

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin

UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin merupakan usaha yang didirikan oleh Bapak Toni Februari sejak tahun berdiri 2009, Usaha UMKM Konveksi *Greeneyes* ini adalah usaha yang termasuk dalam kriteria usaha mikro. Pada awalnya Bapak Toni ini adalah seorang mahasiswa aktif Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin Jurusan Sejarah angkatan 2005 yang mengikuti suatu organisasi dan didukung oleh organisasi tersebut yang disebut organisasi “PMW = Program Mahasiswa Wirausaha” namun pada tahun awal mula berdirinya 2009 tersebut masih belum memiliki store dan hanya dilakukan pemasaran dari mulut-ke mulut dan teman lingkungan sekitar kampus, lalu beliau memberanikan diri untuk produksi langsung dengan modal yang lumayan besar yang mumpuni untuk membeli mesin dan alat lainnya untuk melengkapi produksi sementara, lalu dilanjutkan pada tahun 2010 mulai memberanikan untuk menyewa tempat walaupun masih retail bukan tempat produksi untuk konveksi ini, walaupun konveksi ini sudah memiliki basic produksi sendiri, sedangkan untuk proses produksi dilakukan di Bandung berdiri dari 2009-2012 karena pada tahun 2012 mengalami *down* yang drastis dengan alasan tertentu. Lalu memulai lagi pada tahun 2013 dan ini masih belum mempunyai tempat tetapi untuk pesanan tetap berjalan dan beliau membuat sistem *basic freelancer* dan membangun di lingkungan kampus meskipun tidak

mempunyai tempat lagi tetapi pemesanan tetap berjalan karena kuatnya kepercayaan pelanggan untuk *repeat order* lalu disini beliau memberanikan diri lagi untuk membuka tempat kembali dengan sistem kepercayaan yang ada dengan modal yang begitu minim dan sistemnya adalah bukan produksi dibanjarmasin tetapi dibandung dan sistem ini berjalan. Dan juga dari para konsumen ini melakukan cara mulut ke mulut dengan sistem yang ada.

Untuk asal muasal nama Konveksi *Greeneyes* ini adalah dari kepribadian Bapak Toni Februari ini karena beliau waktu semasa kuliah pada pendirian konveksi ini tahun 2009 yang terkenal sebagai kepribadian sangat senang mencari uang sambil kuliah hingga digelari oleh teman selingkungan sebagai “mata duitan” lalu muncul lah fikiran saat ingin membuat logo konveksi yaitu “*Greeneyes*” atau “Mata Hijau” yang bisa diartikan sebagai “Mata duitan”.

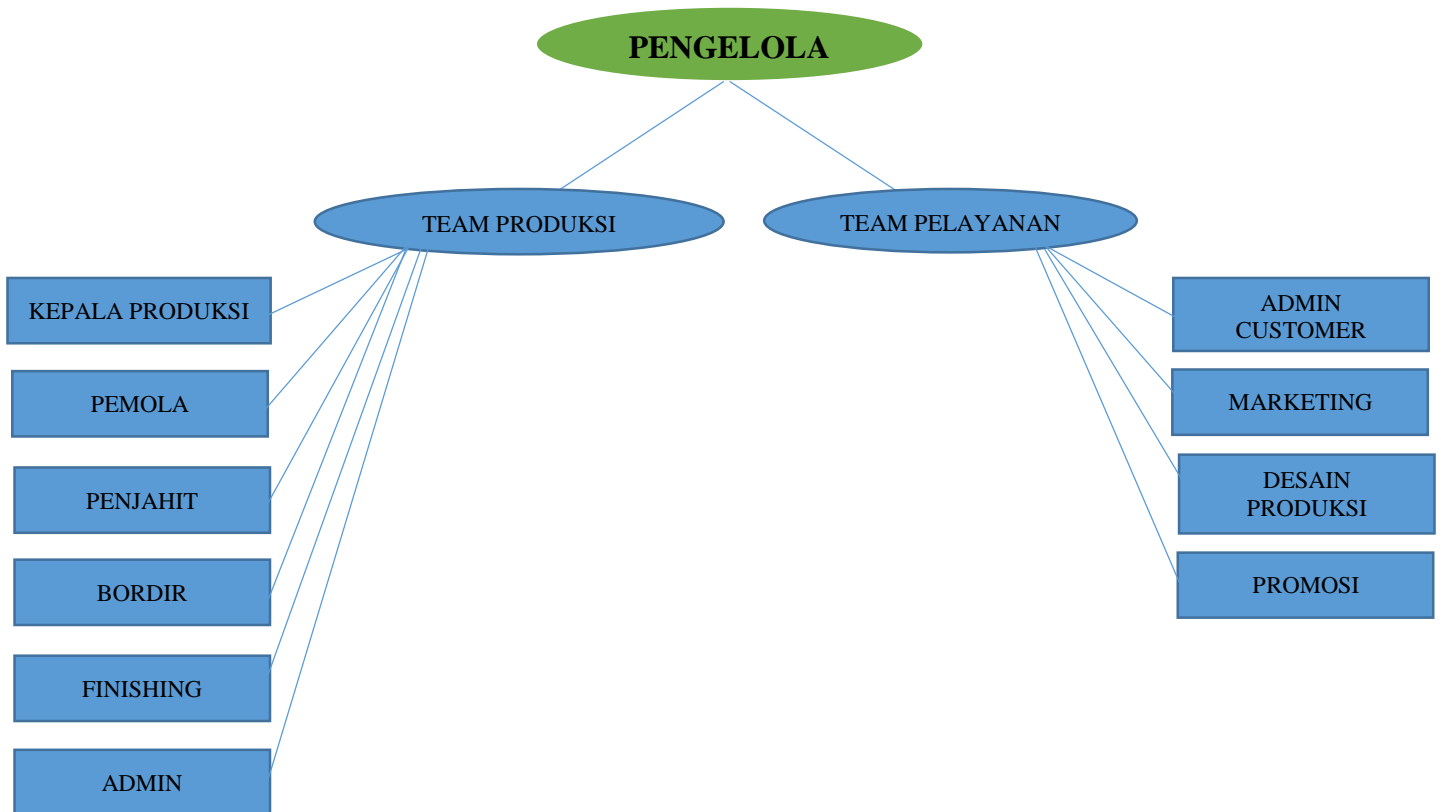
2. Struktur Organisasi UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin

Setiap perusahaan yang menjalankan usaha tidak akan berjalan dengan sendirinya tentu perlu adanya bagian-bagian dalam membantu mewujudkan tercapainya tujuan suatu usaha dalam perusahaan. Maka dari itu Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin membentuk struktur organisasi untuk tercapainya tujuan dalam perusahaan dalam perusahaan secara maksimal. Tujuan dari organisasi pada UMKM Konveksi *Greeneyes* ini sendiri adalah untuk membantu dan memudahkan dalam menyelesaikan pekerjaan agar tercapainya suatu keuntungan yang diinginkan dan juga untuk menyerap tenaga pengangguran yang ada dimasyarakat sekitar produksi khususnya untuk tenaga produksi, administrasi dan promosi. Struktur organisasi disertai dengan rincian tugas yang

bermanfaat untuk karyawan dan buruh serta agar mengetahui akan tanggung jawab dan tugasnya masing-masing. Hal ini juga menjadi alat bagi pimpinan dalam mengawasi dan mengendalikan tanggung jawab yang telah diberikan kepada yang bersangkutan.

Berikut gambar struktur organisasi UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin :

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Konveksi Greeneyes



Sumber : Konveksi Greeneyes, 2022

Berdasarkan gambaran struktur organisasi diatas maka penulis dalam hal ini dapat menguraikan tugas dan tanggung jawab serta wewenang dari masing-masing bagian, sebagai berikut :

- a. Pengelola / Pengawas
 1. Bertanggung jawab penuh dalam hal resiko perusahaan baik atas kerugian maupun keuntungan perusahaan.
 2. Mengangkat serta memberhentikan karyawan dalam perusahaan.
 3. Mengkoordinir serta mengawasi tiap-tiap bagian dalam perusahaan.
- b. Bagian administrasi atau keuangan
 1. Menangani semua penerimaan dan pengeluaran uang untuk keperluan yang digunakan untuk perusahaan.
 2. Mengarsip semua dokumen yang berkaitan dengan perusahaan.
 3. Membayar upah karyawan dan keperluan lainnya.
- c. Bagian produksi
 1. Melaksanakan semua kegiatan produksi secara rutin sesuai dengan arahan dari pimpinan
 2. Mengkoordinir dan mengawasi seluruh jalannya kegiatan produksi, mulai dari awal hingga pada persediaan produk jadi yang siap untuk dijual.
 3. Memberikan laporan kepada pimpinan baik dalam hal mengenai kelancaran atau hambatan dalam proses produksi.

