

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TOKO BAJU AFUZ *COLLECTION* DI DESA SUNGAI SANDUNG KECAMATAN SUNGAI PANDAN KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

Novianti Rizka Safitri¹, Jumai Latte²
Program Studi Administrasi Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
Email : noviantirizka223@gmail.com

ABSTRAK

Toko Baju Afuz *Collection* di Desa Sungai Sandung Alabio adalah UMKM yang telah berdiri sejak tahun 2010. Toko ini cukup terkenal dan memiliki banyak pelanggan. Untuk terus berkembang, perlu strategi yang tepat dan efektif dalam hal harga, kualitas, dan bahan yang dijual. Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal Toko Baju Afuz *Collection*, merumuskan strategi yang sesuai, dan menerapkan strategi untuk pengembangan bisnis UMKM ini. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, melibatkan 2 informan dengan teknik purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan Toko Baju Afuz *Collection* meliputi peningkatan kualitas bahan dan merek, penawaran harga terjangkau, promosi penjualan yang intensif, dan pemilihan lokasi yang strategis. Analisis SWOT menunjukkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi strategi usaha Toko Afuz *Collection*. Rekomendasi yang diberikan termasuk peningkatan strategi promosi, peningkatan kualitas produk, serta adaptasi terhadap perubahan tren pasar. Dengan demikian, Toko Baju Afuz *Collection* diharapkan bisa bersaing dan berkembang di masa depan.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, UMKM

ABSTRACT

The Afuz Collection Clothing Store in Sungai Sandung Alabio Village is an MSME that has been established since 2010. The store is quite famous and has a lot of customers. To continue to grow, it is necessary to have the right and effective strategy in terms of price, quality, and materials sold. This research aims to analyze the internal and external conditions of the Afuz Collection Clothing Shop, formulate appropriate strategies, and implement strategies for the development of this MSME business. The research was conducted using a qualitative descriptive method, involving 2 informants with purposive techniques. The results of the study show that the development strategy of the Afuz Collection Clothing Store includes improving the quality of materials and brands, offering affordable prices, intensive sales promotion, and choosing a strategic location. The SWOT analysis shows internal factors (strengths and weaknesses) as well as external factors (opportunities and threats) that affect the business strategy of Toko Afuz Collection. The recommendations given include improving promotional strategies, improving product quality, and adapting to changing market trends. Thus, the Afuz Collection Clothing Store is expected to be able to compete and develop in the future.

Keywords: Developer Strategy, MSMEs

PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dianggap sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan sebagai tempat sementara bagi pekerja yang belum terserap di sektor formal. Oleh karena itu, UMKM menjadi salah satu sektor usaha yang dapat berkembang secara konsisten dalam perekonomian negara. UMKM memainkan peran penting dalam jumlah usaha, penciptaan lapangan kerja, dan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur melalui PDB.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), dalam Fawzi dkk., 2021:10, strategi pemasaran mencakup logika pemasaran di mana organisasi berharap untuk menghasilkan dan mendapatkan keuntungan dari hubungan dengan konsumen (Fawzi Marissa Grace Haque dkk., 2021). UMKM, termasuk toko pakaian yang dikelola oleh H. Gazali Rahman dan Ibu Hj. Norhidayah, beroperasi di berbagai bidang usaha. Toko Pakaian Afuz *Collection* merupakan bagian dari UMKM yang memiliki prospek baik di masa depan dan mampu menciptakan lebih banyak lapangan kerja, seperti yang terlihat di Desa Sungai Sandung Alabio, Kecamatan Sungai Pandan, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Toko ini didirikan sejak tahun 2010, namun promosi produk yang ditawarkan masih kurang di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, penjualan masih perlu dikembangkan dan strategi yang efektif masih diperlukan untuk bersaing dengan perusahaan yang lebih maju. Untuk meningkatkan bisnis Toko Pakaian Afuz *Collection* di Desa Sungai Sandung, diperlukan analisis strategi yang tepat dan efisien agar bisnis tersebut dapat berkembang dan tetap bersaing di masa depan. Toko pakaian sering bersaing dalam hal harga, kualitas, dan bahan yang dijual. Meski menghadapi banyak tantangan, Toko Pakaian Afuz *Collection* di Desa Sungai Sandung terus berkembang.

