



Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Industri Konveksi Up. Busana Butik

**Gina Agustina^{*1}, Riski Yatul Fitri², Rodi Al-Farizi³ Solihun As'ari Ahyan⁴
Pahrudin⁵**

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi, Universitas Hamzanwadi, Indonesia

Email: ginaagus@student.hamzanwadi.ac.id; riskiyatulfitri@student.hamzanwadi.ac.id; rodialfarizi@student.hamzanwadi.ac.id; solihunas'ariahyan@student.hamzanwadi.ac.id; rudipahru@hamzanwadi.ac.id

*Korespondensi

Article History: Received: 10-09-2024, Revised: 17-11-2024, Accepted: 18-12-2024, Published: 31-12-2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan di industri konveksi UP. Busana Butik. Dalam upaya bersaing di pasar yang dinamis dan menghadapi berbagai tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, persaingan ketat, dan perubahan tren mode yang cepat, perusahaan perlu menerapkan strategi yang efektif dan efisien. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menjelaskan objek penelitian secara langsung. Langkah-langkah dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis melalui metode analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan penanggung jawab, kepala divisi produksi dan karyawan, serta observasi langsung di lapangan. Berdasarkan analisis internal dan eksternal yang dikonfirmasi melalui analisis SWOT, UP Butik Fashion berada di kuadran I, yang menunjukkan posisi agresif di mana perusahaan dapat menggunakan peluang dan kekuatannya untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan untuk mempertahankan posisi agresif ini. Butik Fashion dapat meningkatkan kualitas produknya untuk menghasilkan barang yang tahan lama dan berkualitas tinggi, memperluas strategi promosi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, mengikuti peningkatan permintaan yang pesat, meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi melalui kerja sama dengan rantai pasokan, terus melakukan riset pasar dan mengikuti tren terbaru, serta menyediakan peluang kerja bagi para ahli di bidang konveksi. Dengan demikian, strategi-strategi ini diharapkan dapat membantu UP. Butik Fashion mencapai pertumbuhan yang lebih signifikan di industri konveksi.

Kata Kunci

Strategi Pengembangan Bisnis, Peningkatan Pendapatan, Industri Konveksi, Analisis SWOT.



Abstract

This study aims to analyze business development strategies in increasing revenue in the convection industry of UP. Busana Butik. In an effort to compete in a dynamic market and face various challenges such as fluctuations in raw material prices, intense competition, and rapid changes in fashion trends, companies need to implement effective and efficient strategies. The research method used was qualitative with a descriptive approach carried out through observation, interviews and documentation to explain the research object directly. The steps in this study were carried out systematically through the SWOT analysis method to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the company. Data was collected through interviews with the person in charge, head of production division and employees, as well as direct observation in the field. Based on internal and external analysis confirmed through SWOT analysis, UP Butik Fashion is in quadrant I, which indicates an aggressive position where the company can use its opportunities and strengths to attract more customers and increase revenue to maintain this aggressive position. UP. Butik Fashion can improve the quality of its products to produce durable and high-quality goods, expand promotional strategies to reach a wider audience, follow rapidly increasing demand, improve operational efficiency and reduce production costs through cooperation with the supply chain, continue to conduct market research and follow the latest trends, and provide job opportunities for experts in the field of convection. Thus, these strategies are expected to help UP. Butik Fashion achieve more significant growth in the convection industry.

Keywords:

Business Development Strategy, Income Increase, Convection Industry, SWOT Analysis



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Sektor industri merupakan sektor dimana manusia menggunakan peralatan, seperti mesin, untuk memproses atau mengolah bahan mentah menjadi produk jadi dengan tujuan meningkatkan nilai jualnya (Fitriana et al., 2014). Industri ini telah menjadi opsi prioritas yang diminati oleh warga Indonesia, tidak hanya bagi mereka yang tinggal di desa. Popularitas dipicu oleh beragam faktor, termasuk peluang pekerjaan yang melimpah, kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, serta dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat baik di lingkungan perkotaan maupun pedesaan.

Peningkatan ekonomi masyarakat tidak dapat hanya bergantung pada sektor pertanian. Sektor industri juga penting karena dampaknya yang luas pada sektor lain seperti perdagangan dan transportasi. Pertumbuhan sektor industri dapat mendorong peningkatan sektor perdagangan dan mempengaruhi pasokan bahan baku. Kegiatan industri yang berkembang akan berkontribusi pada pertumbuhan jumlah perusahaan dan unit usaha. Ini mencerminkan adaptasi sosial ekonomi di Indonesia terhadap kondisi geografis dan sumber daya alam yang ada (Syahdan, 2019).

Menurut Sri Wening dan Sicilia Savitri (1994:128) konveksi merupakan jenis bisnis yang fokus pada produksi pakaian dalam skala masal. Industri konveksi beroperasi dengan memproduksi berbagai jenis busana yang siap pakai, mengikuti ukuran-ukuran standar seperti S (kecil), M (sedang), L (besar), dan XL (sangat besar). Dalam industri ini pakaian yang dibuat tidak disesuaikan secara khusus untuk individu tertentu, melainkan dibuat berdasarkan ukuran standar yang telah ditetapkan. Produk-produk ini kemudian di produksi dalam jumlah besar untuk memenuhi permintaan pasar. Istilah "*ready-to-wear*" dalam bahasa Inggris atau "*pret-a-porter*" dalam bahasa Prancis, sering digunakan untuk menggambarkan jenis pakaian ini, yang menekankan bahwa pakaian tersebut siap untuk dikenakan oleh konsumen tanpa perlu penyesuaian atau modifikasi lebih lanjut. Ini membedakan industri konveksi dari layanan penjahit custom, dimana pakaian dirancang dan dibuat untuk spesifik individu (Adji, 2022).

