

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA INDUSTRI KONVEKSI SABLON KAOS DI *HOME INDUSTRY* 35 SCREEN PRINTING TUREN

Louis Allandika Tengor<sup>1)</sup>, Nelly Budiharti<sup>2)</sup>, Ida Bagus Suardika<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang  
Email : Louistengor.lt@gmail.com

**Abstrak,** Industri konveksi sablon kaos salah satu industri kecil dan menengah yang cukup populer di Indonesia. UD. 35 Screen Printing didirikan pada tahun 2017 yang berlokasi di Dusun Trimu, Desa Sawahan, Kecamatan Turen, Malang, Jawa Timur. Adapun produk yang dihasilkan oleh UD. 35 Screen Printing selain produk utama berupa kaos adalah, masker, hoodie, dan tas spunbond. Masalah yang dihadapi UD. 35 Screen Printing ialah pada persaingan usaha sablon kaos sangat kompetitif dan sulitnya usaha sablon kaos bertahan ditengah pandemi COVID-19 yang membuat produksi di UD. 35 Screen Printing tidak menentu karena bergantung pada jumlah pesanan yang masuk. Tujuan penelitian ini untuk menentukan strategi pengembangan usaha pada industri konveksi sablon kaos di *home industry* 35 screen printing. Metode yang digunakan yaitu metode SWOT yang digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di UD. 35 Screen Printing. Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) merupakan metode yang digunakan untuk menentukan strategi prioritas dari hasil matriks SWOT. Hasil yang diperoleh dari metode SWOT ialah pada kuadran satu SO (*Strengths – Oppotunities*), dimana titik koordinatnya pada 2,49 ; 2,32 dimana dalam posisi tersebut UD. 35 Screen Printing harus bisa memanfaatkan peluang yang ada dengan mempertahankan kekuatan yang dimiliki. Hasil yang diperoleh dari matriks SWOT dilanjutkan menggunakan metode AHP yang menghasilkan prioritas strategi SO1 (*Strengths Oppotunities* 1) yang memiliki nilai prioritas sebesar 31% dimana UD. 35 Screen Printing membuka lini produksi sablon kaos yang menerima order dalam jumlah satuan (tanpa minimal order) dengan mempertahankan kualitas yang dimiliki.

**Kata kunci :** Prioritas Pengembangan Usaha, SWOT, AHP

### PENDAHULUAN

UD. 35 Screen Printing didirikan pada tahun 2017 yang berlokasi di Dusun Trimu, Desa Sawahan, Kecamatan Turen, Malang, Jawa Timur. Produk yang dihasilkan oleh UD. 35 Screen Printing selain produk utama berupa kaos adalah, masker, hoodie, dan tas spunbond. UD. 35 Screen Printing dalam menjalankan produksinya menggunakan sistem pesanan (*job order*). Pesanan datang dari berbagai daerah meliputi wilayah Jawa Timur, Jawa Barat, dan Kalimantan. Tetapi pada awal pandemi COVID-19 pesanan sablon kaos mengalami penurunan yang signifikan dikarenakan kebijakan pembatasan sosial berskala besar oleh pemerintah yang membuat kegiatan – kegiatan yang berpotensi menyebarkan virus dilarang, berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha penurunan pesanan terparah terjadi pada bulan Agustus 2020 yang dimana pada bulan tersebut 35 Screen Printing hanya menerima orderan sebanyak 294 kaos dalam sebulan dikarenakan banyak orderan yang dibatalkan oleh pelanggan disebabkan oleh dilarangnya kegiatan - kegiatan yang dapat mengundang massa dan tidak adanya izin dari

pihak berwajib untuk menyelenggarakan acara. Adapun data produksi UD. 35 Screen Printing selama 12 bulan ditunjukkan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1 Jumlah Produksi Kaos UD. 35 Screen Printing Tahun 2020 – 2021

No	Bulan	Jumlah Produksi (Pcs)	Target Produksi (Pcs)
1	Februari	1347	1300
2	Maret	1169	
3	April	1272	
4	Mei	653	
5	Juni	425	
6	Juli	364	
7	Agustus	294	
8	September	892	
9	Oktober	662	
10	November	974	
11	Desember	916	
12	Januari	1309	

(Sumber: Arsip UD. 35 Screen Printing)

