



**OPTIMALISASI ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN
BISNIS DI CUSTOMWEAR.ID UNGARAN**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai program sarjana ekonomi

Oleh :

Lailatul Isticharoh 18510062

Dosen Pembimbing

Prof. Dr Edy Dwi K, SE., MM

0606096201

Nurmiyati, SE., MM

0603037301

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
UNDARIS**

2025

PERSETUJUAN SKRIPSI

OPTIMALISASI ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN BISNIS DI CUSTOMWEAR.ID UNGARAN

Oleh :

Lailatul Isticharoh (18510062)

Bahwa skripsi ini layak diujikan dan telah mendapatkan persetujuan pada
tanggal...16...Juli...2025

Dosen Pembimbing Utama



Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K, SE. MM.
0603037301

Dosen Pembimbing Pendamping



Nurmiyati, SE. MM.
0603037301

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Muhammad Aqf Rakhman, SE., M.E

0614068702

PENGESAHAN SKRIPSI

OPTIMALISASI ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN BISNIS DI CUSTOMWEAR.ID UNGARAN

Oleh :

Lailatul Isticharoh (18510062)

Skripsi ini telah diujikan dan mendapatkan pengesahan pada tanggal...*2..October 2025*

Tim Penguji

Ketua



Nunuk Supraptini, SE, M.SI

0614086601

Anggota,



Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K, SE. MM.

0603037301

Anggota,



Nurmiyati, SE. MM.

0603037301

Abstrak

Customwearer.id Ungaran, didirikan oleh bapak Dedy Adiyana sebagai usaha konveksi atau vendor pakaian yang melayani jasa pembuatan sablon kaos dan juga melayani jasa pembuatan berbagai macam produk pakaian, yaitu jaket, hoodie, kaos polo, topi, yang berada di Ungaran Timur, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Customwearer.id Ungaran memiliki keunggulan pada pelayanan dan kualitas barangnya untuk menghadapi tantangan bisnis dengan fokus pada digitalisasi mesin produksi dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan efisiensi proses produksi dan kepuasan pelanggan pada usaha konveksi Customwearer.id di Ungaran. melalui penerapan teknologi digital, khususnya teknologi sablon digital Direct to Film (DTF). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan berdasarkan pada teori studi kasus.

Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pemilik, karyawan, pelanggan, dan pesaing, dengan total 13 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi DTF mampu meningkatkan efisiensi produksi, mempercepat waktu pengerjaan, dan memperbaiki kualitas hasil sablon. Selain itu, kepuasan pelanggan meningkat seiring dengan kecepatan pelayanan dan kualitas produk yang lebih baik. Melalui analisis SWOT, ditemukan bahwa posisi Customwearer.id berada pada kuadran I, yang menunjukkan peluang pertumbuhan dan pengembangan.

Strategi yang direkomendasikan mencakup digitalisasi operasional, peningkatan kapasitas mesin, pelatihan SDM, dan optimalisasi pemasaran digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan strategis bagi UMKM konveksi lain dalam menghadapi tantangan industri di era digital.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Bisnis, Efisiensi Produksi, Kepuasan Pelanggan, Digitalisasi, Analisis SWOT

Abstrack

Customwear.id Ungaran, founded by Mr. Dedy Adiyana, is a garment business that provides screen-printing services for T-shirts as well as the production of various clothing products such as jackets, hoodies, polo shirts, and caps. Located in East Ungaran, Semarang Regency, Central Java, Customwear.id distinguishes itself through its service quality and product excellence, while facing business challenges by focusing on production digitalization and customer satisfaction.

This study aims to analyze business development strategies in improving production efficiency and customer satisfaction at Customwear.id through the adoption of digital technology, particularly Direct to Film (DTF) printing. The research employs a descriptive qualitative approach based on case study theory. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Informants consisted of the owner, employees, customers, and competitors, totaling 13 respondents.

The findings indicate that the implementation of DTF technology improves production efficiency, shortens processing time, and enhances the quality of print results. Moreover, customer satisfaction increased along with faster service and better product quality. SWOT analysis results show that Customwear.id is positioned in Quadrant I, indicating opportunities for growth and development.

The recommended strategies include operational digitalization, upgrading machine capacity, employee training, and optimizing digital marketing. This research is expected to serve as a strategic reference for other SMEs in the garment sector to face industrial challenges in the digital era.

Keywords: *Business Development Strategy, Production Efficiency, Customer Satisfaction, Digitalization, SWOT Analysis*

MOTTO

“Keberhasilan bukan milik orang pintar. Keberhasilan milik mereka yang terus berusaha”. – B. J. Habibie

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, terima kasih kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya, sehingga semua dapat terselesaikan dengan baik.

1. Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta kepada kedua Orang Tua tercinta, Alm. Bapak Sutiman dan Ibu Chomsatun yang selalu memberikan dukungan, mendoakan dan membimbing dalam setiap langkah yang akan dilalui serta selalu memberikan kasih sayang yang teramat besar, sudah berjuang dan berkorban untuk kelangsungan hidup dan masa depanku.
2. Karya ini juga saya persembahkan kepada seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta do'a. Tak lupa dipersembahkan untuk diri saya sendiri, terimakasih telah menyelesaikan semua yang sudah dimulai.
3. Ibu Nurmiyati, S.E., M.M dan Ibu Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K, SE. MM. Sebagai dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan dedikasi telah membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini. Nasihat, masukan, dan arahan yang diberikan menjadi bekal yang sangat berharga, tidak hanya untuk menyelesaikan karya ini, tetapi juga untuk perjalanan karier dan kehidupan saya ke depan. Terima kasih atas waktu, perhatian, dan ilmu yang telah Bapak dan Ibu berikan selama proses ini. Semoga segala kebaikan Bapak dan Ibu mendapatkan balasan yang terbaik.
4. Teruntuk teman seperjuangan penulis; Sofi dan Lingga, yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis sampai selesainya skripsi ini.

5. Teruntuk teman teman dari Customwear.id Ungaran yang berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini
6. Seluruh teman-teman Progam Studi Manajemen angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran yang telah memberikan motivasi dan semangat penulis selama penulisan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Efisiensi Produksi dan Kepuasan Pelanggan". Penyusun skripsi ini, sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna melengkapi syarat-syarat untuk menempuh program S1 pada Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman-GUPPI (UNDARIS).

Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan pengetahuan, masih diperlukan sarana dan prasarana untuk kesempurnaan tulisan ini. Kemudian kepada semua pihak yang telah membantu dalam bentuk moril maupun materil, terutama sekali pada:

1. Dr. Drs. H. Hono Sejati, S.H., M.Hum. Selaku Rektor Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman GUPPI yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu di UNDARIS.
2. Bapak M. Arif Rakhman, SE., M.E Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman GUPPI (UNDARIS),
3. Ibu Pitaloka Dharma Ayu, S.E., M.BA selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS)
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K, S.E. M.M. Selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan arahan, solusi, nasihat, dan penuh kesabaran membimbing, member pengarahan selama penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Nurmiyati, SE., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan arahan, solusi, nasehat, dan penuh kesabaran membimbing, member penguasaan selama penyusunan Skripsi ini.
6. Ibu Nunuk Supraptini, S.E, M.SI selaku dosen penguji yang memberikan kritikan dan saran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap agar penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, terutama bagi Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman-GUPPI (UNDARIS) dan mohon maaf atas segala bentuk kekurangannya.

Ungaran, 13 Juli 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Lailatul Isticharoh', written in a cursive style.

Lailatul Isticharoh

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
Abstrak	iii
Abstrack	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian.....	6
E. Definisi Operasional	8
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Strategi Pengembangan Bisnis.....	12
2. Efisiensi Proses Produksi	14
3. Digitalisasi Dalam Industri Konveksi	15
4. Teknologi Direct Transfer Film (DTF).....	20
5. Kepuasan Pelanggan	20
6. Analisis SWOT	21
7. Optimalisasi Analisis SWOT	29
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Berfikir.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35

A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian.....	36
C. Variabel Penelitian	37
D. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	39
E. Jenis dan Sumber Data	40
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
B. Analisis Deskriptif	47
C. Analisis SWOT Customwear.id Ungaran	49
D. Usaha SWOT	51
E. Matrik SWOT	53
F. Matrix Grand Strategi	54
G. Pembahasan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Permintaan Konsumen dan Kemampuan Produksi.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Variabel, dan Indikator Penelitian	38
Tabel 3.2 Data Populasi dan Sampel	40
Tabel 4.1 Jumlah Informan	47
Tabel 4.2 Matrix IFAS	51
Tabel 4.3 Matrix EFAS	52
Tabel 4.4 Matrix SWOT	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matrik Analisis SWOT.....	24
Gambar 2.2 Penentuan Matrik Grand Strategi (Diagram SWOT).....	27
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	34
Gambar 4.1 Matrix Grand Strategi.....	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri konveksi di Indonesia terus berkembang seiring meningkatnya kebutuhan pasar akan produk pakaian yang berkualitas, cepat, dan variatif. Namun, di tengah kemajuan tersebut, pelaku usaha konveksi skala kecil masih menghadapi berbagai tantangan, baik dari sisi produksi, manajemen, hingga adaptasi teknologi. Era digital menuntut setiap pelaku bisnis untuk mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnisnya guna mencapai efisiensi, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing (Yulianto & Wibowo, 2023).

Efisiensi Proses Produksi, merujuk pada kemampuan perusahaan dalam meminimalkan penggunaan sumber daya untuk menghasilkan output secara optimal. Menurut Sunaryo dan Hermawan (2022), efisiensi produksi adalah rasio antara hasil produksi dengan total sumber daya yang digunakan, yang mencerminkan tingkat produktivitas suatu proses (Sunaryo & Hermawan, 2022:134).

Kepuasan Pelanggan, merupakan tolok ukur penting keberhasilan perusahaan dalam memberikan nilai dan pengalaman terbaik kepada konsumen. Menurut Yusuf dan Ramadhani (2023), kepuasan pelanggan adalah respon emosional pelanggan setelah membandingkan harapan mereka dengan kinerja aktual yang diterima, baik dari produk maupun layanan (Yusuf & Ramadhani, 2023:59). Dalam industri konveksi, kepuasan sangat dipengaruhi oleh kecepatan produksi, kualitas sablon, serta ketepatan waktu pengiriman.

Perkembangan industri kreatif, khususnya di sektor konveksi, mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu pelaku usaha di bidang ini adalah Customwear.id, sebuah bisnis lokal yang berfokus pada produksi pakaian sablon dan jasa kustomisasi sesuai permintaan pelanggan. Namun, di tengah meningkatnya permintaan pasar dan persaingan yang semakin kompetitif, Customwear.id menghadapi tantangan dalam hal

keterbatasan alat produksi dan belum optimalnya penerapan teknologi modern. Hal ini berdampak pada efisiensi proses produksi serta kepuasan pelanggan.

Selain itu analisis SWOT tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, tetapi juga perlu dioptimalkan agar dapat menghasilkan strategi yang benar-benar aplikatif. Menurut Rangkuti (2021), optimalisasi analisis SWOT dilakukan dengan cara mencocokkan faktor internal dan eksternal secara sistematis sehingga strategi yang dipilih lebih tepat sasaran. Optimalisasi ini membantu perusahaan tidak hanya mengetahui kondisi internal dan eksternal, tetapi juga merumuskan prioritas strategi yang dapat meningkatkan efisiensi produksi, memperkuat kepuasan pelanggan, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji bagaimana optimalisasi analisis SWOT dapat diterapkan dalam pengembangan bisnis Customwear.id Ungaran di era digitalisasi, khususnya melalui penerapan teknologi *Direct to Film* (DTF).

Permasalahan tersebut menunjukkan pentingnya strategi pengembangan bisnis yang terarah untuk menjawab kebutuhan internal dan eksternal perusahaan. Menurut Prasetyo & Sutopo (2021), strategi pengembangan bisnis adalah proses perencanaan jangka panjang yang berorientasi pada pertumbuhan perusahaan melalui inovasi, efisiensi, dan perluasan pasar (Prasetyo & Sutopo, 2021:87). Strategi ini menjadi kerangka utama untuk memperkuat daya saing dan mendorong transformasi operasional, termasuk melalui pemanfaatan teknologi produksi.

Salah satu bentuk inovasi teknologi yang mulai diadopsi dalam industri konveksi adalah penggunaan *Direct to Film* (DTF), yakni teknologi sablon digital yang lebih efisien, presisi, dan mampu memproduksi desain secara fleksibel sesuai permintaan pasar. Teknologi DTF, sebagai salah satu bentuk digitalisasi produksi, mampu memangkas waktu kerja, mengurangi limbah bahan baku, dan meningkatkan fleksibilitas desain, sehingga memberikan potensi peningkatan efisiensi yang signifikan. Teknologi ini menjadi indikator penting dalam proses digitalisasi industri konveksi. Namun, adopsi DTF tidak lepas dari kendala baik

secara teknis maupun non-teknis. Masalah seperti keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi di kalangan tenaga kerja, biaya investasi tinggi, hingga kurangnya dukungan regulasi menjadi penghambat dalam proses transformasi digital (Pramudito & Handayani, 2022).

Permasalahan tersebut juga dirasakan oleh Customwear.id, sebuah usaha konveksi dan sablon milik Bapak Dedi Adiyan di Ungaran. Meskipun memiliki potensi pasar yang kuat dan sumber daya manusia yang cukup kompeten, perusahaan ini masih menghadapi tantangan dalam memenuhi permintaan produksi karena keterbatasan alat dan kurang optimalnya penerapan teknologi. Di sisi lain, peluang untuk mengembangkan bisnis melalui digitalisasi, kerja sama dengan desainer, dan pemanfaatan platform *e-commerce* terbuka lebar. Kondisi ini menunjukkan pentingnya perumusan strategi bisnis yang menyeluruh, bukan hanya berorientasi pada masalah internal, tetapi juga mempertimbangkan dinamika eksternal yang mempengaruhi.