Konveksi UP. Busana Butik, yang terletak di Rusunawa Dusun Sanggeng, Kelurahan Sekarteja, Kabupaten Lombok Timur merupakan salah satu pelaku industri konveksi yang melakukan pengembangan usaha. Dengan lokasi strategis dan akses transportasi yang mudah, konveksi ini menawarkan berbagai jenis pakaian anak-anak, pria, wanita, seragam sekolah, dan layanan permak serta jahitan khusus. Dengan menyesuaikan produk dan desain sesuai permintaan konsumen, UP. Busana Butik berhasil meraih ketenaran dan terus berkembang. Strategi bisnis yang matang dan pelaksanaan yang efektif menjadi kunci kesuksesan mereka dalam bersaing dan meningkatkan pendapatan.

Adapun dari sisi pendapatan pertahun dari konveksi UP. Busana Butik memiliki kenaikan yang minim, sehingga kualifikasinya masih tergolong rendah mengingat potensi keuntungan yang lebih besar. Sebagaimana terlihat dari data tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Data Penghasilan Pendapatan Konveksi UP. Busana Butik 2022-2023

No	Tahun	Pendapatan Tahunan
1	2022	Rp. 50.000.000
2	2023	Rp. 90.000.000

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Ibu Rosita Oktaviana

Berdasarkan data tersebut, pada tahun 2022 konveksi UP. Busana Butik meraih pencapaian peningkatan yang kurang baik dalam hal pendapatan tahunannya. Karena, jika melihat dari skala besar usaha yang terdapat pada UP. Busana Butik dengan total keuntungan yang di raih pada pertahunnya masih belum cukup layak untuk dikatakan sebagai sebuah keberhasilan. Artinya, UP. Busana Butik yang cukup besar ini seharusnya memiliki peningkatan keuntungan yang jauh lebih besar dari pertahunnya. UP. Busana Butik ini berkerjasama dengan Yayasan Pendidikan Hamzanwadi Pondok Pesantren Darunnahdlatain Nahdlatul Wathan Diniyah Islamiyah Pancor, sehingga ribuan jumlah santri pada ruang lingkup yayasan ini memberikan jasa pada UP. Busana Butik, belum lagi terdapat banyak dari kalangan luar yayasan.

Sehingga angka keuntungan pada tahun 2022 dan 2023 tidak memadai. Pengembangan usaha kurang baik, dengan kondisi UP. Busana Butik yang terletak pada posisi yang strategis, seharusnya memiliki keuntungan dan perkembangan yang sangat signifikan. Namun, yang terjadi pada UP. Busana Butik dengan jumlah angka keuntungan yang terlampir pada tabel tersebut masih tergolong stagnan dan belum meningkat jika di lihat dari kesesuaiannya. Ini terjadi karena sistem tata kelola yang di terapkan pada UP. Busana Butik masih kurang baik, jenis usaha skala besar seperti UP. Busana Butik seharusnya memiliki keuntungan ratusan juta pertahunnya.

Dalam dunia usaha manapun, jika sebesar apapun bisnis usaha yang di jalankan kalau sistem kelola kurang baik, maka tingkat keuntungan pada sebuah usaha akan terjadi ketidak sesuaian. Hal tersebut nampak pada UP. Busana Butik ini. Maka dari itu, terdapat ketertarikan pada objek penelitian kali ini dari sisi kajian dan temuan-temuan data yang kemudian menjadi bahan untuk menela'ah faktor apa saja yang menjadi letak kekurangan pada sistem kerja usaha UP. Busana Butik. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan usaha sebagai bentuk peningkatan pendapatan yang menggunakan analisis SWOT pada sektor konveksi (Studi Kasus UP. Busana Butik).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2019), metode ini mengandalkan pemikiran postpositivisme dan digunakan untuk mengamati objek dalam kondisi alam. Penelitian berperan sebagai alat utama dalam penelitian ini. Data dikumpulkan melalui triangulasi, dianalisis secara induktif, dan bertujuan untuk memahami makna daripada menghasilkan kesimpulan umum (Putri, 2021).

Menurut Krik Miller menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah pendekatan dalam ilmu sosial yang berfokus pada mengamati manusia dalam lingkungan mereka sendiri dan berinteraksi dengan mereka menggunakan bahasa yang mereka pahami (Mentor, 2021).

Adapun penelitian ini bersifat deskriptif, menurut Sugiyono dalam (Patmarina & Prakasa 2020) yang berarti penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan objek penelitian menggunakan data yang telah dikumpulkan. Pendekatan ini tidak melibatkan analisis mendalam atau pembuatan kesimpulan umum (Luthfiyah et al., 2021). Jenis penelitian deskriptif ini memberikan gambaran sistematis tentang informasi ilmiah dari subjek atau objek penelitian, dengan fokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang ditemukan selama penelitian.

Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk mengetahui secara detail dan terperinci mengenai strategi pengembangan usaha dalam upaya meningkatkan pendapatan pada industri konveksi UP. Busana Butik. Informasi atau data yang telah dikumpulkan dikaji, disesuaikan dengan fakta di lapangan, lalu disampaikan dalam bentuk kata-kata atau kalimat dan terakhir penarikan kesimpulan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi: pertama analisis deskriptif adalah menjelaskan atau menggambarkan subjek atau objek penelitian dengan fakta yang jelas (Sugiyono, 2019). Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa data menurut Menurut Miles & Huberman analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan (Khusnul Aulyah, 2021). Kedua, Analisis diantaranya: (a) Analisis matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) adalah sebuah gambaran dari penemuan faktor-faktor internal yang mempengaruhi industri konveksi, mencakup kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*Weakness*) (Susilawati & Yakin, 2017). (b) Analisis matriks *External Factor Evaluation* (EFE) adalah sebuah gambaran dari penemuan faktor-faktor internal yang mempengaruhi industri konveksi, mencakup peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) (Susilawati & Yakin, 2017). Ketiga: Posisi Kuadran SWOT, setelah data dimasukkan ke dalam matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE), serta bobot dan rating ditetapkan untuk setiap elemen, langkah selanjutnya adalah menjumlahkan skor dari kedua matriks tersebut untuk menentukan posisi dalam kuadran SWOT. Keempat: Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan pada konveksi UP. Busana Butik. Matriks SWOT ini dapat merincikan dengan jelas mengenai peluang dan ancama yang dihadapi, yang kemudian dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh konveksi tersebut.