Dari data produksi pada tabel 1 dapat dilihat bahwa dari bulan ke bulan UD. 35 Screen Printing mengalami penurunan produksi pada bulan Mei sampai Oktober diakibatkan

pandemi COVID-19. Pada bulan November 2020 sampai Januari 2021 jumlah permintaan mengalami kenaikan setelah adanya kebijakan baru dari pemerintah, berkaca dari pandemi ini pemilik berkeinginan mengembangkan usahanya dikarenakan selama ini UD. 35 Screen Printing hanya berfokus pada sablon kaos yang merupakan produk utamanya dimana saat dilanda pandemi COVID-19 ini jumlah pesenan kaos yang masuk turun drastis yang berimbas pada penurunan pendapatan pada UD. 35 Screen Printing. Berdasarkan alasan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana strategi pengembangan usaha yang merupakan suatu upaya untuk mengembangkan bisnis yang dijalankan.

Metode yang digunakan dalam Strategi Pengembangan Usaha Pada Industri Konveksi Sablon Kaos Di UD. 35 Screen Printing Turen menggunakan metode analisis SWOT dengan menggunakan faktor internal dan eksternal sebagai variabel dalam strategi pengembangan usaha. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*), yang bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal organisasi yang penting untuk mencapai tujuan. Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) merupakan metode yang akan digunakan setelah diperoleh hasil dari analisis SWOT, dimana metode AHP berfungsi untuk menentukan strategi mana yang diprioritaskan untuk pengembangan usaha di UD. 35 Screen Printing.

Tujuan penelitian ini untuk menentukan strategi pengembangan usaha pada industri konveksi sablon kaos di *home industry* 35 screen printing.

## METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah pekerja dan konsumen pada UD. 35 Screen Printing. Berdasarkan jumlah populasi pekerja sebesar 18 orang dan konsumen pada bulan Januari 2021 sebesar 109 orang. Dengan rumus yang sudah ada, diperoleh sampel sebanyak 96 sampel.

### • Pengumpulan data

#### 1. Observasi

Observasi penelitian dilakukan secara langsung dengan melakukan pengamatan di UD. 35 Screen Printing. Observasi bertujuan untuk mengamati kondisi

lapangan secara detail dan mendalam untuk menemukan permasalahan apa yang ada di lapangan.

#### 2. Pembuatan dan penyebaran Kuesioner

Pembuatan kuesioner untuk responden di UD. 35 Screen Printing. Selanjutnya penyebaran kuesioner dilakukan untuk memberi pertanyaan – pertanyaan seputar kondisi di UD. 35 Screen Printing.

### • Pengolahan data

#### 1. Uji Validitas

Pada penelitian ini uji validitas menggunakan *software SPSS Statistics* 24. Uji validitas merupakan langkah uji yang dilakukan terhadap isi suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana akurasi dan ketepatan suatu instrumen dalam menjalankan suatu fungsi ukur.

#### 2. Uji Realibilitas

Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan *software SPSS Statistics* 24. Uji reliabilitas adalah proses mengukur keakuratan atau ketepatan (konsistensi) pada suatu instrumen. Uji reliabilitas ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan adalah instrumen yang konsisten, stabil dan dapat diandalkan.

### • Analisis Data

#### 1. Metode SWOT

Metode SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). (Freddy Rangkuti, 2008 dalam Titis Intan P, 2019)

#### 2. Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*)

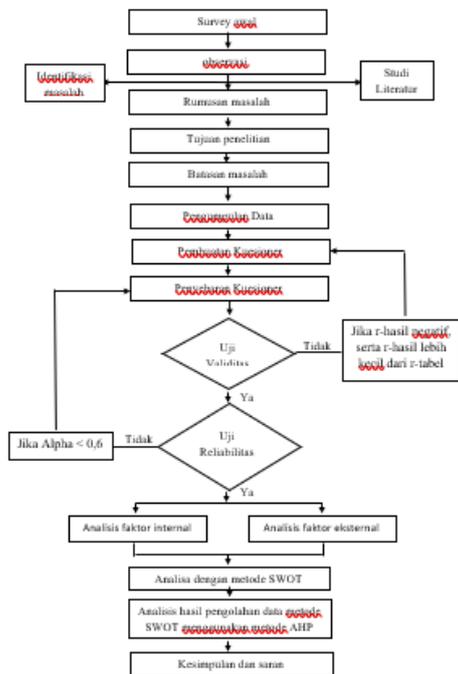
Metode AHP merupakan suatu model pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki, menurut (Saaty, 1993

dalam Nadari Oktaviani Pahlevi, 2020) hierarki didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multi level dimana level pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya ke bawah hingga level terakhir dari alternatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### • Uji Instrumen