Bagian produksi terbagi atas beberapa sub bagian yaitu :

1. Kepala Produksi
2. Pemola (Pembuat Pola / *Cutting* bahan)
3. Penjahit
4. Bordir
5. *Finishing*
6. Admin Produksi

d. *Marketing*

1. Melaksanakan seluruh kegiatan yang berhubungan dengan penjualan (pemasaran hasil produksi).
2. Menangani masalah yang berhubungan dengan transaksi penjualan baik secara tunai maupun secara kredit.
3. Melakukan evaluasi terhadap pasar serta menentukan sasaran pasar penjualan sehingga dapat mencari daerah pemasaran baru selain pesanan dari konsumen secara langsung (Hairatu, 2020).

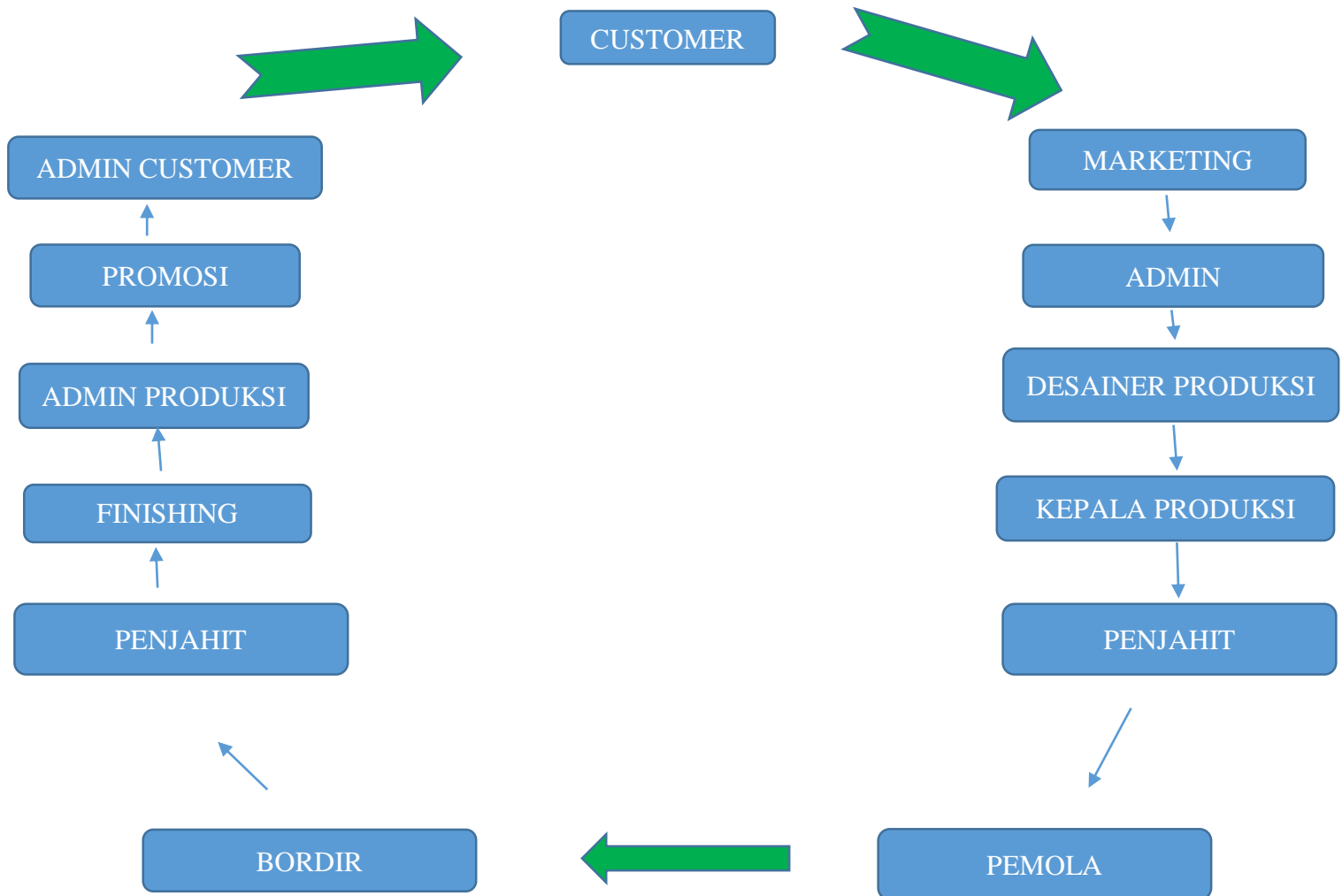
e. *Desain Produksi*

1. Mendesain sketsa yang sudah diatur oleh konsumen
2. Mendesain produk dengan rincian yang jelas seperti dari segi bahan, katalog warna, katalog saku dan lainnya.

f. *Promosi*

1. Mengatur segala bentuk promosi di media sosial seperti instagram, facebook, tiktok, whatsapp dan lain-lain.
2. Menjalin pelayanan dengan pelanggan baik secara online maupun offline
3. Membangun *relationship* dengan konsumen.

Gambar 4.2 Jalur Koordinasi Pelayanan dan Produksi



Sumber : Konveksi Greeneyes, 2022

Untuk struktur jalur pengiriman dari Bandung ke Banjarmasin di *handle* oleh *team finishing* pihak UMKM Konveksi Greeneyes bekerja sama dengan pihak cargo yang bernama “pegasus” yang melalui jalur udara atau pesawat bukan dari kapal, dan pengiriman cargo pegasus ini 1 hari sampai dengan harga yang agak

tinggi tetapi dengan jaminan asuransi yang terjamin 100%. Jasa pengiriman cargo pegasus ini berada dikantor cabang banjarmasin yaitu dijalan pal 6 Banjarmasin.

B. Hasil Penelitian

1. Manajemen Strategi meningkatkan Mutu pada UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin

Dalam meningkatkan suatu usaha sangat diperlukan manajemen strategi dalam meningkatkan usaha agar usaha yang dijalankan bisa tetap bertahan dan mampu bersaing dengan usaha-usaha pesaing lainnya UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin merupakan salah satu perusahaan yang telah cukup lama berdiri, dari tahun ke tahun usaha yang dijalankan Bapak Toni ini sudah cukup berkembang. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh konveksi ini untuk meningkatkan suatu usaha baik dari segi peningkatan promosi, bagaimana sumber daya manusia atau kinerja karyawannya, lalu sistem pelayanannya terhadap konsumen maupun inovasi-inovasi yang membuat menarik dari usaha tersebut.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti mengamati ketika dilapangan UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* ini dalam melakukan manajemen strategi dalam melakukan peningkatan usahanya yang pertama dengan cara melayani seorang konsumen dengan baik dan sangat ramah pelayanan, ketika seorang konsumen datang maka karyawan konveksi *greeneyes* ini menjamu pengunjungnya dengan sangat baik dan ramah, kemudian untuk tempat di UMKM Konveksi *Greeneyes* ini peneliti mengamati bahwa tempatnya lumayan strategis untuk arah menuju tempat tersebut masih tergolong dipertengahan kota, tetapi untuk dari segi tempat itu

tergolong masih agak kecil, lalu untuk kerapian dan kebersihan serta interiornya cukup bagus dan sangat bersih serta rapi. Disana tersedia banyak kemeja sample yang sangat tersusun rapi serta barang-barang konsumen yang belum diambil oleh konsumen juga tersusun rapi dan dibungkus dengan bungkus yang membuat lebih terlihat sangat bersih dan rapi.

Dalam observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti mengamati konveksi *greeneyes* ini memiliki modal yang cukup namun masih kurang dalam pengembangan usahanya. Selanjutnya untuk mengetahui bagaimana manajemen strategi peningkatan mutu UMKM Konveksi Greeneyes Apparel Industries ini lebih dalam maka peneliti melakukan wawancara dengan pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries*. Menurut Bapak Toni Pemilik UMKM Konveksi Greeneyes Apparel Industries usaha yang dilakukan dalam manajemen strategi meningkatkan UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* selama ini antara lain yaitu :

1. Dalam hal Fungsi Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah proses memperoleh, melatih, menilai, dan memberikan kompensasi kepada karyawan, memperhatikan hubungan kerja mereka, kesehatan, keamanan, serta masalah keadilan (Primawardana & Indriyani, 2015, hlm. 359). Proses manajemen sumber daya manusia berkaitan dengan penyusunan tenaga kerja yang berkualitas dan terlatih dengan adanya sumber daya manusia yang berkualitas maka produksi yang dihasilkan juga akan berkualitas. Menurut bapak Toni pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* ini untuk karyawan yang bekerja pada UMKM Konveksi

Greeneyes Apparel Industries mempelajari lebih dalam kinerjanya adalah dengan cara diskusi *sharing-sharing* dengan para vendor secara santai sambil ngopi. Dan juga ada info dari sosial media serta kerjasama dengan seorang motivator dari seminar-seminar yang didapat dari Bapak Toni lalu dibagikan dengan para karyawan. Dari hasil wawancara dengan Bapak Toni jumlah karyawan yang menjalankan usaha UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* adalah terhitung mencapai 14 orang yang dibagi menjadi beberapa bagian sesuai tugasnya masing-masing.