Tabel 2. Matriks Analisis SWOT

EFE IFE	Strenght (S) Faktor-faktor kekuatan internal	Weakness (W) Faktor-faktor kelemahan internal
Opportunities (O) Faktor-faktor peluang eksternal	Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan

	untuk memanfaatkan peluang	untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Keterangan:

- a. Strategi SO (*Strenghts-Opportunities*)
Strategi ini dirancang sesuai dengan visi perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST (*Strenghts-Threats*)
Strategi ini merupakan strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghadapi dan mengatasi tantangan yang ada.
- c. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT (*Weakness-Threats*)
Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelaamatan yang ada serta menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Faktor Internal (IFE)

Faktor internal adalah faktor-faktor yang merupakan daya tarik konsumen yang meliputi kekuatan dan kelemahan dalam menarik konsumen di konveksi UP. Busana Butik. Faktor internal berasal dari manajemen produksi, desain produk, bahan baku, kualitas produk, desain kreatif, biaya produksi, tenaga kerja, menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan pemasok.

1) Kekuatan (Strengths)

Dengan memahami potensi sebuah industri konveksi di suatu wilayah, maka dapat diperkuat agar tetap bertahan di pasar dan mampu bersaing untuk menjaga keberlangsungan usaha konveksi di masa depan.

2) Kelemahan (Weakness)

Semua elemen yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi industri dapat diubah menjadi keuntungan dengan memperhatikan peluang yang tersedia.

Setelah peneliti melakukan penelitian kepada responden maka diperoleh data seperti dibawah ini:

Tabel 3. Analisis SWOT Untuk Faktor Internal Konveksi UP. Busana Butik

Uraian	Bobot	Rating	Skor
A. Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1. Fleksibilitas dalam merancang dan memproduksi pakaian sesuai permintaan.	0,13	4	0,52
2. Kemampuan untuk memproduksi dalam jumlah besar dalam waktu relatif singkat.	0,13	4	0,52

3. Adanya potensi untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan pemasok.	0,13	4	0,52
4. Kualitas produk yang baik dalam menghasilkan produk yang tahan lama dan berkualitas tinggi.	0,13	4	0,52
5. Memiliki keahlian dalam menciptakan desain yang unik dan menarik, yang dapat menarik minat pelanggan dalam meningkatkan pendapatan.	0,10	3	0,29
Jumlah	0,61		2,35
B. Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1. Rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku tekstil dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi biaya produksi.	0,10	3	0,29
2. Persaingan yang ketat di pasar konveksi.	0,06	2	0,13
3. Tergantung pada ketersediaan tenaga kerja yang terampil dan terlatih.	0,06	2	0,13
4. Risiko terjadinya cacat produksi yang dapat mempengaruhi reputasi dan kepercayaan pelanggan.	0,06	2	0,13
5. Tuntutan akan inovasi dan pembaruan desain produk untuk tetap bersaing dalam pasar yang dinamis.	0,10	3	0,29
Jumlah	0,39		0,97
Jumlah (S+W)	1		3,32

Berdasarkan data yang didapatkan 5 faktor kekuatan dan 5 faktor kelemahan.

Faktor kekuatan internal yaitu:

- 1) Fleksibilitas dalam merancang dan memproduksi pakaian sesuai permintaan mendapat rating 4 berdasarkan hasil wawancara. Ini berarti bahwa dengan fleksibilitas tersebut, konveksi UP. Busana Butik dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih efektif. Kemampuan untuk menyesuaikan desain produksi sesuai permintaan pelanggan tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperluas basis pelanggan potensial, yang dapat berdampak positif pada pertumbuhan dan keuntungan bisnis.
- 2) Kemampuan untuk memproduksi dalam jumlah besar dalam waktu relatif singkat mendapat rating 4 berdasarkan hasil wawancara. Ini berarti bahwa dengan kemampuan tersebut, konveksi UP. Busana Butik dapat memenuhi permintaan pelanggan dalam waktu yang lebih cepat. Kecepatan produksi dalam jumlah besar ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif dalam memenuhi pesanan besar, yang dapat mengarah pada peningkatan volume penjualan dan keuntungan yang lebih tinggi.
- 3) Adanya potensi untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan pemasok mendapat rating 4 berdasarkan hasil wawancara. Hal ini menunjukkan bahwa potensi untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dapat menjadi keuntungan besar bagi konveksi UP. Busana Butik. Dengan membangun hubungan jangka panjang, bisnis dapat

memastikan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan dan stabilitas pasokan yang konsisten.

- 4) Kualitas produk yang baik dalam menghasilkan produk yang tahan lama dan berkualitas tinggi mendapat rating 4 berdasarkan hasil wawancara. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menjaga kualitas produk yang tinggi, konveksi UP. Busana Butik dapat menarik lebih banyak konsumen dan membangun reputasi yang kuat di pasar. Produk yang berkualitas tinggi tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga mengurangi kemungkinan pengembalian barang, yang pada akhirnya dapat menghemat biaya dan meningkatkan profitabilitas.
- 5) Memiliki keahlian dalam menciptakan desain yang unik dan menarik, yang dapat menarik minat pelanggan dalam meningkatkan pendapatan mendapat rating 3 berdasarkan hasil wawancara. Hal ini menunjukkan bahwa dengan keahlian tersebut, konveksi UP. Busana Butik dapat menarik minat pelanggan dan meningkatkan pendapat. Desain yang inovatif dan menarik dapat membedakan bisnis dari pesaingnya, menarik perhatian pasar yang lebih luas, dan mendorong loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan bisnis.