Langkah awal pada penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner. Penyebaran kuesioner disebarkan kepada 96 responden yaitu kepada karyawan dan pelanggan di UD. 35 Screen Printing. Berikut adalah hasil beberapa uji instrumen :



Gambar 1 Diagram Alir

Tabel 2 Hasil Uji Instrumen Kuisioner 96 Responden

No	Pernyataan	Kuisioner				
		Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		R Tabel	R Hitung	Kesimpulan	$\lambda$ Hitung	Kesimpulan
1	P1	0,167	0,322	Valid	0,723	Reliabel
2	P2	0,167	0,245	Valid		
3	P3	0,167	0,171	Valid		
4	P4	0,167	0,393	Valid		
5	P5	0,167	0,541	Valid		
6	P6	0,167	0,311	Valid		
7	P7	0,167	0,412	Valid		
8	P8	0,167	0,417	Valid		
9	P9	0,167	0,415	Valid		
10	P10	0,167	0,501	Valid		
11	P11	0,167	0,405	Valid		
12	P12	0,167	0,213	Valid		

(Sumber: Pengolahan Data SPSS Statistics 24)

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas pada tabel 2 diketahui bahwa

nilai r hitung dari 12 pernyataan lebih besar dari r tabel sebesar 0,167 dapat dikatakan

pernyataan setiap kuesioner telah valid. Sedangkan untuk uji reliabilitas dengan nilai  $0,723 > r$  tabel, dengan  $r$  tabel sebesar 0,6. Sehingga pernyataan setiap kuisisioner dinyatakan reliabel dan penelitian ini dapat dilanjutkan.

- Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Identifikasi faktor internal dan eksternal dimana kondisi internal meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), dan kondisi eksternal meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dapat dilihat pada tabel 3:

Tabel 3 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

IFAS	Faktor Internal
<i>Strengths</i>	Mutu dan kualitas produk dari UD. 35 Screen Printing terjamin
	Pelayanan yang optimal terhadap konsumen
	Harga produk cukup terjangkau
<i>Weaknesses</i>	Lokasi UD. 35 Screen Printing kurang strategis atau jauh dari pusat keramaian
	UD. 35 Screen Printing tidak menerima pesanan sablon kaos satuan
	Produksi UD. 35 Screen Printing dilakukan hanya ketika ada pesanan
EFAS	Faktor Eksternal
<i>Opportunities</i>	Penambahan varian produk dari UD. 35 Screen Printing
	Membuka cabang di lokasi strategis yang berada di wilayah kota
	UD. 35 Screen Printing menerima pesanan sablon kaos satuan
<i>Threats</i>	Kenaikan harga bahan baku secara mendadak
	Minat konsumen yang menurun
	Munculnya kompetitor dengan pelayanan yang lebih baik dengan harga jual di bawah UD. 35 Screen Printing

(Sumber: Pengolahan Data)

Berdasarkan faktor internal dan eksternal pada tabel 3 di atas selanjutnya peneliti akan melakukan Perhitungan IFAS (*internal factor analysis strategy*) dan EFAS (*eksternal factor analysis strategy*) untuk mengetahui besarnya skor yang akan dijadikan sebagai strategi. Perhitungan IFAS dan EFAS sendiri adalah proses pengolahan data bobot dan *rating* pada setiap faktor. Perhitungan faktor IFAS dan EFAS dapat dilihat pada tabel 4 dan tabel 5 sebagai berikut.:

Tabel 4 Perhitungan Faktor IFAS

Perhitungan Skor Faktor Internal					
No	Kode	Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	Bobot	Rating	Skor
1	S1	Mutu dan kualitas produk dari UD. 35 Screen Printing terjamin	0,18	4	0,72
2	S2	Pelayanan yang optimal terhadap konsumen	0,16	3	0,48
3	S3	Harga produk cukup terjangkau	0,15	3	0,45
Sub total					1,65
No	Kode	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )	Bobot	Rating	Skor
1	W1	Lokasi UD. 35 Screen Printing kurang strategis atau jauh dari pusat keramaian	0,18	1	0,18
2	W2	UD. 35 Screen Printing tidak menerima pesanan sablon kaos satuan	0,16	2	0,32
3	W3	Produksi UD. 35 Screen Printing dilakukan hanya ketika ada pesanan	0,17	2	0,34
Sub total					0,84
Total			1		2,49