2. Dalam hal pemasaran

a. Menganalisis Pelanggan

Menurut hasil wawancara yang dilakukan bersana pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* produk yang dijual ini sesuai dengan custom dari konsumen dan dari tingkat kesulitannya dan juga dari segi desain, jenis kain yang telah ditentukan oleh konsumen secara langsung untuk memenuhi apa yang diinginkan konsumen maka dari itu UMKM Konveksi *Greeneyes* ini sudah menyediakan berbagai macam contoh hasil produksi, sample dan contoh bahan-bahan yang telah disediakan, sampai katalog benang, bentuk bagian saku dan lainnya sudah disediakan agar mengurangi kekeliruan hasil produksi dan membuat kualitas hasil produksi sesuai ekspektasi dari seorang konsumen.

b. Menjual Produk

Dari hasil wawancara kepada pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin mendapatkan pesanan dari berbagai instansi baik itu kampus, sekolah atau perusahaan untuk pembuatan kemeja, jaket, kaos dan lain-lain. Namun untuk di tahun 2020 ini unuk penjualan produk mengalami penurunan yang cukup signifikan bahkan sampai 50% produksinya menurun. Menurut Bapak Toni dari tahun-tahun sebelumnya jika mendekati penerimaan mahasiswa baru atau ada event-event tahunan dari kantoran maka pesanan untuk konveksi ini meningkat tapi untuk tahun 2020 itu dikarenakan adanya pandemi wabah Covid-19 yang membuat orang yang mau berkegiatan secara lapangan atau secara tatap muka tidak bisa terlaksana hal itulah yang membuat penjualan produk UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* ini semakin menurun.

c. Perencanaan produk dan Pelayanan

UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin memproduksi berbagai jenis kain serta produk jadi lainnya. Menurut Bapak Toni pemilik konveksi *greeneyes apparel industries banjarmasin* ini adalah dengan mengikuti keinginan dari konsumen karena bisa custom sesuka hati dan juga dengan mengikuti *trend* yang banyak diminati dan dibutuhkan konsumen baru dengan cara merekomendasikan apabila konsumen dalam kebingungan menentukan mau bagaimana hasil produksinya, dari situlah Konveksi *Greeneyes* ini mulai melakukan perencanaan produk seperti baru-baru ini. Dengan begitu UMKM

Konveksi *Greeneyes Apparel industries* ini bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin hasil maksimal dalam menentukan orderannya.

Untuk pelayanan yang diberikan UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel industries* kepada konsumen menurut Bapak Toni dengan melayani konsumen dengan baik seperti menyajikan konsumen tempat yang nyaman untuk diskusi, sample-sample kain, bahan, hasil produksi, jenis kain, katalog warna dan juga minuman atau permen pada saat mengunjungi tempat UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* dan juga untuk pelayanan Konveksi ini melayani apabila konsumen malas atau merasa terlalu jauh jarak untuk ke tempat konveksi maka tim dari konveksi ini bersedia untuk mendatangi konsumen untuk melayani hal konsultasi produksinya dan selalu mengusahakan tepat waktu dalam menyelesaikan pesanan dari konsumen.

d. Penetapan Harga

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin ini penentuan harga yang dilakukan UMKM Konveksi *Greeneyes* berdasarkan wawancara saat melakukan penetapan harga beliau selalu melakukan riset sebelum menentukan keputusan penetapan harga, di *desaign* lebih dahulu, mencari apa yang diperlukan dahulu, mencari harga pasaran lalu dibagi dengan pengeluaran apa saja yang diperlukan baru ditetapkan menjadi penetapan harga, dalam menentukan harga ini pasti tidak sembarangan karena sudah diperhitungkan sebaik mungkin. Dan juga punya ada beberapa *budget* pengeluaran juga seperti biaya tempat, biaya karyawan,

biaya penyusutan inventaris, biaya pelayanan, biaya promosi lalu dihitung setelah itu di cek dengan harga pasaran lalu ambil harga ditengah-tengah, kalau orang merasa kemahalan lalu kembali lagi ke data sebelumnya bahwa selalu ada *budget-budget* yang bisa meningkatkan *value* dalam produk serta sistem pelayanan lainnya.

e. Promosi

Dalam meningkatkan suatu usaha promosi adalah hal yang penting dilakukan jika tidak ada promosi bagaimana orang-orang ataupun konsumen dapat mengenal usaha yang kita jalankan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* promosi yang diterapkan UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* melainkan dari *oral promotion* atau mulut ke mulut kemudian selain dari itu UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* ini juga mempromosikan usahanya melalui sosial media seperti Instagram, TikTok, Whatsapp, Facebook dan selain itu juga jika konsumen membeli produk dari UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin bisa mendapatkan *free ongkir* diwilayah tertentu seperti Banjarmasin, Banjarbaru dan Pelaihari. Dan salah satu cara promosi yang paling efektif adalah dengan metode *oral promotion*.

3. Dalam Hal Inovasi

Dalam peningkatan suatu produk selain dilihat dari sumber daya alamnya, promosi, maupun pelayanannya inovasi juga diperlukan untuk dilakukan karena inovasi merupakan suatu ide, gagasan baru, praktik-praktik baru yang belum diketahui dan digunakan atau diterapkan oleh

sebagian besar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan disegala aspek demi terwujudnya perbaikan mutu (Sukmadi, 2016, hlm. 30).

Dengan adanya inovasi-inovasi baru yang dilakukan maka usaha akan mampu meningkat dan menjadi berbeda diantara pesaing-pesaing yang lain. Menurut Bapak Toni pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin selama ini hal inovasi yang bisa dilakukan adalah seperti menjadi *support* dalam *event-event* mahasiswa dan juga memberikan *give away* kepada pelanggan contohnya seperti saat mahasiswa mengajukan proposal kegiatan dan meminta sebagai *sponsorship* maka hal yang dilakukan oleh pihak konveksi adalah memberikan kemeja khusus yang tidak dijual pasaran yang tentu saja apabila di nilaikan juga lumayan banyak untuk *mensupport* kegiatan para mahasiswa dan juga sekarang sudah membuat Tumblr yang berlogokan nama Konveksi *Greeneyes* ini dan juga untuk penerimaan proposal kerja sama ke pelanggan ini tidak diadakan setiap semester. Dan juga terkadang membuat kerja sama yang menarik antara pelanggan dan produsen untuk sama sama memperkenalkan dan menguntungkan satu sama lain.

4. Dalam Hal Distribusi

Distribusi merupakan sekumpulan organisasi yang membuat sebuah proses kegiatan penyaluran barang atau jasa untuk dipakai atau dikonsumsi oleh para konsumen oleh karena itu untuk menyampaikan barang-barang dari produsen ke konsumen kegiatan distribusi sangatlah penting tanpa adanya distribusi barang-barang yang dihasilkan tidak akan sampai ke konsumen

(Arif, 2018, hlm. 80). Menurut Bapak Toni pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* ini memiliki tempat untuk mendistribusi sendiri yaitu toko tempat dimana UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* melakukan pemasarannya yang tidak tergabung dengan tempat produksinya, walaupun dibidang tempat yang digunakan tidak terlalu luas namun barang-barang sample dan katalog yang bisa diperlihatkan sebagai contoh hasil produksi mudah didapatkan sesuai keinginan para pembeli dan juga seperti penjelasan sebelumnya untuk segi pelayanan ini tim dari konveksi bersedia melayani ketempat konsumen untuk konsultasi tentang produksi yang akan dilakukan.

5. Dalam Hal Produksi

Menurut Bapak Toni pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* ini memproduksi berbagai macam produk kemeja dengan berbagai macam jenis kain seperti jenis kain American Drill, Japan Drill, Twist Saviola, Twist Original, Baby Kanvas, Ribstop.