Sementara itu, data yang diperoleh mengenai kelemahan yang dimiliki oleh konveksi UP. Busana Butik yaitu:

- 1) Rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku tekstil dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi biaya produksi mendapat rating 3 berdasarkan hasil wawancara. Ini menunjukkan bahwa meskipun ada kekhawatiran terkait dengan fluktuasi harga, konveksi memiliki kapabilitas yang cukup untuk mengelola dampak tersebut pada tingkat yang memadai. Namun, masih penting bagi konveksi UP. Busana Butik untuk terus memperkuat strategi mereka dalam menghadapi ketidakpastian harga agar dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan rating tersebut di masa depan.
- 2) Persaingan yang ketat di pasar konveksi mendapat rating 2 berdasarkan hasil wawancara. Ini menunjukkan bahwa konveksi mengalami kesulitan dalam menghadapi kompetisi yang kuat dari pemain lain di industri yang sama. Mengingat penilaian ini sangat penting bagi konveksi UP. Busana Butik untuk mengevaluasi ulang dan memperkuat strategi pemasaran dan inovasinya dan posisi di pasar. Peningkatan dalam aspek-aspek seperti diferensiasi produk, peningkatan kualitas, atau layanan pelanggan mungkin diperlukan untuk meningkatkan kondisi mereka dalam menghadapi persaingan yang ketat.
- 3) Tergantung pada ketersediaan tenaga kerja yang terampil dan terlatih mendapat rating 2 berdasarkan hasil wawancara. Ketergantungan ini menunjukkan bahwa konveksi UP. Busana Butik bisa mengalami kesulitan jika terjadi kekurangan pekerja berkualifikasi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menginvestasikan lebih banyak dalam program pelatihan dan pengembangan karyawan serta mempertimbangkan perekrutan yang lebih luas untuk meminimalkan risiko ini.
- 4) Risiko terjadinya cacat produksi yang dapat mempengaruhi reputasi dan kepercayaan pelanggan mendapat rating 2 berdasarkan hasil wawancara. Ini menandakan bahwa konveksi UP. Busana Butik perlu meningkatkan upaya

dalam memperbaiki kontrol kualitas untuk mengurangi kemungkinan cacat produksi dan memperbaiki persepsi pelanggan terhadap produk mereka.

- 5) Tuntutan akan inovasi dan pembaruan desain produk untuk tetap bersaing dalam pasar yang dinamis mendapat rating 3 berdasarkan hasil wawancara. Ini menunjukkan bahwa sementara konveksi UP. Busana Butik melakukan upaya dalam inovasi, masih ada ruang untuk peningkatan. Penting bagi konveksi UP. Busana Butik untuk terus meningkatkan dan mempercepat proses inovasinya serta merespons dengan cepat terhadap tren pasar agar dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi mereka di industri.

b. Analisis Faktor Eksternal (EFE)

Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang merupakan daya tarik konsumen yang meliputi peluang dan ancaman dalam menarik konsumen di konveksi UP. Busana Butik. Faktor eksternal berasal dari permintaan dan perubahan tren, pemanfaatan teknologi, membuka lapangan pekerjaan, bemitra dengan pemasok, persaingan ketat, menjaga kualitas produk dan biaya produksi yang tinggi.

1) Peluang (*Opportunities*)

Segala peluang yang muncul sebagai hasil dari permintaan dan perubahan tren, pemanfaatan teknologi, dan lain sebagainya.

2) Ancaman (*Threats*)

Ancaman bisa berarti faktor-faktor yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi sektor industri, seperti persaingan yang ketat, tantangan menjaga kualitas produk, dan lain sebagainya.

Setelah peneliti melakukan penelitian kepada responden maka diperoleh data seperti dibawah ini:

Tabel 4. Analisis SWOT Untuk Faktor Eksternal Konveksi UP. Busana Butik

Uraian	Bobot	Rating	Skor
A. Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1. Permintaan akan pakaian dan produk tekstil terus meningkat, terutama dengan perubahan tren fashion dan kebutuhan pasar yang berkembang.	0,11	3	0,33
2. Memanfaatkan teknologi sebagai media promosi.	0,11	3	0,33
3. Membuka lapangan pekerjaan bagi seseorang yang memiliki keahlian di bidang konveksi.	0,15	4	0,59
4. Bermitra dengan pemasok bahan baku atau produsen lain dalam rantai pasokan tekstil dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi.	0,15	4	0,59
Jumlah	0,52		1,85
B. Ancaman (<i>Threats</i>)			
1. Persaingan yang ketat dari pesaing lokal dan global.	0,11	3	0,33
2. Perubahan tren fashion yang cepat.	0,11	3	0,33

3. Tantangan dalam menjaga kualitas produk.	0,15	4	0,59
4. Biaya produksi yang tinggi.	0,11	3	0,33
Jumlah	0,48		1,59
Jumlah (O+T)	1		3,44

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan adanya 4 faktor yang memberikan peluang positif, serta 4 faktor lain yang membawa ancaman negatif.

