

# PENGEMBANGAN USAHA DI RUMAH KONVEKSI GARUT (RKG)

Rinrin Rubianti<sup>1</sup>, Hilmi Aulawi<sup>2</sup>

Jurnal Kalibrasi  
Sekolah Tinggi Teknologi Garut  
Jl. Mayor Syamsu No. 1 Jayaraga Garut 44151 Indonesia  
Email : [jurnal@sttgarut.ac.id](mailto:jurnal@sttgarut.ac.id)

<sup>1</sup>[rinrinrubianti@gmail.com](mailto:rinrinrubianti@gmail.com)

<sup>2</sup>[hilmiaulawi@sttgarut.ac.id](mailto:hilmiaulawi@sttgarut.ac.id)

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi alternatif dalam pengembangan usaha Rumah Konveksi Garut (RKG). Metode yang digunakan survey dengan analisis SWOT dan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*). Hasil menunjukkan bahwa total nilai yang diperoleh dari tabel IFAS adalah 3,62 (rata-rata 0.91) dengan skor kekuatan 2,86 dan skor kelemahan sebesar 0,76, ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan usaha Rumah Konveksi Garut (RKG) lebih besar dari faktor kelemahan, sedangkan total nilai EFAS yaitu sebesar 3,55 (rata-rata 0.70). Skor peluang 2,80 dan skor ancaman sebesar 0,75. Artinya faktor peluang yang dimiliki lebih besar dari faktor ancaman. Strategi alternatif yang tepat adalah strategi SO. Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Hasil dari enam strategi yang diperoleh, maka dipilih satu strategi yang paling diprioritaskan dengan menggunakan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*), berdasarkan dari total nilai daya tarik (TAS) yang nilainya paling besar yaitu meningkatkan promosi dengan memiliki nilai total daya tarik (TAS) sebesar 5,71.

**Kata Kunci** – Analisis SWOT, Analisis QSPM, Strategi Pengembangan Usaha

## I. PENDAHULUAN

Rumah Konveksi Garut (RKG) merupakan sebuah usaha konveksi pakaian yang beralamat di Jl. Raya Bayongbong KM 12, RT. 01 RW 01, Kecamatan Bayongbong, Kab. Garut. Konveksi ini berdiri sejak tahun 1992 dengan beberapa produk yang dihasilkan berbagai jenis pakaian jadi seperti kemeja, seragam sekolah, almamater, gamis, seragam olah raga, jaket, dll. Tenaga kerja yang ada pada saat ini adalah sebanyak 10 orang, dengan kapasitas produksi dari konveksi ini dapat mencapai rata-rata 1200 pcs tiap bulannya. Produksi dilakukan berdasarkan *make to stoke* dan *make to order* untuk kebutuhan sekolah dan masyarakat sekitar di daerah Garut dan luar kota. Perusahaan tersebut memiliki permintaan paling banyak pada bulan agustus dan terjadi penurunan pada bulan-bulan berikutnya. Hal tersebut disebabkan karena permintaan meningkat pada saat awal masuk sekolah. Dengan jumlah permintaan yang tidak stabil, oleh karena itu perlu untuk dilakukan Analisis SWOT agar kedepannya dapat bermanfaat bagi pemilik untuk melakukan pengembangan usaha dan usaha konveksi tersebut dapat meningkatkan produksinya.

Analisis SWOT dapat membandingkan antara faktor eksternal dengan faktor internal sehingga dari analisis tersebut didapat suatu keputusan yang strategis dalam suatu organisasi. Permasalahan yang ada di Rumah Konveksi Garut (RKG) yaitu menurunnya permintaan produk

dari konsumen, sehingga proses produksi juga menurun, hal itu disebabkan karena kurang melakukan kegiatan promosi melalui media cetak ataupun media elektronik.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Teknik Industri

Teknik industry merupakan suatu teknik yang terdiri dari beberapa bidang, seperti bidang desain (*design*), perbaikan (*improvement*), dan penginstalasian (*installation*) yang mencakup manusia, peralatan, informasi dan juga energi. Dari hal yang telah diuraikan tersebut bahwa dengan adanya ilmu pengetahuan bahwa teknik industri tidak spesifik pada ilmu matematika dan juga fisika, tetapi pada ilmu sosial dan ekonomi. [1]

### B. Definisi Strategi

Strategi merupakan suatu ilmu dan juga seni serta sumber daya sebuah organisasi bahwa untuk mencapai sasarannya yaitu dengan cara hubungan yang lebih efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling baik. [3]

