

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Perusahaan

- a. Nama Perusahaan : Max Thing Collection
- b. Pemilik Perusahaan : Bapak Chalimi
- c. Tanggal Berdiri : 1995
- d. Alamat Perusahaan : Desa Padurenan RT/RW 01/01, Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus
- e. Bidang Usaha : Konveksi
- f. Jenis Perusahaan : Usaha Mikro Kecil Menengah
- g. Jumlah Karyawan : 19 orang
- h. Produk : Jas, Kemeja, Jaket, Kaos, Celana, Seragam, dan juga menerima pesanan sesuai keinginan konsumen

2. Sejarah berdirinya perusahaan

Max Thing Collection mulai dirintis oleh Bapak Chalimi pada tahun 1995. Awalnya beliau bekerja sebagai penjahit di daerah Bali selama 5 tahun, dari sanalah beliau mendapatkan ilmu menjahitnya, dan dengan seiring berjalanya waktu pak Chalimi pun memberanikan diri untuk memulai usaha sendiri dengan mendapatkan pinjaman modal dari temannya berupa kain dengan panjang kira-kira 30 yard atau sekitar 29 meter yang kemudian beliau jadikan pakaian sebanyak 25 potong. Seiring berjalannya waktu beliau pun dapat membeli mesin dan memperkerjakan 6 karyawan, dan di Bali pula beliau mendapatkan seorang pendamping hidupnya yaitu Ibu Nurul Farida yang berprofesi sebagai penjahit juga, setelah menikah beliau pun mulai menjalankan usahanya bersama dengan memasarkan di berbagai pasar di Bali dan mendapatkan respon yang cukup baik.

Namun pada tahun 1997 terjadi krisis ekonomi yang berdampak pada pengusaha konveksi dan akhirnya banyak perusahaan yang bangkrut akibat harga bahan baku yang melambung tinggi. Dan akhirnya beliau memulangkan mesin jahitnya keKudus dan mulai berusaha kembali di bidang konveksi di Kudus, namun bagi beliau krisis tersebut juga membawa dampak yang baik untuk usahanya karena beliau masih bisa berjualan dengan membeli pakaian jadi di pasar Kliwon Kudus dan konveksi-konveksi yang besar di sekitar desa Padurenan dan kemudian di pasarkannya di Bali dan ternyata sangat laku, setelah krisis ekonomi berlalu beliau memulai usahanya lagi dengan memproduksi sendiri pakaian jadi dan di pasarkan di Bali dan ternyata responnya sangat baik hingga akhirnya berkembang pesat hingga akhirnya memiliki banyak karyawan dengan omset yang lumayan banyak dan dapat menghidupi keluarga.

3. Lokasi Perusahaan

Sentra industri konveksi pakaian jadi dan industri kain bordir berada di Desa Padurenan Rt 01 Rw 01, Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus bagian utara dekat dengan perbatasan Kudus Jepara. Lokasi sentra berjarak sekitar 4 s.d 5 km dari pusat kota Kudus yang banyak dikunjungi oleh wisatawan rohani/peziarah Masjid Menara Sunan Kudus. Desa ini juga berjarak 13 km dari tempat ziarah Gunung Muria. Sentra ini bertumbuh-kembang secara alami dan saat ini terdapat sekitar 140 unit usaha yang menyerap sekitar 1.500 tenaga kerja. Dari populasi usaha tersebut, diperkirakan sekitar 60% merupakan unit usaha konveksi dan 40% usaha industri kain dan baju bordir. Sebagian besar produk dipasarkan di wilayah Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali dan daerah lainnya.