Customwear.id ini adalah sebuah perusahaan Vendor pakaian atau konveksi, sebagai perusahaan konveksi atau vendor pakaian tidak hanya melayani jasa pembuatan sablon kaos saja namun juga melayani jasa pembuatan berbagai macam produk pakaian, yaitu jaket, hoodie, kaos polo, dll. Kaos yang dikerjakan diantaranya seperti kaos polo, kaos oblong, kaos bordir. Dengan pengalaman lebih dari 8 tahun, Customwear.id telah melayani ratusan klien yang datang tidak hanya dari wilayah Kabupaten Semarang saja. Namun, juga banyak yang berasal dari luar kota. Klien yang datang pun berasal dari berbagai kalangan seperti perusahaan, instansi, komunitas, sekolah-sekolah, universitas ataupun perorangan.

Tabel 1.1

Permintaan Konsumen dan Kemampuan Produksi Customwear.id Tahun 2020–2021

Bulan	Permintaan Konsumen (Unit)	Kemampuan Produksi (Unit)	Selisih Kekurangan Produksi (Unit)	Omset 2020 (Rp)	Omset 2021 (Rp)
Januari	620	500	120	23.150.000	24.450.000
Februari	600	470	130	20.860.000	22.760.000

Bulan	Permintaan Konsumen (Unit)	Kemampuan Produksi (Unit)	Selisih Kekurangan Produksi (Unit)	Omset 2020 (Rp)	Omset 2021 (Rp)
Maret	590	460	130	20.430.000	21.430.000
April	580	470	110	21.300.000	22.345.000
Mei	610	480	130	22.260.000	22.560.000
Juni	600	470	130	20.500.000	22.500.000
Juli	650	500	150	24.375.000	25.300.000
Agustus	640	510	130	25.200.000	26.350.000
September	580	460	120	20.125.000	21.725.000
Oktober	570	450	120	20.250.000	20.850.000
November	600	470	130	21.000.000	21.500.000
Desember	620	480	140	20.650.000	20.850.000
Total	7.260	5.720	1.540	260.100.000	272.620.000

Dikarenakan data keuangan dan pembelanjaan itu tidak semua pihak dapat menerima atau membaca data tersebut, maka penulis akan meringkas sedikit profit Ungaran Customwear.id yang diberitahukan sedikit informasi oleh ownernya tentang kisaran omset perbulannya.

Berdasarkan tabel 1 penjelasannya sebagai berikut :

1. Permintaan konsumen meningkat dari waktu ke waktu, rata-rata di atas 600 unit/bulan.
2. Kemampuan produksi terbatas karena masih menggunakan metode sablon manual dan alat konvensional.
3. Selisih kekurangan produksi menunjukkan jumlah pesanan yang tidak dapat dipenuhi per bulan.
4. Omset hanya naik sekitar 4,8% dari 2020 ke 2021, meskipun permintaan meningkat, karena tidak mampu memproduksi sesuai kapasitas permintaan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jaya Parlindungan Sihombing (2015) dengan judul “Analisis SWOT pada Industri Kerajinan Batik

Griya Batik Mas Pekalongan” Universitas Negeri Semarang. yang juga menggunakan analisis SWOT dalam pengembangan bisnis Griya Batik Mas di kelurahan Kauman Pekalongan, terdapat kendala dalam proses produksi kekurangan bahan baku dan terbatasnya tenaga kerja terampil. Sehingga peneliti dalam penelitian sebelumnya menggunakan analisis SWOT untuk mengatasi permasalahan tersebut agar bisnis meningkat dan bertahan dalam persaingan bisnis di era bisnis sekarang. Berdasarkan penjelasan di atas peneliti tertarik untuk mengambil judul : **“Optimalisasi Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis Di Customwear.id Ungaran”**

B. Rumusan Masalah

Usaha bisnis konveksi dan sablon ini memiliki potensi yang sangat baik, namun dalam proses usahanya industri konveksi dan sablon banyak adanya berbagai masalah seperti dalam proses produksi dimana dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi. Faktor produksi tersebut merupakan instrumen yang penting dalam pertumbuhan dan pengembangan usaha. Pengembangan usaha konveksi dan sablon menghadapi berbagai kendala seperti tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran mengakibatkan pengusaha tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik. Demikian juga kondisi yang ditemukan pada *Customwear.id* Ungaran. Berdasarkan Gambaran latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal dan eksternal industri bisnis konveksi di *Customwer.id* Ungaran?
2. Dimana letak perusahaan *Customwear.id* Ungaran dalam Matrix SWOT?

3. Strategi apa yang harus dilakukan agar perusahaan *Customwear.id* dapat optimal dalam mengembangkan bisnisnya?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal industri konveksi *Customwear.id* Ungaran.
2. Untuk mengetahui letak Perusahaan *Customwear.id* Ungaran dalam Matrix SWOT.
3. Untuk mengetahui strategi apa yang tepat untuk diterapkan agar meningkatkan jumlah produksi dan customer di *Customwear.id* Ungaran.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen strategis, manajemen bisnis, dan pengembangan usaha kecil menengah (UKM). Penelitian ini memperkaya kajian mengenai:

- a. Optimalisasi analisis SWOT sebagai alat perumusan strategi dalam konteks industri konveksi berskala kecil.
- b. Integrasi indikator digitalisasi, khususnya penggunaan teknologi *Direct to Film (DTF)*, sebagai bagian dari faktor kekuatan (strength) dan peluang (opportunity) dalam analisis SWOT.

- c. Model strategi bisnis berbasis SWOT yang aplikatif dan relevan diterapkan pada sektor industri kreatif berbasis produksi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti dalam pengembangan teori strategi usaha kecil berbasis inovasi teknologi dan transformasi digital.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat langsung bagi:

- a. Manajemen *Customwear.id*, sebagai dasar pengambilan keputusan dalam menyusun strategi pengembangan usaha yang berbasis pada kekuatan internal dan peluang eksternal yang dimiliki, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.
- b. Memberikan rekomendasi strategis yang konkret, termasuk peningkatan efisiensi produksi, pengembangan produk baru, dan pemanfaatan teknologi DTF sebagai langkah digitalisasi produksi.
- c. Memberikan gambaran kepada pelaku industri konveksi lain yang sejenis mengenai pentingnya pemetaan faktor internal dan eksternal perusahaan, serta bagaimana hasil analisis SWOT dapat diubah menjadi strategi bisnis yang operasional dan terarah.
- d. Memberikan masukan kepada pemangku kebijakan (pemerintah daerah/instansi terkait) tentang hambatan dan kebutuhan riil dalam transformasi digital sektor konveksi agar dapat merumuskan program pendampingan yang lebih tepat sasaran.

E. Definisi Operasional

Menurut Rangkuti (2021), SWOT menjadi dasar penting dalam merumuskan arah pengembangan bisnis dengan cara mencocokkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman. Hasil analisis SWOT dapat digunakan untuk menempatkan organisasi dalam salah satu dari empat kuadran strategi: SO, ST, WO, dan WT (David & David, 2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SWOT sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan.

Strategi yang dirumuskan berdasarkan hasil SWOT untuk mendorong pengembangan bisnis secara optimal. Andyan Pradipta Utama (2023) menyatakan bahwa strategi pengembangan bisnis merupakan suatu pola kebijakan dan rencana besar yang disusun secara sistematis untuk menetapkan arah dan tujuan jangka panjang perusahaan. Strategi ini digunakan sebagai panduan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal serta dalam merespons dinamika lingkungan bisnis, baik berupa peluang maupun ancaman. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat mengembangkan keunggulan kompetitif, memperluas jangkauan pasar, dan beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi secara berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, strategi pengembangan mengarah pada pemanfaatan kekuatan dan peluang yang ada.

Menurut Sunaryo dan Hermawan (2022), efisiensi produksi adalah perbandingan antara jumlah produk yang dihasilkan dengan sumber daya yang

digunakan, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengurangi pemborosan dan meningkatkan produktivitas. Dalam hal ini, efisiensi tidak hanya dilihat dari kuantitas hasil, tetapi juga dari kecepatan proses, kualitas produk, dan pemanfaatan teknologi produksi yang tepat.

Digitalisasi dalam industri konveksi merupakan upaya integrasi teknologi digital ke dalam sistem produksi yang sebelumnya bersifat manual. Proses ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kecepatan produksi, meminimalkan kesalahan manusia, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital. Digitalisasi juga meningkatkan efisiensi biaya dalam jangka panjang karena proses produksi menjadi lebih otomatis dan dapat diatur secara terukur. Digitalisasi juga berperan dalam meningkatkan akurasi dan konsistensi hasil produksi.

DTF atau Direct to Film adalah metode sablon digital terbaru yang menawarkan fleksibilitas tinggi dalam proses pencetakan. Teknologi ini menggunakan tinta khusus yang dicetak pada film dan kemudian dipindahkan ke media kain menggunakan mesin pemanas. Hidayat (2022) menyebutkan bahwa teknologi DTF memberikan hasil cetakan yang tajam, berwarna penuh, dan tahan lama pada berbagai jenis kain termasuk bahan yang sulit disablon seperti polyester.

Keunggulan teknologi ini terletak pada kemampuannya dalam mencetak desain satuan secara cepat tanpa harus membuat cetakan fisik seperti pada sablon manual. Prasetya (2024) menambahkan bahwa DTF memungkinkan UKM konveksi melayani pesanan custom dalam jumlah kecil

secara efisien. Selain itu, metode ini mengurangi limbah produksi dan mempercepat proses pengerjaan sehingga cocok diterapkan oleh usaha kecil seperti Customwear.id

Menurut Yusuf dan Ramadhani (2023), kepuasan pelanggan adalah respons emosional pelanggan yang muncul setelah mereka membandingkan harapan awal dengan pengalaman aktual terhadap produk atau jasa yang diterima. Kepuasan tercapai jika persepsi pelanggan terhadap kinerja produk setidaknya seimbang atau melebihi harapan.

Dalam industri konveksi seperti Customwear.id, kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya dengan kualitas sablon, kecepatan proses produksi, fleksibilitas desain, serta ketepatan waktu pengiriman. Apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan yang konsisten dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, maka loyalitas pelanggan dapat tercipta dan keberlangsungan bisnis pun dapat terjaga dalam jangka panjang.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan penelitian ini dijelaskan bab demi bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan :

Pendahuluan, bagian ini diawali dengan latar belakang masalah yang mendasar diadakan penelitian ini, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori :

Tinjauan Pustaka Memuat kajian teori yang mendasari penelitian, termasuk teori SWOT, pengembangan bisnis, digitalisasi konveksi, dan teknologi DTF.

Bab III Metode Penelitian :

Metode Penelitian Berisi pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis SWOT, serta definisi operasional variabel.

Bab IV Hasil dan Pembahasan :

Menyajikan hasil identifikasi SWOT, posisi dalam matriks SWOT, dan perumusan strategi pengembangan.

Bab V Penutup kesimpulan dan saran : Berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi pengembangan bisnis merupakan suatu pola kebijakan dan rencana besar yang disusun secara sistematis untuk menetapkan arah dan tujuan jangka panjang perusahaan. Strategi ini digunakan sebagai panduan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal serta dalam merespons dinamika lingkungan bisnis, baik berupa peluang maupun ancaman. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat mengembangkan keunggulan kompetitif, memperluas jangkauan pasar, dan beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi secara berkelanjutan (Andyan Pradipta Utama, 2023).

a. Strategi

- 1) Diversifikasi, Strategi diversifikasi dapat membantu industri konveksi meningkatkan pendapatan dengan mengembangkan produk atau layanan baru.
- 2) Ekspor, Strategi ekspor dapat membantu industri konveksi meningkatkan pendapatan dengan menjangkau pasar internasional.
- 3) Inovasi, Strategi inovasi dapat membantu industri konveksi meningkatkan keunggulan kompetitif dengan mengembangkan produk atau layanan yang lebih baik.

b. Model Pengembangan Bisnis

- 1) Model Bisnis Canvas, Model bisnis canvas dapat membantu industri konveksi memvisualisasikan dan mengembangkan model bisnis yang lebih efektif.
- 2) Model Porter, Model Porter dapat membantu industri konveksi menganalisis lingkungan kompetitif dan mengembangkan strategi yang lebih efektif.

Rizki dan Andini (2020) menekankan pentingnya integrasi antara analisis SWOT dan penerapan teknologi untuk menghasilkan kebijakan strategis yang selaras dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Dengan cara ini, UKM dapat mengembangkan strategi inovatif yang berbasis data dan mampu menjawab tantangan kompetitif di masa mendatang.

Strategi bisnis berbasis teknologi adalah pendekatan yang memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Perusahaan yang menerapkan teknologi dalam seluruh lini bisnisnya cenderung lebih siap menghadapi perubahan pasar yang cepat serta memiliki peluang lebih besar dalam melakukan ekspansi usaha (Sugiyono, 2021).

2. Efisiensi Proses Produksi.

Efisiensi proses produksi merupakan indikator kinerja operasional yang mengukur sejauh mana suatu proses produksi dapat menghasilkan output maksimal dengan penggunaan input seminimal mungkin. Menurut Sunaryo dan Hermawan (2022), efisiensi produksi adalah perbandingan antara jumlah produk yang dihasilkan dengan sumber daya yang digunakan, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengurangi pemborosan dan meningkatkan produktivitas.

Dalam hal ini, efisiensi tidak hanya dilihat dari kuantitas hasil, tetapi juga dari kecepatan proses, kualitas produk, dan pemanfaatan teknologi produksi yang tepat. Sementara itu, Efisiensi proses produksi dapat dicapai melalui penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP), pemanfaatan mesin dan peralatan yang sesuai, serta optimalisasi waktu dan tenaga kerja pada setiap tahap produksi (Astutik, 2024)..

Dengan demikian, semakin efisien suatu proses produksi, semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk menekan biaya operasional dan meningkatkan daya saing produk. Dalam konteks bisnis konveksi seperti Customwear.id, efisiensi proses produksi sangat dipengaruhi oleh penerapan teknologi digital seperti mesin Direct To Film (DTF), yang memungkinkan hasil sablon lebih cepat, konsisten, dan fleksibel dalam jumlah besar.

