan pendekatan terhadap faktor - faktor yg menentukan terhadap keberhasilan suatu bisnis.

METODE PENELITIAN

Alasan Penggunaan Metode Penelitian

Kata **Sugiyono (2013:2)** metode penelitian padaadasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.

Pada pelaksanaannya GNDL Konveksi Jalan Suci yang mengijinkan penulis untuk membuat penelitian pengunaan metode kualitatif ini, pengunaan metode ini karena GNDL Konveksi Jalan Suci merupakan usaha yang sudah lama dan sudah mulai berkembang akan tetapi dengan berjalannya waktu, usaha GNDL Konveksi Jalan Suci in harus lebih di kembangkan lagi dan memperbaiki segala kekurangan usaha agar tetap bertahan seiring berkembangnya zaman.

Peneliti harus mendeskripsikan apa saja, baik dari segi kelamahan, kekuatan, peluang maupun ancaman yang sedang terjadi dan mempredikasi yang akan terjadi. Dari alasan tersebut penulis mengambil Metode Kualitatif untuk menganalis factor yang akan menunjang perkembangan Konveksi GNDL Konveksi Jalan Suci.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif, merupakan penelitian deskriptif yang bersifat menjelaskan, menggambarkan atau menuturkan dan menafsirkan data objek penelitian. Menurut **Rakhmat (1991:21)** "penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, menguji hipotesis atau membuat prediksi." Sedangkan menurut **Moleong (2004:2)** yang dimaksud dengan metode penelitian kualitatif adalah"penelitian

yang tidak mengadakan perhitungan atau juga dengan penemuan-penemuan yang tidak dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dari kuantifikasi".

"Dalam penggunaan jenis metodologi penelitian kualitatif data merupakan representasi simbolik yang lebih menekankan pada makna dan tujuan dari obyek penelitian, dibandingkan dengan isi data secara definitif. Signifikansi makna bergantung pada fokus peneliti yang dihasilkan dari interpretasi data yang telah dipengaruhi faktor subyektif peneliti seperti : orientasi, pendekatan, maupun refleksivitas dari lingkungan peneliti." Secara lebih jelas, **S. Nasution** mengemukakan konsep dasar penelitian kualitatif dan masalah yang mendasar tentang penelitian ini sebagai berikut :

a. Penelitian ini tidak bertujuan menguji, membuktikan kebenaran suatu teori.
b. Tidak ada pengertian populasi dalam penelitian ini. Sampling bersifat purposive yakni tergantung tujuan dan fokus pada suatu saat.
c. Instrumen penelitian tidak bersifat eksternal melainkan internal, yakni penelitian ini tanpa menggunakan eksperimen atau angket melainkan menyeleksi aspek-aspek khas yang berulang kali

d. Analisis data bersifat terbuka dan induktif yang membuka peluang untuk perubahan, perbaikan atau penyempurnaan berdasar data baru yang masuk.
e. Hipotesis tidak dirumuskan pada awal penelitian karena tidak ada maksud menguji kebenaran.
f. Hasil penelitian tidak bisa diramalkan atau dipastikan sebelumnya sebab akan banyak hal terungkap yang tidak terduga sebelumnya.

H. Sutopo(1998:4)

Memurut **Eriyanto (2005)** "penekanan utama dari metode penelitian kualitatif adalah menangkap maksud, tendensi dan tema dari pesan, di samping memahami organisasi dan proses pesan yang disampaikan. Oleh karena, umumnya penelitian kualitatif bertujuan memahami proses dan maksud dari data hasil investigasi, yang analisisnya diperluas dan sejalan dengan konseptual dan aplikasi teoritis yang disesuaikan dengan isu yang ada." Penelitian ini mengambil metode penelitian dengan teknik analisis wacana dengan model Analisis Framing model Pan dan Kosicki sebagai pisau analisisnya. Pan dan Kosicki berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi,

pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Frame berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Elemen yang menandakan pemahaman seseorang mempunyai bentuk yang terstruktur dalam bentuk aturan atau konvensi penulisan sehingga ia dapat menjadi "jendela" melalui mana makna yang tersirat dari berita menjadi terlihat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perangkingan IFAS (Internal Strategic Faktors Analisys Summary)