(Sumber: Pengolahan Data)

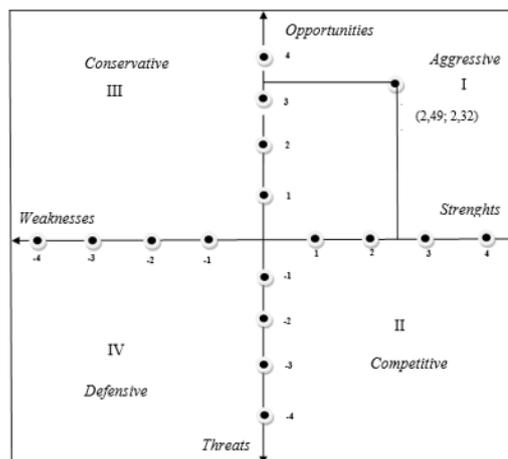
Tabel 5 Perhitungan Faktor EFAS

Perhitungan Skor Faktor Eksternal					
No	Kode	Peluang (Opportunity)	Bobot	Rating	Skor
1	O1	Penambahan varian produk dari UD. 35 Screen Printing	0,16	4	0,64
2	O2	Membuka cabang di lokasi strategis yang berada di wilayah kota	0,17	3	0,51
3	O3	UD. 35 Screen Printing menerima pesanan sablon kaos satuan	0,16	4	0,64
Sub total					1,79
No	Kode	Ancaman (Threats)	Bobot	Rating	Skor
1	T1	Kenaikan harga bahan baku secara mendadak	0,16	2	0,32
2	T2	Minat konsumen yang menurun	0,17	2	0,34
3	T3	Munculnya kompetitor dengan pelayanan yang lebih baik dengan harga jual di bawah UD. 35 Screen Printing	0,17	1	0,17
Sub total					0,83
Total			1		2,32

(Sumber: Pengolahan Data)

• SWOT

Pada analisis SWOT dilakukan pembuatan diagram analisis SWOT yang berdasarkan hasil skor identifikasi faktor internal dan identifikasi faktor eksternal yang ditunjukkan pada tabel 4 dan tabel 5. Dari data tersebut diketahui bahwa Analisis faktor IFAS lebih besar dari analisis faktor EFAS. Faktor IFAS sebesar 2,49, sedangkan analisis faktor EFAS sebesar 2,32. Berdasarkan total skor tersebut maka dapat digambarkan diagram analisis SWOT sebagai berikut :



Gambar 2 Diagram Analisis SWOT UD. 35 Screen Printing

Berdasarkan gambar 2 dapat diketahui bahwa UD. 35 Screen Printing pada diagram analisis SWOT berada pada posisi kuadran satu yang berarti kondisi yang sangat menguntungkan dengan titik koordinat (2,49;2,32) maka strategi yang sesuai yaitu SO (*Strengths – Opportunities*), strategi pada posisi ini dapat diterapkan dengan cara memanfaatkan peluang yang dimiliki oleh UD. 35 Screen Printing serta memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Maka strategi yang tepat berdasarkan posisi pada diagram analisis tersebut yaitu strategi *Aggressive*. Setelah mengetahui hasil strategi yang dihasilkan berdasarkan diagram analisis SWOT selanjutnya peneliti melakukan pembuatan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT sebagai berikut :