3. Digitalisasi Dalam Industri Konveksi

Digitalisasi dalam industri konveksi merupakan upaya integrasi teknologi digital ke dalam sistem produksi yang sebelumnya bersifat manual. Proses ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kecepatan produksi, meminimalkan kesalahan manusia, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital (Wibowo & Lestari, 2023). Digitalisasi juga meningkatkan efisiensi biaya dalam jangka panjang karena proses produksi menjadi lebih otomatis dan dapat diatur secara terukur.

Dalam era industri 4.0, digitalisasi menjadi kebutuhan utama, khususnya bagi pelaku industri kreatif dan konveksi. Suryana (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital membantu pelaku usaha menghadapi tekanan kompetisi pasar dengan lebih siap, baik dari segi kecepatan produksi maupun inovasi produk. Digitalisasi juga berperan dalam meningkatkan akurasi dan konsistensi hasil produksi.

Indikator digitalisasi konveksi dapat diukur berdasarkan beberapa aspek, antara lain:

a. Indikator Digitalisasi

- 1) Penggunaan teknologi digital, penggunaan teknologi digital seperti software desain grafis, mesin cetak digital, mesin bordir digital, atau mesin potong digital.
- 2) *E-commerce* dan pemasaran *online*, penggunaan platform *e-commerce* dan media sosial untuk menjual produk konveksi secara online.

- 3) Manajemen rantai pasokan digital, penggunaan sistem manajemen rantai pasokan digital untuk memantau dan mengelola proses produksi, pengiriman, dan persediaan bahan baku.
- 4) Analisis data, penggunaan analisis data untuk memantau tren penjualan, preferensi pelanggan, dan kinerja produksi.
- 5) Integrasi sistem, integrasi sistem digital dengan proses bisnis lainnya, seperti manajemen produksi, manajemen persediaan, dan manajemen keuangan.

b. Indikator Kinerja

- 1) Peningkatan efisiensi produksi, pengurangan waktu produksi, biaya produksi, dan peningkatan kualitas produk.
- 2) Peningkatan Penjualan: Peningkatan penjualan produk konveksi secara *online* dan *offline*.
- 3) Peningkatan kepuasan pelanggan, peningkatan kepuasan pelanggan dengan produk konveksi yang berkualitas dan layanan yang baik.
- 4) Peningkatan kompetitif, peningkatan kompetitif industri konveksi dengan menggunakan teknologi digital yang lebih canggih dan inovatif.

Dengan menggunakan indikator-indikator tersebut, kita dapat memantau dan mengevaluasi keberhasilan digitalisasi konveksi.

a. Usaha Konveksi Sablon *Customwear.id*

Customwear.id ini adalah sebuah perusahaan vendor pakaian atau konveksi, sebagai perusahaan konveksi atau vendor pakaian tidak hanya melayani jasa pembuatan sablon kaos saja namun juga melayani jasa pembuatan berbagai macam produk pakaian, yaitu jaket, hoodie, kaos polo, dll. Kaos yang dikerjakan diantaranya seperti kaos polo, kaos oblong, kaos bordir dan juga sablon. Dengan pengalaman lebih dari 8 tahun, *Customwear.id* telah melayani ratusan klien yang datang tidak hanya dari wilayah Kabupaten Semarang saja. Namun, juga banyak yang berasal dari luar kota. Klien yang datang pun berasal dari berbagai kalangan seperti perusahaan, instansi, komunitas, sekolah-sekolah, universitas ataupun perorangan.

Keunggulan vendor ini dari vendor lain, yaitu ada pada pelayanan customernya yang begitu ramah dan bersahabat atau *humble*, sehingga customer sering sekali repeat order atau order berulang kali. Bahkan 80% dari seluruh customer di vendor ini adalah pelanggan tetap. Di *Customwear.id* ada garansi barang jika bahan kain ternyata mudah robek atau sablon yang gampang mengelupas.

b. Definisi Usaha Konveksi Sablon

Usaha konveksi adalah satu bidang usaha yang menghasilkan dan menawarkan produksi secara massal, atau dengan jumlah kecil ataupun besar sesuai permintaan. Demikian usaha konveksi menghasilkan produk dalam skala besar namun berbeda dengan pabrik atau garmen. Biasanya

produk yang dihasilkan bermacam-macam seperti seragam organisasi/perusahaan, kemeja, kaos, polo shirt, jaket, tas, sepatu dan lainnya. Usaha konveksi selalu mengalami perkembangan. Dengan adanya tren dan mode terbaru usaha konveksi tidak akan mati terkalahkan oleh usia.

Memang karena contoh usaha konveksi seperti pakaian, menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia. Alhasil potensinya juga terbilang besar. Apalagi seperti momen-momen tertentu seperti hari raya Idul Fitri, keuntungan dari usaha konveksi cukup besar karena massalnya jumlah permintaan yang meningkat dari hari-hari biasanya. Selain itu, usaha konveksi bisa dibilang usaha mikro kecil menengah yang bisa dijalankan secara rumahan. Seperti tempat penelitian yang diteliti oleh peneliti yaitu *Customwear.id* Ungaran yang termasuk usaha mikro kecil menengah yang memproduksi pakaian dan sablon pakaian.

Sablon sendiri memiliki pengertian yaitu salah satu teknik proses cetak yang menggunakan layar (screen) dengan kerapatan tertentu dan umumnya barbahan dasar nylon atau sutra (silk screen). Layar ini kemudian diberi pola yang berasal dari negatif desain yang dibuat sebelumnya di kertas HVS atau kalkir. Kain ini direntangkan dengan kuat agar menghasilkan layar dan hasil cetakan yang datar. Setelah diberi fotoregis dan disinari, maka harus disiram air agar pola terlihat lalu akan terbentuk bagian-bagian yang bisa dilalui tinta dan tidak.

Proses pengerjaannya adalah dengan menuangkan tinta di atas layar dan kemudian disapu menggunakan palet atau rakel yang terbuat dari karet. Satu layar digunakan untuk satu warna. Sedangkan untuk membuat beberapa warna dalam satu desain harus menggunakan suatu alat agar presisi. Cetak saring biasanya digunakan untuk mencetak gambar di dimensi datar seperti kain. Teknik sablon sering digunakan di konveksi.

c. Faktor – faktor Produksi Dalam Usaha Konveksi Sablon

Menurut Sukirno (2003:192) bahwa faktor produksi sering disebut dengan korbankan produksi untuk menghasilkan produksi. Faktor-faktor produksi dikenal dengan istilah input dan jumlah produksi disebut dengan output. Faktor produksi atau input merupakan hal yang mutlak untuk menghasilkan produksi. Dalam proses produksi ini seorang pengusaha dituntut untuk mampu mengkombinasikan beberapa faktor produksi sehingga dapat menghasilkan produksi yang optimal. Fungsi produksi adalah kaitan di antara fakto-faktor produksi dan tingkat produksi yang diciptakan. Faktor-faktor produksi dikenal dengan istilah input dan hasil produksi sering dinamakan output.

Lebih lanjut dikatakan bahwa untuk mempermudah analisis maka faktor produksi dianggap tetap kecuali tenaga kerja, sehingga pengaruh faktor produksi terhadap kuantitas produksi dapat diketahui secara jelas. Ini berarti kuantitas produksi dipengaruhi oleh banyaknya tenaga kerja yang digunakan. Faktor produksi yang dianggap konstan disebut faktor produksi tetap, dan banyaknya faktor produksi ini tidak dipengaruhi oleh

banyaknya hasil produksi. Faktor produksi yang dapat berubah kuantitasnya selama proses produksi atau banyaknya faktor produksi yang digunakan tergantung pada hasil produksi yang disebut faktor produksi variabel. Periode produksi jangka pendek apabila di dalam proses produksi yang bersifat variabel dan yang bersifat tetap.

4. Teknologi Direct Transfer Film (DTF)

DTF atau Direct to Film adalah metode sablon digital terbaru yang menawarkan fleksibilitas tinggi dalam proses pencetakan. Teknologi ini menggunakan tinta khusus yang dicetak pada film dan kemudian dipindahkan ke media kain menggunakan mesin pemanas. Hidayat (2022) menyebutkan bahwa teknologi DTF memberikan hasil cetakan yang tajam, berwarna penuh, dan tahan lama pada berbagai jenis kain termasuk bahan yang sulit disablon seperti polyester.

Keunggulan teknologi ini terletak pada kemampuannya dalam mencetak desain satuan secara cepat tanpa harus membuat cetakan fisik seperti pada sablon manual. Prasetya (2024) menambahkan bahwa DTF memungkinkan UKM konveksi melayani pesanan custom dalam jumlah kecil secara efisien. Selain itu, metode ini mengurangi limbah produksi dan mempercepat proses pengerjaan sehingga cocok diterapkan oleh usaha kecil seperti Customwear.id.

5. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran penting dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi ekspektasi konsumen

terhadap produk maupun layanan yang diberikan. Menurut Yusuf dan Ramadhani (2023), kepuasan pelanggan adalah respons emosional pelanggan yang muncul setelah mereka membandingkan harapan awal dengan pengalaman aktual terhadap produk atau jasa yang diterima.

Kepuasan tercapai jika persepsi pelanggan terhadap kinerja produk setidaknya seimbang atau melebihi harapan. Hal serupa dikemukakan oleh Maulana dan Rachmawati (2021), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas produk, ketepatan waktu layanan, kemudahan akses informasi, dan kemampuan perusahaan dalam menangani keluhan. Dalam industri konveksi seperti Customwear.id, kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya dengan kualitas sablon, kecepatan proses produksi, fleksibilitas desain, serta ketepatan waktu pengiriman. Apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan yang konsisten dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, maka loyalitas pelanggan dapat tercipta dan keberlangsungan bisnis pun dapat terjaga dalam jangka panjang.

6. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan pendekatan sistematis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan organisasi atau bisnis. Pendekatan ini mencakup empat aspek utama yaitu kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats), yang kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan strategi pengembangan (Rangkuti, 2020). Dengan

mengidentifikasi berbagai faktor tersebut, organisasi dapat membuat strategi yang lebih adaptif dan kompetitif.

Menurut Rizki dan Andini (2020), dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), analisis SWOT membantu pelaku usaha untuk memahami keterbatasan internal serta tantangan eksternal yang dihadapi, terutama dalam aspek produksi, pemasaran, dan inovasi. Oleh karena itu, penerapan analisis ini dapat digunakan sebagai acuan dalam menyusun kebijakan bisnis yang lebih strategis dan efisien.

Adapun manfaat atau kegunaan analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Mampu memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi, yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Sehingga pengambil keputusan dapat melihat dari empat dimensi ini secara lebih komprehensif.
2. Dapat dijadikan sebagai rujukan pembuatan rencana keputusan jangka panjang.
3. Mampu memberikan pemahaman kepada para *stakeholders* yang berkeinginan menaruh simpati bahkan bergabung dengan perusahaan dalam suatu ikatan kerja sama yang saling menguntungkan.
4. Dapat dijadikan penilai secara rutin dalam melihat *progress report* dari setiap keputusan yang telah dibuat selama ini.

Menurut Fahmi (2014), untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

- a. Faktor Eksternal. Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunities and threats (O and T). dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (*industry environment*), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.
- b. Faktor internal. Faktor ini akan mempengaruhi terbentuknya strength and weaknesses (S dan W) dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam perusahaan, dimana hal ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus di arahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan

peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT.

IFAS	Strengths (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki	Weaknes (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki
Opportunities (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	STRATEGI SO Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	STRATEGI ST Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2.1
Matrik Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti dalam Hidayati Fauziah (2018)

Tahapan dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka strength dan weakness perusahaan. tahapannya adalah:

- a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.

- b) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- d) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e) Jumlahkan total score masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

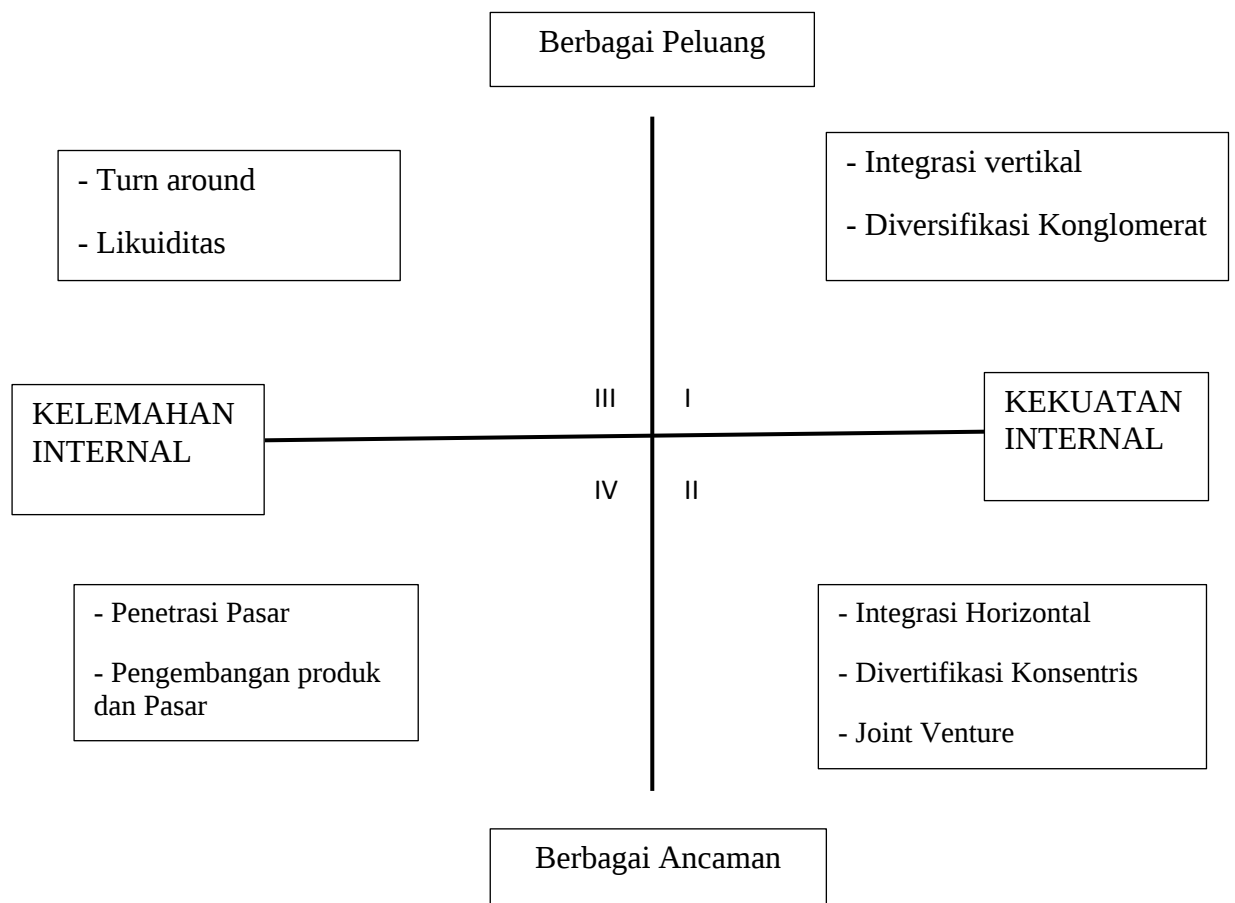
2. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Terdapat lima tahap penyusunan matriks faktor strategi eksternal yaitu :

- a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- b) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- c) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- d) Kalikan masing-masing, bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e) Jumlahkan semua score untuk mendapatkan total score perusahaan. nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya

Sudah tentu bahwa dalam EFAS matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di

pasar industrinya. Total score 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.