Penelitian Aan Novianto berjudul "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar)" menemukan bahwa posisi industri kerajinan gerabah Desa Negara Ratu berada pada sel I, menunjukkan posisi agresif dengan strategi pertumbuhan terbaik. Dengan menggunakan matrik SWOT, strategi SO (Strength Opportunities) adalah pilihan terbaik untuk mengembangkan bisnis kerajinan gerabah Desa Negara Ratu. Strategi ini memanfaatkan kekuatan industri untuk menangkap peluang dengan mengembangkan produk, memperluas wilayah pemasaran, dan meningkatkan kualitas SDM (Novianto, 2017).

Penelitian Nanda Hardiyanti berjudul "Strategi Pengembangan Bisnis Roti Berbasis Syariah Di Indonesia (Studi Kasus: Rotte Bakery)" menunjukkan bahwa pengembang perusahaan harus mengembangkan strategi baru untuk mengatasi persaingan ketat dan perubahan lingkungan bisnis. Dengan menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP), penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis berbasis syariah berdasarkan SWOT dan AHP, serta memberikan prioritas tertinggi pada strategi pengembangan bisnis syariah. (Hardiyanti, 2019)

Manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan menyebarkan keputusan sepanjang fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan. Menurut David (2012), tujuan manajemen strategi adalah merencanakan masa depan dan menangkap peluang baru. Strategi, menurut Porter (1997:68), adalah membangun posisi yang unik dan berharga dengan berbagai kegiatan, sehingga perusahaan dapat mengambil tindakan berbeda. (Yunus, 2016)

Tujuan umum pengembangan usaha adalah menghasilkan keuntungan melalui pendirian usaha, memanfaatkan pasar dan peluang usaha, serta menciptakan lapangan kerja baru (Central Otago District Center, 2013:5). Pengembangan usaha mencakup segala aktivitas yang meningkatkan produksi, keuntungan, atau potensi layanan bisnis. Selain itu, pengembangan usaha dapat berupa investasi waktu atau dana yang mempengaruhi pertumbuhan dan ekspansi bisnis. (Central Otago District Council, 2013). Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, Usaha Mikro memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (termasuk tidak tanah dan bangunan) atau hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00. Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih hingga Rp50.000.000,00 atau hasil penjualan tahunan antara Rp300.000.000,00 hingga Rp2.500.000.000,00.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, teknik purposive digunakan untuk menentukan dua informan. Perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi data, analisis kasus negatif, dan peninjauan anggota menunjukkan kredibilitas penelitian ini. (Sugiyono, 2017)

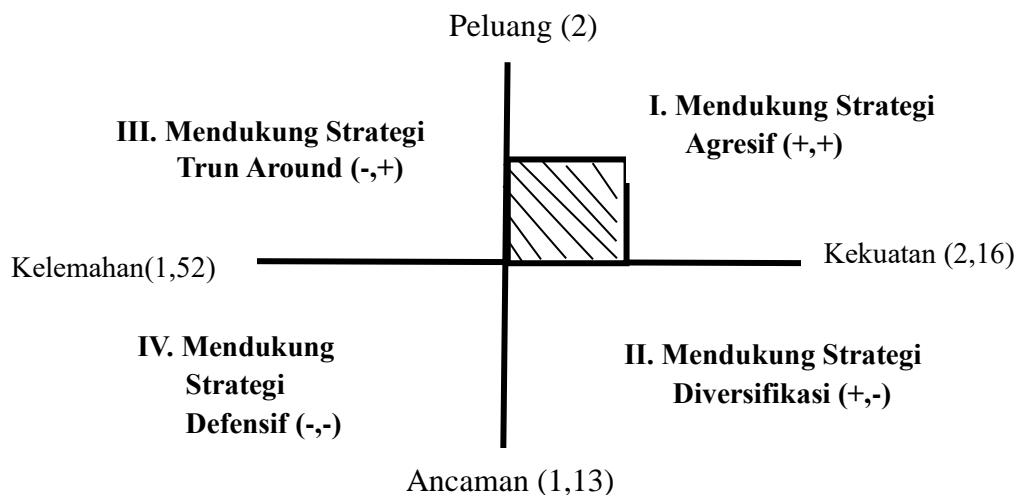
Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Sungai Sandung Alabio Kecamatan Sungai Pandan Kabupaten Hulu Sungai Utara pada Toko Baju Afuz *Collection*. Dalam penelitian ini, analisis SWOT digunakan untuk menentukan strategi pengembangan. Ini menganalisis faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman, dan faktor internal, yaitu kekuatan dan kelemahan.