Tabel 6 Matriks SWOT UD. 35 Screen Printing

<b>IFAS</b>  <b>EFAS</b>	<b>Strengths (Kekuatan)</b> 1. Mutu dan kualitas produk dari UD. 35 Screen Printing terjamin 2. Pelayanan yang optimal terhadap konsumen 3. Harga produk cukup terjangkau	<b>Weaknesses (Kelemahan)</b> 1. Lokasi UD. 35 Screen Printing kurang strategis atau jauh dari pusat keramaian 2. UD. 35 Screen Printing tidak menerima pesanan sablon kaos satuan 3. Produksi UD. 35 Screen Printing dilakukan hanya ketika ada pesanan
<b>Opportunity (Peluang)</b> 1. Penambahan varian produk dari UD. 35 Screen Printing 2. Membuka cabang di lokasi strategis yang berada di wilayah kota 3. UD. 35 Screen Printing menerima pesanan sablon kaos satuan	<b>Strategi S-O</b> 1. Membuka lini produksi sablon satuan dengan mempertahankan kualitas produk 2. Memperluas varian produk dengan menawarkan sablon gelas plastik yang berkualitas serta harga yang terjangkau 3. Memperluas varian produk dengan menerima pembuatan masker kustom dengan standar SNI 4. Memperluas varian produk di segmen souvenir yaitu mug, tumbler, dan gantungan kunci 5. Memperluas varian produk dengan menawarkan sablon topi satuan dengan harga murah dan kualitas yang terjamin. 6. UD 35 Screen Printing menambah lini produksi di industri jersey olahraga dengan harga yang murah 7. UD 35 Screen Printing memperluas varian produk dengan menawarkan pembuatan Hijab dan Bantal satuan dengan kualitas yang terbaik 8. Memperluas usaha melalui pembukaan cabang dengan mempertahankan pelayanan yang optimal kepada konsumen	<b>Strategi W-O</b> 1. Selalu melakukan inovasi-inovasi produk baru agar konsumen memiliki variasi dalam memilih produk sehingga mampu mempertahankan konsumen tetap 2. Membuat sebuah <i>merchandise</i> untuk meningkatkan pendapatan UD 35 Screen Printing tanpa harus menunggu pesanan dari konsumen
<b>Threats (Ancaman)</b> 1. Kenaikan harga bahan baku secara mendadak 2. Minat konsumen yang menurun 3. Munculnya kompetitor dengan pelayanan yang lebih baik dengan harga jual di bawah UD. 35 Screen Printing	<b>Strategi S-T</b> 1. Mengembangkan kualitas produk dengan konsisten terhadap harga produk untuk menekan turunnya minat konsumen 2. Mempertahankan kualitas produk dengan meningkatkan pelayanan terhadap waktu pengerjaan produk untuk dijadikan keunggulan untuk menekan persaingan dengan kompetitor	<b>Strategi W-T</b> 1. Meningkatkan varian produk dengan konsep masa kini yang dapat menjangkau minat konsumen baik dari dalam maupun luar kota.

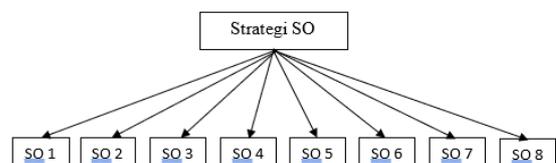
(Sumber: Pengolahan Data)

Dari tabel 6 dapat diketahui berbagai macam alternatif strategi yang dihasilkan dari strategi SO, WO, ST, dan WT. Dalam membuat suatu strategi dilakukan dengan cara menggabungkan antara faktor-faktor IFAS dan EFAS.

• *Analytical Hierarchy Process (AHP)*

Setelah didapatkan alternatif strategi dari matriks SWOT. Tahap selanjutnya adalah menentukan prioritas dari alternatif strategi pengembangan yang ada. Penentuan prioritas ini menggunakan metode AHP.

Delapan strategi pengembangan yang dihasilkan berdasarkan matriks SWOT kemudian disusun menjadi struktur hierarki yang ditunjukkan pada gambar sebagai berikut :



Gambar 3 Struktur Hierarki UD. 35 Screen Printing

Selanjutnya dilakukan pembobotan perbandingan berpasangan dimana pada pembobotan ini berdasarkan hasil dari nilai

yang telah diisi oleh pemilik UD. 35 Screen Printing yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 7 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Strategi

Matriks Perbandingan Berpasangan								
Strategi	SO1	SO2	SO3	SO4	SO5	SO6	SO7	SO8
SO1	1.00	3.00	3.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00
SO2	0.33	1.00	2.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00
SO3	0.33	0.50	1.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00
SO4	0.25	0.20	0.33	1.00	0.33	0.33	2.00	3.00
SO5	0.33	0.25	0.25	3.00	1.00	2.00	0.50	2.00
SO6	0.20	0.20	0.33	3.00	2.00	1.00	2.00	3.00
SO7	0.20	0.20	0.33	0.50	2.00	0.50	1.00	2.00
SO8	0.20	0.25	0.33	0.33	0.50	0.50	0.50	1.00
Jumlah	2.85	5.60	7.58	19.83	15.33	17.33	19.00	23.00

(Sumber: Pengolahan Data)

Selanjutnya adalah mencari kriteria atau alternatif strategi mana yang menjadi prioritas dari anggota faktor analisis SWOT yang sudah diidentifikasi dengan metode

analisis SWOT. Perhitungan normalisasi AHP dan prioritas alternatif strategi seperti yang ditunjukkan pada tabel 8 sebagai berikut :