Gambar 2.2
Penentuan Matrik Grand Strategi (Diagram SWOT)

Diagram analisis SWOT menurut Edy Dwi Kurniati (2018) pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Kuadran I Perusahaan yang berada pada Kuadran I mempunyai berbagai peluang dan kekuatan internal yang dapat digunakan untuk menangkap peluang eksternal. Strategi kerjasama melalui Integrasi Vertikal dan Strategi ekspansi pasar melalui Diversifikasi Konglomerat. Integrasi berarti menggabungkan kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan sekarang seperti kombinasi dapat dilakukan atas dasar hubungan vertikal dalam rantai nilai. Diversifikasi konglomerat yaitu ketika sebuah organisasi mengadopsi strategi yang membutuhkan mengambil kegiatan-kegiatan yang tidak berhubungan dengan definisi bisnis yang ada dari setiap bisnis, baik dalam hal grup pelanggan, fungsi pelanggan atau teknologi alternative.
- b) Kuadran II Perusahaan yang berada pada Kuadran II mempunyai banyak peluang namun mempunyai banyak kelemahan pada sumberdaya internal untuk digunakan dalam menangkap peluang eksternal tersebut strategi yang sesuai untuk perusahaan yang berada pada kuadran II diantaranya adalah strategi: Turn around dan Likuidasi. Strategi Turn around dan Likuidasi merupakan strategi penghematan/restrukturisasi. Strategi ini melibatkan dropping beberapa kegiatan dalam bisnis tertentu atau benar-benar keluar dari beberapa bisnis perusahaan.

- c) Kuadran III Perusahaan yang berada pada Kuadran III mempunyai banyak ancaman namun juga mempunyai banyak kelemahan pada sumberdaya internal. Strategi yang sesuai untuk perusahaan yang berada pada kuadran III diantaranya adalah strategi: Penetrasi Pasar dan Pengembangan Produk dan pasar. Penetrasi pasar, pasar mengembangkan produk dan inovasi yang kadang-kadang disebut strategi intensif karena membutuhkan upaya intens jika untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan dengan produk yang ada. Pengembangan produk adalah strategi yang berupaya meningkatkan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang telah ada. Pengembangan pasar melibatkan kegiatan untuk memperkenalkan produk atau jasa ke wilayah geografis baru.
- d) Kuadran IV Perusahaan yang berada pada Kuadran IV mempunyai banyak ancaman dibandingkan peluang namun mempunyai banyak kekuatan pada sumberdaya internal. Strategi yang sesuai untuk perusahaan yang berada pada kuadran IV adalah strategi : Integrasi horizontal, Diversifikasi Konsentris dan *Joint Venture*. Strategi Integrasi horizontal bermanfaat untuk pengurangan pesaing industri, kerjasama dengan pesaing dalam industri yang sama untuk mengurangi ancaman. Diversifikasi konsentris yaitu ketika sebuah

organisasi membutuhkan suatu kegiatan sedemikian rupa dan berhubungan dengan definisi bisnis yang ada dari satu atau lebih dari bisnis perusahaan. *Joint Venture* adalah jenis kemitraan dimana dua atau lebih perusahaan bersama-sama dan membentuk unit bisnis baru untuk mencapai tujuan.

8. Optimalisasi Analisis SWOT

Optimalisasi analisis SWOT merupakan langkah sistematis untuk memaksimalkan manfaat dari kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities) yang dimiliki suatu organisasi, sekaligus meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats) yang dihadapi. Menurut Rangkuti (2021), analisis SWOT tidak hanya sekadar mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, melainkan juga berfungsi sebagai dasar dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Optimalisasi dilakukan dengan cara mencocokkan faktor internal dan eksternal secara sistematis melalui matriks SWOT. Proses ini menghasilkan empat alternatif strategi utama, yaitu:

- a) Strategi SO (Strengths – Opportunities): memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada.
- b) Strategi ST (Strengths – Threats): menggunakan kekuatan untuk menghadapi dan mengatasi ancaman.
- c) Strategi WO (Weaknesses – Opportunities): meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang.

- d) Strategi WT (Weaknesses – Threats): strategi bertahan dengan mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

David & David (2021) menekankan bahwa optimalisasi SWOT diperlukan agar organisasi tidak hanya mampu menyusun strategi, tetapi juga dapat menyesuaikan strategi tersebut dengan dinamika lingkungan yang berubah. Dengan demikian, optimalisasi SWOT membantu perusahaan menghasilkan strategi yang aplikatif, berorientasi pada keunggulan kompetitif, serta berkelanjutan dalam jangka panjang.

B. Penelitian terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, dan Judul	Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Sri Yati Prawitasari, (2010) “Analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi pemasaran berdaya saing (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang)”	Fokus penelitian ini adalah menganalisis Strategi pemasaran berdaya saing menggunakan metode analisis SWOT Pada perusahaan dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang. Sedangkan penelitian saya	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan adalah Strategi Investasi, dimana posisi perusahaan berada di posisi AMAN dan jenis usahanya adalah usaha IDEAL. Strategi Investasi ini berarti lingkungan perusahaan mendukung untuk

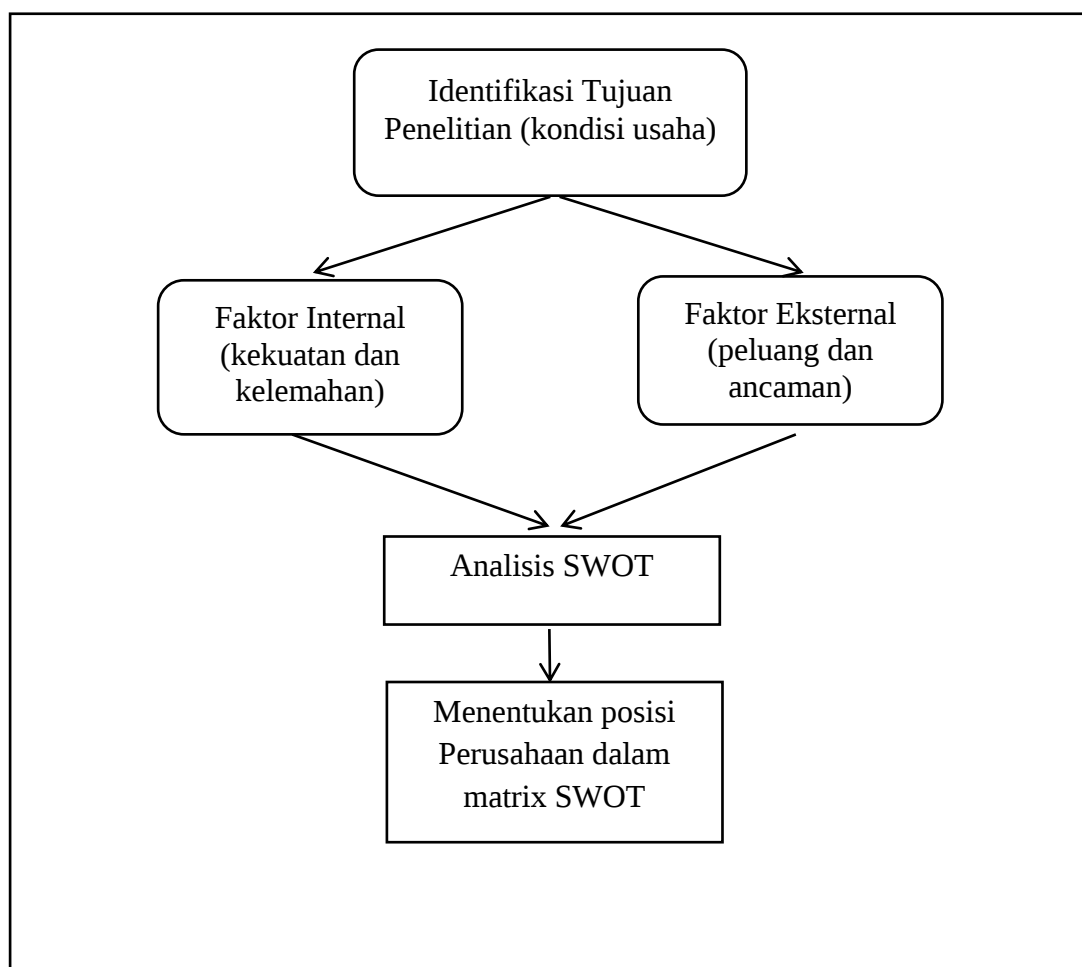
		berfokus pada optimalisasi analisis SWOT dalam pengembangan bisnis di <i>Customwear.id</i>		melakukan investasi dan kemudian menuai hasil (harvesting). Perusahaan dapat menggunakan strategi perusahaan sebelumnya dengan memperbaiki beberapa kelemahan perusahaan dan menghindari atau bertahan melawan ancaman perusahaan dengan menciptakan strategi yang lebih berdaya saing.
2.	Jaya Parlindungan Sihombing, (2015) “Analisis SWOT pada industri kerajinan Batik Griya Batik Mas Pekalongan”.	Fokus penelitian ini adalah menganalisis menggunakan metode SWOT pada industri kerajinan batik griya batik mas Pekalongan.	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dapat diterapkan Griya Batik MAS dalam menghadapi persaingan yaitu dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang di sebabkan oleh berbagai ancaman. Saran yang diberikan adalah memperkuat karakter produk serta memperbaiki kualitas untuk mengatasi para pesaing lainnya dengan cara inovasi pemasaran dan

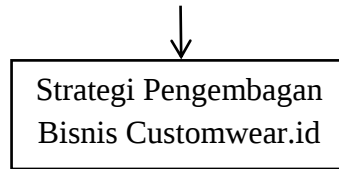
				penambahan jenis produk yang dipasarkan agar memiliki daya tarik yang tinggi dan mampu bersaing dengan unit usah lain.
3.	M Riyanto Ardi, (2019) “Analisis Peranan Kinerja Fokus penelitian ini adalah peranan kinerja Deskriptif Kualitatif menunjukkan bahwa peranan kinerja karyawan dalam peningkatan daya saing perusahaan Cika Karyawan Terhadap Peningkatan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Pada Cika Aesthetic Interior Desa Terotok Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur)”	Fokus penelitian ini adalah peranan Kinerja karyawan dalam peningkatan daya saing perusahaan Cika Aesthetic Interior dilihat dari segi pendidikan dan pelatihan karyawan yang bekerja dalam perusahaan, sedangkan penelitian saya di fokuskan Pada optimalisasi analisis SWOT dalam pengembangan bisnis di <i>Customwear.id</i>	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini yaitu peranan kinerja karyawan Dalam peningkatand daya Saing perusahaan CikaAesthetic Interior memberikan programprogram atau pelatihan dan motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mengarahkan daya dan potensi yang dimiliki setiap karyawan agar mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan yang telah ditetapkan kepada karyawan guna meningkatkan sumber daya manusia yang dimiliki untuk lebih giat bekerja dan belajar.

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

C. Kerangka Berfikir

Menurut Yusuf Abdhul Azis (2023) menjelaskan bahwa kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran yang memuat perpaduan antara teori dengan fakta, hasil observasi, dan telaah pustaka, yang kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk diagram atau narasi yang mengilustrasikan hubungan antar variabel dalam penelitian. Maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :





Gambar 2.3 Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dikarenakan sampel yang sedikit peneliti menghimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konteks yang mendetail disertai catatan-catatan hasil wawancara yang mendalam, serta hasil analisis dokumen.

Pendekatan kualitatif dipilih karena dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu dibalik isu yang belum diketahui. Selain itu, metode kualitatif dapat memberikan rincian detail tentang fenomena yang sulit diungkap dengan metode kuantitatif. (Sugiyono, 2021).

Tipe penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif yang memberikan gambaran tentang Optimalisasi analisis SWOT di *Customwear.id*. Penelitian ini akan lebih menekankan data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan informan dalam rangka mengetahui analisis dari kebijakan tersebut.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif. Karena mengandalkan hasil wawancara pada lokasi penelitian yaitu *Customwear.id* Ungaran, studi dokumentasi pada arsip-arsip berupa laporan hasil wawancara dan dokumentasi lain yang terkait dengan permasalahan ini.

Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan, menyajikan, serta menganalisis jawaban dari hasil wawancara serta data berdasarkan hasil dari dokumentasi yang dapat memberikan gambaran yang jelas atas objek yang diteliti, untuk kemudian diproses dan dianalisis untuk kemudian menarik kesimpulan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Customwear.id* Ungaran Timur Kabupaten Semarang Provinsi Jawa Tengah. *Customwear.id* ini adalah sebuah perusahaan vendor pakaian atau konveksi, sebagai perusahaan konveksi atau vendor pakaian tidak hanya melayani jasa pembuatan sablon kaos saja namun juga melayani jasa pembuatan berbagai macam produk pakaian, yaitu jaket, hoodie, kaos polo, dll. Kaos yang dikerjakan diantaranya seperti kaos polo, kaos oblong, kaos bordir dan juga sablon. Dengan pengalaman lebih dari 8 tahun, *Customwear.id* telah melayani ratusan klien yang datang tidak hanya dari wilayah Kabupaten Semarang saja. Namun, juga banyak yang berasal dari luar kota. Klien yang datang pun berasal dari berbagai kalangan seperti perusahaan, instansi, komunitas, sekolah-sekolah, universitas ataupun perorangan.

Customwear.id didirikan oleh Dedy Adiyani pada tahun 2013, pada tahun 2013-2014 saat itu karena keterbatasan belum bisa membuka toko sendiri jadi beliau membuka usaha dirumahnya sendiri. Dan pada tahun 2015-2016 pemilik *Customwear.id* membuka toko di daerah bandungan tapi dengan nama *Urban*. Pada tanggal 1 Januari 2017 di Ungaran berganti

lagi dengan nama Ungaran Custom Wear. Pada tahun 2023 berganti nama lagi menjadi Customwear.id dan nama ini dipakai sampai sekarang.

Keunggulan vendor ini dari vendor lain, yaitu ada pada pelayanan customernya yang begitu ramah dan bersahabat atau humble, sehingga customer sering sekali repeat order atau order berulang kali. Bahkan 80% dari seluruh customer di vendor ini adalah pelanggan tetap. Di Customwear.id ada garansi barang jika bahan kain ternyata mudah robek atau sablon yang gampang mengelupas. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pembahasan tentang analisis Pengaruh masuknya digitalisasi mesin produksi untuk pengoptimalan proses produksi di Customwear.id.

C. Variabel Penelitian

Susianti dan Srifariyati (2024) menegaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, variabel adalah konsep yang merepresentasikan fenomena sosial yang dapat diamati dan dimaknai, bukan sekadar diukur, melainkan dipahami melalui deskripsi dan interpretasi. Dengan demikian, maka variabel di dalam penelitian kualitatif berperan penting untuk mengungkap konteks, proses, dan makna dari suatu gejala sosial yang kompleks. Dari penjelasan diatas maka variabel penelitiannya sebagai berikut :

1. Strategi Pengembangan Bisnis
2. Efisiensi Proses Produksi
3. Kepuasan Pelanggan

Tabel 3.1 Variabel, dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Strategi Pengembangan Bisnis	a. Digitalisasi produksi melalui penerapan teknologi DTF b. Efisiensi Operasional c. Peningkatan Kepuasan Pelanggan d. Penguatan Daya Saing e. Inovasi Produk dan Proses f. Transformasi digital melalui DTF
Efisiensi Proses Produksi	a. Indikator Digitalisasi 1. Penggunaan Teknologi Digital 2. E-commerce dan Pemasaran Online 3. Manajemen Rantai Pasokan Digital 4. Analisis Data 5. Integrasi Sistem b. Indikator Kinerja 1. Peningkatan Efisiensi Produksi 2. Peningkatan Penjualan 3. Peningkatan Kepuasan Pelanggan 4. Peningkatan Kompetitif
Kepuasan Pelanggan	a. kualitas produk

	b. ketepatan waktu layanan c. kemudahan akses informasi d. kemampuan perusahaan dalam menangani keluhan
--	---

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Muchlisin Riadi (2022), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, baik itu berupa manusia, benda, gejala, ataupun peristiwa yang menjadi fokus perhatian peneliti secara menyeluruh. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah jumlah orang yang memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup (key person) tentang penjualan, distribusi, manajemen, produksi dan pelanggan. Berdasarkan pendapat tersebut dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pemilik, seluruh karyawan dan stakeholders Customwear.id Ungaran.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, di mana sampel yang baik merupakan wakil yang representatif dan mampu menggambarkan keseluruhan populasi secara akurat, sehingga kesimpulan yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasi ke populasi (Pilar, 2023)

Tabel 3.2 Data Populasi dan Sampel

Bagian	Populasi	Sampel
Pemilik	1	1
Karyawan	6	6
Customer	5	5
Pesaing	1	1
Total		13

Berdasarkan table 4 diatas dapat dilihat bahwa total sampel yang diambil dari populasi sebanyak 13 orang. Sebagai kriteria pengambilan sampel pada karyawan adalah karyawan tetap yang bekerja di Customwear.id. Berdasarkan segmentasi demografis maka responden yang diambil dari customer adalah semua kalangan dengan usia mulai dari 17 tahun. Kemudian sampel yang diambil adalah pesaing dari Customwear.id yaitu BS Streetwear.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Bedasarkan jenisnya data dalam penelitian ini dikelompokan menjadi dua, yaitu:

- a. Data kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berdasarkan keterangan/informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diajukan. Misalnya, jumlah karyawan dan yang berhubungan dengan variabel yang ada.

- b. Data kuantitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa angka-angka yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas. Misalnya data penjualan, data karyawan dan lain-lain.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan subyek dari data yang diperoleh. Apabila peneliti menggunakan teknik wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden. Apabila peneliti menggunakan teknik dokumentasi, maka catatan data yang diperoleh menjadi sumber data.

- a. Sumber data primer, adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari sumber pertamanya. Dengan kata lain, data primer yaitu data yang akurat yang diperoleh secara langsung melalui hasil interview atau wawancara kepada responden yang dijadikan sebagai subyek penelitian.
- b. Sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti sebagai penunjang dari data pertama. Dapat dikatakan bahwa data yang diperoleh dari jurnal-jurnal, buku, dokumen, artikel, web dan sumber lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian yakni Kinerja Karyawan di *Customwear.id*.

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, sumber data primer dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi di lingkungan alami subjek penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini,

menggunakan pengumpulan data dari sumber data yang diatas dan cara-cara yang sesuai dengan model penelitian kualitatif.

Dalam penelitian ini memakai teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara yaitu melakukan kegiatan tanya jawab oleh penulis kepada informan penelitian yang berhubungan dengan Kinerja Karyawan di *Customwear.id* Ungaran. Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara semi struktur. Wawancara semistruktur (*semistruktur interview*) sudah termasuk dalam kategori in-depth interview yang pelaksanaanya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dan pihak yang diajak wawancara diminta pendapatnya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

2. Observasi

Secara langsung mengamati sehingga terjadi interaksi dengan subjek penelitian kemudian peneliti mencatat apa saja yang didapati di lokasi penelitian untuk memberikan gambaran secara utuh objek yang akan diteliti. Kegiatan observasi dilakukan pada usaha konveksi dan sablon *Customwear.id* Ungaran. Adapun prosedur observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati aktivitas usaha *Customwear.id* dari segi proses produksi produk,

strategi pemasaran, sampai pelayanan terhadap konsumen yang diamati dengan perekaman video dan dokumentasi.

3. Dokumentasi

Memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Pada penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk mengetahui kegiatan UKM *Customwear.id* Ungaran. Selain data-data laporan tertulis, untuk kepentingan penelitian ini juga digali berbagai data, dalam bentuk foto, rekaman, dan video serta informasi dan referensi dari berbagai sumber pustaka, media dan internet.

G. Teknik Analisis Data

Metode data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT. SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Dimana SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Analisis SWOT ini akan dilakukan pada strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan efisiensi proses produksi dan kepuasan pelanggan di *Customwear.id* Ungaran, hal ini disebut pula analisis situasi dengan model analisis SWOT.

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Tahap Input

Peneliti memilih model yang paling umum untuk analisis situasi adalah analisis SWOT dengan menggunakan Matrix Internal Factor Analysis Summary dan Matrix Eksternal Factor Analysis Summary.

2. Tahap *Matching*

Tahap *matching* terdapat beberapa tahapan yaitu: Tahap pertama adalah mendata faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan. Tahap kedua adalah mendata peluang dan ancaman dari luar perusahaan. Tahapan ketiga mencocokkan keempat faktor itu satu sama lain dengan berpasangpasangan. Menurut Mashuri & Nurjannah (2020) dan Sonatasia et al. (2020), penerapan nilai-nilai internal yang tepat disesuaikan dengan kondisi eksternal melalui keempat strategi tersebut menghasilkan alternatif tindakan strategis yang paling cocok untuk organisasi, guna mengoptimalkan kinerja yang efektif, efisien, dan berkelanjutan sesuai kondisi terkini .

Pada tahap ini selanjutnya dilakukan analisis dan penentuan keputusan dengan menempatkan pendekatan matriks SWOT. Dimana setiap hubungan tersebut diberikan solusi strategi yang harus dilakukan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat di sesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan

yang dimilikinya. Matriks ini menjelaskan bahwa ada 4 alternatif strategis yaitu:

- a) Strategi SO, di buat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b) Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c) Strategi WO, diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d) Strategi WT, didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Customwear.id didirikan oleh Dedy Adiyana pada tahun 2013, pada tahun 2013-2014 saat itu karena keterbatasan belum bisa membuka toko sendiri jadi beliau membuka usaha dirumahnya sendiri. Dan pada tahun 2015-2016 pemilik *Customwear.id* membuka toko di daerah Bandung tapi dengan nama *Urban*. Pada tanggal 1 Januari 2017 di Ungaran berganti lagi dengan nama Ungaran Custom Wear. Pada tahun 2023 berganti nama lagi menjadi *Customwear.id* dan nama ini dipakai sampai sekarang. *Customwear.id* merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa sablon dan pembuatan apparel custom. Berbasis di Ungaran, *Customwear.id* memiliki visi untuk menjadi vendor apparel lokal yang unggul dalam kualitas dan pelayanan. Adanya permasalahan dalam efektivitas produksi, serta peningkatan permintaan pelanggan menjadi pemicu perlunya inovasi. Oleh karena itu, penulis membuat penelitian ini untuk menganalisis pengembangan bisnis menggunakan pendekatan Analisis SWOT.

B. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jumlah informan sebanyak 13 orang, terdiri dari:

TABEL 4.1
Jumlah Informan

o	Kateg ori	Jumlah	Sampel
	Pemili k	1	1
	Karya wan	6	6
	Pelang gan	5	5
	Pesain g Usaha	1	1
Total	13		

Dalam penelitian ini, wawancara mendalam dilakukan terhadap 13 informan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi internal dan eksternal *Customwear.id*, serta penerapan teknologi DTF dalam mendukung strategi pengembangan bisnis. Berikut hasil wawancaranya :

1. Pemilik atau *owner*

Pemilik mengungkapkan bahwa tantangan utama dalam pengelolaan usaha adalah keterbatasan alat produksi dan kebutuhan mendesak untuk beralih ke teknologi yang lebih efisien. Ia menyatakan bahwa adopsi DTF telah

membantu mempercepat proses produksi dan meningkatkan kualitas hasil sablon. Namun demikian, masih ada kendala dalam perawatan alat dan pelatihan SDM agar dapat mengoperasikan teknologi baru secara optimal.

2. Karyawan

Sebagian besar karyawan menyatakan bahwa sebelum menggunakan DTF, proses kerja lebih melelahkan karena sablon manual memerlukan waktu dan tenaga yang besar. Setelah penggunaan mesin DTF, beban kerja berkurang dan hasil produksi lebih konsisten. Namun, mereka juga mengungkapkan perlunya pelatihan lanjutan untuk mengoperasikan DTF secara maksimal. Karyawan juga menyoroti perlunya sistem kerja yang lebih terstruktur dan adanya insentif atas peningkatan performa.

3. Pelanggan atau *customer*

Para pelanggan merasa puas dengan kualitas produk dari *Customwear.id*, terutama setelah penggunaan teknologi DTF yang dinilai memberikan hasil sablon lebih tajam dan tahan lama. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa waktu tunggu menjadi lebih singkat dibandingkan sebelumnya. Meski begitu, dua pelanggan juga berharap agar pelayanan online dan sistem pemesanan bisa ditingkatkan agar lebih praktis, khususnya melalui media sosial dan marketplace.

4. Pesaing usaha

Salah satu pelaku usaha konveksi lain menyampaikan bahwa *Customwear.id* termasuk pesaing yang inovatif karena cepat mengadopsi

teknologi DTF. Namun, menurutnya tantangan utama bagi semua pelaku industri konveksi saat ini adalah pemasaran digital yang kompetitif dan fluktuasi harga bahan baku. Ia juga menilai bahwa kolaborasi antar pelaku usaha lokal penting untuk meningkatkan daya saing bersama, bukan hanya bersaing secara individu.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

C. Analisis SWOT Customwear.id Ungaran

1. Kekuatan dan Kelemahan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang dimiliki Customwear.id terdiri dari kekuatan dan kelemahan sebagai berikut:

a. Kekuatan (Strengths):

- 1) Sumber daya manusia, perusahaan memiliki tenaga kerja terampil dan berpengalaman di bidang sablon dan konveksi.
- 2) Kualitas produk, produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan mampu bersaing di pasar lokal.
- 3) Fleksibilitas, kemampuan adaptasi terhadap perubahan *trend* dan permintaan konsumen cukup baik.
- 4) Jaringan pemasaran, telah memiliki jaringan pemasaran yang luas, termasuk di media sosial dan pasar lokal Ungaran.

b. Kelemahan (Weaknesses):

- 1) Ketergantungan pada bahan baku, bahan baku belum dipasok secara mandiri dan masih bergantung pada pemasok luar.
- 2) Biaya produksi, biaya operasional tinggi terutama pada metode produksi konvensional.
- 3) Persaingan, menghadapi persaingan ketat dengan konveksi berskala besar dan produk impor.
- 4) Keterbatasan teknologi, belum sepenuhnya mengadopsi teknologi modern seperti otomasi produksi dan digital printing.