Segmentasi bahan yang diminta diusahakan ada dan diusahakan dicari dibanding, tetapi karena tabrakan dengan strategi yang dilakukan oleh konveksi adalah strategi yang terkhusus spesialisasi untuk kemeja saja tidak seperti konveksi lain ada kaos, sweater dan lain-lain. Sedangkan Konveksi *Greeneyes* hanya lebih fokus ke kemeja. Bukan hanya alasan tentang strategi dan lainnya, Tetapi memang dari segi settingan produksi lebih ke spesialisasi kemeja saja.

Untuk bahan yang sering diorder konsumen adalah bahan Drill dan Twist untuk produksi ini tersedia untuk semua kalangan dikarenakan skill

dari produksinya adalah *custom* atau sesuai kehendak dari *customer* karena skill penjahitnya mumpuni.

Dan untuk produksi saat mengalami wabah kemarin kapasitas produksi tergantung dari *custom* mereka tidak bisa menilai akurat karena masa produksi bisa menjadi lama apabila desaignnya agak sulit modelnya dan itu merubah masa produksi menjadi lama . Sedangkan *range* dalam 1 bulan mencapai 600-1000 pcs di masa sekarang, dan juga ada orderan yang meningkat di masa-masa tertentu misalnya dalam tahun penerimaan mahasiswa baru itu bisa melonjakkan orderan sampai 5000 pcs dengan bantuan dari *freelancer*. Kalau saat wabah covid-19 kemarin pastinya ada penurunan karena segmentasi 70% target pemasarannya adalah mahasiswa lalu penurunannya sangat drastis bahkan lebih dari 50% dan kemarin memang sulit dalam melakukan strategi apapun, dan untungnya sekarang sudah mulai berkegiatan online kembali lalu dilakukan lah juga sistem penjualan secara online, dan sempat pada saat mempersiapkan strategi untuk penjualan online ini ada strategi yang tidak mengenakan karyawan karena memakai sistem 1 bulan kerja 1 bulan libur tetapi dalam 1 bulan kerja itu mendapatkan gaji yang full, karena Bapak Toni pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* beliau tidak setuju dengan sistem pemotongan gaji, maka dari itu beliau memakai strategi 1 bulan kerja 1 bulan libur dan sempat dilakukan selama 4 bulan yaitu 2 bulan kerja 2 bulan libur. Tetapi syukurnya sekarang sudah kembali normal.

Produksi terbagi ada 2 jenis produksi yaitu :

1. Pra Produksi :

Pra Produksi adalah proses persiapan produksi meliputi pembuatan desain yang diminta oleh *customer* baru disiapkan setelah *fix order* disiapkan tahap-tahap produksi misal jika ada kombinasi 2 sampai 3 warna di cek dulu bahan-bahan dicek bagaimana proses produksinya jadi tidak sembarangan langsung ke tahap produksi dengan perkiraan apa saja yang harus diproduksi lebih dulu.

Proses pra produksi ini meliputi pembuatan desain, persiapan fisik produksi, mempersiapkan proses produksi perkiraan kapan selesai.

a. Pembuatan Desain

Proses pembuatan desain ini pastinya adalah *custom* dari *customer* yang ingin *fix order* dan juga telah memberikan *sketsa desain* yang akan diterima oleh pihak konveksi dan akan menjadi patokan proses produksi. Untuk pembuatan desain ini dilakukan secara gratis oleh pihak konveksi dan juga desainnya pun lebih diperjelas dari segi katalog warna, katalog bahan, dan bentuk saku serta yang lainnya.

b. Persiapan Fisik Produksi

Persiapan fisik produksi adalah mempersiapkan bahan apa saja yang diperlukan, penentuan ukuran, penentuan perkiraan kapan produksi bisa selesai.

2. Produksi :

a. Persiapan Produksi

Untuk proses persiapan produksi ini yang dilakukan adalah seperti dari desain sudah disiapkan, persiapan proses produksi seperti apa dan karena bahan sudah siap lalu dilanjutkan langsung ke proses *cutting*.

b. *Cutting*

Cutting ini adalah proses membuat pola dari desain yg sudah masuk lalu dipotong sesuai dengan proses produksinya, dan proses *cutting* ini diatur dari mana yang didahulukan atau yang mana harus disambung.

c. *Setting Bordir & Pembordiran*

Untuk proses *setting* bordir ini sebelum kepembordiran saling berhubungan, selama *cutting* bahan, proses bordir sudah mulai dilakukan bersamaan, sehingga sebelum di bordir harus ada proses setting dan disini berbeda yang *menghandlenya* beda tempat, disetting dulu saat sudah siap nanti keluar warna benangnya seperti apa baru dilanjutkan ke tahap bordir dari hasil *cuttingan* bahan tadi.

d. Penjahitan

Tahapan proses penjahitan adalah setelah tahapan bordir langsung sambung ke tahap pejahitan, lalu apabila sudah ditahap penjahitan baru dicek desain lagi apakah ada yang tertinggal atau ada proses yang lain lagi, apabila tidak ada maka dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

e. *Finishing*

Tahapan *Finishing* ini termasuk tahapan proses akhir dari produksi yaitu seperti memasang kancing, memasang lubang kancing, memasang bordir yang memang sifatnya ditempel atau tidak dibordir dan juga pembersihan benang-benang, baru dilanjutkan disetrika. Setelah semua sudah masuk tahap akhir maka dilanjutkan dengan cek fisik kembali apakah sudah benar-benar betul dengan desain yang digunakan.

f. *Packing*

Proses *Packing* ini adalah proses mempersiapkan dengan bungkusan rapi dan siap untuk dikirim atau langsung diambil oleh *customer* ke pihak konveksi bahwa proses produksi telah selesai.

6. Dalam Hal Keuangan

Menurut Bapak Toni Februari pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin dalam sistem pencatatan keuangan memakai excel dan laporan database sebisa mungkin dicatat dalam file khusus laporan audit dan piutang ada tetapi memakai manual tetapi tidak memakai aplikasi administrasi. Karena masih belum ada aplikasi yang cocok untuk UMKM Konveksi *Greeneyes* ini maka terkadang beliau juga kesulitan dalam hal penutupan bulanan penjualan tersebut disinilah kata beliau untuk hal pencatatan masih menjadi hal yang kurang maksimal.

2. Kendala-Kendala yang dihadapi UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin

Dalam menjalankan dan memulai sebuah usaha bukanlah sebuah hal yang mudah namun dengan memulai usaha tentu itu akan menjadi tantangan tersendiri bagi pengusaha tersebut untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Dalam menjalankan sebuah usaha pasti akan ada banyak permasalahan dan kendala-kendala yang dihadapi apalagi jika yang dihadapi adalah pesaing yang juga memiliki usaha yang sama. Banyak para pengusaha yang bertahan dengan pesaingnya namun tidak jarang pula ada yang memutuskan berhenti dan beralih ke usaha yang lain. Bagi pengusaha yang mampu bertahan dan mencoba mencari solusinya biasanya akan mampu

bersaing dengan pesaingnya namun tidak jarang pula ada yang mampu mengembangkan usahanya. Begitupun juga yang dihadapi UMKM Konveksi Greeneyes Apparel industries selama menjalankan usahanya kurang lebih 13 tahun ini, apalagi bisa dibilang usaha konveksi kemeja-kemeja serupa UMKM Konveksi *Greeneyes* ini sangatlah banyak berkembang sehingga ada kendala-kendala yang dihadapi UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* dalam menghadapi persaingan usaha sejenis menurut Bapak Toni adalah sebagai berikut :

1. Sumber Daya Manusia

Dalam suatu perusahaan pasti ada yang namanya kendala – kendala yang terjadi saat menjalankan suatu usaha apalagi dalam usaha konveksi ini yang terbilang sudah mulai banyak kompetitor sejenis disini ada faktor kendala ucap dari Bapak Toni pada saat wawancara, kata beliau adalah faktor Sumber Daya Manusia dalam hal pengembangan pihak konveksi selalu melakukan riset saat closing akhir bulan, dan akan dirapatkan ke para karyawan dan juga selalu melihat bagaimana kompetitor disekitar melalui sosial media atau cara lainnya, jadi bagaimana mereka bergerak dan akan dicocokkan juga dengan keadaan kita sendiri, serta memikirkan cara persaingan sejenis itu sendiri, kompetisi itu selalu ada karena sejenis.