Tabel 8 Perhitungan Prioritas Strategi

Perhitungan Prioritas Strategi										
Strategi	SO1	SO2	SO3	SO4	SO5	SO6	SO7	SO8	Jumlah	Prioritas
SO1	0.35	0.54	0.04	0.20	0.02	0.29	0.26	0.22	2.449	0.306
SO2	0.12	0.18	0.26	0.25	0.26	0.29	0.26	0.17	1.798	0.225
SO3	0.12	0.09	0.13	0.15	0.26	0.17	0.16	0.13	1.212	0.151
SO4	0.09	0.04	0.04	0.05	0.02	0.02	0.11	0.13	0.494	0.062
SO5	0.12	0.04	0.03	0.15	0.07	0.12	0.03	0.09	0.640	0.080
SO6	0.07	0.04	0.04	0.15	0.03	0.06	0.11	0.13	0.627	0.078
SO7	0.07	0.04	0.04	0.03	0.13	0.03	0.05	0.09	0.474	0.059
SO8	0.07	0.04	0.04	0.02	0.03	0.03	0.03	0.04	0.307	0.038
Jumlah	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1

(Sumber: Pengolahan Data)

Selanjutnya adalah melakukan uji konsistensi pada penilaian kriteria, apabila hasil yang didapat tidak konsisten maka pengambilan data harus dilakukan pengulangan. Uji konsistensi dilakukan dengan cara sebagai berikut :

maka dilanjutkan dengan mencari *eigen value* ( $\lambda$ ) dengan cara hasil perkalian matriks dibagi prioritas yang selanjutnya diteruskan dengan mencari nilai *consistency index* dan *consistency ratio*.

$$\begin{bmatrix} 1,00 & 3,00 & 3,00 & 4,00 & 3,00 & 5,00 & 5,00 & 5,00 \\ 0,33 & 1,00 & 2,00 & 5,00 & 4,00 & 5,00 & 5,00 & 4,00 \\ 0,33 & 0,50 & 1,00 & 3,00 & 4,00 & 3,00 & 3,00 & 3,00 \\ 0,25 & 0,20 & 0,33 & 1,00 & 0,33 & 0,33 & 2,00 & 3,00 \\ 0,33 & 0,25 & 0,25 & 3,00 & 1,00 & 2,00 & 0,50 & 2,00 \\ 0,20 & 0,20 & 0,33 & 3,00 & 0,50 & 1,00 & 2,00 & 3,00 \\ 0,20 & 0,20 & 0,33 & 0,50 & 2,00 & 0,50 & 1,00 & 2,00 \\ 0,20 & 0,25 & 0,33 & 0,33 & 0,50 & 0,50 & 0,50 & 1,00 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 0,306 \\ 0,225 \\ 0,151 \\ 0,062 \\ 0,080 \\ 0,078 \\ 0,059 \\ 0,038 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,802 \\ 2,100 \\ 1,399 \\ 0,520 \\ 0,725 \\ 0,694 \\ 0,523 \\ 0,336 \end{bmatrix}$$

$$\lambda = \begin{bmatrix} 2,802 \\ 2,100 \\ 1,399 \\ 0,520 \\ 0,725 \\ 0,694 \\ 0,523 \\ 0,336 \end{bmatrix} / \begin{bmatrix} 0,306 \\ 0,225 \\ 0,151 \\ 0,062 \\ 0,080 \\ 0,078 \\ 0,059 \\ 0,038 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 9,154 \\ 9,345 \\ 9,237 \\ 8,414 \\ 9,061 \\ 8,853 \\ 8,822 \\ 8,751 \end{bmatrix} = 71,638$$

Setelah didapat nilai dari hasil perkalian matriks yang dimana baris dikalikan kolom

$$\lambda_{max} = \frac{\lambda}{n} = \frac{71,638}{8} = 8,955$$

$$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1} = \frac{8,955 - 8}{8 - 1} = 0,136$$

$$RI = \frac{1,98(n - 2)}{n} = \frac{1,98(8 - 2)}{8} = 1,485$$

$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0,136}{1,485} = 0,091$$

Berdasarkan uji konsistensi di atas didapatkan hasil nilai konsistensi rasio sebesar 0,091 dimana nilai  $CR 0,091 \leq 0,1$  yang berarti bahwa data yang didapat adalah konsisten dan dapat diterima.