Strategi ialah sebuah rencana yang dipersatukan, dan juga berintegrasi yang dapat menghubungkan antara keunggulan strategi perusahaan dengan sebuah tantangan lingkungan, dan dirancang untuk mencapai tujuan utama dari sebuah perusahaan melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. [4]

### C. Pengembangan Usaha

Anoraga (2009) menyatakan bahwa pengembangan sebuah usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha atau seorang wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, Jika hal tersebut dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka mendapatkan harapan untuk dapat menjadikan sebuah usaha yang tadinya kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha yang berkembang. [5]

### D. Analisis SWOT

Rangkuti [2] mengemukakan bahwa pengertian Analisis SWOT ialah sebuah cara untuk mengidentifikasi bermacam faktor faktor yang secara sistematis dalam perumusan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan dan juga peluang, namun secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan dan juga ancaman. Proses dalam pengambilan sebuah keputusan strategis maka akan selalu berkaitan dengan pengembangan misi dan juga tujuan strategi dan juga kebijakan suatu perusahaan.

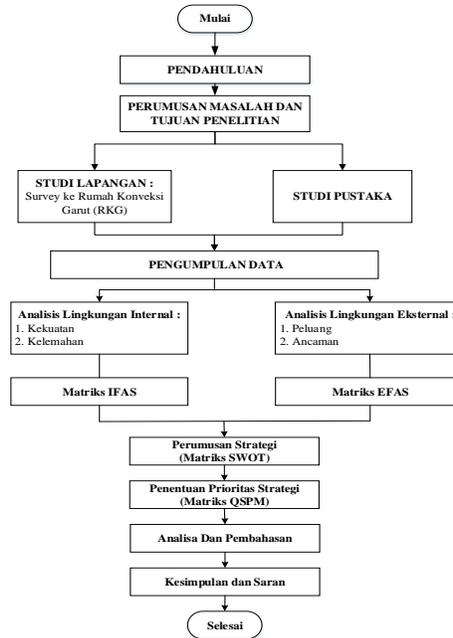
Dengan seperti itu perencanaan strategi dapat menganalisis berbagai macam faktor strategi perusahaan yaitu antara kekuatan dan juga kelemahan serta peluang dan juga ancaman dalam kondisi yang dialami saat ini. Hal tersebut dapat diartikan sebagai analisis situasi. Analisis SWOT dapat membandingkan antara faktor eksternal yaitu peluang dan juga ancaman serta faktor internal yaitu kekuatan dan juga kelemahan. [2]

### E. Matriks QSPM

Menurut Fred R David (2011:353) dalam puspasari dan dedy (2013), matrik QSPM dapat digunakan untuk memilih dan juga mengevaluasi strategi mana yang terbaik dan juga paling cocok dengan lingkungan eksternal dan juga internal yang ada di perusahaan. Alternatif strategi yang mempunyai nilai total terbesar pada matiks QSPM yaitu merupakan suatu strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Analisis QSPM merupakan analisis tahap akhir yang digunakan dalam menentukan pilihan prioritas strategi pengembangan usaha.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Dibawah ini merupakan diagram alur pemecahan masalah yaitu sebagai berikut:



Gambar 3.1 Diagram Alur Tahapan Penelitian  
(Sumber: Penulis 2018)

### IV. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan data primer dan juga data sekunder, untuk pengumpulan data primer didapat dari hasil wawancara langsung terhadap pemilik usaha Rumah Konveksi Garut) dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Questionner*), dan untuk data sekunder didapat dari literatur sebagai pendukung dalam penyusunan hasil penelitian ini.

Pengolahan data ini dilakukan dengan menggunakan metode Analisis SWOT dan juga QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), berikut ini merupakan hasil dari metode tersebut

#### A. Identifikasi Faktor- faktor Internal dan Eksternal

Tabel 4.1 Faktor- faktor Internal Rumah Konveksi Garut (RKG)

Indikator Eksternal perusahaan	Kekuatan Perusahaan	Kelemahan Perusahaan
1. Kondisi Keuangan	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modal usaha terbatas</li> </ul>
2. SDM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenaga kerja yang cukup terampil dan berpengalaman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterbatasan kemampuan tenaga kerja</li> </ul>
3. Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk berkualitas</li> <li>• Harga lebih terjangkau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurang dilakukannya promosi secara rutin</li> </ul>
4. Produksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proses pengerjaan lebih cepat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterbatasan perluasan perusahaan</li> </ul>