No	Urian	Nilai Pakar			Rata-Rata	Rank
		1	2	3		
1.	KEKUATAN/STRENGHT					
	Memiliki konveksi sendiri	3	3	4	3,3	2
	Memiliki pelanggan tetap	3	4	3	3,7	2
	Memiliki harga dan kualitas yang baik	4	4	4	4	1
	Sarana dan prasarana produksi telah tersedia	3	3	3	2	3
	Proses cepat dan tepat waktu	3	3	4	3,3	2
2.	KELEMAHAN/WEAKNESS					
	Modal usaha kecil	1	2	2	1,7	1
	Tidak ada pembukuan laporan keuangan	1	1	1	1	1
	Iklan dan promosi tidak rutin	1	2	1	1,3	7
	Sebagian kapasitas mesin jahit adalah mesin jahit tradisional dan telah lama	1	1	2	1,3	5
	Trun over pegawai yang tinggi	1	1	1	1	3

Sumber : Hasil Wawancara 2018

Hasil perangkingan factor internal diatas akan di gambarkan dengan penetuan rangking tertinggi pada kekuatan GNDL Konveksi dan posisinya berada di Aspek Pemasaran yang berada di rengking 1, karena mempunyai pelanggan tetap dan bisa menerima pembelian produk sesuai pesanan pelanggan. Sedangkan rangking tertinggi pada kelemahan GNDL Konveksi itu terletak pada Aspek Keuangan karena berada di rangking 1, yaitu modal usaha kecil, tidak ada pembukuan laporan keungan dan baiaya produksi menggunakan mesin lebih tinggi.

Pembobotan Matriks IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary)

Setelah melakukan perangkingan, penulis kemudian melakukan pembobotan factor internal yang menghasilkan data sebagai berikut:

No	Uraian	Bobot	Skor	Bxs
1.	KEKUATAN/STRENGHT			
	Memiliki konveksi sendiri	0,03	3,3	0,099
	Memiliki pelanggan tetap	0,2	4	0,74
	Memiliki harga dan kualitas yang baik	0,03	3,3	0,12
	Sarana dan prasarana produksi telah tersedia	0,03	2	0,06
	Proses cepat dan tepat waktu	0.2	3,7	0,66
	Total S			**1.679**
2.	KELEMAHAN/WEAKNESS			
	Modal usaha kecil	0.2	3,3	0,66
	Tidak ada pembukuan laporan keuangan	0,01	1	0,037
	Banyaknya konveksi sejenis	0,2	4	0,8
	Sebagian kapasitas mesin jahit adalah mesin jahit tradisional dan telah lama	0,01	3,7	0,02
	Trun over pegawai yang tinggi	0,09	2	0,09
	Total W	1	1.607	
	Total S+W			**3.286**

Sumber: pengolahan data 2018

Identifikasi Faktor Eksternal (EFAS) GNDL Konveksi

No	Urian	Nilai Pakar			Rata-Rata	Rank
		1	2	3		
1	PELUANG/OPPORTUNITY					
	Pangsa pasar yang besar	4	4	2	3,3	3
	Kejenuhan masyarakat dengan merk pesaing	3	3	3	3	2
	Harga relative murah murah dari pesaing	4	4	4	4	1
	Penjualan online menggunakan media online	4	3	3	3,3	5
	Pemasaran produk diluar pulau jawa	3	3	4	3,3	4
2	ANCAMAN/THREAT					
	Ketergantungan tinggi terhadap import bahan baku	1	1	1	1	1
	Banyaknya pesaing dari konveksi sejenis	1	2	1	1,3	5
	Persaingan harga	2	2	2	2	4
	Trun over pegawai	1	1	2	1,3	6
	Tuntutan konsumen semakin tinggi	1	1	1	1	8

Sumber : Hasil Wawancara 2018

Pada perhitungan faktor Eksternal di atas maka hasil rangking tertinggi pada peluang GNDL Konveksi berada pada Aspek Produksi karena berada di rangking 1, yaitu berada pada harga yang relative murah dari pesaing. Sedangkan rating tertinggi pada anccaman GNDL Konveksi berada pada posisi keuangan yaitu ketergantungan tinggi terhadap import bahan baku dari tahun ke tahunnya.