2. Peluang dan Ancaman

Faktor eksternal yang memengaruhi perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Peluang (*Opportunities*):

- 1) Peningkatan permintaan, kebutuhan produk fashion dan sablon meningkat secara nasional.
- 2) Inovasi teknologi, adanya teknologi baru seperti DTF dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas.
- 3) Kerja sama dengan desainer, peluang kolaborasi dengan desainer lokal terbuka lebar, mendukung diferensiasi produk.

b. Ancaman (*Threats*):

- 1) Persaingan global, produk impor murah menjadi ancaman bagi usaha lokal.

- 2) Perubahan *trend*, perubahan selera konsumen yang cepat menuntut inovasi berkelanjutan.
- 3) Ketergantungan ekonomi global, kondisi ekonomi makro dapat memengaruhi daya beli masyarakat.

D. Usaha SWOT

Berikut adalah bobot dan rating untuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman industri konveksi:

Tabel 4.2

Matrix IFAS (Internal)

Kekuatan	Bobot	Rating	Skor (B x R)
Sumber Daya Manusia	0,14	2,92	0,409
Kualitas Produk	0,147	3,08	0,453
Fleksibilitas Desain Produk	0,143	3,0	0,429
Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	0,143	3,0	0,429
Total	0,573		1,72
Kelemahan			
Ketergantungan pada bahan baku	0,092	1,92	0,177
Biaya produksi	0.096	2,0	0,192
Persaingan	0.096	2,0	0.192
Keterbatasan Teknologi	0.143	3,0	0,429
Total	0,427		0,99
Total keseluruhan	1		2,71

Tabel 4.3
Matrix EFAS (Internal)

Peluang	Bobot	Rating	Skor (B x R)
Peningkatan Permintaan	0,235	4,0	0,94
Inovasi Teknologi	0,176	3,0	0,528
Kerja Sama dengan Instansi/Komumintas	0.176	3,0	0,528
Total	0,587		1,996
Ancaman			
Persaingan Harga Kompetitor	0.118	2,0	0,236
Perubahan tren atau teknologi yang cepat	0.118	2,0	0,236
Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	0.176	3,0	0,528
Total	0,412		1
Total keseluruhan	1		2,996

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Dengan demikian, kita dapat melihat bahwa kekuatan dan peluang industri konveksi memiliki skor yang lebih tinggi daripada kelemahan dan

ancaman. Namun, perlu diingat bahwa skor dan bobot dapat berbeda-beda tergantung pada kondisi dan kebutuhan industri konveksi.

E. Matrix SWOT

Tabel 4.4
Matrix SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	SO ($1,72 + 1,80 = 3,52$)	WO ($1,28 + 1,80 = 3,08$)
Ancaman (T)	ST ($1,72 + 1,44 = 3,16$)	WT ($1,28 + 1,44 = 2,72$)

Berdasarkan total jumlah skor dan bobot yang telah dihitung sebelumnya, kita dapat menentukan posisi perusahaan dalam matriks SWOT sebagai berikut:

Posisi Perusahaan

- Jika $SO > ST$ dan $SO > WO$ dan $SO > WT$, maka posisi perusahaan berada di kuadran I (Pertumbuhan dan Pembangunan).
- Jika $ST > SO$ dan $ST > WO$ dan $ST > WT$, maka posisi perusahaan berada di kuadran II (Pengembangan dan Diferensiasi).

- c. Jika $WO > SO$ dan $WO > ST$ dan $WO > WT$, maka posisi perusahaan berada di kuadran III (Pengembangan dan Peningkatan Efisiensi).
- d. Jika $WT > SO$ dan $WT > ST$ dan $WT > WO$, maka posisi perusahaan berada di kuadran IV (Pengurangan dan Diversifikasi).

Dalam kasus ini, $SO (3,52) > ST (3,16)$ dan $SO (3,52) > WO (3,08)$ dan $SO (3,52) > WT (2,72)$, maka posisi perusahaan berada di Kuadran I (Pertumbuhan dan Pembangunan).

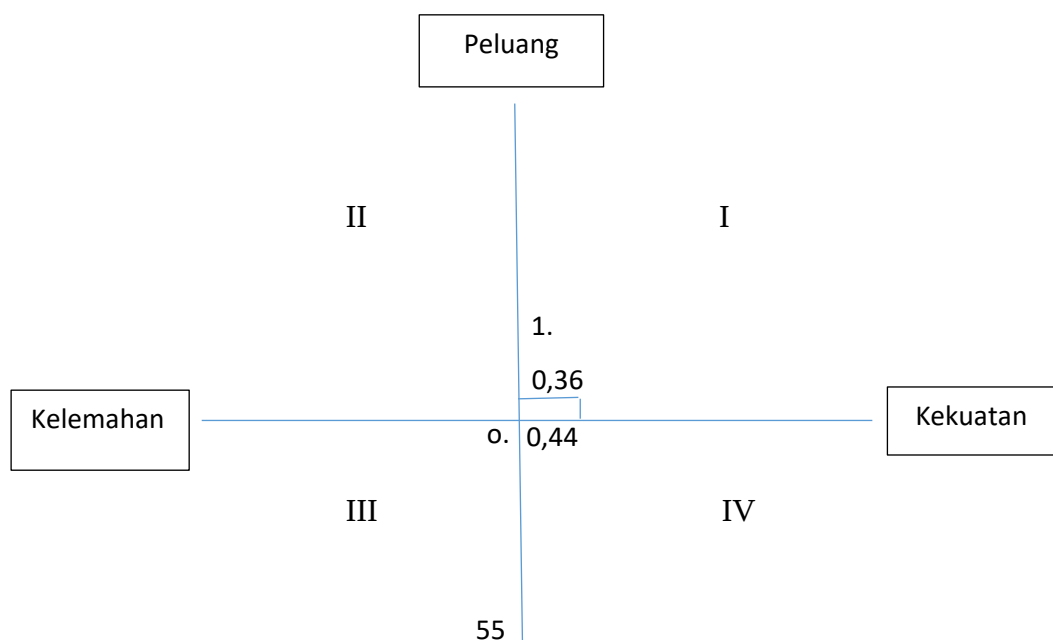
F. Matrix Grand Strategi

Untuk membuat matrix grand strategi:

$$S - W : 1,72 - 1,28 = 0,44$$

$$O - T : 1,80 - 1,44 = 0,36$$

Membuat matrix grand strategi, memasukkan angka tersebut dalam matrix sbb:



Ancaman

Gambar 4.1 Matrix Grand Strategi

Dalam kuadran I, perusahaan dapat menggunakan strategi pertumbuhan dan pembangunan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Strategi yang dapat digunakan antara lain:

- a. Meningkatkan produksi dan penjualan produk
- b. Mengembangkan produk baru dan meningkatkan kualitas produk
- c. Meningkatkan jaringan pemasaran dan distribusi
- d. Mengembangkan kerja sama dengan desainer dan pemasok
- e. Digitalisasi Operasional, Sistem order *online* dan manajemen inventori berbasis aplikasi
- f. Peningkatan Kapasitas Mesin, Penambahan 1 mesin DTF baru
- g. Pelatihan SDM: Fokus pada teknisi dan operator cetak
- h. Strategi Kolaborasi, Menjalin kerja sama dengan komunitas kreatif dan *influencer local*
- i. Optimalisasi Media Sosial dan Ads, Investasi dalam Instagram ads, TikTok dan *marketplace*

Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan pendapatan.

G. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan terhadap usaha konveksi *Customwear.id* Ungaran, diperoleh skor IFAS sebesar 2,71 dan skor EFAS sebesar 2,996, dengan posisi perusahaan berada pada Kuadran I (Strategi Agresif) dalam Diagram SWOT. Posisi ini mengindikasikan bahwa *Customwear.id* Ungaran memiliki kekuatan internal yang tinggi dan mampu memanfaatkan peluang eksternal secara optimal.

Dalam konteks ini, strategi yang dapat diterapkan adalah pengembangan usaha melalui digitalisasi proses produksi dan inovasi layanan pelanggan, khususnya melalui implementasi teknologi sablon digital DTF (Direct to Film). Hal ini didukung oleh pernyataan dari beberapa informan, baik dari pihak internal (pemilik dan karyawan) maupun eksternal (pelanggan dan pesaing), bahwa teknologi DTF telah membawa perubahan positif dalam efisiensi produksi dan kepuasan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Sri Yati Prawitasari (2010) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan posisi SWOT di Kuadran I cenderung menerapkan strategi pengembangan yang bersifat agresif, termasuk dalam bentuk investasi teknologi dan perluasan pasar. Dalam konteks *Customwear.id*, strategi ini diwujudkan dalam bentuk adopsi DTF dan optimalisasi pemasaran digital.

Adapun jika dibandingkan dengan penelitian oleh Jaya Parlindungan Sihombing (2015) yang meneliti Griya Batik Mas Pekalongan, perusahaan tersebut berada di Kuadran III dan hanya dapat menerapkan strategi bertahan (turnaround strategy), seperti efisiensi biaya dan perbaikan sistem manajemen.

Dengan demikian, perbedaan kuadran SWOT antara dua objek penelitian menunjukkan bahwa *Customwear.id* memiliki posisi yang lebih kuat dan prospektif untuk berkembang.

Sementara itu, penelitian M. Riyanto Ardi (2019) yang menyoroti pentingnya pelatihan karyawan sebagai bentuk pengembangan SDM mendukung hasil penelitian ini, di mana *Customwear.id* disarankan untuk tidak hanya mengadopsi teknologi, namun juga melaksanakan pelatihan internal bagi karyawan agar pemanfaatan teknologi DTF menjadi optimal. Strategi SO (Strength-Opportunity) yang dihasilkan dari kombinasi kekuatan dan peluang, antara lain:

1. Peningkatan skala produksi berbasis DTF untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat.
2. Pengembangan layanan berbasis digital, seperti pemesanan online dan katalog produk interaktif.
3. Penguatan branding lokal melalui media sosial dan kemitraan dengan desainer lokal.

Dengan strategi-strategi tersebut, *Customwear.id* tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi produksi dan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar secara berkelanjutan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung dan memperluas temuan-temuan penelitian terdahulu, serta mempertegas bahwa pengembangan bisnis berbasis analisis SWOT dan digitalisasi merupakan pendekatan yang relevan dan efektif bagi UMKM di era industri kreatif.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan:

1. Permasalahan utama dalam proses produksi konvensional di Customwear.id adalah waktu produksi yang lama, hasil cetak tidak konsisten, dan biaya tinggi.
2. Adopsi teknologi DTF memberikan dampak positif, seperti peningkatan efisiensi, hasil cetak lebih baik, dan kepuasan pelanggan meningkat.
3. Analisis SWOT menunjukkan bahwa Customwear.id memiliki kekuatan utama di kualitas dan harga, namun perlu mengatasi kelemahan di aspek teknis dan pemasaran digital.
4. Strategi optimalisasi SWOT dapat diterapkan melalui pendekatan SO, WO, ST, dan WT, dengan fokus pada pelatihan SDM, ekspansi mesin, dan penguatan brand digital.
5. Strategi pengembangan bisnis meliputi digitalisasi sistem kerja, diversifikasi produk, serta kolaborasi dengan komunitas untuk menjangkau pasar lebih luas.

B. Saran

1. Bagi Customwear.id:

- a. Segera lakukan pelatihan internal terkait penggunaan dan perawatan mesin DTF secara rutin.
- b. Tingkatkan eksistensi digital melalui *SEO (Search Engine Optimization) website, marketplace*, dan social media ads.
- c. Bangun sistem customer feedback untuk mengukur kepuasan dan kebutuhan pasar.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya:

- a. Dapat mengeksplorasi efektivitas strategi marketing berbasis komunitas lokal.
- b. Melakukan perbandingan antara teknologi DTF dan DTG dalam skala UMKM apparel.

3. Bagi Instansi Terkait:

Pemerintah daerah dapat memberi pelatihan atau bantuan modal mesin digital printing bagi UMKM yang ingin go digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, N. (2023). *Strategi Kolaborasi UMKM dengan Komunitas Kreatif di Era Digital*. Dari <https://ekrafkomunitas.id/artikel/kolaborasi-umkm-2023>
- Amang, A., Mulyadi & Pradipta Utama, A. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Sulur Pustaka.
- Arifin, Z., & Sari, D. K. (2020). Analisis SWOT sebagai Alat Strategis Pengembangan Usaha Mikro. *Jurnal Manajemen Strategis*, 12(1), 45–52.
- Astutik, L. D. (2024). Penerapan standar operasional prosedur (SOP) pada UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional. *Jurnal Inovasi & Kewirausahaan*. Diakses dari sumber online
- zBadan Pusat Statistik. (2023). *Statistik UMKM Indonesia 2022/2023*. Dari <https://www.bps.go.id/publication/umkm>
- Edy, D. K. (2018). *Manajemen Strategi: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Fauziah, H. (2018). Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 45–53. Dari <https://ejournal.um.ac.id/index.php/jim/article/view/12345>
- Galan Vabrianoro. 2022, “Konveksi Baju dan Sablon”, <https://www.kompasiana.com/galanvabrianoro5822/62b19946bb448663b52830d5/konveksi-baju-dan-sablon>.
- Hidayat, A. (2022). Efektivitas teknologi Direct to Film (DTF) dalam meningkatkan efisiensi produksi industri sablon kecil. *Jurnal Inovasi Teknologi Produksi*, 6(2), 105–113.