5. Manajemen	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum mampu mengelola keuangan dengan baik</li> </ul>
--------------	---	--

Sumber: Hasil Penelitian Rumah Konveksi Garut (2018)

Tabel 4.2 Faktor- faktor Eksternal Rumah Konveksi Garut (RKG)

Indikator Eksternal pe- rusahaan	Peluang Perusahaan	Ancaman Perusahaan
1. Kondisi Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan baku mudah didapat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenaikan harga bahan pelengkap dan pendukung</li> </ul>
2. Sosial dan Budaya	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perubahan gaya hidup masyarakat</li> </ul>
3. Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepercayaan konsumen terhadap produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsumen semakin sensitif terhadap harga</li> </ul>
4. Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemajuan teknologi informasi</li> </ul>	-
5. Pesaing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pangsa pasar cukup tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dengan perusahaan yang sejenis</li> </ul>

Sumber: Hasil Penelitian Rumah Konveksi Garut (2018)

**B. Analisis SWOT**

Berikut ini merupakan tabel matriks faktor internal dan eksternal Rumah Konveksi Garut (RKG):

Tabel 4.3 Matriks Faktor Internal dan Eksternal Rumah Konveksi Garut (RKG)

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<b>1. Kekuatan</b>	<b>1. Peluang</b>
a. Memiliki tenaga kerja yang cukup terampil dan berpengalaman	a. Bahan baku mudah didapat
b. Produk berkualitas	b. Kepercayaan konsumen terhadap produk
c. Harga lebih terjangkau	c. Kemajuan teknologi informasi
d. Proses pengerjaan lebih cepat	d. Pangsa pasar cukup tinggi
<b>2. Kelemahan</b>	<b>2. Ancaman</b>
a. Modal usaha terbatas	a. Kenaikan harga bahan pelengkap dan pendukung
b. Keterbatasan kemampuan tenaga kerja	b. Perubahan gaya hidup masyarakat
c. Kurang dilakukannya promosi secara rutin	c. Konsumen semakin sensitive terhadap harga
d. Keterbatasan perluasan perusahaan	d. Persaingan dengan perusahaan yang sejenis
e. Proses pengerjaan lebih cepat	-

Sumber: Hasil Penelitian Rumah Konveksi Garut (2018)

**C. Strategi Faktor Internal (IFAS) dan Faktor Eksternal (EFAS)**

Strategi faktor internal yang terdapat didalam strategi pengembangan Rumah Konveksi Garut (RKG) yaitu untuk mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan. Setelah mendapatkan nilai dari hasil perhitungan setiap rating maka didapatkan hasil pembobotan untuk setiap nilai rating faktor internal.

*Tabel 4.4 Faktor Strategi Internal (IFAS)*

FAKTOR STRATEGI INTERNAL				
No	Strengths (Kekuatan)	BOBOT	RATING	SKOR (BOBOT X RATING)
1	Tenaga kerja yang cukup terampil dan berpengalaman	0.15	4	0.6
2	Produk berkualitas	0.19	5	0.95
3	Harga lebih terjangkau	0.19	5	0.95
4	Proses pengerjaan lebih cepat	0.12	3	0.36
<b>Jumlah Skor Kekuatan</b>				<b>2.86</b>
No	Weaknesses (Kelemahan)	BOBOT	RATING	SKOR (BOBOT X RATING)
1	Modal usaha terbatas	0.04	1	0.04
2	Keterbatasan kemampuan tenaga kerja	0.04	1	0.04
3	Kurang dilakukannya promosi secara rutin	0.12	3	0.36
4	Keterbatasan perluasan perusahaan	0.08	2	0.16
5	Belum mampu mengelola keuangan dengan baik	0.08	2	0.16
<b>Jumlah Skor Kelemahan</b>				<b>0.76</b>
<b>Jumlah Skor Keseluruhan</b>		<b>1</b>		<b>3.62</b>

Sumber : Pengolahan Data Penulis (2018)

Strategi faktor eksternal pada strategi pengembangan Rumah Konveksi Garut (RKG) yaitu untuk mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman. Setelah mendapatkan nilai dari perhitungan setiap rating maka didapat pembobotan untuk setiap masing- masing nilai rating faktor eksternal.