Faktor eksternal peluang:

- 1) Permintaan akan pakaian dan produk tekstil terus meningkat, terutama dengan perubahan tren fashion dan kebutuhan pasar yang berkembang mendapat rating 3 berdasarkan hasil wawancara. Ini menunjukkan bahwa sektor ini memiliki peluang besar untuk berkembang seiring dengan dinamika tren dan permintaan yang terus berubah.
- 2) Memanfaatkan teknologi sebagai media promosi mendapat rating 3 berdasarkan hasil wawancara. Ini menandakan bahwa memaksimalkan teknologi dalam strategi pemasaran bisa menjadi peluang besar untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak konsumen.
- 3) Membuka lapangan pekerjaan bagi seseorang yang memiliki keahlian di bidang konveksi mendapat rating 4 berdasarkan hasil wawancara. Hal ini menunjukkan adanya kesempatan yang luas untuk memperluas usaha dengan menarik tenaga kerja yang terampil, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produksi dan kualitas produk.
- 4) Bermitra dengan pemasok bahan baku atau produsen lain dalam rantai pasokan tekstil dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi mendapat rating 4 berdasarkan hasil wawancara. Kerjasama ini berpotensi meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi, yang membuka peluang untuk meningkatkan keuntungan serta daya saing di pasar.

Sementara itu, data yang diperoleh mengenai ancaman yang dimiliki oleh konveksi UP. Busana Butik yaitu:

- 1) Persaingan yang ketat dari pesaing lokal dan global mendapat rating 3 berdasarkan hasil wawancara. Artinya, konveksi UP. Busana Butik perlu memperkuat strategi dan inovasi dan menghindari kehilangan pangsa pasar. Jika tidak, maka konveksi UP. Busana Butik mungkin akan tertinggal dan kehilangan kesempatan untuk berkembang di industri ini.
- 2) Perubahan tren fashion yang cepat mendapat rating 3 berdasarkan hasil wawancara. Ini berarti konveksi UP. Busana Butik perlu terus memperbarui dan menyesuaikan koleksinya agar tetap relevan dengan keinginan konsumen. Jika konveksi UP. Busana Butik gagal mengikuti perkembangan tren ini, risikonya adalah kehilangan daya tarik di mata konsumen dan berkurangnya penjualan.
- 3) Tantangan dalam menjaga kualitas produk mendapat rating 4 berdasarkan hasil wawancara. Ini berarti upaya yang konveksi UP. Busana Butik lakukan dalam mengontrol kualitas telah memberikan hasil positif. Namun, penting untuk terus berinovasi dan meningkatkan proses produksi agar standar kualitas ini tidak hanya dipertahankan tetapi juga ditingkatkan. Jika

konveksi UP. Busana Butik lengah, ada risiko kualitas bisa menurun, yang akan berdampak negatif terhadap reputasi dan kepercayaan konsumen.

- 4) Biaya produksi yang tinggi mendapat rating 3 berdasarkan hasil wawancara. Ini menunjukkan bahwa meskipun pengelolaan biaya di konveksi UP. Busana Butik cukup efektif, masih ada potensi untuk perbaikan. Jika konveksi tidak berhasil mengoptimalkan dan mengurangi biaya produksi, mereka mungkin menghadapi kesulitan bersaing harga dengan pesaing.

Berdasarkan tabel 3 dan 4, hasil analisis matriks internal dan eksternal untuk konveksi UP. Busana Butik adalah skor untuk kekuatan adalah 2,35 dan untuk kelemahan adalah 0,97. Dari analisis matriks eksternal, skor untuk peluang adalah 1,85, sementara skor untuk ancaman adalah 1,59. Hasil-hasil ini kemudian diintegrasikan ke dalam tabel matriks internal dan eksternal yang disajikan pada tabel 5.

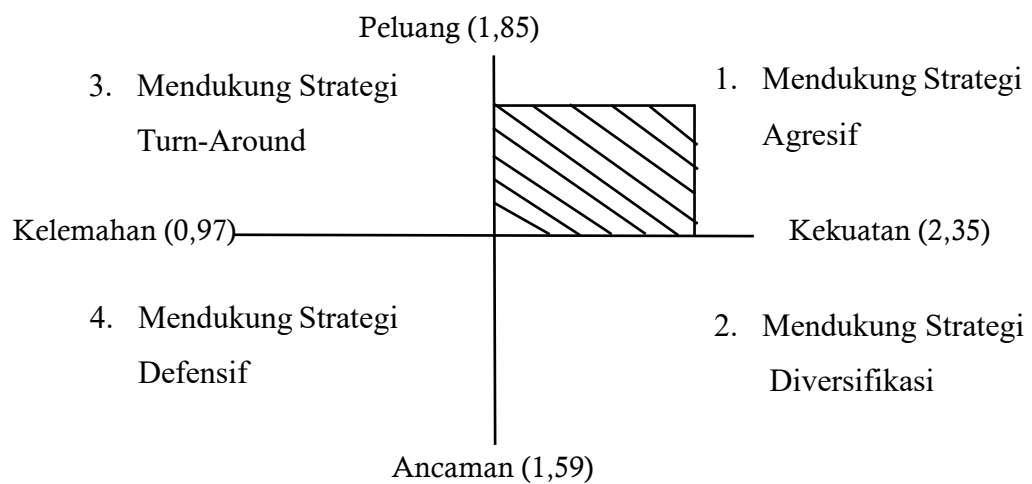
Tabel 5. Skor IFE-EFE Konveksi UP. Busana Butik

IFE	Subtotal	EFE	Subtotal
Kekuatan (S)	2,35	Peluang (O)	1,85
Kelemahan (W)	0,97	Ancaman (T)	1,59
Total (S-W)	3,32	Total (O-T)	3,44

Sumber: Pengelolaan Data Primer Penelitian

Hasil dari Analisis Faktor Internal (IFE) dan Analisis Faktor Eksternal (EFE) kemudian direpresentasikan dalam bentuk grafik Kuadran SWOT atau diagram Cartesius. Posisi titik pada sumbu X mengindikasikan faktor internal (IFE), sementara titik pada sumbu Y mencerminkan nilai faktor eksternal (EFE). Kemudian ditarik garis pertemuan diantara keduanya.