Analisis SWOT IFAS dan EFAS

IFAS	3,68	EFAS	3,13
Total Skor Kekuatan (S)	2,16	Total Skor Peluang (O)	2
Total Skor Kelemahan (W)	1,52	Total Skor Ancaman (T)	1,13
$X=S-W$	0,64	$Y=O-T$	0,87

Dari perhitungan yang ada diatas dikatakan bahwa Toko Baju Afuz *Collection* memiliki kekuatan yang cukup baik, kelemahan juga termasuk kedalam kategori yang cukup besar, hal tersebut bisa dijadikan sebagai acuan Toko Afuz *Collection* untuk menentukan kebijakan-kebijakan baru dan dapat memanfaatkan kekuatan yang ada dengan sebaik mungkin serta kelemahan yang ada dapat diminimalisir dan peluang mempunyai peluang dengan poin sebesar 2. Angka ini cukup besar tapi masih jauh dari angka yang mampu perusahaan miliki. Hal tersebut dapat menjadikan pelajaran bagi pengusaha agar lebih bisa memanfaatkan suatu peluang serta bisa mencari peluang yang lainnya agar dapat mengembangkan usaha toko bajunya.

Kuadran Strategi SWOT Toko Afuz *Collection*



PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian SWOT strategi pengembangan Toko Baju Afuz *Collection* dapat dilihat dari faktor internal jauh lebih besar nilainya dibandingkan dengan faktor eksternal. Yang mana dapat di artikan, bahwa faktor internal strategi pengembangan usaha Toko Afuz *Collection* mampu lebih unggul dari pada faktor eksternal dalam strategi pengembangan usaha Toko Afuz *Collection*. Dengan demikian, elemen internal tetap dapat diandalkan dalam rencana pembangunan Toko Afuz *Collection*. Dari hasil tersebut, ternyata perhitungan SWOT menunjukkan posisi yang sangat menguntungkan di kuadran I—seperti yang disebutkan sebelumnya. Menurut analisis di atas, faktor internal dan eksternal dapat memengaruhi kinerja bisnis. Diagram analisis SWOT Toko Baju Afuz *Collection*, yang terletak di Desa Sungai Sandung Kecamatan Sungai Pandan Kabupaten Hulu Sungai Utara, menunjukkan kombinasi faktor-faktor ini. Strategi pengembangan bisnisnya adalah sebagai berikut:

Cara ini adalah gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*).

1. Menjual produk dengan harga terjangkau dan kepada pemborong dengan harga grosir agar permintaan selalu meningkat, serta dapat berkembang.
2. Mempertahankan kualitas dengan bahan dan merek.
3. Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai demi kenyamanan pembeli dan keberhasilan.

Strategi ini adalah gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*).

1. Menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman dari luar.
2. Mempertahankan harga yang terjangkau untuk meningkatkan minat
3. Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai untuk kenyamanan berbelanja.

Faktor internal (kelemahan) dan faktor eksternal (bahaya) membentuk strategi ini, yang juga bergantung pada tindakan pertahanan untuk mengurangi kelemahan perusahaan saat menghadapi ancaman dari luar. Toko Afuz *Collection* menggunakan strategi WT berikut:

1. Mengembangkan strategi promosi yang sederhana untuk menjadikannya lebih menarik supaya konsumen lebih banyak membeli barang di Toko Baju Afuz *Collection*.
2. Mengembangkan bisnis Toko Baju Afuz *Collection* dengan mengikuti pameran atau bazar untuk memberi tahu masyarakat luas untuk meningkatkan daya beli konsumen.

Dengan mempertimbangkan strategi-strategi SWOT yang disebutkan di atas yang harus diterapkan oleh Toko Afuz *Collection* untuk mengembangkan bisnisnya, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa, jika dilihat dari teori yang diuraikan di atas, strategi yang telah diterapkan oleh Toko Afuz *Collection*.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM Toko Baju Afuz *Collection* di Desa Sungai Sandung, Kecamatan Sungai Pandan, Kabupaten Hulu Sungai Utara meliputi penggunaan bahan dan merek berkualitas tinggi, penjualan dengan harga terjangkau, promosi yang lebih baik, serta pemilihan lokasi yang strategis. Berdasarkan analisis SWOT, faktor internal dan eksternal juga disebutkan.