*Tabel 4.5 Faktor Strategi Eksternal (EFAS)*

FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL				
No	Opportunities (Peluang)	BOBOT	RATING	SKOR (BOBOT X RATING)
1	Bahan baku mudah didapat	0.13	3	0.39
2	Kepercayaan konsumen terhadap produk	0.17	4	0.68
3	Kemajuan teknologi informasi	0.21	5	1.05
4	Pangsa pasar cukup tinggi	0.17	4	0.68
<b>Jumlah Skor Peluang</b>				<b>2.8</b>
No	Threats (Ancaman)	BOBOT	RATING	SKOR (BOBOT X RATING)
1	Kenaikan harga bahan pelengkap dan pendukung	0.04	1	0.04
2	perubahan gaya hidup masyarakat	0.13	3	0.39
3	Konsumen semakin sensitif terhadap harga	0.08	2	0.16
4	Persaingan dengan perusahaan yang sejenis	0.08	2	0.16
<b>Jumlah Skor Ancaman</b>				<b>0.75</b>
<b>Jumlah Skor Keseluruhan</b>		<b>1</b>		<b>3.55</b>

Sumber : Pengolahan Data Penulis (2018)

Dari hasil perhitungan faktor strategi internal maupun eksternal, maka didapat hasil penjumlahan dari skor masing- masing faktor diantaranya yaitu:

*Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil dari Perhitungan Faktor internal dan juga Eksternal*

No	Uraian	Skor
<b>Faktor Internal</b>		
1	Kekuatan	2,86
2	Kelemahan	0,76
<b>Faktor Eksternal</b>		
1	Peluang	2,80

2	Ancaman	0,75
---	---------	------

Sumber : *Pengolahan Data Penulis (2018)*

Berdasarkan uraian diatas bahwa faktor IFAS pada kekuatan (*Strengths*) mendapat nilai sebesar 2,86 sedangkan faktor IFAS pada kelemahan (*Weakness*) mendapat nilai sebesar 0.76. Dengan hasil yang didapat menunjukkan bahwa Rumah Konveksi Garut (RKG) memiliki faktor kekuatan yang sangat tinggi dibandingkan dengan kelemahan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Rumah Konveksi Garut (RKG) dapat meningkatkan pengembangannya dengan cara memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, serta dapat mengatasi kelemahan yang ada. Sedangkan faktor EFAS pada peluang (*Opportunities*) mendapat nilai sebesar 2,80, dan faktor EFAS pada ancaman (*Threats*) mendapat nilai sebesar 0.75.

**D. Perumusan Strategi dengan Matriks SWOT**

Perumusan strategi dengan matriks SWOT dibuat berdasarkan hasil dari analisis sebelumnya yaitu matrik IFAS dan EFAS. Faktor peluang dan ancaman serta faktor kekuatan dan kelemahan dicocokkan. Tujuan dilakukannya matriks SWOT ini ialah untuk mengumpulkan beberapa hasil dari alternatif strategi yang mungkin akan digunakan oleh Rumah Konveksi Garut (RKG). Matriks ini dapat digunakan dalam mengembangkan usaha dengan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (Kekuatan-Peluang), strategi WO (Kelemahan-Peluang), strategi ST (Kekuatan-Ancaman), dan WT (Kelemahan-Ancaman). Berdasarkan hasil perumusan strategi yaitu sebagaiberikut :

IFAS	<p>KEKUATAN (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tenaga kerja yang cukup terampil dan berpengalaman.</li> <li>2. Produk berkualitas</li> <li>3. Harga lebih terjangkau</li> <li>4. Proses pengerjaan lebih cepat</li> </ol>	<p>KELEMAHAN (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal usaha terbatas</li> <li>2. Kurang dilakukannya promosi secara rutin</li> <li>3. Keterbatasan kemampuan tenaga kerja</li> <li>4. Keterbatasan perluasan perusahaan</li> <li>5. Belum mampu mengelola keuangan dengan baik</li> </ol>	
EFAS	<p>PELUANG (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan baku mudah didapat</li> <li>2. Kepercayaan konsumen terhadap produk</li> <li>3. Kemajuan teknologi</li> <li>4. Pangsa pasar cukup tinggi</li> </ol>	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperluas pangsa pasar (S2,S3,O2,O3,O4,O5)</li> <li>2. Mempertahankan kualitas produk dan memanfaatkan perkembangan terhadap kemajuan teknologi (S1,S2,S3,S4,O1,O3,O4)</li> </ol>	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan promosi produk (W2,O4,O5)</li> <li>2. Perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumberdaya manusia serta penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah.(W1,W3,W4,O1, O4)</li> </ol>
	<p>ANCAMAN (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kenaikan harga bahan pelengkap dan pendukung</li> <li>2. Perubahan gaya hidup masyarakat</li> <li>3. Konsumen semakin sensitif terhadap harga</li> <li>4. Persaingan dengan perusahaan ynag sejenis</li> </ol>	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan pelayanan untuk menghadapi persaingan (S1,S2,S3,T2,T3,T4)</li> </ol>	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan teknologi (W1,W5, T2,T4)</li> </ol>