Dan kami pihak Konveksi Greeneyes akan melakukan inovasi pengembangan. Tetapi disini kendalanya adalah kita adalah spesialisasi. Untuk spesialisasi ini adalah konsep kita sendiri yang bisa menjadi kelebihan dan juga menjadi kekurangan. Kelebihannya adalah untuk spesialisasi ini kita akan terbilang ahli dalam bidang ini, sedangkan kekurangannya adalah kompetitor

lain punya banyak produk. Tetapi kami mengetahui bahwa kompetitor lain yang banyak memiliki produk pasti akan terbagi fokusnya, dan mereka juga akan membagikan skill mereka ke berbagai produk, dan pasti ada muncul ke tidak konsistenan dan ke tidak konsentrasi.

Tapi itu juga menjadi kelemahan Konveksi *Greeneyes* akan tetapi beliau tetap maju saja dengan konsep spesialisasi yang penting bisa konsentrasi.

Di SDM untuk strategi *skill up* terkadang belajar secara tidak langsung mengobrol dan melihat perkembangan ditiktok, dan otomatis ada skill yang terbaru yang bisa dijadikan inovasi yang memang tidak akan meniru 100% dan juga menyesuaikan dengan SDM yang ada dengan skill mereka memang masih harus banyak belajar.

2. *Budgeting*

Untuk kendala selanjutnya adalah dikendala *budgeting* atau keuangan, yang mana budget ini selalu keluar dan selalu terpakai. Kalau tidak ada memiliki budget maka usaha tidak akan bisa konsentrasi, bahkan sangat sulit untuk dijalankan. Untuk sekarang penyesuaian harga bahan, terkadang bahan mengalami kenaikan harga, tetapi konveksi tidak bisa langsung menaikkan harga produksi karena konveksi *greeneyes* juga akan melihat harga dari kompetitor lain bagaimana.

3. Konsep Konveksi

Untuk kendala selanjutnya adalah tentang Konsep Konveksi untuk konveksi ini berbeda dengan *clothing*, *victory outlet*, *label brand* yang bersifat jual putus. Untuk konsep konveksi ini kan custom jadi strateginya harus mencerminkan custom tersebut jadi harus ada identitas yang kita miliki sebagai

brand, tetapi konveksi *greeneyes* belum bisa mencerminkan ciri khasnya, dan ini memang agak sulit untuk dijelaskan dan otomatis konveksi *greeneyes* masih mencari cara untuk nama branding yang mudah diucapkan karena kadang cara orang menyebutkan lafal nama konveksi *greeneyes* agak sulit. Ini belum ditemukan hampir semua konveksi masih belum bisa mencerminkan konveksinya sendiri.

4. Pelayanan

Untuk selanjutnya ada kendala pelayanan, untuk kendala pelayanan kata Bapak Toni pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin ini ia ingin bisa mengoperasikan strategi pelayanan melayani pelanggan langsung ke tempat pelanggan tersebut agar si pelanggan tidak sulit atau merasa jauh ke tempat konveksi *greeneyes* ini, tetapi susah dikarenakan sumber daya manusianya tidak memadai. Namun juga ada pendapat orang kenapa harus bertemu orang mengapa tidak dilakukan secara online saja, Bisa saja ucap Bapak Toni tetapi harus dengan hal yang akurasi yang tepat, tetapi ini kan pengorderannya *custom*, tetapi untuk saat ini dengan konsep seperti ini pelayanan orang yang datang ketempat masih diperlukan karena masih belum ada aplikasi yang bisa langsung checkout karena *custom* ini dikarenakan harus mumpuni dan harus kompleks, tetapi masih belum ada yang pas dengan sistem konveksi *custom* ini.

C. Analisis Data

1. Manajemen Strategi Meningkatkan Mutu pada UMKM Konveksi Greeneyes Apparel Industries Banjarmasin

Berdasarkan data yang terkumpul dan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin tentang Manajemen Strategi dalam meningkatkan mutu yang diterapkan UMKM Konveksi *Greeneyes* maka selanjutnya adalah menganalisis data tersebut, maka dari itu dalam menganalisis data tersebut, maka dari itu dalam menganalisis data peneliti akan menganalisis data yang telah didapatkan peneliti dilapangan baik dari hasil wawancaranya, hasil pengamatan dari peneliti sendiri maupun dari teori yang telah dipaparkan peneliti pada bab sebelumnya.

Manajemen Strategi merupakan suatu hal yang penting disusun dalam melakukan peningkatan mutunya untuk sebuah usaha karena dengan adanya manajemen strategi maka apa yang akan kita lakukan kedepan dapat terarah dan lebih mudah untuk dijalankan agar perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan lebih besar darinya. Tujuan utama membuat manajemen strategi adalah menyiapkan cara terbaik sesuai dengan sumber daya untuk menjalankan usaha dan mendapatkan keuntungan yang sebaik-baiknya, usaha UMKM Konveksi *Greeneyes* ini adalah termasuk dalam kriteria usaha mikro. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin maka peneliti menganalisis manajemen strategi yang diterapkan UMKM Konveksi *Greeneyes* dengan Teori Manajemen Strategi yang terdiri dari lima tahap yaitu :

1. Strategi pertama adalah menetapkan modal

Menetapkan modal adalah strategi pertama yang diperlukan dalam memulai maupun menjalankan usaha. Dalam hal ini UMKM *Konveksi Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin sudah menetapkan modal dalam menjalankan usahanya dimana modal yang digunakan pada awalnya ada pada bantuan orang tua dan juga dorongan dari organisasi yang pernah diikuti beliau saat memulai suatu usaha yang dijalankan dengan modal yang ternyata tidak sedikit maka beliau berusaha mempertahankan usaha tersebut agar terus menerus mendapatkan keuntungan dan bisa mengembalikan modal tersebut dan bisa bermodal dengan uang sendiri. Usaha ini pastinya memerlukan modal yang tidaklah sedikit untuk digunakan dalam mengembangkan suatu usaha. Berdasarkan pengamatan peneliti saat wawancara dengan pemilik UMKM *Konveksi Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin ini bahwa *Konveksi Greeneyes* ini sejak awal mendirikan usahanya memang telah matang dalam menetapkan modalnya untuk usaha konveksinya.

2. Strategi kedua adalah kebutuhan tempat

Kebutuhan tempat memang diperlukan dalam membuat dan menjalankan sebuah usaha. Dalam menjalankan sebuah usaha strategi yang perlu dilakukan oleh seorang pengusaha adalah bagaimana menentukan kebutuhan tempat untuk para konsumen berkunjung dan memilih katalog bahan dengan nyaman.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti mengamati bahwa tempat yang digunakan UMKM *Konveksi Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin ini sudah cukup strategi dan juga nyaman. Walaupun masih terbilang agak kecil namun sudah difasilitasi dengan baik dan nyaman. Untuk interior nya juga cukup kekinian sudah memakai walpaper dinding yang

membuat kesan indah saat pembuatan video promosi dan menambah ketertarikan penonton melihat hasil-hasil video promosi dari konveksi *greeneyes* ini. Untuk arah jalan menuju ke tempat UMKM Konveksi *Greeneyes* ini pun juga nyaman karena masih disekitaran kota besar yang tidak sulit untuk dicari.

3. Strategi ketiga adalah menentukan perkiraan keuntungan

Dalam menjalankan usaha penting bagi seorang pemilik usaha untuk memperkirakan berapa keuntungan yang diperoleh jika dia membuat atau memproduksi suatu barang yaitu dengan cara menganalisis usahanya tersebut hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya kerugian atau kebangkrutan pada usaha yang sedang dijalankan. Perkiraan keuntungan ini merupakan salah satu strategi yang benar-benar harus diperkirakan untuk mempertahankan serta mengembangkan suatu usaha. Maka dari itu UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* ini mempersiapkan perkiraan keuntungan dengan matang dari segi budgeting harga bahan-bahan diperhitungkan, biaya pelayanan, biaya distribusi, biaya promosi dan lain-lain lalu diambil dengan harga ditengah-tengah antara modal dan harga jual.

4. Strategi keempat adalah strategi marketing

Untuk mengetahui target keuntungan setiap bulan yang diraih, menetapkan strategi marketing yang tepat dengan situasi dan kondisi yang ada. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes* ini untuk strategi marketing nya melalui mulut ke mulut sudah terbilang sangat produktif dan juga untuk marketing di media sosial sudah terlihat sangat aktif baik itu di instagram, whatsapp, tiktok, facebook dan lainnya. Tetapi untuk UMKM Konveksi *Greeneyes* ini masih kurang dalam mengikuti pameran-pameran mahasiswa

yang mana marketing seperti ini bisa sangat membantu memperkenalkan kekampus-kampus yang mana target pemasaran dari umkm konveksi *greeneyes* ini 70% adalah mahasiswa. Tetapi mereka juga memakai strategi marketing memberikan atau membantu kegiatan-kegiatan kemahasiswaan apabila ada dari mahasiswa tersebut memberikan proposal kegiatan. Yang mana disana akan sama sama memberikan *feedback* yang saling menguntungkan.

