

ABSTRAK

Gilian Nazla Rahma, 2021. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Konveksi Munazh Collection, Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi.

Konveksi Munazh Collection merupakan salah satu usaha konveksi yang berdiri di tengah banyaknya konveksi baru yang sedang marak dimasyarakat dan salah satu usaha konveksi yang masih bertahan bahkan berkembang ditengah kondisi pandemi Covid-19 disaat ada beberapa konveksi lain yang malah berhenti memproduksi barang yang sama dan bahkan gulung tikar. Namun, masih banyak pesaing dengan produk yang sama dan membuat konveksi ini harus bisa bersaing untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen agar bisa mengembangkan bisnisnya. Meskipun begitu, perkembangan konveksi tidak terpengaruh dengan kondisi pandemic yang terjadi dan tidak terpengaruh dengan banyaknya pesaing yang menurunkan harga (perang harga). Dapat dilihat dari modal, pendapatan, volume penjualan, output produksi, dan tenaga kerja mengalami peningkatan. Maka dari itu, yang menjadi rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis strategi pengembangan bisnis Konveksi Munazh Collection dengan pendekatan SWOT.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dekriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen-dokumen Konveksi Munazh Collection. Uji kredibilitas data menggunakan triangulasi teknik dan untuk teknik analisis data menggunakan analisis SWOT.

Hasil analisis strategi yang sudah dilakukan oleh konveksi yaitu membuat akun media sosial yang banyak, potongan harga di awal dan akhir bulan, membuka peluang mitra usaha, mensejahterakan karyawan, tidak menurunkan harga jual, tidak meminjam dana dari lembaga lain, pencatatan yang rutin dan pengelolaan pendapatan untuk modal selanjutnya. Adapun hasil analisis SWOT mengenai strategi untuk pengembangan bisnis konveksi Munazh Collection menghasilkan empat alternatif strategi yaitu SO, ST, WO, WT. Berdasarkan hasil dari matriks IFAS dan EFAS yang menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada di kuadran II yang berarti strategi yang dapat diterapkan adalah strategi ST (*Strength Threats*). Adapun strategi ST yang dapat diterapkan adalah memenuhi permintaan konsumen dan membuat produk sesuai dengan keinginan konsumen (desain yang simple), melakukan publikasi secara periodik melalui media sosial, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan menyesuaikan harga dengan kualitas yang diberikan. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, konveksi dapat memperhatikan *switching behavior* atau melihat perubahan perilaku konsumen terhadap pembelian produk dalam kurun waktu tertentu dan mencari cara agar loyalitas konsumen terhadap produk Konveksi ini bisa terjaga dengan melakukan *brainstorming* untuk *positioning* produk dan perusahaan.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan Bisnis, Analisis SWOT