Pembobotan Matriks EFAS (Eksternal Strategic Factor Analysis Summary)

Setelah melakukan perangkingan, selanjutnya penulis melakukan pembobotan factor eksternal yang menghasilkan data sebagai berikut.

No	Uraian	Bobot	Skor	BxS
1	PELUANG/OPPORTUNITY			
	Pangsa pasar yang besar	0,2	3,3	0,66
	Kejenuhan masyarakat dengan merk asing	0,2	3	0,6
	Harga relative murah murah dari pesaing	0,03	4	0,12
	Penjualan online menggunakan media online	0,03	3,3	0,099
	Pemasaran produk diluar pulau jawa	0,03	3,3	0,099
	Total O			1.578
2.	ANCAMAN/THREAT			
	Ketergantungan tinggi terhadap import bahan baku	0,2	1	0,2
	Banyaknya pesaing dari konveksi sejenis	0,2	1,3	0,26
	Persaingan harga	0,04	2	0,08
	Kenaikan bahan baku	0,04	1,3	0,052
	Tuntutan konsumen semakin tinggi	0,03	1	0,03
Total T		1		0.622
Total O+T				2.2

Hasil Perhitungan IFAS dan EFAS

Dari hasil pembobotan IFAS dan EFAS pada table di atas maka di peroleh data total dari *Strenght, Opportunity, Weakness, dan Threat* sebagai berikut

Strenght = 1.679

Opportunity = 1.578

Weakness = 1.607

Threat = 0.622

Strenght + Opportunity

= 1.679 + 1.578

= 3.257

Weakness + Threat

= 1.607+ 0.622

= 2.229

Diketahui bahwa;

Strenght + Opportunity > Weaknes + Threat

Dapat di simpulkan bahwa faktor strategi dari **kekuatan** dan **peluang** akan sangat mendukung tercapainnya jalan keluar dari pokok permasalahan yg ada untuk mendukung rekomendasi yang di harapkan.

Strategi untuk pengembangan usaha dengan menggunakan analisis matrik SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan dari IFAS dan EFAS di atas maka

menghasilkan nilai kekuatan dan peluang lebih besar dari pada nilai kelemahan dan ancaman yang mendukung terlaksananya strategi bisnis untuk kedepannya. Namun belum diketahui pasti bagaimana strategi apa yang akan di gunakan. Maka dalam menentukan arah strategi yang akan di gunakan nanti penulis sebelumnya akan melakukan analisis titik kordinat internal dan analisis titik kordinat eksternal yang akan di gunakan untuk menentukan kuadran serta titik kooerdinat pada diagram matrik swot. Adapun cara untuk mencari koordinat internal dan eksternal menurur **Freddy F Rangkuti (2009 : 152)** adalah sbb:

a) Koordinat Analisis Internal Sumbu X
= (Skor Total Kekuatan – Skor Total Kelemahan) : 2

= (1.679 – 1.607) : 2 = 0.036

b) Koordinat Analisis Eksternal Sumbu Y

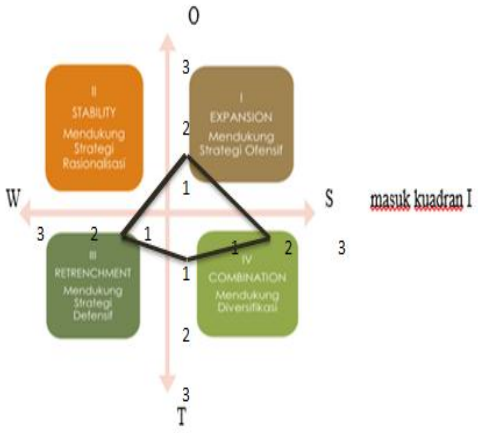
= (Skor Total Peluang – Skor Total Ancaman) : 2

= (1.578 – 0.622) : 2

= 0.478

Jadi, titik koordinatnya terletak pada (0,036 ; 0,478)

Grafik Kuadran SWOT



Sumber : Data di olah 2018

Keterangan :

Jadi hasil mencari koordinat internal dan eksternal dapat di tentukan titik koordinatnya yaitu terletak pada (0,036 ; 0,478) sehingga apabila di masukan kedalam perhitungan Kuadran SWOT posisinya terletak pada posisi kuadran I karena memiliki sebuah situasi yang sangat menguntungkan, memiliki peluang, dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang hrus di terapkan adalah mendukung kebijakanpertumbuhan yang agresif.