- Handayani, T. (2023). *Tren Fashion Custom dan Personalisasi Produk di Kalangan Milenial*. Diakses pada 29 Juni 2025, dari <https://fashionmuda.id/customwear-trend2023>
- Hafizah El-Husna. 2021, “Memahami Teknik Sablon, Alat, Bahan, Serta Contoh Produk”, <https://adahobi.com/teknik-sablon/>
- Indriastuti, R., & Wahyuni, S. (2022). *Pemanfaatan Teknologi DTF Dalam Industri Apparel Lokal*. Jurnal Teknologi Produksi, 10(2), 88–95. Dari <https://jurnalteknologiproduksi.id/artikel/DTF-local>
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Digitalisasi UMKM Sebagai Strategi Daya Saing Nasional*. Dari <https://kemenkopukm.go.id/berita/umkm-go-digital>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mashuri, A., & Nurjannah, S. (2020). *Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pengembangan Organisasi*. Jurnal Ilmu Manajemen, 8(2), 145–156.
- Maulana, A., & Rachmawati, D. (2021). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 5(2), 101-112.
- Muchlisin, R. (2022). *Populasi dan Sampel Penelitian: Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan, dan Rumus*. [Online]. Tersedia di: <https://www.kajianpustaka.com/2022/01/populasi-dan-sampel-penelitian.html> (diakses 15 September 2025).
- Muhammad Noer. 2020, “Pengertian Pelatihan dan Pengembangan Karyawan dan Jenis-Jenisnya” <https://presenta.co.id/artikel/pelatihan-dan-pengembangan-karyawan/>

- Pilar, R. (2023). *Metodologi Penelitian: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pramudito, Y., & Handayani, R. (2022). Tantangan dan Strategi Digitalisasi UMKM Konveksi di Indonesia. *Jurnal Transformasi Digital*, 5(2), 89–98.
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2021). *Strategi Pengembangan Bisnis Berbasis Inovasi Teknologi di Era Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Prasetya, A. (2024). Peningkatan daya saing UKM konveksi melalui adopsi mesin produksi digital. *Jurnal Strategi dan Inovasi Bisnis*, 8(1), 10–19.
- Rangkuti, F. (2021). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Edisi Revisi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rizki, R., & Andini, M. (2020). Strategi bisnis berbasis SWOT untuk adaptasi digitalisasi pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(3), 88–97.
- Sonatasia, R., Pratama, H., & Widodo, A. (2020). *Formulasi Strategi Bisnis Menggunakan Pendekatan SWOT*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 33–44.
- Sunaryo, A., & Hermawan, R. (2022). *Manajemen Operasional dan Efisiensi Produksi*. Jakarta: Kencana.
- Suryana, D. (2021). Implementasi teknologi DTF dalam model bisnis sablon berbasis permintaan. *Jurnal Teknologi Industri Kreatif*, 7(1), 45–54.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugi Priharto. 2022, “Strategi Pengembangan Bisnis: Pengertian Lengkap dan Tahapannya”, <https://kledo.com/blog/strategi-pengembangan-bisnis/>, diakses 23 mei 2023 pukul14:40.
- Sukirno, S. (2003). *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Susianti, N., & Srifariyati, R. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wibowo, T., & Lestari, F. (2023). Transformasi digital UMKM dalam menghadapi industri 4.0: Studi kasus pada sektor konveksi. *Jurnal Manajemen UMKM Digital*, 4(1), 22–33.

- Yulianto, D., & Wibowo, R. (2023). Efisiensi Produksi dan Adopsi Teknologi dalam Industri Konveksi Digital. *Jurnal Teknologi Industri*, 8(1), 37–45.
- Yusuf, A. A. (2023). *Metodologi Penelitian: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Yusuf, A., & Ramadhani, R. (2023). *Perilaku Konsumen dan Kepuasan Pelanggan di Era Digital*. Bandung: Alfabeta

Lampiran 1

Pedoman Wawancara Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Efisiensi Proses Produksi dan Kepuasan Pelanggan

1. Daftar wawancara bagi pemilik usaha

- a) Apa kendala utama yang Anda hadapi dalam proses produksi sebelum menggunakan teknologi DTF?
- b) Bagaimana dampak penggunaan mesin DTF terhadap efisiensi waktu dan hasil produksi?
- c) Menurut Anda, sejauh mana penggunaan DTF mampu meningkatkan kepuasan pelanggan?
- d) Apa saja strategi yang sedang atau akan Anda lakukan untuk mengembangkan bisnis Customwear.id ke depannya?
- e) Apa bentuk pelatihan atau investasi yang diperlukan agar teknologi DTF dapat digunakan secara optimal di bisnis Anda?

2. Karyawan

- a) Apa perbedaan yang Anda rasakan sebelum dan sesudah penerapan mesin DTF dalam proses produksi?
- b) Apakah Anda sudah mendapatkan pelatihan terkait pengoperasian mesin DTF? Jika sudah, bagaimana efektivitasnya?
- c) Bagaimana sistem kerja sekarang dibandingkan saat masih menggunakan metode sablon manual?
- d) Menurut Anda, apakah penggunaan teknologi DTF dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil kerja Anda?
- e) Apakah Anda merasa adanya peningkatan dalam manajemen produksi setelah digitalisasi dilakukan?

3. Pelanggan/konsumen

- a) Apa yang membuat Anda memilih Customwear.id untuk memenuhi kebutuhan sablon atau apparel custom Anda?
- b) Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk setelah Customwear.id menggunakan teknologi sablon DTF?
- c) Apakah Anda merasa puas dengan kecepatan pengerjaan pesanan yang dilakukan oleh Customwear.id?
- d) Apakah Anda pernah mengalami keluhan terhadap produk atau layanan? Jika iya, bagaimana penanganannya?
- e) Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan atau sistem pemesanan di Customwear.id?

4. Pesaing

- a) Bagaimana Anda melihat posisi Customwear.id dibandingkan dengan usaha Anda dalam hal efisiensi produksi?
- b) Apakah Anda juga menggunakan teknologi DTF? Jika ya, apa kelebihan dan kekurangannya menurut Anda?
- c) Apa pandangan Anda terhadap kepuasan pelanggan dalam industri sablon konveksi saat ini?
- d) Menurut Anda, apa yang menjadi keunggulan atau kelemahan Customwear.id dibanding pesaing lainnya?

- e) Bagaimana peluang kerja sama atau kolaborasi antara sesama pelaku usaha konveksi lokal menurut Anda?

Transkrip Wawancara

A. Owner/pemilik

- a) Apa kendala utama yang Anda hadapi dalam proses produksi sebelum menggunakan teknologi DTF?

“Sebelum menggunakan DTF, kendala terbesar kami adalah keterbatasan alat. Sablon manual itu makan waktu dan hasilnya tidak selalu konsisten, apalagi untuk pesanan dalam jumlah besar”

- b) Bagaimana dampak penggunaan mesin DTF terhadap efisiensi waktu dan hasil produksi?

“Setelah memakai DTF, waktu produksi jauh lebih cepat dan hasil sablonnya lebih tajam serta tahan lama. Untuk order satuan atau custom pun jadi lebih efisien”

- c) Menurut Anda, sejauh mana penggunaan DTF mampu meningkatkan kepuasan pelanggan?

“Pelanggan lebih puas, terutama karena hasil cetakannya lebih presisi. Selain itu, waktu tunggu yang sebelumnya bisa seminggu, sekarang bisa kami selesaikan dalam 3–4 hari kerja”

- d) Apa saja strategi yang sedang atau akan Anda lakukan untuk mengembangkan bisnis Customwear.id ke depannya?

“Kami fokus ke digitalisasi penuh, termasuk sistem pemesanan online. Juga rencana menambah satu unit mesin DTF lagi agar kapasitas produksi bisa naik dua kali lipat”

- e) Apa bentuk pelatihan atau investasi yang diperlukan agar teknologi DTF dapat digunakan secara optimal di bisnis Anda?

“Kami butuh pelatihan teknis lanjutan untuk operator dan peningkatan manajemen digital, seperti software desain dan kontrol produksi”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	2

3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3
---	---	---

B. Pegawai 1 (Bagian Produksi)

- a) Apa perbedaan yang Anda rasakan sebelum dan sesudah penerapan mesin DTF dalam proses produksi?

“Dulu sablon manual itu berat banget, apalagi kalau pesanan banyak. Sekarang lebih ringan dan cepat, hasilnya juga lebih bagus”

- b) Apakah Anda sudah mendapatkan pelatihan terkait pengoperasian mesin DTF? Jika sudah, bagaimana efektivitasnya?

“Baru diajarin dasar-dasarnya sama Pak Dedy. Belum pelatihan resmi sih, jadi masih belajar pelan-pelan”

- c) Bagaimana sistem kerja sekarang dibandingkan saat masih menggunakan metode sablon manual?

“Lebih tertib. Dulu sering saling tunggu bagian lain selesai. Sekarang kalau file sudah siap, tinggal cetak dan press”

- d) Menurut Anda, apakah penggunaan teknologi DTF dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil kerja Anda?

“Meningkat jelas. Sekarang bisa nyetak 2-3 kali lebih banyak dari sebelumnya”

- e) Apakah Anda merasa adanya peningkatan dalam manajemen produksi setelah digitalisasi dilakukan?

“Belum, kadang masih bingung pembagian tugas dan alur kerja. Mungkin perlu software manajemen produksi.”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	3
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

C. Pegawai 2 (Operator mesin DTF)

- a. Apa perbedaan yang Anda rasakan sebelum dan sesudah penerapan mesin DTF dalam proses produksi?

“Jauh beda. Sablon manual itu butuh banyak proses, sekarang lebih simpel tinggal cetak dan press”

- b. Apakah Anda sudah mendapatkan pelatihan terkait pengoperasian mesin DTF? Jika sudah, bagaimana efektivitasnya?

“Sudah sedikit-sedikit, tapi belum mendalam. Harus banyak eksplorasi sendiri.”

- c. Bagaimana sistem kerja sekarang dibandingkan saat masih menggunakan metode sablon manual?

“Lebih rapi, job list-nya lebih jelas sekarang karena ada file desain yang langsung diatur urutannya.”

- d. Menurut Anda, apakah penggunaan teknologi DTF dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil kerja Anda?

“Jauh lebih bagus, apalagi cetakan untuk bahan polyester yang dulu susah, sekarang mudah”

- e. Apakah Anda merasa adanya peningkatan dalam manajemen produksi setelah digitalisasi dilakukan?

“Belum optimal, tapi lebih baik dari dulu. Kalau bisa ada dashboard harian atau rekap kerjaan biar lebih jelas”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3

4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	2
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

D. Pegawai 3 (Bagian Packing dan QC)

- a. Apa perbedaan yang Anda rasakan sebelum dan sesudah penerapan mesin DTF dalam proses produksi?
“Sebelum pakai DTF, hasil cetakan kadang nggak presisi, harus banyak diperiksa ulang. Sekarang lebih stabil hasilnya”
- b. Apakah Anda sudah mendapatkan pelatihan terkait pengoperasian mesin DTF? Jika sudah, bagaimana efektivitasnya?
“Saya cuma bagian finishing, jadi hanya diberi tahu cara penanganan hasil cetakan, bukan operasinya langsung”
- c. Bagaimana sistem kerja sekarang dibandingkan saat masih menggunakan metode sablon manual?

“Lebih cepat, dan kerusakan produk lebih sedikit. Dulu kadang sablon ngelotok, sekarang lebih awet”

- d. Menurut Anda, apakah penggunaan teknologi DTF dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil kerja Anda?

“Kualitas naik, revisi dari pelanggan jadi jarang. Produksi juga bisa selesai lebih cepat”

- e. Apakah Anda merasa adanya peningkatan dalam manajemen produksi setelah digitalisasi dilakukan?

“Belum, tapi sudah ada perbaikan. Komunikasi antar bagian masih perlu ditingkatkan”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	2
2	Kualitas Produk	4
3	Fleksibilitas desain produk	3
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
----	------------------	-------

	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	2
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

E. Pegawai 4 (Bagian Desain Grafis)

- a. Apa perbedaan yang Anda rasakan sebelum dan sesudah penerapan mesin DTF dalam proses produksi?
 “Dulu hasil desain suka berubah waktu dicetak. Sekarang warna dan detail bisa sesuai file karena DTF lebih akurat”
- b. Apakah Anda sudah mendapatkan pelatihan terkait pengoperasian mesin DTF? Jika sudah, bagaimana efektivitasnya?
 “Belum ke arah mesin, tapi saya belajar cara buat file biar kompatibel dengan mesin DTF”
- c. Bagaimana sistem kerja sekarang dibandingkan saat masih menggunakan metode sablon manual?
 “Lebih sinkron antara bagian desain dan cetak. Komunikasi antar tim jadi lebih lancar”
- d. Menurut Anda, apakah penggunaan teknologi DTF dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil kerja Anda?
 “Desain bisa lebih variatif, dan waktu produksi lebih pendek karena tidak perlu cetakan ulang”
- e. Apakah Anda merasa adanya peningkatan dalam manajemen produksi setelah digitalisasi dilakukan?

“Perlu ditingkatkan, terutama koordinasi saat order masuk banyak sekaligus”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2

2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	2
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

F. Pegawai 5 (Bagian gudang dan bahan)

- a. Apa perbedaan yang Anda rasakan sebelum dan sesudah penerapan mesin DTF dalam proses produksi?

“Sebelum pakai DTF, bahan dan tinta cepat habis karena sablon manual banyak buang. Sekarang lebih hemat”

- b. Apakah Anda sudah mendapatkan pelatihan terkait pengoperasian mesin DTF? Jika sudah, bagaimana efektivitasnya?

“Saya tidak pegang mesin, tapi dilibatkan saat stock tinta DTF datang, jadi tahu kebutuhan bahan yang baru”

- c. Bagaimana sistem kerja sekarang dibandingkan saat masih menggunakan metode sablon manual?

“Lebih terorganisir. Ada stok khusus untuk keperluan DTF”

- d. Menurut Anda, apakah penggunaan teknologi DTF dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil kerja Anda?

“Lebih hemat bahan, sisa tinta bisa dipakai lebih lama”

- e. Apakah Anda merasa adanya peningkatan dalam manajemen produksi setelah digitalisasi dilakukan?

“Belum semua bagian pakai sistem. Kalau bisa ada sistem stok digital, biar nggak salah beli bahan”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	2
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

G. Pegawai 6 (Bagian admin order)

- a. Apa perbedaan yang Anda rasakan sebelum dan sesudah penerapan mesin DTF dalam proses produksi?

