

Strategi pengembangan usaha pada UMKM kaos polos “Q Raden”

Sri Mulyaningsih^{1*)}, Muhamad Riski²⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primagraha, Kota Serang

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primagraha, Kota Serang

Article History:

- received September 2024
- accepted September 2024

Abstract. Q Raden merupakan bisnis clothing yang masuk dalam kategori fashion. Bisnis ini mengedepankan perbedaan dengan pesaing dengan memberikan kualitas yang dapat bersaing dan dapat menjadi pilihan masyarakat dalam memilih produk. Dengan menerapkan produksi dengan bahan yang ramah lingkungan agar dapat mengurangi pembuatan produk menggunakan serat buatan. Dengan pembuatan bahan utama yang menekankan bahan ramah lingkungan diharapkan dapat merubah perilaku masyarakat untuk dapat membantu melestarikan lingkungan. Q Raden terus berusaha untuk dapat mengikuti perilaku konsumen khususnya dimasa pandemi Covid19 yang dimana banyak kebutuhan masyarakat yang harus didahulukan. Bisnis fashion atau pakaian merupakan bisnis yang dapat dibidang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya, Q Raden diharapkan dapat menjadi bisnis usaha yang dapat berkembang dengan memiliki keunggulan produk yaitu dengan penggunaan bahan yang ramah lingkungan yang belum banyak digunakan oleh brand lain. Q Raden berdiri tahun 2019 yang direncanakan awal tahun, tetapi karena pandemi Covid19, usaha ini mulai berdiri atau mulai beroperasi di bulan Oktober 2019 di Kota Serang, Q Raden merupakan usaha bisnis yang mengarah pada produk apparel berupa kaos. Penjualan produk dilakukan melalui offline, yaitu Store yang berada di Perumahan Serang Hijau Blok A No.7 pindah ke Jl. Abdul Fatah bunderan Ciceri Dan juga melalui media online melalui facebook dan instagram. Bisnis ini menekankan produk yang berbeda dengan pesaing, jadi perlu memberikan informasi kepada konsumen untuk dapat mengerti produk seperti apa yang ditawarkan oleh Q Raden. Dengan konsumen datang langsung ke store, konsumen dapat melihat dan merasakan langsung bahan yang digunakan dalam pembuatan produk dan dapat melihat dari katalog yang ada yang berisikan penjelasan bisnis dan produk secara singkat. Penjualan Produk Q Raden dapat menghasilkan laba Rp 30.000.000 di tahun 2021 yang dimana dapat bertahan dan dapat memberikan keuntungan penjualan produk di saat situasi pandemic Covid19 saat ini. Diawal penjualan produk sempat mengalami laba bersih negative selama 3 bulan dikarenakan ada aturan PPKM dari Pemerintah yang sangat berdampak sekali terhadap penjualan produk

Keyword: Staregi Pengembangan; UMKM; Kaos Polos

*Corresponding author. E-mail: 211250@primagraha.ac.id

1. PENDAHULUAN

Saat ini fashion tidak hanya sekedar melindungi tubuh tetapi sudah mempunyai fungsi lain yaitu menjadi gaya hidup (lifestyle). Fashion sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya memberikan implikasi bagi penggunaan fashion dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian,