Perumusan Proposisi Analisis SWOT

Perumusan proposi disini di ambil dari hasil analisis SWOT yang paling kuat, diataranya :

1. Kekuatan (Strength)

- Memiliki pelanggan tetap

- Proses cepat dan tepat waktu

2. Kelemahan (Weakness)

- Tidak ada pembukuan laporan keuangan
- Banyaknya pesaing dari konveksi yang sejenis

3. Peluang (Opportunity)

- Kejenuhan masyarakat dengan merk asing
- Pemasaran produk diluar pulau jawa

4. Ancaman (Thearts)

- Ketergantungan yang tinggi terhadap impor bahan baku
- Tuntutan konsumen semakin tinggi

Perumusan Proporsi Analisis SWOT

Internal / Eksternal	Strengs (S) • Memiliki pelanggan tetap • Proses cepat dan tepat waktu	Weaknesses (W) • Tidak ada pembukuan laporan keuangan • Banyaknya konveksi sejenis
Treat (T) • Ketergantungan yang tinggi terhadap impor bahan baku • Tuntutan konsumen semakin tinggi	Strategi ST • Mengontrol pembelian bahan baku • Mengutamakan kepuasan pelangan dengan kualitas produk	Strategi WT • Owner melakukan pengawasan produknya secara langsung • Mengoptimalkan penjualan dengan berdasarkan pesanan sehingga memberikan servise terbaik pada pelanggan
Opportunity (O) • Kejenuhan masyarakat dengan merk asing • Pemasaran produk diluar pulau jawa	Strategi SO • Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dengan tujuan untuk tetap menjaga kepercayaan pelanggan dengan cara berinovasi. • Memproduksi sesuai dengan permintaan pasar yang semakin besar.	Strategi WO • Memberikan upah tambahan untuk kerajinan pegawai serta membuatkam SOP kerja sebagai acuan karyawan dalam bekerja. • Mencatat dan mendokumentasikan pengeluaran dan pemasukan dari setiap transaksi.

Sumber : Pengolahan data tahun 2018

Rancangan Strategi

Strategi Agar Mampu Bersaing Dengan Perusahaan Lain

1. Strategi SO *(Strenght – Opportunty)*

a. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dengan tujuan untuk tetap menjaga kepercayaan pelanggan dengan cara berinovasi.
b. Meningkatkan penjualan tingkat nasional dengan cara bekerjasama dengan distributor.

2. Strategi WO *(Weakness – Opportunity)*

a. Memberikan upah tambahan untuk kerajinan pegawai serta membuatkam SOP kerja sebagai acuan karyawan dalam bekerja.
b. Mencatat dan mendokumentasikan pengeluaran dan pemasukan dari setiap transaksi.

3. Strategi ST *(Strenght – Threat)*

a. Mengontrol pembelian bahan baku.
b. Mengutamakan kepuasan pelangan dengan kualitas produk.

4. WStrategi WT *(Weakness – Threat)*

a. Owner melakukan pengawasan produknya secara langsung.
b. Mengoptimalkan penjualan dengan berdasarkan pesanan sehingga memberikan servise terbaik pada pelanggan

Hal yang di lakukan selanjutnya adalah membuat rencana operasional dengan cara mengklasifikasikan

rancangan strategi kedalam tiga tahapan kalsifikasi, yaitu:

1. Jangka pendek
2. Jangka Menengah
3. Jangka Panjang

Rencana Operasional

No	Strategi	Jangka Pendek	Jangka Menengah	Jangka Panjanga	Pelaksanaan Strategi
1.	Mengontrol pembelian bahan baku	√			Memberikan/ mengikuti pelatihan pengunggaan
2.	Mengutamakan kepuasan pelanggan	√			Memberikan kualitas produk terbaik
3.	Owner melakukan pengawasan produk secara langsung	√			Owner terjun langsung kelapangan dan berbaur dengan karyawan
4.	Mengoptimalkan penjualan dengan berdasarkan pesanan sehingga memberikan servise terbaik pada pelanggan	√			Membuat standar ketentuan pesanan
5.	Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dengan tujuan untuk tetap menjaga kepercayaan pelanggan dengan cara berinovasi. .		√		Menyediakan jasa desain
6.	Memproduksi sesuai dengan permintaan pasar yang semakin besar.			√	Membuat brand dan desaind sendiri sesuai dengan keinginan pasar dan konsumen
7.	Memberikan upah tambahan untuk kerajinan pegawai serta membuatkam SOP kerja sebagai acuan karyawan dalam bekerja.	√			Pemilik harus mengikuti pelatihan/seminar kewirausahaan
8.	Mencatat dan mendokumentasikan pengeluaran dan pemasukan dari setiap transaksi.	√			Memberikan pelatihan kerja terhadap karyawan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil dari analisi dan pembahasan pada bab sebelumnya, penulis menarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. **Strategi untuk mengembangkan usaha di sertai dengan peningkatan kualitas produk untuk menvapai keberhasilan usaha dengan menggunakan analisis matriks SWOT**

   Perusahaan GNDL Konveksi Jalan Suci harus melakukan pengembangan usaha yang di sertai dengan peningkatan kualitias produk sehingga dapat mencapai keberhasilan usaha dengan cara memperbaiki masalah-masalah yang terjadi didalam internal perusahaan yang mecangkup seluruh bagian manjemen, serta perusahaan memanfaatkan peluang secara maksimal untuk dapat mengembangkan usaha GNDL Konveksi.

2. **Strategi Agar Mampu Bersaing Dengan Perusahaan Lain**
   1. **Strategi SO *(Strenght – Opportunty)***
      a. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dengan tujuan untuk tetap menjaga kepercayaan pelanggan dengan cara berinovasi.
      b. Meningkatkan penjualan tingkat nasional dengan cara bekerjasama dengan distributor.
   2. **Strategi WO *(Weakness – Opportunity)***
      a. Memberikan upah tambahan untuk kerajinan pegawai serta membuatkam SOP kerja sebagai acuan karyawan dalam bekerja.
      b. Mencatat dan mendokumentasikan pengeluaran dan

pemasukan dari setiap transaksi.

3. **Strategi ST *(Strenght – Threat)***
   a. Mengontrol pembelian bahan baku.
   b. Mengutamakan kepuasan pelangan dengan kualitas produk.

4. **Strategi WT *(Weakness – Threat)***
   a. Owner melakukan pengawasan produknya secara langsung.
   b. Mengoptimalkan penjualan dengan berdasarkan pesanan sehingga memberikan servise terbaik pada pelanggan

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Perushaan harus membuat standar kualitas produk dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan agar tetap menjaga kepuasan pelanggan.
2. Perusahaan harus membuat laporan keuangan secara manual dan komputerisasi kerena dengan adanya laporan keuangan kedepannya perusahaan akan dapat dengan mudah membuat penganggaran dan pelamaran serta perencanaan usaha untuk kedepannya.
3. Perusahaan tidak boleh terlalu bergantung pada pendapatan yang berasal dari pesanan pelanggan tetap, tetapi perusahaan sekarang harus sudah mulai mengikuti perkembangan zaman yaitu mulai memasarkan produk dengan menggunakan media online seperti WEB, Instagram, Facebook dll
4. Perusahaan harus bisa lebih berkembang lagi karena masyarakat masih menerima produk dari GNDL Konveksi, target magsa pasar konveksi sasaran dari anak muda hingga orang tua

DAFTAR PUSTAKA

Anwara , Meinarini. 2012. Analisis SWOT pada *Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar (Studi Kasus : Toko Pojok Madura).* ISSN: 1979-0767

Amirullah. 2005. *Pengertian Bisnis dalam arti luas edisi 5 halaman 2.*

Arief, Rizal, Ono. 2017. *Business Model in Electricty Industri Using Business Model Canvas Approach: The Case Of PT.XYZ.* E-ISSN: 2407-7321

Assauri, S. 2013. *Strategic Management: sustainable competitive advantages edisi 2*. Jakarta: Rajawali Pers

Chandler. 1962. *Pengertian Strategi edisi 1.*

Dian Jingga Permana. 2013. *Analisi Peluang Bisnis Media Cetak Melalui Pendekatan Bisnis Model Canvas untuk Menentukan Stategi Bisnis Baru.* ISSN : 1979-276X

Dirgantoro, Crown (2004). *Manajemen Strategik: KOnsep, Kasus, dan Implementasi.* Jakarta: PT. Gramedia.