Maka dapat digambarkan dalam Diagram Cartesius Analisis SWOT, dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Diagram Cartesius Analisis SWOT Konveksi UP. Busana Butik

Berdasarkan diagram cartesius di atas, terlihat jelas bahwa konveksi UP. Busana Butik berada di Kuadrat I (satu), yang menunjukkan posisi kuat dan berpeluang. Strategi yang direkomendasikan adalah “Strategi Agresif” karena strategi ini dapat diterapkan dengan meningkatkan fleksibilitas dalam merancang dan memproduksi pakaian sesuai permintaan. Selain itu, dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi dan tahan lama, menciptakan desain yang unik dan menarik, memanfaatkan teknologi sebagai media promosi, serta menambah sarana dan prasarana penunjang di bidang konveksi. Hal ini tentu akan meningkatkan daya tarik konsumen.

c. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah sebuah alat yang digunakan untuk menilai faktor-faktor strategis di konveksi UP. Busana Butik. Alat ini secara efektif memperlihatkan cara mengintegrasikan faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh bisnis tersebut. Matriks ini memfasilitasi penyesuaian antara peluang dan ancaman dari luar dengan kekuatan serta kelemahan internal konveksi UP. Busana Butik. Analisis menggunakan matriks SWOT ini berdasarkan pada data yang dikumpulkan dari tabel faktor internal dan eksternal.

Adapun matriks SWOT untuk melakukan strategi pengembangan usaha konveksi adalah yang disajikan dibawah ini, sebagai berikut:

Tabel 6. Matriks Analisis SWOT

	EFE	Strength (S)	Weakness (W)
IFE		<ol style="list-style-type: none"> 1. Fleksibilitas desain dan produksi pakaian on-demand 2. Memenuhi permintaan massal dalam waktu singkat 3. Membangun kemitraan berkelanjutan antara pelanggan dan pemasok 4. Mengukir kualitas unggul untuk produk berumur panjang 5. Desain memikat, mengukir keunikan untuk meningkatkan pendapatan pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku dan faktor-faktor pengaruh biaya produksi 2. Persaingan yang ketat di pasar konveksi 3. Tergantung pada ketersediaan tenaga kerja yang terampil dan terlatih 4. Resiko terjadinya cacat produksi yang dapat memperngaruhi reputasi dan kepercayaan pelanggan 5. Tuntutan akan inovasi dan pembaruan desai produk untuk tetap bersaing dalam pasar yang dinamis
	Opportunities (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan akan pakaian dan produk tekstil terus meningkat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain dan produksi pakaian on-demand dapat memenuhi permintaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelemahan seperti rentan terhadap fluktuasi harga bahan

<ol style="list-style-type: none"> 2. Memanfaatkan teknologi sebagai media promosi 3. Membuka lapangan pekerjaan bagi seseorang yang memiliki keahlian di bidang industri konveksi 4. Meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya produksi, peran kolaborasi dengan pemasok dan produsen dalam rantai pasokan tekstil 	<p>meningkat, membuat konveksi lebih responsif terhadap pasar</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Memenuhi permintaan massal cepat meningkatkan efisiensi dan menurunkan biaya produksi melalui kerja sama rantai pasokan 3. Kemitraan berkelanjutan dengan pelanggan dan pemasok memanfaatkan teknologi promosi meningkatkan loyalitas dan jangkauan pasar 4. Kualitas unggul produk berumur panjang membuka lapangan kerja bagi seseorang yang memiliki keahlian di bidang industri konveksi, memungkinkan reputasi dan permintaan produk 	<p>baku dan faktor-faktor biaya produksi dapat diatasi dengan meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya produksi melalui kolaborasi dengan pemasok dan produsen dalam rantai pasokan tekstil</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Meskipun persaingan yang ketat di pasar konveksi, permintaan akan pakaian dan produk tekstil terus meningkat, membuka peluang besar bagi para pelaku industri untuk tetap bertahan dan berkembang 3. Ketergantungan pada tenaga kerja terampil dan terlatih dapat menjadi peluang untuk membuka lapangan pekerjaan bagi seseorang yang memiliki keahlian di bidang industri konveksi 4. Resiko terjadinya cacat produksi yang dapat mempengaruhi reputasi dan kepercayaan pelanggan bisa diminimalisir dengan memanfaatkan teknologi sebagai media promosi dan kontrol kualitas yang lebih baik
<p style="text-align: center;">Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan yang ketat dari pesaing lokal dan global 2. Perubahan tren fashion yang cepat 3. Tantangan dalam menjaga kualitas produk 4. Biaya produksi yang tinggi 	<p style="text-align: center;">Strategi (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu beradaptasi dengan perubahan tren fashion yang cepat, memberikan keunggulan kompetitif terhadap pesaing lokal dan global 2. Efisiensi dalam produksi membantu mengurangi biaya produksi yang tinggi dan merespon dengan cepat terhadap perubahan permintaan pasar 	<p style="text-align: center;">Strategi (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversifikasi sumber bahan baku dan optimalkan proses produksi untuk mengurangi biaya 2. Investasi dalam pelatihan karyawan dan sistem manajemen kualitas yang efektif 3. Menerapkan sistem kontrol kualitas yang ketat dan terus menerus

	<p>3. Hubungan yang kuat dapat mengurangi risiko persaingan ketat dan menjaga kualitas produk</p> <p>4. Komitmen terhadap kualitas dapat menurunkan risiko tantangan dalam menjaga kualitas produk dan meningkatkan loyalitas pelanggan meski tren fashion berubah cepat</p>	<p>evaluasi di setiap tahap produksi</p> <p>4. Terus melakukan riset pasar dan beradaptasi dengan tren yang sedang berlangsung</p>
--	--	--