identitas, dan perasaan kepada orang lain. Di Indonesia sendiri fashion tergolong berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Ini didukung dengan banyaknya brand-brand lokal yang semakin berkembang dan mempunyai potensi yang bagus untuk kedepannya. Pada saat ini mode berpakaian semakin berkembang pesat, terutama masyarakat kalangan anak muda berusaha tidak ketinggalan zaman dalam hal berpakaian dengan mengikuti mode yang sedang menjadi tren pada saat ini. Salah satu hal yang mengalami perubahan dari cara berpakaian pada saat ini adalah penggunaan kaos. Saat ini dimana kaos tidak lagi digunakan hanya sebagai pakaian biasa, tetapi menggunakan kaos telah menjadi gaya hidup (lifestyle) masyarakat yang dapat membangkitkan rasa percaya diri bagi pemakainya. Sementara dalam masyarakat modern, gaya hidup (lifestyle) membantu mendefinisikan mengenai sikap, nilai-nilai, kekayaan, serta posisisosial seseorang (Chaney & David, 2004). Fashion atau pakaian di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dari data Kementrian Perindustrian dan Kementrian Perekonomian tahun 2018, industri pakaian jadi mencatatkan ekspor yang paling besar. Sepanjang tahun 2018, industri pakaian jadi mencatatkan ekspor senilai US\$8,62 miliar dengan pertumbuhan sebesar 8,9% y-o-y (Bisnis.com, 2019). Dari data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan fashion yang ada Indonesia dapat menjadi 2 peluang bagi para pelaku usaha bisnis untuk dapat membuka usaha dalam bidang fashion atau pakaian.

Fashion atau pakaian yang berkembang baik dan sedang menjadi trend di Indonesia saat ini yaitu kaos polos. Kaos polos sedang menjadi tren untuk masyarakat khususnya kalangan anak muda. Tren fashion saat ini telah menghadirkan kaos polos depan belakang yang sangat diminati, baik itu dari kamu pria maupun wanita. Ketika menggunakan kaos polos semacam ini, memberikan tampilan kasual dan santai. Bahkan memberikan kenyamanan untuk dikenakan sebagai pakaian sehari-hari (Latifah, 2020). Dari banyak orang yang ingin tampil beda dengan orang lain apalagi dengan menunjang penampilan yang bisa menjadi perhatian banyak orang. Fashion juga dapat memberikan kenyamanan dan lebih percaya diri dengan menggunakan pakaian yang sedang tren. Dengan cara berpakaian dapat menunjukkan jati diri seseorang secara tidak langsung, dengan tren kaos polos dapat memberikan tampilan yang kasual. Fashion yang berkembang dengan baik di Indonesia menyebabkan banyak kita jumpai Toko kaos yang sekarang ada didaerah- daerah kota di Indonesia. Toko kaos atau yang biasa disebut dengan Distro kaos (Distribution Outlet) banyak menasar target anak- anak muda yang mempunyai selera fashion yang ingin tampil kasual dan santai. Produk yang dijual toko kaos mempunyai beragam keunggulan atau keunikan dari masing-masing toko. Dengan melihat perkembangan fashion kaos polos yang berkembang saat ini dapat menjadi peluang yang besar bagi pelaku bisnis untuk membuka usaha ini. Salah satu yang nantinya akan menjadi bagian dari pelaku bisnis ini yaitu brand kaos polos Q Raden.

(Kloter & Keller, 2012), mengemukakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan, antara lain harga jual, produk (barang dan jasa) yang ditawarkan, promosi yang dirancang dan saluran distribusi. Dengan berkembangnya fashion atau pakaian tentu saja produk yang ditawarkan mempunyai bahan baku yang nantinya digunakan untuk pembuatan pakaian atau kaos. Kualitas yang diproduksi dalam pembuatan kaos menjadi salah satu faktor

yang harus diperhatikan, dengan tujuan agar dapat memuaskan konsumen. Sebagai pelaku usaha dituntut untuk dapat menciptakan produk dengan spesifikasi yang baik agar penjualan juga menjadi semakin meningkat. Setiap pelaku usaha mempunyai strategi sendiri dalam memuaskan konsumen, salah satunya yaitu penggunaan bahan kaos yang ramah lingkungan, ini yang akan menjadi keunikan atau strategi Kaos Polos Q Raden. Kaos mempunyai bahan kaos terdiri dari beberapa bahan yang digunakan, mulai dari cotton combed, campuran cotton combed & polyster (CVC) dan polyster. Cotton Combed adalah jenis kain yang menggunakan benang combed dan komposisinya 100% cotton atau kapas. CVC (Chief Value Cotton), merupakan campuran cotton dan polyster. Polyster adalah jenis kain sintetis, yang memiliki serat buatan dan tidak tersedia secara bebas di alam, seperti katun dan kain lainnya yang seratnya diolah dari alam. Polyster umumnya berasal dari Petroleum atau minyak bumi.