5. Strategi kelima adalah mendapatkan tenaga kerja yang memiliki keterampilan.

Tenaga kerja yang terampil serta kreatif memang diperlukan dalam menyusun sebuah strategi dalam mengembangkan usaha. Tenaga kerja yang bekerja pada UMKM Konveksi *Greeneyes* ini sendiri memiliki jumlah 12 karyawan yang mana ini terbagi ada 4 dibagian pemasaran dan 8 dibagian produksi. Jumlah tenaga kerja di UMKM Konveksi *Greeneyes* ini masih bisa terbilang kurang untuk di bidang pemasaran dikarenakan masih ada strategi pelayanan yang masih belum bisa terlaksanakan karena faktor SDM nya belum mencukupi. Selain itu kurangnya kontribusi untuk mengikuti pelatihan-pelatihan, tetapi hanya menerapkan diskusi santai saja dengan pengawas dan *founder-founder* yang berpengalaman. *Human resource management is defined as a strategic and coherent approach to the management of an organization's most valued assets – the people working there who individually and collectively contribute to the achievement of its objectives.* Maka penjelasan dari atas adalah manajemen sumber daya manusia didefinisikan sebagai pendekatan strategis dan koheren yang paling berharga orang-orang yang bekerja disana yang secara individu dan kolektif berkontribusi pada pencapaian tujuannya. (Armstrong, 2006)

Jumlah tenaga kerja pun harus dipikirkan juga dengan banyaknya tenaga kerja maka barang produksi akan lebih cepat dalam pengerjaannya selain itu banyaknya tenaga kerja juga harus diikuti dengan kualitasnya jadi bukan hanya banyaknya tenaga kerja yang diunggulkan namun tenaga kerja yang kreatif dan inovatif serta memiliki keterampilan juga harus difikirkan maka dari itu penting bagi sebuah perusahaan untuk mengadakan pelatihan bagi tenaga kerjanya agar bisa lebih terampil dan terasah lagi kemampuannya.

Selanjutnya setelah strategi ditetapkan kemudian barulah menentukan tahap-tahap dalam peningkatan usaha yang dilihat dari beberapa faktor yaitu :

1. Faktor Peluang

Dalam meningkatkan usaha manajemen strategi yang perlu dilakukan pertama adalah melihat faktor peluang yang ada sebagai seorang wirausahawan penting baginya melihat peluang yang ada dengan adanya peluang maka kesempatan mendapatkan keuntungan akan terbuka lebar namun itu semua tergantung pada pemilik usaha bisa atau tidaknya memanfaatkan peluang tersebut menjadi sebuah keuntungan. Dalam hal ini UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin masih belum bisa memanfaatkan peluang saat penurunan disaat terjadinya wabah covid-19 yang lalu, dimana disana sampai karyawan harus memakai strategi 1 bulan kerja dan 1 bulan libur dikarenakan pendapatan UMKM Konveksi *Greeneyes* mengalami penurunan yang drastis.

Dalam hal ini maka penting bagi UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel industries* Banjarmasin mengatur manajemen strategi peningkatan mutu usaha

yang pertama harus cepat dalam melihat peluang yang ada jangan sampai peluang yang ada tersebut lebih dulu didapatkan oleh pesaing yang lain.

2. Faktor Manusia (SDM)

SDM sangatlah penting dalam meningkatkan suatu usaha dengan adanya SDM yang berkualitas maka produksi yang dihasilkan dalam usaha pun juga akan berkualitas maka dalam hal ini sangatlah diperlukan SDM yang handal, inovatif dan juga kreatif. Dalam menjalankan usahanya UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin ini memang sudah memilih SDM yang tepat yang ikut bekerja dalam menjalankan usahanya namun disamping itu UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin jarang menerapkan adanya pelatihan seperti ini penting dilakukan untuk memperoleh, meningkatkan serta meningkatkan kompetensi kerja.

Dengan adanya pelatihan maka kemampuan para tenaga kerjapun akan terasah dan juga dapat meningkatkan produktivitas tenaga kerja serta dapat menambah wawasan para tenaga kerja untuk lebih kreatif serta dapat mengembangkan ide-ide baru selain itu perlu adanya penambahan tenaga kerja lagi pada UMKM Konveksi *Greeneyes* ini karena untuk bersaing dengan pesaing yang lain dibutuhkan juga produksi yang lebih banyak dan berbagai macam sehingga peran tenaga kerja sangat diperlukan jika jumlah tenaga kerja masih dibilang belum cukup banyak maka proses produksi dan proses pemasaran pun akan memerlukan waktu yang cukup lama dalam pembuatannya dan belum bisa memenuhi keinginan pelanggan dalam segi hal pelayanannya.

3. Faktor Keuangan

Pentingnya bagi pemilik usaha untuk melakukan pencatatan keuangan, karena sebuah usaha tanpa keuangan (*arus kas/cash flow*) yang lancar itu tidak akan berhasil. Maka dari itu faktor keuangan sangat penting bagi perkembangan dan keberlangsungan suatu usaha. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin tidak memiliki aplikasi administrasi khusus untuk sistem pencatatan keuangan ini, tetapi mereka tetap melakukan pencatatan keuangan menggunakan excel untuk merekap keluar masuknya keuangan, dan juga ada dengan cara manual untuk pencatatannya.

Dikarenakan tidak ada memiliki aplikasi akuntansi khusus untuk konveksi ini maka saat penutupan akhir bulan agak susah menghitung keuntungan yang didapat.

Maka dari itu UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin ini perlu melakukan pencatatan secara akuntansi agar mempermudah jalannya penghitungan saat akhir bulan dan mengetahui hasil keuntungan yang diperoleh. Dan juga untuk pencatatan keuangan ini perlu untuk segala perencanaan, penetapan harga produk, segala perincian biaya laba dan ruginya pun harus juga dicatat dalam pembukuan serta dipisahkan antara harta pribadi dan keuangan usaha.

4. Faktor Organisasi

Banyak perusahaan yang biasa beranggapan bahwa faktor organisasi tidak terlalu penting dalam kelangsungan suatu usaha. Padahal faktor organisasi ini sangat dibutuhkan agar perusahaan menjadi semakin terarah dan lebih mudah dalam mengatur strategi agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan berkembang. UMKM Konveksi *Greeneyes* ini telah membuat struktur organisasi pada

perusahaannya guna untuk lebih memperjelas tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian. Dan ternyata saat peneliti setelah dilihat langsung kelapangan UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin ini sudah menjalankan berdasarkan struktur organisasi tersebut dan sudah terarah.

Struktur organisasi sangatlah penting agar tugas dan bagian-bagian pekerjaan masing-masing karyawan dapat bertanggung jawab dengan tugasnya masing-masing dan tujuan perusahaan pun dapat tercapai.

5. Faktor perencanaan

Sebagai seorang pengusaha harus mampu memahami bahwa bekerja tanpa rencana berarti berjalan tanpa tujuan yang jelas. Maka sudah jelas bahwa sebuah rencana adalah faktor yang penting dalam sebuah usaha. Perencanaan ini juga terkait dengan bagaimana visi misinya dengan adanya visi misi dan konsistensi maka tujuan dari perusahaan akan lebih terarah dan jelas bagaimana kedepannya dan apakah harus melakukan perencanaan lagi. Selama menjalankan usahanya dari awal UMKM Konveksi *Greeneyes* ini belum ada memiliki visi misi secara tertulis padahal sangat penting mempunyai suatu visi misi untuk melakukan perencanaan kedepannya. UMKM Konveksi *Greeneyes* ini belum memantapkan visi misinya tetapi hanya memiliki hal – hal yang diinginkan secara diskusi dan dibicarakan dengan para karyawan.

Akan lebih baik lagi apabila UMKM Konveksi *Greeneyes* ini memiliki visi misi secara tertulis maka dalam hal perencanaan jangka panjang, jangka pendek maupun perencanaan operasional, program-program pemasaran, perencanaan produk, perencanaan pendistribusian produk maupun perencanaan jumlah

produk yang akan dijual serta memantapkan lagi visi misinya agar usahanya lebih terarah dan tujuannya pun lebih jelas sehingga dapat bersaing dengan perusahaan yang lain.