Berdasarkan matriks di atas, hasil dari strategi pengembangan usaha menunjukkan bahwa strategi ini dilakukan melalui faktor eksternal dan internal yang dianalisis melalui analisis SWOT, sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Strategi SO merupakan strategi yang dilakukan dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang tersedia. Beberapa strategi yang dapat diterapkan meliputi:

- 1) Desain dan produksi pakaian on-demand dapat memenuhi permintaan meningkat, membuat konveksi lebih responsif terhadap pasar.
- 2) Memenuhi permintaan massal cepat meningkatkan efisiensi dan menurunkan biaya produksi melalui kerja sama rantai pasokan.
- 3) Kemitraan berkelanjutan dengan pelanggan dan pemasok memanfaatkan teknologi promosi meningkatkan loyalitas dan jangkauan pasar.
- 4) Kualitas unggul produk berumur panjang membuka lapangan kerja bagi seseorang yang memiliki keahlian di bidang industri konveksi, memungkinkan reputasi dan permintaan produk.

b. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ST merupakan strategi yang dilakukan dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk mengantisipasi ancaman yang ada. Beberapa strategi yang dapat diterapkan meliputi:

- 1) Mampu beradaptasi dengan perubahan tren fashion yang cepat, memberikan keunggulan kompetitif terhadap pesaing lokal dan global.
- 2) Efisiensi dalam produksi membantu mengurangi biaya produksi yang tinggi dan merespon dengan cepat terhadap perubahan permintaan pasar.
- 3) Hubungan yang kuat dapat mengurangi risiko persaingan ketat dan menjaga kualitas produk.
- 4) Komitmen terhadap kualitas dapat menurunkan risiko tantangan dalam menjaga kualitas produk dan meningkatkan loyalitas pelanggan meski tren fashion berubah cepat.

c. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Strategi WO diperoleh dengan mengatasi kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang tersedia. Beberapa strategi yang dapat diterapkan meliputi:

- 1) Kelemahan seperti rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku dan faktor-faktor biaya produksi dapat diatasi dengan meningkatkan efisiensi dan

mengurangi biaya produksi melalui kolaborasi dengan pemasok dan produsen dalam rantai pasokan tekstil.

- 2) Meskipun persaingan yang ketat di pasar konveksi, permintaan akan pakaian dan produk tekstil terus meningkat, membuka peluang besar bagi para pelaku industri untuk tetap bertahan dan berkembang.
- 3) Ketergantungan pada tenaga kerja terampil dan terlatih dapat menjadi peluang untuk membuka lapangan pekerjaan bagi seseorang yang memiliki keahlian di bidang industri konveksi.
- 4) Resiko terjadinya cacat produksi yang dapat mempengaruhi reputasi dan kepercayaan pelanggan bisa diminimalisir dengan memanfaatkan teknologi sebagai media promosi dan kontrol kualitas yang lebih baik.

d. Strategi WT (*Weakness- Threats*)

Strategi ini diperoleh dengan meminimalkan kelemahan untuk mengantisipasi ancaman yang ada. Beberapa strategi yang dapat diterapkan meliputi:

- 1) Diversifikasi sumber bahan baku dan optimalkan proses produksi untuk mengurangi biaya.
- 2) Investasi dalam pelatihan karyawan dan sistem manajemen kualitas yang efektif.
- 3) Menerapkan sistem kontrol kualitas yang ketat dan terus menerus evaluasi di setiap tahap produksi.
- 4) Terus melakukan riset pasar dan beradaptasi dengan tren yang sedang berlangsung.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, konveksi UP. Busana Butik memiliki kekuatan yang bisa dimanfaatkan dalam strategi tertentu untuk memanfaatkan peluang yang ada. Pada saat yang sama, strategi ini juga bertujuan untuk meminimalkan atau menghindari kelemahan dan ancaman yang mungkin dihadapi. Strategi yang dapat diterapkan oleh konveksi UP. Busana Butik adalah strategi SO (*Strength-Opportunities*), dimana kekuatan internal perusahaan digunakan untuk meraih peluang eksternal.

Penerapan strategi SO ini akan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengembangan usaha yang telah dilakukan oleh konveksi UP. Busana Butik. Dengan strategi ini, pertumbuhan bisnis akan semakin terbantu dan terendali, memastikan bahwa setiap langkah yang diambil mendukung tujuan jangka panjang perusahaan.