Kain polyester tersebut mampu terlihat mirip dengan kain yang berasal dari bahan alami. Tapi tetap saja kain polyester berasal dari bahan kimia, jadi bahan ini tidak ramah lingkungan. Kain polyester umumnya agak panas atau gerah ketika dipakai, lalu daya serap dari kain polyester rendah sehingga kurang dapat menyerap keringat ketika dipakai (www.knito.co.id, 2020).



Gambar 1. Bahan kaos yang diproduksi

Diatas adalah beberapa contoh bahan kaos yang diproduksi selama ini, memang agak sulit untuk membedakan apakah benar - benar dari cotton apa dengan campuran polyster, tapi kalau bahan kaos itu benar- benar dari cotton, bahan itu lebih halus saat dipakai daripada yang bercampur dengan polyster. Dari data diatas, Q Raden harus ikut mengikuti perkembangan dalam informasi hal fashion, dengan melakukan inovasi dalam penjualan kaos, Q Raden membuat kaos dengan bahan ramah lingkungan yang mempunyai tujuan untuk memuaskan konsumen dan juga dapat meningkatkan penjualan.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Yusuf, 2014).

Penelitian ini akan dilaksanakan di Toko Kaos Polos Q RADEN yang berlokasi di kota Serang, Banten. Lokasi ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Usaha Kaos Polos Q RADEN merupakan salah satu usaha dibidang Fhasion dan menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, sehingga perlu melakukan

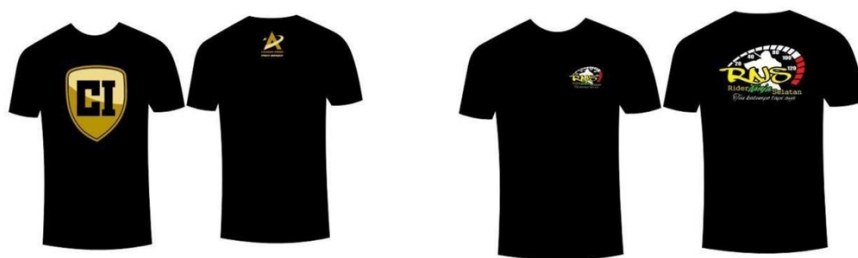
Polos Q Raden menawarkan produk kepada masyarakat yaitu, desain menjual Kaios Polos Distro Bahan Cotton Combed 24s dan 30s dengan 20 varian warna dan kualitas baik dan menerima jasa Sablon. Jika ada pelanggan memiliki pemilihan jenis kain dan jenis desain gambar sendiri maka mengerjakan desain sablon sesuai dengan permintaan pelanggannya tersebut. Bahan baku dalam percetakan yaitu, Emulsi, rubber, minyak tanah, tinta, penguat screen, top coat dan blinder”.

Keuangan Usaha Kaos Polos Q Raden

Modal mempunyai peranan yang penting dan selalu diperlakukan sebagai langkah awal mendirikan sebuah usaha. Sama halnya seperti peneliti melanjutkan pertanyaan kepada informan mengenai bagaimana usaha percetakan cipta ratu memperoleh modal usaha? Bagaimana perkembangan dan kondisi keuangan bisnis usaha? Beliau menjawab sebagai berikut: “modal awal yang dipergunakan untuk mendirikan usaha ini berasal dari tabungan pribadi. Didalam pengaturan keuangan usaha Q raden menggunakan pembukuan sederhana, setiap ada pembalian masih dicatat secara manual, jadi berapa kenaikan dari tahun ke tahun tidak dapat diketahui dengan pasti. Mengenaikondisi keuangan usaha kaos polos Q raden menurut saya setiap tahun nya dalam kondisi stabil, apalagi disetiap masuk awal tahun Q raden biasa dapat pelanggan yang cukup banyak sehingga usaha dapat pemasukan yang cukup banyak”.