Gambar 4.3 Matriks SWOT Rumah Konveksi Garut (RKG)  
 Sumber : Pengolahan Data Penulis (2018)

**E. Penentuan Prioritas Strategi dengan Matriks QSPM**

Hasil dari beberapa alternatif strategi yang didapat dari analisis SWOT maka dapat dipilih salah satu strategi yang paling baik yaitu dengan menggunakan analisis matrik QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) atau bisa disebut Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif . Adapun strategi yang paling baik berdasarkan analisis Matriks QSPM yaitu seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.7 QSPM Pengembangan Usaha Rumah Konveksi Garut (RKG)

Faktor-faktor Utama	BOBOT	Alternatif Strategi											
		Strategi I		Strategi II		Strategi III		Strategi IV		Strategi V		Strategi VI	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Faktor Internal</b>													
Tenaga kerja yang cukup terampil dan	0.13	3	0.39	4	0.52	4	0.52	4	0.52	3	0.39	3	0.39
Produk berkualitas	0.17	4	0.68	4	0.68	4	0.68	4	0.68	3	0.51	3	0.51
Harga lebih terjangkau	0.17	4	0.68	3	0.51	4	0.68	4	0.68	4	0.68	4	0.68
Proses pengerjaan lebih cepat	0.13	3	0.39	4	0.52	3	0.39	2	0.26	3	0.39	3	0.39
Modal usaha terbatas	0.03	3	0.09	3	0.09	3	0.09	3	0.09	2	0.06	3	0.09
Keterbatasan kemampuan tenaga kerja	0.10	3	0.3	2	0.2	3	0.3	2	0.2	2	0.2	2	0.2
Kurang dilakukannya promosi secara rutin	0.03	3	0.09	2	0.06	4	0.12	4	0.12	4	0.12	2	0.06
keterbatasan perhasan perusahaan	0.07	3	0.21	2	0.14	3	0.21	3	0.21	3	0.21	3	0.21
Belum mampu mengelola keuangan dengan baik	0.07	2	0.14	3	0.21	3	0.21	3	0.21	3	0.21	3	0.21
<b>Faktor Eksternal</b>													
Bahan baku mudah didapat	0.10	3	0.3	4	0.4	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Kepercayaan konsumen terhadap produk	0.17	3	0.51	3	0.51	4	0.68	3	0.51	2	0.34	3	0.51
Kemajuan teknologi informasi	0.17	3	0.51	4	0.68	3	0.51	4	0.68	3	0.51	4	0.68
Pangsa pasar cukup tinggi	0.14	3	0.42	3	0.42	2	0.28	3	0.42	3	0.42	3	0.42
Kenaikan bahan pelengkap atau pendukung	0.03	3	0.09	2	0.06	3	0.09	2	0.06	2	0.06	2	0.06
Perubahan gaya hidup masyarakat	0.10	3	0.3	3	0.3	3	0.3	2	0.2	3	0.3	2	0.2
Konsumen semakin sensitif terhadap harga	0.07	2	0.14	2	0.14	2	0.14	2	0.14	2	0.14	2	0.14
Persaingan dengan perusahaan yang sejenis	0.07	3	0.21	3	0.21	3	0.21	4	0.28	4	0.28	3	0.21
<b>Jumlah Nilai Daya Tarik</b>			<b>5.45</b>		<b>5.65</b>		<b>5.71</b>		<b>5.56</b>		<b>5.12</b>		<b>5.26</b>

Sumber : Pengolahan Data Penulis (2018)

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) terhadap pengembangan usaha Rumah Konveksi Garut (RKG) didapat nilai TAS paling tinggi berada pada alternatif strategi III yaitu 5.71 .