Selain itu, seiring dengan semakin banyaknya pelanggan yang datang ke konveksi UP. Busana Butik, akan tercipta pasar baru. Pasar baru ini tidak hanya akan meningkatkan pendapatan tetapi juga memperkuat posisi konveksi UP. Busana Butik dalam industri, mendorong berkelanjutan bisnis dalam jangka panjang. Dengan demikian, implementasi strategi SO ini merupakan langkah penting dalam memastikan kesuksesan dan pertumbuhan berkelanjutan bagi konveksi UP. Busana Butik.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang mengacu pada masalah dalam penelitian dapat disimpulkan hasil analisis internal dan eksternal yang dikonfirmasi melalui analisis SWOT, UP. Busana Butik terletak di kuadran I, menunjukkan posisi agresif dimana perusahaan dapat menggunakan peluang dan kekuatannya untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Untuk mempertahankan posisi agresif ini, UP. Busana Butik dapat meningkatkan kualitas produknya untuk menghasilkan barang yang tahan lama dan bermutu tinggi, memperluas strategi promosi untuk mencapai khalayak yang lebih luas, mengikuti permintaan yang meningkat dengan cepat, meningkatkan efisiensi operasional serta mengurangi biaya produksi melalui kerja sama dengan rantai pasokan, terus melakukan riset pasar dan mengikuti tren terkini, serta memberikan kesempatan kerja bagi ahli di bidang konveksi. Dengan demikian, UP. Busana Butik dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan meningkatkan pendapatannya.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk memberikan konteks yang lebih jelas terhadap hasil yang diperoleh. Pertama, fokus penelitian ini hanya pada satu studi kasus, yaitu UP. Busana Butik. Hal ini mengakibatkan hasil temuan yang dihasilkan tidak dapat digeneralisasi untuk industri konveksi secara keseluruhan. Dengan kata lain, strategi yang diusulkan mungkin hanya relevan dalam konteks spesifik perusahaan ini, sehingga tidak dapat diterapkan secara luas di perusahaan lain yang memiliki karakteristik, pasar, atau tantangan yang berbeda. Kedua, lingkungan bisnis yang terus berubah, termasuk tren fashion dan perkembangan teknologi, berpotensi menyebabkan strategi yang diusulkan menjadi kurang relevan dalam jangka waktu tertentu. Perubahan yang cepat ini mengharuskan perusahaan untuk selalu beradaptasi dan memperbarui strategi mereka agar tetap kompetitif. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan keterbatasan ini dalam penilaian terhadap hasil penelitian serta implementasi strategi yang disarankan.

Referensi

- Adji, W. N. (2022). Pengendalian Kualitas Proses Produksi Konveksi Pada PT Kaosta Sukses Mulia. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 9(1), 67–80.
- Budiman, I., Tarigan, U. P. P., Mardhatillah, A., Sembiring, A. C., & Teddy, W. (2018). Developing business strategies using SWOT analysis in a color crackers industry. *Journal of Physics: Conference Series*, 1007(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1007/1/012023>
- Ernawati, L., & Kusuma, H. (2021). Jurnal of Economic and Social Empowerment. *Journal of Economic and Social Empowerment*, 1(Ii), 69–74.
- Evan Filbert, E. a. (2018). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Pada Industri Konveksi “Scout Shop” Di Cibubur. *Teknik Industri*, 7–8.
- Fitriana, A. N., Noor, I., & Hayat, A. (2014). PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI KOTA BATU (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu) Aisyah Nurul Fitriana, Irwan Noor, Ainul Hayat. *Jap*, 2(2), 281–286.

- Fitriani, R., Nugraha, N., & Djamaludin, D. (2020). Strategi Pengembangan Sektor Industri Alas Kaki Berbahan Kulit dengan Metode Analisis SWOT dan Bisnis Model Canvas. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 18(1), 34. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v18i1.11753>
- Hastutik, T. P., & Novitaningtyas, I. (2021). Ana Batik Magelang's Business Development Strategy Based on SWOT and Business Model Canvas. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 2(4), 224–235. <https://doi.org/10.47747/ijmhrr.v2i4.348>
- Irawan, A., & Asriani, P. S. (2024). *BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY USING SWOT ANALYSIS METHOD*. 200, 141–152.
- Khusnul Aulyah, S. (2021). Implementasi Manajemen Pembelajaran Membaca Al-Qur'an Metode Al-Tartil Dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Al-Qur'an Di Sdn Kepanjen 2 Jombang. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1).
- Luthfiah, A., Djamhur, F., Melinda, R., Rasyid, Y., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., & Riau, U. M. (2021). UMKM (Studi Usaha Jahit Pani di Pekanbaru). *Pendidikan Tambusai*, 5 (2), 3033–3041.
- Mentor, K. P. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Pari, F., Syarief, R., & Hannan, S. (2023). Business Development Strategy for CV Hadi Corp Convection in the Domestic Market with a Canvas Business Model Approach. *International Journal of Research and Review*, 10(1), 505–512. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20230158>
- Putra, I. A., Fahrizal, M. H., & Fadhli, K. (2022). Strategy For Developing Micro Small And Medium Enterprises Based On Creative Economy In Faiz Convection Jombang. *INCOME: Innovation of Economics and Management*, 1(3), 89–94. <https://doi.org/10.32764/income.v1i3.1828>
- Putri, S. R. D. (2021). ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL ATAS PERSEDIAAN SPARE PART (Studi pada AHASS Setio Motor). In *Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara*.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik membedah kasus bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia.
- Ratna Handayati, Sabilar Rosyad, & Eka Nur Fauziyah. (2020). Analysis of Business Development Strategy and Product Variations On Medium-sized Enterprises Small Micro Corn Banyubang. *International Journal of Science, Technology & Management*, 1(4), 333–341. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v1i4.63>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susilawati, S., & Yakin, S. H. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional (Studi Kasus Industri Rengginang di Kecamatan Sakra Pusat). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 1(1), 19. <https://doi.org/10.29408/jpek.v1i1.460>
- Syahdan, S. (2019). Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) pada Usaha

Kerupuk Terigu terhadap Pendapatan Keluarga di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. *Manazhim*, 1(1), 45–63.
<https://doi.org/10.36088/manazhim.v1i1.136>

Tengor, L. A., Budiharti, N., & Suardika, I. B. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Pada Industri Konveksi Sablon Kaos Di Home Industry 35 Screen Printing Turen. *Jurnal Valtech (Jurnal Mahasiswa Teknik Industri)*, 4(2).

Widani, M. A., Gede, I., Dana Perkasa, T., Luh, N., Widiasih, P. S., Nyoman, N., & Yasa, K. (2022). Business Development Strategy in Pt. Revolver Love Coffee, Badung Regency, Bali: Based On Swot Analysis. *International Journal of Recent Research in Interdisciplinary Sciences (IJRRIS)*, 9(22 Juni 2022), 87–96.