Keuangan Usaha Kaos Polos Q Raden

Modal mempunyai peranan yang penting dan selalu diperlakukan sebagai langkah awal mendirikan sebuah usaha. Sama halnya seperti peneliti melanjutkan pertanyaan kepada informan mengenai bagaimana usaha percetakan cipta ratu memperoleh modal usaha? Bagaimana perkembangan dan kondisi keuangan bisnis usaha? Beliau menjawab sebagai berikut: “modal awal yang dipergunakan untuk mendirikan usaha ini berasal dari tabungan pribadi. Didalam pengaturan keuangan usaha Q raden menggunakan pembukuan sederhana, setiap ada pembalian masih dicatat secara manual, jadi berapa kenaikan dari tahun ke tahun tidak dapat diketahui dengan pasti. Mengenaikondisi keuangan usaha kaos polos Q raden menurut saya setiap tahun nya dalam kondisi stabil, apalagi disetiap masuk awal tahun Q raden biasa dapat pelanggan yang cukup banyak sehingga usaha dapat pemasukan yang cukup banyak”.



Gambar 3. Hasil sablon produksi Q Raden

Sumber Daya usaha Kaos Polos Q Raden

Berdasarkan indikator wawancara selanjutnya yang dilakukan peneliti terhadap sumber daya manusia usaha Fhasion tentang berapa jumlah karyawan? Dan apakah semangat karyawan selalu tinggi? “Pemilik usaha Q Raden dalam

melaksanakan usahanya memiliki 5 orang karyawan tetap. Tenaga kerja tersebut direkrut oleh pemilik usaha dari teman dekat yang memang ahli dalam bidang fhasion. Semangat para karyawan sampai saat ini selalu tinggi dengan menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan benar. Adapun masalah yang informan paparkan kepada peneliti yaitu tidakmenetapnya permintaan pelanggan yang datang secara tiba-tiba sehinggal dengan 5 orang karyawan tidak mampu menyelesaikan pesanan yang cukup banyak, sehingga pemilik usaha berusaha mencari tenaga bantuan agar dapat menyelesaikan pesanan tepat waktu, namun dalam mencari tenaga bantuan tidaklah mudah karena mereka dipekerjakan pada saat percetakan sedang banyak pesanan saja”.