Faktor-faktor internal yang mempengaruhi strategi usaha Toko Afuz *Collection* mencakup kelebihan seperti harga terjangkau, bahan dan merek berkualitas, serta fasilitas dan infrastruktur yang lengkap, sementara kelemahannya meliputi periklanan yang masih sederhana, kurangnya partisipasi dalam pameran atau pasar, dan strategi pemasaran yang masih perlu ditingkatkan. Toko Afuz *Collection* disarankan untuk memperbaiki strategi periklanannya guna meningkatkan minat beli masyarakat, permintaan pasar, dan meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E.S. and Latte, J. (2023) 'PENGARUH POTENSI SUMBER DAYA ALAM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI DESA HANTAKAN KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH', *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(1), pp. 12–23.
- Agustina, E.S. and Saputra, H. (2022) 'Strategi quality of conformance pada kolam renang Tirta Agung Suryanata di Kabupaten Hulu Sungai Utara', *Inovatif*, 4(2), pp. 44–92.
- Central Otago District Council (2013) *Central Otago Economic and Business Delopment Strategy 2013-2016*. Central Otago: Central Otago District.
- Fadillah, H. (2023) 'PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DEALER YAMAHA SURYANATA AMUNTAI', *INOVATIF*, 5(2), pp. 1–12.
- Fadillah, H. and Hairudinor, H. (2022) 'Daya Saing UMKM Untuk Mengikuti Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah di Kabupaten Hulu Sungai Utara', *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(2), pp. 30–38.
- Fawzi Marissa Grace Haque dkk. (2021) *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Hardiyanti, N. (2019) *Strategi Pengembangan Bisnis Roti Berbasis Syariah Di Indonesia (Studi Kasus: Rotte Bakery)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Hasanah, N. (2023) 'PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KATERING SHOBIA DI KELURAHAN SUNGAI MALANG KECAMATAN AMUNTAI TENGAH', *INOVATIF*, 5(2), pp. 41–48.
- Hasanah, N. and Jainah, J. (2022) 'PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MEBEL ALUMINIUM DI DESA SUNGAI DURAIT TENGAH KECAMATAN BABIRIK KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA (STUDI KASUS PADA BAPAK YANUR)', *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 4(1), pp. 45–54.
- Hasanah, N. and Sa'diah, H. (2022) 'PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. PLN (PERSERO) ULP DAHA KECAMATAN DAHA UTARA KABUPATEN HULU SUNGAI SELATAN', *INOVATIF*, 4(2), pp. 1–17.
- Kurniawan, Y.J. *et al.* (2023) *Digitalisasi manajemen keuangan*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Latte, J. (2023) 'PENGARUH KOMPENSASI FINANSIAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN KOPERASI KONSUMEN TIRTA KANDILO KABUPATEN PASER', *INOVATIF*, 5(2), pp. 13–26.
- Latte, J. and Manan, A. (2022) 'Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara', *INOVATIF*, 4(1), pp. 35–44.
- Novianto, A. (2017) *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar)*. Fakultas ISIP.
- Rifani, J. and Azimah, S.H. (2022) 'Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Tahu Baso dan Tahu Walik Si Jack di Kota Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara', *Inovatif*, 4(2), pp. 28–33.
- Rifani, J. and Azimah, S.H. (2023) 'EFEKTIVITAS PRODUKSI UKM DALAM UPAYA MENINGKATKAN LABA (STUDI KASUS MAKARONI GULA MERAH MAMA ASMI)', *INOVATIF*, 5(1), pp. 24–30.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitas, dan R&C*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Yudianto, A. (2021) 'ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN INTERN PEMBERIAN KREDIT



PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT CANDI AGUNG AMUNTAI', *INOVATIF*, 3(2).

Yudianto, A. (2023) 'STUDI FENOMENOLOGI TENTANG PENGALAMAN PENGUSAHA DALAM MEMILIH SUMBER PEMBIAYAAN PADA PERUSAHAAN KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA', *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), pp. 74–89.

Yudianto, A. and Munawarah, M. (2022) 'PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN PANGSA PASAR PADA SASIRANGAN E-COMEL DESA TELAGA SARI KOTA AMUNTAI', *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 4(1), pp. 1–15.

Yunus, E. (2016) *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.