6. Faktor Pengelolaan Usaha

Dalam menjalankan sebuah usaha maka mengelola usaha tersebut sangatlah penting dengan adanya pengelolaan usaha yang baik maka usaha yang dijalankan dapat bertahan serta mampu berkembang dan bersaing dengan pesaing yang lain. UMKM Konveksi *Greeneyes* sendiri selama ini sudah mampu mengelola usahanya dengan baik sehingga usahanya masih dapat bertahan dan cukup berkembang hingga sekarang hanya saja ada beberapa hal yang perlu diperbaharui UMKM Konveksi *Greeneyes* sedang dalam tahapan menyusun manajemen strategi agar usahanya dapat berkembang lebih pesat dan dapat bersaing dengan perusahaan besar yang lain.

7. Faktor Pemasaran dan Penjualan

Dalam meningkatkan sebuah usaha agar mampu bersaing dengan pesaing yang lain faktor pemasaran dan penjualan sangatlah berperan penting jika seorang pemilik usaha tidak bisa menetapkan strategi yang tepat dalam pemasarannya maupun penjualannya maka usaha tersebut tidak akan mampu berkembang dan bersaing dengan yang lain. UMKM Konveksi *Greeneyes* selama ini melakukan strategi pemasarannya dengan menarik minat konsumen yaitu dengan cara bantuan dari para *freelancer* yang akan mendapatkan bonus dan juga dengan cara *customer* bisa mendapatkan *free desaign* produksi dengan penjelasan yang sangat rinci hingga membantu proses produksi agar tidak terjadi kesalahan dan produksi akan menjadi sesuai keinginan *customer* dan juga

dengan cara *customer* bisa mendapatkan potongan harga apabila melakukan pemesanan lebih dari yang telah ditentukan oleh konveksi. Untuk di sosial media sendiri UMKM Konveksi Greeneyes ini sudah lumayan banyak aktif seperti di instagram, whatsapp, facebook bahkan di tiktok. Strategi pemasaran dan penjualan yang dilakukan UMKM Konveksi Greeneyes ini bisa dibilang sudah cukup untuk para konsumen mengetahui proses-proses produksi dan hasil produksi dari konveksi greeneyes ini.

Selain dari segi aktif di sosial media konveksi *greeneyes* ini juga memiliki standar kerapian dan kebersihan yang sangat menarik dari segi kemasan *packing* sanat terlihat aman untuk produksinya. Maka ini juga bisa menjadi bentuk hal ketertarikan dari seorang *customer*, UMKM konveksi *greeneyes* akan mengusahakan inovasi-inovasi baru yang juga perlu dipikirkan bagaimana akan menarik minat pasa konsumen bukan hanya produknya saja yang perlu inovasi namun dari bentuk pelayanan lain juga perlu dipikirkan bagaimana agar konsumen tetap tertarik terhadap konveksi ini.

8. Perlunya catatan usaha

Banyak usaha yang sulit dan tidak berkembang hanya disebabkan wirausahawan tidak tau sejauh mana bisnisnya berjalan selama ini, catatan usaha akan membantu seorang wirausahawan mengetahui sejauh mana dia menjalankan usahanya, sampai dimana, mengapa sampai disini, karena apa begini dan lain-lain. Selama menjalankan usahanya selama ini UMKM Konveksi *Greeneyes* ini sudah mencoba melakukan cara terbaik untuk pencatatan keuangan usahanya, dan sedikit banyaknya sudah bisa terperkiraan bagaimana

perkembangan dari usaha tersebut. Pentingnya pencatatan usaha itu untuk melihat dari :

- a. Keuangan: neraca, laporan rugi laba
- b. SDM : jumlah karyawan dan tingkat produktivitas
- c. Pemasarannya: omset, pasar, konsumen, lokasi, pembelian, penjualan, dari produksi: stok, jumlah produksi, serta kualitas (Hendro,2011, hlm.50)

Selain itu sebagai pelaku usaha suatu perusahaan dituntut memiliki kekuatan dan nilai-nilai yang mampu menjunjung tinggi usahanya. Dapat dipercaya atau jujur adalah sebagian dari nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi, akuntabilitas suatu perusahaan akan dapat terjaga apabila didukung oleh para karyawan yang gigih, jujur, dan amanah. Etika dalam berbisnis juga harus dijunjung tinggi dalam usaha meraih keuntungan seorang pengusaha dilarang melakukan perbuatan yang dapat merugikan konsumennya (Muhammad, 2019 hlm.385).

Dalam melakukan sebuah praktek usaha yang dilakukan setiap manusia harus sesuai batasan-batasan yang telah diajarkan oleh islam. Oleh karena itu, ajaran islam yang mendasari cara mengembangkan usaha menurut syariah antara lain :

1. Niat yang baik, niat yang baik adalah pondasi dari amal perbuatan. Semua wirausaha muslim dituntut agar aktivitas ekonomi yang ditekuninya selalu berorientasi pada mencari Ridha Allah semata. Berdasarkan pengamatan peneliti saat observasi pada pemilik UMKM Konveksi *Greeneyes* ini sudah menjalankan usahanya selama ini dengan niat yang baik yaitu menjalankan usaha dengan mencari keuntungan dan tetap pada jalan yang

diridhai Allah. Sehingga ketika menjalankan usaha Konveksi *Greeneyes* dalam meraih keuntungan lebih mengutamakan jalan yang diridhai Allah sebagaimana peningkatan usaha menurut syariah.

2. Berinteraksi dengan akhlak, akhlak menempati posisi puncak dalam rancang bangun ekonomi islam, karena inilah yang menjadi tujuan islam dan dakwah para Nabi, yaitu menyempurnakan akhlak. Akhlak dalam mengembangkan usaha yang dimaksud ini adalah yaitu jujur, amanah, menepati janji. Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti kepadamikro UMKM Konveksi *Greeneyes*, Konveksi *Greeneyes* dalam menjalankan dan meningkatkan usahanya selama ini selalu jujur dan amanah kepada konsumen terhadap produk yang dijualnya, jika ada kecacatan maka Konveksi *Greeneyes* selalu mengatakan kecacatan produknya tersebut kepada konsumennya, karena Konveksi *Greeneyes* tidak ingin mencari keuntungan dengan cara yang tidak jujur, kemudian untuk menepati janji Konveksi *Greeneyes* selalu menepati janjinya apalagi ketika berjanji kepada konsumen mengenai pesanan, konsumen ingin pesannya jadi dalam batas waktu yang ditentukan lalu Konveksi *Greeneyes* menyepakatinya dan berjanji akan menyelesaikan sesuai waktu yang diinginkan konsumen apabila tidak menepati dikarenakan kendala yang tidak diinginkan maka pihak konveksi juga akan melaporkan kepada konsumen terkait kendala tersebut.
3. Bersyukur, Wirausaha muslim adalah yang selalu bersyukur kepada Allah. Rasa syukur kepada Allah yang dimaksudkan disini bukan hanya diucapkan saja, tetapi juga harus diiringi dengan perbuatan terutama bagi

yang sudah berkecukupan dari hasil usahanya, yaitu dengan berzakat, berinfaq, dan bersedekah. Dalam hal ini peneliti mengamati bahwa UMKM Konveksi Greeneyes selalu bersyukur atas hasil yang didapat dari usahanya tersebut, sebagai rasa syukur atas hasil usahanya tersebut, Konveksi *Greeneyes* biasanya membantu menyumbangkan sedikit dari hasil usahanya tersebut untuk orang yang tidak mampu, selain itu Konveksi *Greeneyes* juga terkadang memberikan tambahan uang untuk karyawannya dari hasil usahanya tersebut.

4. Menjaga aturan syariah. Islam memberikan keleluasaan kepada kita untuk menjalankan usaha ekonomi, perdagangan, atau bisnis apapun sepanjang bisnis atau usaha itu tidak termasuk yang diharamkan oleh syariah islam. Dalam hal ini usaha yang dijalankan Konveksi *Greeneyes* bukanlah usaha yang diharamkan oleh syariat islam, yang menjalankan usaha dengan menipu orang, menjual barang-barang yang tidak diperbolehkan oleh islam.

2. Kendala-kendala yang dihadapi UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin maka peneliti menganalisis kendala-kendala yang dihadapi UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin dalam menghadapi persaingan usaha sejenis yaitu sebagai berikut :

1. Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia

Kualitas Sumber Daya Manusia sering kali memang menjadi kendala bagi perusahaan dalam mengembangkan usaha dan menghadapi pesaingnya.