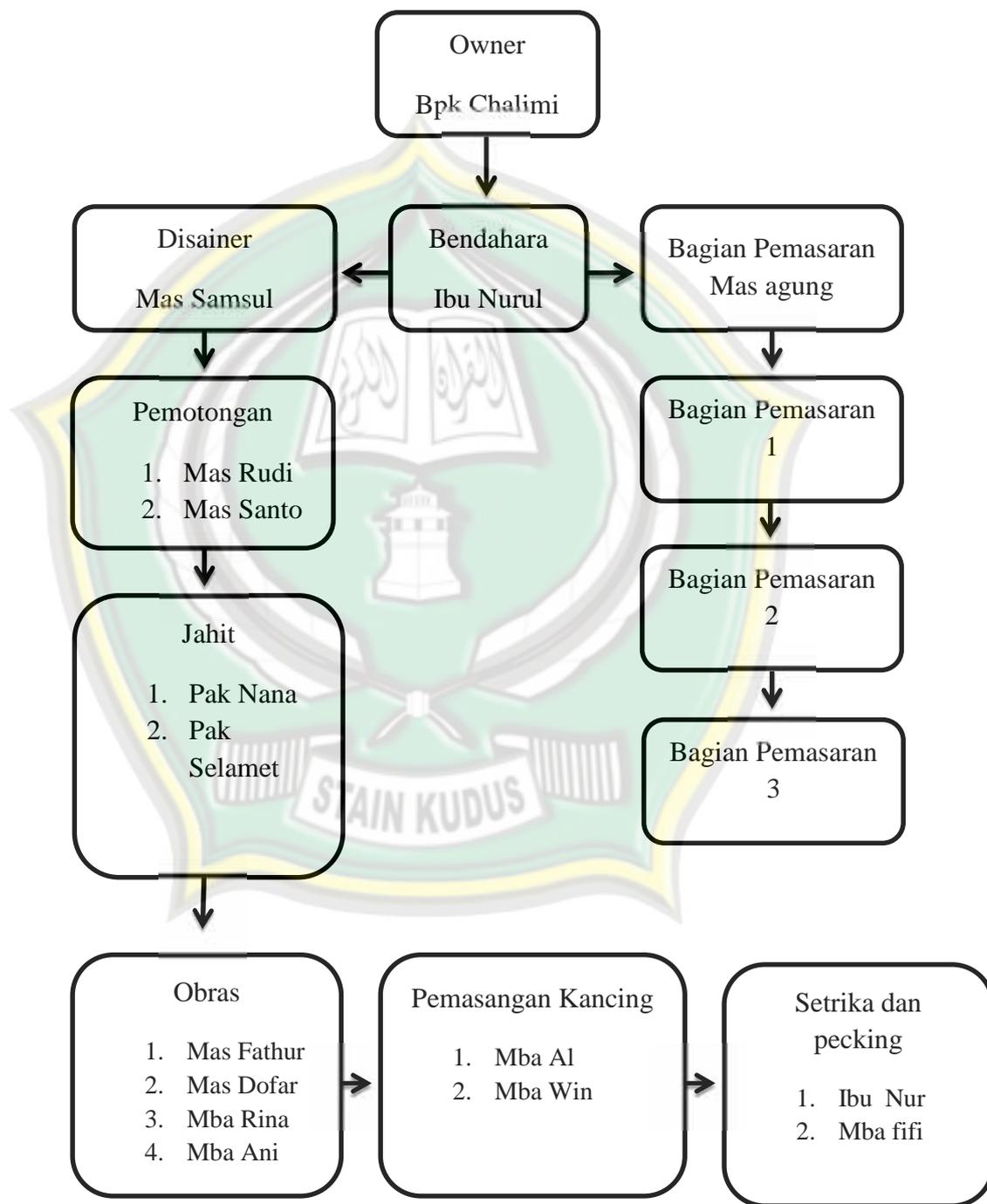
4. Bidang usaha

Konveksi adalah salah satu bidang usaha yang tak pernah lesu dan selalu bertahan dari berbagai kondisi ekonomi bangsa, karena merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Usaha koneksi ada beraneka ragam, misalnya usaha konveksi pakaian anak-anak, konveksi tas dan dompet,