Keunggulan, peluang dan ancaman dari usaha Fashion Kaos Polos Q Raden

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada informan mengenai keunggulan, peluang dan ancaman terhadap fhasion usaha Q Raden, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. karakteristik bisnis percetakan sangat berbeda dibandingkan bisnis lainnya. Hal ini disebabkan karena bisnis Fhasion adalah sebuah bisnis dengan pesanan masing-masing sehingga produk yang dihasilkan bervariasi dan mempunyai ciri pembeda dengan produk/jasa bisnis lainnya. Maka usaha Fhasion Kaos polos membuat proses produksi berdasarkan sistem pesanan, sehingga hasil produk akan sangat berdeda antar konsumen, bersifat sangat fleksibel, bervariasi dan menuntut kreatifitas yang tinggi.
- b. dengan banyak pesaing, maka pihak manajemen harus dapat memenangkan persaingan untuk mempertahankan bahkan menguatkan posisinya di pasar. Untuk itulah diperlukan sebuah analisa mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari usaha fhasion kaos polos Q raden tersebut. Hasil penelitian dengan melakukan diskusi terfokus mengenai keunggulan, peluang dan ancaman usaha fhasion kaos polos Q Raden dengan beberapa pelanggan dan pihak manajemen menunjukkan bahwa:
 - Kekuatan bisnis fhasion Q Raden adalah pada tingkat pelayanan, kreativitas kualitas produksi gambar desain yang bagus dengan mengutamakan keinginan pelanggan, mengganti produk yang rusak dengan yang baru apabila ada cacat, modal awal yang digunakan untuk membuka usaha adalah dari tabungan pribadi, adanya keakraban antara pemilik toko dengan karyawan sehingga karyawan memberikan tenaganya untuk bekerja secara maksimal dan sudah memiliki beberapa pelanggan tetap seperti distrik distro, rumah kaos polos dll.
 - Kelemahan bisniskaso polos Q raden yang saya dapat dari pihak manajemen dan pelanggan percetakan cipta ratu yaitu, belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur, kurangnya Teknologi terbaru karna usaha percetakan cipta ratu masih melakukan sablon secara manual, lokasi bisnis dan lahan parkir untuk pelanggan terbatas, pemasaran dan kegiatan promosi belum meluas dan belum dilakukan secara maksimal dan kurangnya jumlah karyawan.
 - Peluang bisnis fashion Kaos polos yaitu tingginya minat konsumen pada usaha Kaos Polos Q Raden dapat lebih cepat mengembangkan usahanya karena menggunakan modal sendiri, memiliki pelanggan yang tetap, dapat

membuka usaha sejenis ditempat lain untuk menguasai pasar, dapat melakukan strategi promosi yang lebih baik untuk menarik banyak konsumen dan memperluas saluran distribusi dan pemasaran untuk bisa meningkatkan penjualan sehingga pendapatan bertambah.

- Ancaman bisnis Fhasion Kaos Polos Q Raden, persaingan usaha sejenis yang ketat, pemilik sulit untuk mengetahui secara pasti perkembangan usaha dari bulan ke bulan karena belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur, belum maksimalnya promosi maka dikhawatirkan tidak adanya perkembangan pembeli baru yang akan datang, berkembangnya teknologi baru.

Strategi pemasaran Q Raden

Keberhasilan usaha akan sangat ditentukan oleh kemampuan usaha Q Raden untuk memasarkan usaha bisnis fhasionnya. Kemudian peneliti lebih menggali informasi kepada informan dengan menanyakan tentang strategi yang digunakan dalam memasarkan produk Q Raden? "Jadi terkait strategi pemasaran dalam bisnis fhasion Q Raden terdapat persaingan antara bisnis fhasion yang sejenis lainnya, sehingga dalam menghadapi persaingan tersebut, bisnis fhasion Q Raden memberikan pelayanan, kualitas produksi dan harga yang terbaik bagi pelanggan tetap maupun pelanggan baru. Selain itu, Q Raden juga selalu memberikan diskon dengan orderan diatas 1 lusin dapat potongan harga 5-10%, teman atau orang yang membawa pelanggan untuk menyablun di Q Raden kami dan yang telah mempromosikan bisnis fhasion Q Raden akan mendapatkan hadiah totebag dengan sesuai nama sebagai tanda terima kasih, sehingga bisa saling menguntungkan". "Dalam strategi pemasaran fhasion Q Raden ada beberapa yang dikenal 4P, yaitu: produk(product), harga (price), dan promosi (promotion). Strategi dalam bidang pemasaran yang dilakukan pemilik bisnis fhasion Q Raden dari produk, harga, tempat atau distribusi dan promosi dilihat dari sudut pandang strategi segmentasinya dan target pasatnya ada juga dilihat dari sisi posisinya atau bisa juga disebut poitioning, nah itu beberapa strategi pemasaran Q Raden".