Dapat dikatakan bahwa dengan adanya sumber daya manusia yang berkualitas maka produksi yang dihasilkan pun juga akan berkualitas. UMKM Konveksi *Greeneyes* sendiri selama ini sudah memiliki tenaga kerja yang sudah cukup handal, tetapi handal saja tidaklah cukup dibutuhkan juga sumber daya manusia yang berkualitas kreatif serta inovatif sehingga mampu bersaing dengan pesaing yang lain selain itu banyaknya sumber daya manusia juga mempengaruhi kecepatan dalam pembuatan produksi maka dari itu UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* perlu menambah sumber daya manusianya lagi atau karyawannya lagi sehingga dalam memproduksi dalam jumlah banyak akan lebih cepat dan Konveksi *Greeneyes* juga perlu mengadakan pelatihan bagi karyawannya agar kemampuannya semakin terasah serta sehingga dengan adanya pelatihan membuat mereka bekerja lebih efisien dan kompetitif lagi.

2. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar

Usaha kecil memang pada umumnya merupakan usaha yang mempunyai jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar yang dapat dikatakan rendah apalagi produk yang dihasilkan cukup terbatas karena UMKM Konveksi *Greeneyes* ini memakai strategi spesialisasi, sehingga produksinya terbatas tidak seperti perusahaan lainnya yang memproduksi banyak produk yang cukup banyak hal ini tentunya didukung oleh teknologi yang mampu menjangkau tuntutan pasar dan dibantu dengan dukungan promosi yang baik.

Selain itu UMKM Konveksi *Greeneyes* juga masih belum gencar dalam melakukan pemasaran dan promosinya berbeda dengan pesaingnya yang

bekerja sama dengan pihak lain untuk mempromosikan usahanya seperti melakukan pameran dan *endorsement* atau pembagian brosur yang mampu menarik minat konsumen hal itu yang dilakukan pesaing lain guna mempromosikan dan memasarkan usahanya. Konveksi *Greeneyes* ini sendiri perlu memiliki kreatifitas untuk menemukan cara efektif dalam memasarkan produknya. Cara-cara pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Konveksi *Greeneyes* masih cenderung kurang dalam eksplorasi pasar. Strategi pemasaran yang dilakukan biasanya masih saja terpaku pada cara-cara sederhana yang sudah biasa digunakan. Maka dari itu perlu adanya pembaharuan dalam hal strategi pemasarannya.

3. Masalah Permodalan

Masalah permodalan sering sekali menjadi salah satu kendala bagi setiap perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya dapat dikatakan bahwa modal adalah salah satu hal utama dan paling penting dalam memulai, menjalankan maupun mengembangkan usaha, jika modal yang dimiliki terbatas maka bagaimana bisa untuk mengembangkan usaha yang dijalankan, karena dalam mengembangkan usaha pastinya perlu modal yang cukup banyak apalagi dalam memproduksi produk-produk yang ingin dijual. Dapat dianalisis bahwa UMKM Konveksi *Greeneyes* selama ini sudah cukup memiliki modal karena akan membuat *brand* baru dan produk-produk baru yang akan membuat konsumen lebih tertarik. Walaupun modal tersebut belum bisa digunakan untuk menambah karyawan, memperbesar tempat usahanya, tetapi bisa digunakan untuk membuat inovasi-inovasi baru, serta UMKM Konveksi *Greeneyes* ini termasuk dalam kriteria usaha

mikro yang mana adalah memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp.75.000.000 dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp.50.000.000.

4. Masalah Teknologi

Seringkali Teknologi juga menjadi kendala dalam meningkatkan usaha dan dalam menghadapi persaingan, tidak dapat dipungkiri bahwa bantuan teknologi dinilai dapat membantu mendongkrak produktivitas serta pemasaran produk-produk. Sering kali masih banyak produk yang dihasilkan belum mendapat sentuhan teknologi yang baik dalam proses produksi, kreatifitas, design serta inovasi. Namun dalam hal teknologi untuk pembuatan dari segi produksi untuk tekhnologinya sama saja pada konveksi lain pada umumnya yaitu memakai mesin HD atau mesin besar karena dalam konsep konveksi sekarang sudah jarang memakai mesin manual.

5. Organisasi dan Manajemen

Organisasi dan manajemen sering sekali menjadi kendala dalam mengembangkan usaha maupun bersaing dengan pesaing yang lain. Sering kali suatu perusahaan tidak membuat struktur organisasi dalam menjalankan usahanya sehingga membuat tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bagian satu dengan yang lain sehingga masih banyak yang merangkap dalam menjalankan pekerjaannya. Selain itu ibarat peperangan manajemen merupakan markas utama yang berfungsi dalam mengatur strategi dan taktik yang dibutuhkan. Lemahnya kemampuan manajemen atau menerapkan strategi yang tidak tepat dapat mengakibatkan tidak efektifnya penjualan dan bila tidak segera diperbaiki, lambat laun akan

berakibat pada gagalnya usaha. Manajemen dan organisasi saling berkaitan satu sama lain karena memiliki tujuan yang sama. Dapat dikatakan bahwa manajemen dan organisasi menjadi salah satu kendala UMKM Konveksi *Greeneyes* ini dalam menghadapi pesaingnya karena dilihat dari hasil wawancara dengan pemilik Konveksi *Greeneyes* bahwa mereka telah memiliki struktur organisasi secara tertulis maka untuk tugas dari bagian-bagian tersebut sudah dijalankan, bahkan sampai ke struktur jalannya proses produksi pun juga ada dan maka dari itu untuk penugasan dari tenaga kerja konveksi *greeneyes* ini sudah terarah dan sudah mengetahui kewajiban masing-masing bagian.

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat dikatakan bahwa ada perbedaan antara yang terjadi di tempat Konveksi *Greeneyes* dengan bagaimana teori yang ada pada kendala-kendala yang dihadapi dalam menghadapi persaingan dimana dalam teori tersebut disebutkan bahwa kendala-kendala yang dihadapi dalam menghadapi persaingan adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, masalah permodalan, masalah teknologi dan organisasi manajemen.

Sedangkan yang terjadi kendala pada Konveksi *Greeneyes* adalah kualitas sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, masalah permodalan, masalah teknologi. Sehingga Konveksi *Greeneyes* tidak terkendala pada modalnya, maka dari itu ada perbedaan antara teori dan hasil penelitian.

Dalam menghadapi persaingan selama ini UMKM Konveksi *Greeneyes* masih melakukan cara dalam menghadapi pesaingnya tanpa menyalahi aturan yang telah diajarkan islam dalam bersaing, dimana dalam islam selalu menganjurkan umatnya untuk melakukan perlombaan untuk mencari kebaikan dan keberkahan, sehingga praktik usaha harus menjalankan suatu aktivitas persaingan yang sehat. Islam sebagai suatu aturan hidup yang khas telah memberikan aturan-aturannya yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Adapun hal-hal yang dapat dilakukan dalam melakukan persaingan usaha menurut islam yaitu:

- a. Dalam islam dalam menghadapi persaingan usaha kita dianjurkan untuk bersaing dengan sehat dan tidak menyalahi aturan islam. Dalam hal ini misalnya tidak memburukkan atau menjatuhkan pesaing kita. UMKM Konveksi *Greeneyes* selama menghadapi persaingan tidak pernah menjatuhkan pesaingnya, Konveksi *Greeneyes* selalu berusaha mencari kelebihan dari produksinya tanpa harus menjatuhkan pesaing.
- b. Seorang pengusaha dalam menghadapi persaingan yang lain untuk menarik konsumen tidak boleh menekannya, masih berkaitan dengan sebelumnya bahwa jalannya perniagaan atas dasar suka sama suka begitu pun juga ketika kita menawarkan produk dari usaha kita kepada konsumen seorang pengusaha tidak boleh memaksa ataupun menekannya untuk membeli atau memesan produk tersebut karena ingin mengungguli pesaing dengan menekan konsumen untuk membeli produknya.

- c. Menciptakan suasana yang baik, pengusaha muslim tidak pernah menghalalkan segala cara, pengusaha muslim selalu berupaya menghasilkan produk berkualitas dan pelayanan terbaik sesuai syariah, pengusaha muslim harus memperhatikan hukum-hukum islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. UMKM Konveksi *Greeneyes* selalu menciptakan suasana yang baik dengan pesaingnya dalam menjalankan usahanya selama ini, Konveksi *Greeneyes* tidak pernah menghalalkan segala cara untuk mengungguli pesaingnya yaitu dengan memburuk-burukkan pesaingnya, selama ini Konveksi *Greeneyes* masih memperhatikan bagaimana aturan islam dalam menghadapi persaingan sehingga yang dilakukan Konveksi *Greeneyes* selama ini tidak ada yang menyalahi aturan-aturan islam dalam menghadapi persaingan (Muhammad, 2019, hlm. 386)