Dyson, R. G (2004) *strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. Internasional.*

David, Fred R. (2011). *Pengertian Perencanaan edisi 11.*

David, Fred R. (2012). *Strategic Manajement, Konsep Manajemen Strategis edisi 12.* Jakarta: Salemba Empat.

Eddy, Soeryanto Soegoto. *Pengertian Strategi edisi 14 halaman 138.*

Georgiy, Irina, Sozrykoevna, Anzhela. 2015 . *The Innovative Business Model Canvas in the System of Effective Budgeting*. E-ISSN : 1911-2025

Hartatik, Teguh Baroto. 2017. *Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas.* ISSN : 2527-4112

Helzer, Jay dan Render, Barry (2012). *Manajemen Operasi edisi 9.* Jakarta: Salemba Empat.

Indrajit. 2001. *Pengerian Bisnis secara luas edisi 1 halaman 31.*

Irene Tatyana. 2017. *Infografis Data Statistik dan Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif.[Internet].* Diunduh 2017 Januari 5] tersedia pada : http://www.bekraf.go.id/berita/page/17/infografis-data-statistik-dan-hasil-survei-khusus-ekonomi-kreatif

Joewono. 2012. *Pengertian perncanaan edisi 12 halaman 3.*

Kartono, 2005. *Pemimpin dan Kepemimpinan.* PT. Rajagrafindo Perada, Jakarta

Kasmir. Jakfar. 2012. *Pengertian Bisnis secara luas edisi 12 halaman 7.*

Louis E, Boone. 2007. *Pengertian Bisnis edisi 7 halaman 5.*

Mahmud, M. Hanafi. 1997. *Pengertian Perencanaan lembar 10*

Magretta, J. 2014. *Understanding Michael Porter The essential Guide to competition and Strategy.* Yogyakarta: Penerbit Andi

M, Grant. 2002. *Pengertian perncanaan edisi 2 halaman 14.*

Mahmud, M Hanafi. 1997. *Pengertian perncanaan edisi 97 halaman 10.*

Nur, Nur Faizah, Farah Nurafiqah, Jamaludin . 2015. *Comparison of Business Model Canvas (BMC) Among the Three Consulting Companies.* ISSN: 2348-1196

Ommai, A.R. (2011). *Strenghs, weakness, opportunities and threars (SWOT) analysis for farming system businesses management. Case of wheat farmers of Shadervan District,Shoushtar Township* , Iran.ISSN.

Ommy Qistiya, Dewi Tungarini, dan Agus Sudono. *Strategi Pengembangan Bisnis Dalm Meningkatkan Upaya Meningkatkan Penjualan di Café District 29.* Jurnal Manajemen Resort dan Leisure Vol. 14 No. 1 April 2017

Osterwalder, Alexander dan Pigneur, Yves terjemahan(2012). *Business Model Generation.* Jakarta: Elex Media Komputindo

Permadi, Rita, Kirbrandok. 2016. *Analisis Pengembangan Model Bisnis Kanvas CV Kandura Keramik Bandung.* ISSN: 1693-5241

Prihartono. 2012. *Pengertian Strategi edisi 12 halaman 13.*

Rainaldo,Wibawa, Rahmawati. 2017 *Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi Kasus Uber di Indonesia).* ISSN: 2337-3520

Rangkuti, Freddy. (2001) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.*

Rangkuti, Freddy. (2001) *pengertian Strategi edisi 1 halaman 3.*

Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Rangkuti, Freddy. (2014) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.*

Sofan, Assauri. 2016. *Pengertian Strategi edisi 16 halaman 3.*

Sukirno. 2012. *Pengertian Bisnis dalam arti luas edisi 10 halaman 12.*

Sugiyono, (2013). *Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif.* Alfabeta.

Sugiyono, (2016). *Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif.* Bandung : Alfabeta.

Sugiyono, (2016). *Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif.* Bandung : Alfabeta.

Simon R. 2016. *Analisa Strategi Pengembangan Model Bisnis* PT. Gramedia Asri Media [tesis]. Surabaya(ID). Universitas Airlangga