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan sebagai dasar untuk memberikan gambaran terhadap situasi perusahaan meliputi sumber daya internal (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternal (peluang dan ancaman). Dari hasil wawancara dengan para informan dapat diketahui strengths (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunities (peluang) dan threats (ancaman) pada cakra sebagai berikut:

A. Faktor Internal

- 1) Kekuatan (strength): (a). Faktor Sumber Daya Manusia (Semangat kerjakaryawan yang tinggi; dan Pelayanan yang baik dan ramah); (b). Faktor Sumber Daya Produksi (Kualitas produksi gambar dan design yang bagus dengan mengutamakan keinginan pelanggan; Pilihan gambar desain produksi sablon yang beragam; Menganti produk yang rusak dengan yang baru apabila ada barang yang cacat; dan Ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan; (c). Faktor Pemasaran (Saluran distribusi yang sudah jelas; Sudah memiliki pelanggan yang tetap; Melakukan beberapa kegiatan promosi seperti membagikan brosur dan menggunakan media sosial; dan Lokasi usaha yang mudah terjangkau; dan (d). Faktor Keuangan

(Modal awal usaha dari tabungan sendiri; Harga yang terjangkau; dan Adanya potongan harga (diskon) bagi pelanggan).

- 2) Kelemahan (Weakness): (a). Faktor Sumber Daya Manusia (Kurang nya jumlah karyawan); (b) Faktor Sumber Daya Produksi (Kegiatan produksi masih dilakukan secara manual; Kurangnya teknologi baru; Hasil desain gambar sablon kadang mengalami kerusakan; dan Susahnya mendapatkan bahan baku produksi seperti minyak tanah; (c). Faktor Pemasaran (Kegiatan promosi belum meluas dan belum dilakukan secara maksimal; dan Lahan parkir untuk pelanggan yang terbatas; (d). Faktor Keuangan (Kurang nya modal untuk mengembangkan bisnis).

B. Faktor Eksternal

- 1) Peluang (opportunities): (a). Faktor ekonomi (Tingginya minat konsumen pada fashion kaos polos Q Raden; Sudah memiliki pelanggan yang tetap; dan Harga terjangkau bagi pelanggan); (b). Faktor sosial budaya dan lingkungan (Kepercayaan pelanggan; Memiliki kerjasama yang baik kepada pelanggan; Hubungan antar wilayah terjalin dengan baik); dan (c). Faktor Politik Pemerintah dan Hukum (Kebijakan pemerintah dalam memberikan dukungan pengembangan UKM; Sudah memiliki surat izin usaha; dan Dapat membuka usaha percetakan ditempat lain untuk menguasai pasar).

Berdasarkan matriks SWOT tersebut dapat disusun empat strategi utama yaitu strategi SO (Strength-opportunities), strategi ST (strength-threats), Strategi WO (weakness-opportunities), dan WT (weakness-threats).

1. Strategi WO dibuat berdasarkan pada kegiatan yang bersifat agresif yang dimana jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Berdasarkan kekuatan dan peluang tersebut maka terdapat alternatif strategi bagi UMKM Fashion Q Raden yaitu dengan menjaga hasil produksi agar tetap berkualitas dan unggul, meningkatkan pelayanan yang baik terhadap pelanggan, menjaga kepercayaan pelanggan memperluas pemasaran dengan meningkatkan kegiatan promosi dan dapat membuka usaha baru di tempat lain.
2. Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman atau bisa disebut dengan strategi diversifikasi. Berdasarkan kekuatan dan ancaman tersebut maka alternatif strategi bagi UMKM Fashion Q Raden adalah menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan serta selalu meningkatkan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pelanggan, terus menambah kreativitas desain dalam menjaga kualitas produksi agar tetap unggul dan berusaha memiliki mesin cetak baru.
3. Strategi WO ini berdasarkan pada kegiatan turn around diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Berdasarkan kelemahan dan peluang tersebut maka alternatif strategi bagi UMKM Q Raden mengusahakan menambah karyawan saat banyaknya minat konsumen, perhatian pemerintah dalam hal bantuan alat produksi (teknologi) agar produktifitas meningkat, melakukan kegiatan promosi yang maksimal ke masyarakat, memperluas lahan parkir untuk pelanggan menjamin kerusakan barang konsumen, berani mengambil resiko dengan menambah modal dengan melakukan pinjaman ke pemerintah melalui BUMN.