usaha konveksi berupa pembuatan krudung, topi, kaos, sergam dan sebagainya.¹

5. Struktur organisasi Max Thing Collection

Gambar 4.1



¹Hasil observasi di konveksi Max Thing collection pada tanggal 10 Mei 2017

Berdasarkan struktur organisasi diatas, dapat dijelaskan tugas dan wewenang dari masing-masing bagian sebagai berikut:

a. *Owner*

Owner adalah pemilik dari sebuah organisasi yang dia bangun dan didalamnya dia memiliki wewenang penuh atas organisasi tersebut.

b. Bendahara

Bendahara yaitu penanggung jawab keuangan di dalam sebuah organisasi.

c. Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok perusahaan untuk menawarkan produk yang telah dihasilkan pada konsumen.

d. Perancang / *Designer*

Designer adalah orang yang membuat atau menciptakan gambaran produk sebelum dilakukan proses produksi.

e. Pemotongan

Pemotongan adalah proses pemisahan bagian-bagian untuk diklasifikasikan atau dipisah-pisahkan sesuai kebutuhannya.

f. Penjahit

Penjahit adalah proses menyatukan potongan-potongan agar menjadi satu kesatuan.

g. Obras

Obras adalah proses untuk lebih mengeratkan jahitan agar tidak mudah terlepas.

h. Pemasangan kancing

Pemasangan kancing adalah pemberian salah satu kelengkapan untuk pakaian atau pun celana.

i. Pengemasan

adalah proses akhir sebelum sebuah produk dipasarkan pada konsumen.²

²Hasil dokumentasi di konveksi Max Thing collection pada tanggal 10 Mei 2017

6. Sarana dan prasarana di konveksi Max Thing collection

Dalam proses produksi di butuhkan sarana dan prsarana yang baik agar dapat menunjang berkembangnya suatu perusahaan, peningkatan kualitas produk memerlukan berbagai fasilitas yang menunjang dengan baik, sehingga produksi dapat berjalan sperti yang di rencanakan..

Ada pun sarana dan prasaranan di konveksi Max Thing Collection yaitu:

- a. Tempat produksi
 - b. Mesin potong
 - c. Mesin jahit
 - d. Mesin obras
 - e. Mesin pembuat lubangg kancing
 - f. Mesin pemasangan kancing
 - g. Strikaan steam
 - h. Gunting
 - i. Penggaris
 - j. spidol
 - k. Meja
 - l. Kursi
 - m. mobil
- #### 7. Bahan dan Proses Produksi
- a. Bahan
 - 1). Kain
 - 2). Benang
 - 3). Resleting
 - 4). kancing³

³ Hasil observasi di konveksi Max Thing collection pada tanggal 10 Mei 2017

b. Proses Produksi

1) Tahap pertama: pembuatan pola

Sebelum menjahit pakaian, seorang penjahit perlu memiliki gambaran tentang pakaian seperti apakah yang akan dibuatnya dan ia juga perlu mengetahui berapa ukuran yang akan dibuat untuk pakaian tersebut. Apakah pakaian untuk orang dewasa, pakaian anak kecil, pakaian laki-laki atautkah pakaian untuk perempuan. Segala gambaran dan data-data tersebut, biasanya perlu dituangkan terlebih dahulu dalam sebuah gambar yang disebut sebagai pola pakaian atau pola baju. Jadi, yang dimaksud dengan pola pakaian adalah bagian-bagian pakaian yang digambar di atas selembar karton ataupun kertas untuk kemudian dijiplak di atas kain yang akan digunakan sebagai bahan yang akan dijahit menjadi pakaian.