- Pembahasan

Berdasarkan variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki UD. 35 Screen Printing dari perhitungan serta diagram analisis SWOT dimana perusahaan berada pada posisi kuadran I dimana strategi yang sesuai untuk digunakan yaitu strategi *Aggressive*, dimana dalam strategi ini UD. 35 Screen Printing harus dapat memanfaatkan peluang yang ada dan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan matriks SWOT dapat dihasilkan alternatif strategi sebagai berikut:

- a. Strategi SO (*Strengths Opportunities*)

Strategi yang berdasarkan pada kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh UD. 35 Screen Printing, yaitu sebagai berikut :

1. Membuka lini produksi sablon satuan dengan mempertahankan kualitas produk.
2. Memperluas varian produk dengan menawarkan sablon gelas plastik yang berkualitas serta harga yang terjangkau.
3. Memperluas varian produk dengan menerima pembuatan masker kustom dengan standar SNI.
4. Memperluas varian produk di segmen souvenir yaitu mug, tumbler, & gantungan kunci.
5. Memperluas varian produk dengan menawarkan sablon topi satuan dengan harga murah dan kualitas yang terjamin.

6. UD. 35 Screen Printing menambah lini produksi di industri jersey olahraga dengan harga yang murah.
7. UD. 35 Screen Printing memperluas varian produk dengan menawarkan pembuatan Hijab dan Bantal satuan dengan kualitas yang terbaik.
8. Memperluas usaha melalui pembukaan cabang dengan mempertahankan pelayanan yang optimal kepada konsumen.

- b. Strategi WO (*Weakness Opportunities*)

Strategi yang berdasar pada kelemahan dan peluang yang dimiliki oleh UD. 35 Screen Printing, yaitu sebagai berikut :

1. Selalu melakukan inovasi-inovasi produk baru agar konsumen memiliki variasi dalam memilih produk sehingga mampu mempertahankan konsumen tetap.
2. Membuat sebuah *merchandise* untuk meningkatkan pendapatan UD. 35 Screen Printing tanpa harus menunggu pesanan dari konsumen.

- c. Strategi ST (*Strengths Threats*)

Strategi yang berdasar pada kekuatan dan ancaman yang dimiliki oleh UD. 35 Screen Printing, yaitu sebagai berikut :

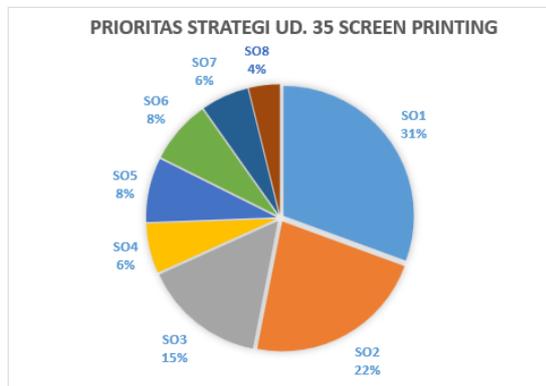
1. Mengembangkan kualitas produk dengan konsisten terhadap harga produk untuk menekan turunnya minat konsumen.
2. Mempertahankan kualitas produk dengan meningkatkan pelayanan terhadap waktu pengerjaan produk untuk dijadikan keunggulan untuk menekan persaingan dengan kompetitor.

- d. Strategi WT (*Weakness Threats*)

Strategi yang berdasarkan pada kelemahan dan ancaman yang dimiliki oleh UD. 35 Screen Printing, yaitu Meningkatkan varian produk dengan konsep masa kini yang dapat menjangkau minat konsumen baik dari dalam maupun luar kota.

Setelah diolah menggunakan matriks SWOT didapatkan alternatif strategi yang dilanjutkan dengan pemilihan prioritas

menggunakan metode AHP dimana hasil akhir perhitungan AHP merupakan strategi yang akan dijadikan prioritas strategi dalam pengembangan UD. 35 Screen Printing. Dari perhitungan prioritas strategi dapat dilihat dalam pada pie chart Gambar 4 berikut :