“Dulu saya harus kasih estimasi 7 hari ke pelanggan. Sekarang rata-rata bisa selesai dalam 3–4 hari, bahkan kalau satuan bisa sehari”

- b. Apakah Anda sudah mendapatkan pelatihan terkait pengoperasian mesin DTF? Jika sudah, bagaimana efektivitasnya?

“Tidak langsung, tapi saya dilatih cara menyesuaikan jadwal produksi dengan kapasitas mesin”

- c. Bagaimana sistem kerja sekarang dibandingkan saat masih menggunakan metode sablon manual?

“Lebih efisien, tapi kadang masih tumpang tindih kalau order banyak sekaligus”

- d. Menurut Anda, apakah penggunaan teknologi DTF dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil kerja Anda?

“Lebih cepat kirim barang, pelanggan juga lebih puas”

- e. Apakah Anda merasa adanya peningkatan dalam manajemen produksi setelah digitalisasi dilakukan?

“Sudah ada jadwal, tapi belum otomatis. Idealnya ada sistem tracking order digital”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3

4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	2
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

H. Pelanggan 1 (Mahasiswa)

- a. Apa yang membuat Anda memilih Customwear.id untuk memenuhi kebutuhan sablon atau apparel custom Anda?

“Harganya terjangkau, pelayanan cepat, dan desainnya bisa bebas request”

- b. Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk setelah Customwear.id menggunakan teknologi sablon DTF?

“Lebih halus dan awet, nggak gampang retak walau dicuci berkali-kali”

c. Apakah Anda merasa puas dengan kecepatan pengerjaan pesanan yang dilakukan oleh Customwear.id?

“Dulu bisa seminggu lebih, sekarang 3 hari sudah selesai”

d. Apakah Anda pernah mengalami keluhan terhadap produk atau layanan? Jika iya, bagaimana penanganannya?

“Pernah ada salah ukuran, tapi diganti langsung tanpa ribet”

e. Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan atau sistem pemesanan di Customwear.id?

“Ada sistem order online langsung via website atau aplikasi, jadi nggak perlu DM terus”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2

3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	3
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

I. Pelanggan 2 (Guru sekolah)

- a. Apa yang membuat Anda memilih Customwear.id untuk memenuhi kebutuhan sablon atau apparel custom Anda?

“Dulu pernah order untuk seragam komunitas guru. Hasil bagus dan cepat selesai”

- b. Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk setelah Customwear.id menggunakan teknologi sablon DTF?

“Jauh lebih bagus dibanding vendor lain. Warna cetak sangat tajam”

- c. Apakah Anda merasa puas dengan kecepatan pengerjaan pesanan yang dilakukan oleh Customwear.id?

“Lebih cepat dari ekspektasi. Dulu 10 hari, sekarang bisa 4–5 hari”

d. Apakah Anda pernah mengalami keluhan terhadap produk atau layanan? Jika iya, bagaimana penanganannya?

“Belum pernah. Komunikasi dengan admin juga sangat responsif”

e. Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan atau sistem pemesanan di Customwear.id?

“Sediakan katalog bahan dan jenis sablon yang bisa dipilih online”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
----	------------------	-------

	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	2
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

J. Pelanggan 3 (Pemilik brand lokal)

- a. Apa yang membuat Anda memilih Customwear.id untuk memenuhi kebutuhan sablon atau apparel custom Anda?

“Mereka bisa produksi skala kecil dengan kualitas tinggi. Cocok untuk brand kecil seperti saya”

- b. Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk setelah Customwear.id menggunakan teknologi sablon DTF?

“Kualitas bagus, detail desain tetap terlihat jelas. Cocok untuk desain kompleks”

- c. Apakah Anda merasa puas dengan kecepatan pengerjaan pesanan yang dilakukan oleh Customwear.id?

“Cepat dan tepat waktu. Sesuai estimasi yang diberikan”

- d. Apakah Anda pernah mengalami keluhan terhadap produk atau layanan? Jika iya, bagaimana penanganannya?

“Pernah ada delay karena mesin rusak, tapi dikabari dari awal”

- e. Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan atau sistem pemesanan di Customwear.id?

“Perluin customer service lebih aktif di luar jam kerja, karena banyak pemesan dari luar kota”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3

	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	2
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

K. Pelanggan 4 (Anggota komunitas)

- a. Apa yang membuat Anda memilih Customwear.id untuk memenuhi kebutuhan sablon atau apparel custom Anda?

“Order kaos untuk komunitas. Suka karena bisa order desain bebas dan warna sesuai request”

- b. Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk setelah Customwear.id menggunakan teknologi sablon DTF?

“Bagus, warna tetap awet walau kena panas dan keringat”

- c. Apakah Anda merasa puas dengan kecepatan pengerjaan pesanan yang dilakukan oleh Customwear.id?

“Dibanding vendor sebelumnya, ini lebih cepat dan sesuai waktu”

- d. Apakah Anda pernah mengalami keluhan terhadap produk atau layanan? Jika iya, bagaimana penanganannya?

“Pernah desain terlalu kecil pas dicetak, tapi langsung dibetulkan dan diganti”

- e. Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan atau sistem pemesanan di Customwear.id?

“Ada fitur preview digital sebelum produksi dimulai”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	2
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

L. Pelanggan 5 (Frelancer desainer)

- a. Apa yang membuat Anda memilih Customwear.id untuk memenuhi kebutuhan sablon atau apparel custom Anda?

“Mereka bisa mewujudkan desain saya tanpa minimal order tinggi. Cocok untuk prototipe”

- b. Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk setelah Customwear.id menggunakan teknologi sablon DTF?

“Detail desain terjaga, sangat memuaskan. Cocok untuk portofolio”

- c. Apakah Anda merasa puas dengan kecepatan pengerjaan pesanan yang dilakukan oleh Customwear.id?

“Sesuai dengan deadline, saya sering dapat pesanan urgent dan mereka bisa bantu”

- d. Apakah Anda pernah mengalami keluhan terhadap produk atau layanan? Jika iya, bagaimana penanganannya?

“Pernah hasil warnanya beda sedikit, tapi langsung direvisi tanpa tambahan biaya”

- e. Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan atau sistem pemesanan di Customwear.id?

“Perlu update info slot produksi harian, jadi pelanggan bisa tahu kapan antriannya”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	2
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	
1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	2
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

M. Pesaing (BS Streetwear)

- a. Bagaimana Anda melihat posisi Customwear.id dibandingkan dengan usaha Anda dalam hal efisiensi produksi?

“Mereka termasuk cepat adopsi teknologi. Sekarang bisa bersaing di kecepatan produksi dan variasi desain”

- b. Apakah Anda juga menggunakan teknologi DTF? Jika ya, apa kelebihan dan kekurangannya menurut Anda?

“Belum. Kami masih pakai sablon manual dan DTG. Tapi mulai pertimbangkan DTF karena hasilnya lebih ekonomis untuk skala kecil”

- c. Apa pandangan Anda terhadap kepuasan pelanggan dalam industri sablon konveksi saat ini?

“Pelanggan sekarang maunya cepat dan kualitas tinggi. Siapa yang bisa kasih dua-duanya, itu yang akan bertahan”

- d. Menurut Anda, apa yang menjadi keunggulan atau kelemahan Customwear.id dibanding pesaing lainnya?

“Pelayanan mereka bagus dan cepat tanggap. Saya dengar juga ada garansi untuk sablon mengelupas itu nilai plus”

- e. Bagaimana peluang kerja sama atau kolaborasi antara sesama pelaku usaha konveksi lokal menurut Anda?

“Sangat penting. Kalau ada event atau tender besar, bisa saling support. Harusnya konveksi lokal bisa kerja sama, bukan saling sikut”

Penilaian 1-4 (Kekutan & Kelemahan)

1 = Kelemahan yang sangat besar

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang besar

4 = Kekuatan yang sangat besar

Penilaian 1-4 (Peluang & Ancaman)

1 = Ancaman yang sangat besar

2 = Ancaman yang besar

3 = Peluang yang besar

4 = Peluang yang sangat besar

No	Faktor Internal	Nilai
	Kekuatan	
1	Sumber Daya Manusia	3
2	Kualitas Produk	3
3	Fleksibilitas desain produk	3
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3
	Kelemahan	
1	Ketergantungan pada bahan baku	1
2	Biaya produksi	2
3	Persaingan	2
4	Keterbatasan Teknologi	3

No	Faktor Eksternal	Nilai
	Peluang	
1	Peningkatan Permintaan	4
2	Inovasi Teknologi	3
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3
	Ancaman	

1	Persaingan harga kompetitor	2
2	Perubahan Tren atau teknologi yang cepat	2
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3

Lampiran 2

Hasil Perhitungan Matriks IFAS dan EFAS

A. Matriks IFAS

No	Faktor Internal	Responden													Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13			
1	Sumber Daya Manusia	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	0.14	3.0	0.42
2	Kualitas Produk	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	0.154	3.3	0.51
3	Fleksibilitas desain produk	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	0.143	3.1	0.44
4	Jaringan Pemasaran mudah dijangkau	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	0.143	3.1	0.44
		Total Kekuatan													0,573		1,72
	Kelemahan																
1	Ketergantungan pada bahan baku	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	0.097	2.1	0.2
2	Biaya produksi	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	0.115	2.5	0.29
3	Persaingan	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	0.115	2.5	0.29
4	Keterbatasan Teknologi	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0.093	2.0	0.19
		Total Kelemahan													0,427		0,99
		Total Keseluruhan													1		2,71

Keterangan :

Bobot = Jumlah nilai dari 13 responden : Jumlah total keseluruhan nilai

Rating = Jumlah nilai dari 13 responden : Jumlah responden

Skor = Bobot x Rating

B. Matriks EFAS

No	Faktor Eksternal	Responden													Bobot	Rating	Skor
	Peluang	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13			
1	Peningkatan Permintaan	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	0.183	3.5	0.64
2	Inovasi Teknologi	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	0.171	3.3	0.56
3	Kerja Sama dengan instansi/komunitas	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	0.163	3.2	0.52
		Total Peluang													0.587		1.996
	Ancaman																
1	Persaingan harga kompetitor	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0.171	3.3	0.56
2	Perubahan tren atau teknologi yang cepat	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0.155	3.0	0.46
3	Penurunan permintaan saat keadaan ekonomi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0.155	3.0	0.46
		Total Ancaman													0.412		1
		Total keseluruhan													1		2.996

Keterangan :

Bobot = Jumlah nilai dari 13 responden : Jumlah total keseluruhan nilai

Rating = Jumlah nilai dari 13 responden : Jumlah responden

Skor = Bobot x Rating

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lailatul Isticharoh
NIM : 18510062
Jurusan : Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tahun Akademik : 2025

Judul Skripsi : " Optimalisasi Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis di CUSTOMWEAR.ID Ungaran"

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis dan saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiarisme, maka saya akan menerima sanksi yang sudah ditentukan pihak akademik.

Ungaran, 6 Oktober 2025

Menyatakan,



Lailatul Isticharoh

NIM : 18510062



YAYASAN UNRARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Pada hari ini, Jumat tanggal, 25 Juli 2025 berdasarkan Keputusan Dekan Ekonomi UNRARIS No. 012/A.III/6/I/2023 tanggal 24 Januari 2023 perihal Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi :

1. Nama lengkap : Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K,S.E.,M.M
Jabatan Akademik : Profesor
Pangkat / Golongan: Pembina Utama Muda, IV/c.
Bertugas sebagai : Pembimbing Utama
2. Nama lengkap : Nurmiyati, S.E.,M.M
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda, Tk.I, III/b
Bertugas sebagai : Pembimbing Pendamping

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah menyelesaikan proses pembimbing skripsi :

Nama : Lailatul Isticharoh
NIM : 18510062
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Optimalisasi Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis di CUSTOMWEAR.ID Ungaran

NO	TAHAPAN	TANGGAL	KETERANGAN
01	Penunjukan Dosen Pembimbing	10 Oktober 2021	
02	Penyusunan Proposal Skripsi	24 September 2023	
03	Instrumen penelitian	17 Desember 2024	
04	Ijin Pelaksanaan Penelitian	10 April 2025	
05	Pengumpulan Data	15 April 2025	
06	Analisis Data	20 Juni 2025	
07	Penyusunan Laporan/Skripsi	21 Juni 2025	

Demikian berita acara bimbingan skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing Utama,

Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K,S.E.,M.M
NIDN. 0614068702

Pembimbing Pendamping,

Nurmiyati, S.E.,M.M
NIDN. 0603037301

Mengetahui
Dekan Ekonomi UNRARIS,

M. Arif Rukhman, S.E.,M.E.
NIDN. 0614068702



YAYASAN UNDARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULMU ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini, Jumat tanggal, 25 Juli 2025 pukul 08.00 WIB, berdasarkan Keputusan Dekan Ekonomi UNDARIS No. 234/A.1/5/VII/2025 tanggal 24 Juli 2025 perihal Susunan Dosen Tim Penguji Skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNDARIS tingkat Sarjana (SI):

1. Nama lengkap : Nunuk Supraptini, S.E.,M.M
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata, III/c
Bertugas sebagai : Ketua Penguji
2. Nama lengkap : Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K,S.E.,M.M
Jabatan Akademik : Guru Besar
Pangkat / Golongan: Pembina Utama Muda, IV/c
Bertugas sebagai : Anggota
3. Nama lengkap : Nurmiyati, S.E.,M.M
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda, Tk.I, III/b
Bertugas sebagai : Anggota

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah diuji skripsinya,

Nama : Lailatul Isticharoh
NIM : 18510062
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Optimalisasi Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis di
CUSTOMWEAR.ID Ungaran

NILAI HASIL UJIAN : Angka = 68 Equivalent = B

Demikian berita acara ujian skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua,

Nunuk Supraptini, S.E.,M.M

NIDN. 0614086601

Anggota,

Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K,S.E.,M.M

NIDN. 0606096201

Anggota,

Nurmiyati, S.E.,M.M

NIDN. 0603037301

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi UNDARIS,

M. Arif Rukhman, S.E.,M.E.
NIDN. 0614068702