4. Strategi WT ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Berdasarkan kelemahan dan ancaman tersebut maka terdapat beberapa alternatif strategi untuk UMKM Q Raden yaitu dengan menerapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan, lebih memperhatikan kualitas dan keinginan pelanggan, hasil desain sablon dan mutu pelayanan yang baik terhadap pelanggan kebijakan pemerintah dalam menggunakan UMKM dalam hal bantuan alat produksi (teknologi) agar produktifitas meningkat, mengganti bahan baku produksi minyak tanah dan beralih ke solar.
5. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi fashion Q Raden berada pada kuadran kedua (II) hal ini memperlihatkan bahwa usaha fashion Q Raden berada pada situasi yang masih menguntungkan karena meskipun memiliki berbagai ancaman tetapi masih memiliki kekuatan yang dapat mendukung perkembangan perusahaan. Usaha fashion Q Raden harus memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki untuk menghindari ancaman yang ada agar dapat mendukung perkembangan usaha dimasa yang akan datang. Dengan demikian strategi yang sebaiknya dijalankan pada kondisi ini dengan melalui strategi diservikasi.

4. SIMPULAN

Berdasarkan dari analisis lingkungan internal pada UMKM fashion Q Raden, maka bisnis fashion memiliki kekuatan dan kelemahan. Adapun faktor-faktor strategi internal yang menjadi kekuatan bagi UMKM fashion Q Raden adalah (1) memiliki semangat kerja karyawan yang tinggi (2) pelayanan yang baik dan ramah (3) ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan tinggi (4) sudah memiliki pelanggan yang tetap (5) harga terjangkau bagi pelanggan (6) kualitas produksi hasil desain gambar yang bagus. Sedangkan faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan bagi UMKM fashion Q Raden adalah (1) kurangnya jumlah karyawan (2) hasil desain gambar sablon kadang mengalami kerusakan (3) lahan parkir untuk pelanggan yang terbatas (4) kurangnya modal untuk mengembangkan bisnis. Sedangkan berdasarkan dari analisis lingkungan eksternal pada UMKM fashion Q Raden maka bisnis fashion kaos polos memiliki peluang dan ancaman. Adapun faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi peluang adalah (1) Tingginya minat konsumen (2) memiliki pelanggan yang tetap (3) Loyalitas Pelanggan (4) Kepercayaan pelanggan (5) Memiliki kerja sama yang baik kepada pelanggan (6) kebijakan pemerintah dalam pengembangan UMKM. Sedangkan faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi ancaman adalah (1) Adanya Persaingan usaha sejenis (2) persaingan harga yang kompetitif (3) Pelanggan berpindah pada usaha lain (4) adanya perubahan peraturan kebijakan pemerintah (5) Perkembangan Teknologi baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, & Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Preiece Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Bambang, R. (2002). *Dasar - dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Bisnis.com. (2019).
- Industri Pakaian Jadi Catatkan Pertumbuhan Paling Tinggi.
- Chaney, & David. (2004). *Life Style, Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Darsono. (2010). Manajemen Keuangan. Jakarta: Consultant Accounting.
- Dessler, G. (2011). Human Resources Management. Singapore: Perason Education South Asia PTE LTD.
- Harapanrakyat.com. (2020).
- Heizer, & Render. (2011). Operations Management.10 th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Husein, U. (2003). Riset Pemasaran dan Perliaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Husien., U. (2007). Riset Sumber Daya Manusia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2013). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kloter, & Keller. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kloter, & Keller. (2012). Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kloter, P. (2002). Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Milenium. Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler. (2008). Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran Jilid I dan II. Jakarta: PT.Indeks.
- Latifah, E. (2020). Kaos Polos Putih Depan Belakang, Tampil Simpel dengan Gaya Trendi.