Tabel 4.8 Urutan Strategi Hasil Analisis Matriks QSPM Rumah Konveksi Garut

Urutan	Strategi	Nilai TAS
1	Meningkatkan promosi	5,71
2	Mempertahankan kualitas produk dan memanfaatkan perkembangan terhadap kemajuan teknologi	5,65
3	Perbaiki sarana dan prasarana produksi, dan sumberdaya manusia	5,56

	serta penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah	
4	Memperluas pangsa pasar	5,45
5	Meningkatkan teknologi	5,26
6	Meningkatkan pelayanan untuk menghadapi persaingan	5,12

Sumber : Pengolahan Data Penulis (2018)

Dari matriks QSPM diatas dapat disimpulkan bahwa dari alternatif strategi yang dapat dipilih adalah alternatif strategi 3 yaitu meningkatkan promosi karena total nilai daya tarik (TAS) sebesar 5,71 yang lebih besar dibandingkan dengan strategi yang lain. Prioritas strategi tersebut dipilih berdasarkan tingkat kesesuaian dengan faktor- faktor strategi internal dan strategi eksternal yang didapat dari tahapan sebelumnya . Strategi prioritas selanjutnya yaitu mempertahankan kualitas produk dan memanfaatkan perkembangan terhadap kemajuan teknologi ,perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumberdaya manusia serta penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian mengenai strategi pengembangan usaha di Rumah Konveksi Garut (RKG) dengan metode Analisis SWOT yaitu sebagai berikut:

1. Faktor- faktor yang mempengaruhi dan menyebabkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) pada produk dan sistem yang ada di perusahaan Rumah Konveksi Garut (RKG) yaitu sebagai berikut:
  - a. Kekuatan: Memiliki tenaga kerja yang cukup terampil dan berpengalaman, produk berkualitas, harga lebih terjangkau, dan proses pengerjaan lebih cepat.
  - b. Kelemahan: Modal kecil, kurang dilakukannya promosi secara rutin, keterbatasan kemampuan tenaga kerja, keterbatasan perluasan perusahaan dan belum mampu mengelola keuangan dengan baik.
  - c. Peluang: Bahan baku mudah didapat, kepercayaan konsumen terhadap produk, kemajuan teknologi dan pangsa pasar cukup tinggi
  - d. Ancaman: Kenaikan harga bahan pelengkap dan pendukung, perubahan gaya hidup masyarakat, konsumen semakin sensitive terhadap harga dan persaingan dengan perusahaan yang sejenis.
2. Strategi pengembangan usaha yang didapat dan tepat untuk diterapkan oleh Rumah Konveksi Garut (RKG) yang sesuai dengan lingkungan usahanya berdasarkan analisis matriks SWOT yaitu sebagai berikut:
  - a. Memperluas pangsa pasar
  - b. Mempertahankan kualitas produk dan memanfaatkan perkembangan terhadap kemajuan teknologi
  - c. Meningkatkan promosi
  - d. Perbaiki sarana dan prasarana produksi, dan sumberdaya manusia serta penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah
  - e. Meningkatkan pelayanan untuk menghadapi persaingan
  - f. Meningkatkan teknologi

3. Strategi yang paling diprioritaskan dari hasil perhitungan yang telah dilakukan dan memiliki nilai yang paling tinggi berdasarkan matriks QSPM di dapat strategi yang paling diprioritaskan yaitu strategi meningkatkan promosi, hal yang dilakukan perusahaan yaitu sebelum awal masuk sekolah dimulai perusahaan melakukan order pada bulan sebelumnya dengan mendatangi langsung beberapa sekolah, untuk menawarkan beberapa produk yang ada di Rumah Konveksi Garut (RKG), dan teknik pemesanan yang dilakukan yaitu berdasarkan *make to order*. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan pangsa pasar sehingga terjadi pemesanan yang meningkat.

## B. Saran

Adapun saran untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Rumah Konveksi Garut (RKG) sebaiknya memperluas pangsa pasar, baik pasar lokal, maupun nasional dengan cara memanfaatkan kemajuan di bidang teknologi informasi (baik melalui media cetak atau media elektronik). Sehingga produk pakaian yang di hasilkan Rumah Konveksi Garut (RKG) bisa dikenal oleh kalangan masyarakat luas.
2. Rumah Konveksi Garut (RKG) sebaiknya memperbaiki sistem manajemen yang ada, baik berupa manajemen sumber daya manusia ataupun manajemen keuangan untuk meningkatkan loyalitas.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Purnomo, H. (2008). *Pengantar Teknik Industri Edisi 2*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- [2] Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [3] Salusu, J. (2015). *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia
- [4] Sedarmayanti, (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung : PT Reflika Aditama
- [5] Anoraga, Pandji. (2009). *Pengantar bisnis. Pengelolaan Bisnis Dalam Era. Globalisasi*. Jakarta: Rieneka Cipta