Gambar 4 Diagram *Pie Chart* Prioritas Strategi

Analisa prioritas strategi berdasarkan urutan prioritas strategi yang terdapat dalam Gambar 4 dari hasil olah data dengan metode AHP adalah SO1 (*Strengths Opportunities 1*): Membuka lini produksi sablon satuan dengan mempertahankan kualitas produk (31%), SO2 (*Strengths Opportunities 2*): Memperluas varian produk dengan menawarkan sablon gelas plastik yang berkualitas serta harga yang terjangkau (22%), SO3 (*Strengths Opportunities 3*): Memperluas varian produk dengan menerima pembuatan masker kustom dengan standar SNI (15%), SO5 (*Strengths Opportunities 5*): Memperluas varian produk dengan menawarkan sablon topi satuan dengan harga murah dan kualitas yang terjamin (8%), SO6 (*Strengths Opportunities 6*): UD. 35 Screen Printing menambah lini produksi di industry jersey olahraga dengan harga yang murah (8%), SO4 (*Strengths Opportunities 4*): Memperluas varian produk di segmen souvenir yaitu mug, tumbler dan gantungan kunci (6%), SO7 (*Strengths Opportunities 7*): UD. 35 Screen Printing memperluas varian produk dengan menawarkan pembuatan hijab dan bantal (6%), SO8 (*Strengths Opportunities 8*): Memperluas usaha melalui pembukaan cabang dengan mempertahankan pelayanan yang optimal kepada konsumen (4%). Prioritas strategi pengembangan usaha di UD. 35 ialah membuka lini produksi sablon satuan dengan mempertahankan kualitas produk maka untuk pemasaran produk baru tersebut UD. 35 Screen

Printing dapat melakukan promosi untuk menarik pelanggan lama maupun baru di sosial media seperti Whatsapp dan Instagram, dimana promosi tersebut dilakukan di sosial media pribadi milik *owner* dan pekerja di UD. 35 Screen Printing. Produk sablon kaos satuan tersebut juga dapat dipasarkan di *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada, diharapkan pemasaran melalui *marketplace* dapat meningkatkan penjualan dan produksi di UD. 35 Screen Printing sekaligus dapat mengenalkan UD. 35 Screen Printing di Indonesia melalui *marketplace* tersebut.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian menggunakan metode SWOT dengan pemilihan prioritas menggunakan metode AHP. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis SWOT didapatkan hasil, pengembangan industri konveksi sablon kaos di UD. 35 Screen Printing berada pada posisi kuadran satu yaitu SO (*Strengths – Oppotunities*), dimana titik koordinat yang dihasilkan yaitu (2,49 ; 2,32) dalam posisi ini UD. 35 Screen Printing harus bisa memanfaatkan peluang yang ada dengan mempertahankan kekuatan yang dimiliki.
2. Berdasarkan analisis dengan metode AHP strategi yang menjadi prioritas untuk mengembangkan industri konveksi sablon kaos di UD. 35 Screen Printing ialah pada SO1 (*Strengths Opportunities 1*) memiliki nilai prioritas sebesar 31%. Dimana UD. 35 Screen Printing membuka lini produksi pada sablon kaos satuan dengan mempertahankan kualitas yang dimiliki, dalam menarik minat pembeli dapat melalui sosial media pribadi milik *owner* dan pekerja. Pemasaran produk kaos satuan dapat dilakukan dengan memanfaatkan *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan pada UD. 35 Screen Printing sebagai berikut:

1. Pertahankan keunggulan – keunggulan yang dimiliki oleh UD. 35 Screen Printing dan

manfaatkan peluang yang ada untuk menarik konsumen baru maupun lama dan mempertahankan konsumen lama.

2. UD. 35 Screen Printing sebaiknya membuka cabang di lokasi yang dekat dengan pusat keramaian agar para konsumen dapat dengan mudah menemukan lokasi UD. 35 Screen Printing.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D., Zaman, A. N., Hutami, M. S., Mahindriya, P. S., Puspita, D. A., & Wahyudi, D. 2020. *Analisis Manajemen Strategi Menggunakan Metode SWOT dan AHP (Studi Kasus: Warkop Meteora Al-Berkah Limo)*. 1-5.
- Filbert, E., Zaman, A. N., Prabowo, A. R., Nabila, F., & Chalifah, R. D. 2018. *Kajian Strategi Pengembangan Usaha Pada Industri Konveksi "Scout Shop" Di Cibubur*. 1-8.
- Pahlevi, N. O. 2020. *Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) Dan AHP (Analytical Hierarchy Process) ( Studi Kasus : PT. Rins )*. 1-19.
- Permatasari, T. I. 2019. *Analisa Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode SWOT Dan Service Quality Di Perusahaan Daerah Air Minum Kota Batu*.
- Pratiwi, R. 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. Uul Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)*. 43-47.