2) Tahap kedua: pemotongan bahan kain

Setelah proses pembuatan pola selesai, sebagaimana diuraikan pada bagian atas, pola yang sudah dijiplak di atas tersebut akan dipotong. Pemotongan bahan kain harus dilakukan secara hati-hati dan mengikuti gambar pola yang sudah dijiplakkan pada kain tersebut. Seorang yang sudah ahli dalam pembuatan pola dan pemotongan bahan kain, akan berusaha mencari posisi yang paling efisien dalam menempatkan gambar pola tersebut di atas potongan kain agar ketika kain dipotong tidak banyak bagian kain yang tidak terpakai lagi atau harus dibuang. Atau, ada pola penjahit konveksi yang membiarkan ada bagian-bagian kain yang berada di luar pola untuk tujuan pembuatan bahan pendukung pakaian seperti kantong, kerah dan lainnya.

3) Tahap ketiga: menjahit potongan-potongan bahan kain

Setelah melewati tahap kedua diatas, maka kini penjahit mendapatkan potongan-potongan pola pakaian dalam bentuk dan ukuran yang berbeda-beda. Kemudian menyatukan potongan-

potongan kain tersebut sehingga menjadi bentuk pakaian yang siap digunakan.

4) Tahap keempat: mengobras

Mengobras adalah tahap selanjutnya setelah menjahit potongan yang berfungsi untuk mengunci dan memotong. Artinya mesin ini berfungsi untuk membuat jahitan tepi kain agar tidak mudah berserabut dan kemudian rusak, mesin ini dilengkapi pisau pemotong untuk memotong tepian yang kemungkinan tidak terbungkus oleh jahitan obras jadi terlihat lebih lurus dan rapi.

5) Tahap kelima: membuat lubang kancing dan memasang kancing

Tahapan setelah selesai proses menjahit dan mengobras yaitu memberikan lubang kancing pada baju yang sudah jadi kemudian memasang kancing yang sudah di siapkan sehingga baju siap pakai.

6) Tahap keenam: finising

Tahap terakhir yaitu finishing di lakukan pengontrolan terlebih dahulu apakah pakaian sudah lulus kualifikasi untuk di pasarkan, kemudian di lanjutkan dengan di sterika dan di kemas dan siap untuk di pasarkan.⁴

8. Ruang lingkup produk

Ruang lingkup produk yang dihasilkan Max Thing Collection antara lain:

- a. Baju adat hitam untuk upacara ngaben di Bali
- b. Kaos dengan berbagai model
- c. Jaket
- d. Jas
- e. Celana
- f. Seragam almamater
- g. Seragam komunitas
- h. Seragam kerja

⁴ Hasil observasi di konveksi Max Thing collection pada tanggal 10 Mei 2017

- i. Seagam sekolah, dan
 - j. Melayani sesuai dengan pesanan konsumen
9. Pemasaran Konveksi Max Thing Collection

a. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran Max Thing collection sudah mencakup daerah di Pulau Jawa seperti Kudus, Surabaya, Malang dan Bali, serta tidak menutup kemungkinan merambah luar pula Jawa dan Bali.

b. Sistem Pemasaran

Sisitem pemasaran yang dilakukan Max Thing collection yaitu dengan sistem langsung dan tak langsung.

1). Sistem pemasaran langsung

Yaitu dengan langsung mendatangi konsumen untuk memasrkan barang dengan masuk kepasar untuk mencari konsumen.

2). Sistem pemasaran tidak langsung

Yaitu dengan memasarkan secara online dengan cara pemesanan terlebih dahulu kemudia barang dikirim.

c. Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran yang dijalankan Max Thing Collection yaitu dengan pembayaran angsuran 60% di awal sebagai DP kemudian dalam jangka 1 minggu pembayaran 40% di lakukan hal ini dilakukan untuk meringkankan konsumen agar bisa berjalan bersama dalam berbisnis, ada pun yang pembayaran dilakukan dengan kes atau secra penuh 100% tergantung dengan konsumennya.⁵

⁵ Hasil observasi di konveksi Max Thing collection pada tanggal 10 Mei 2017

B. Hasil Penelitian

1. Strategi bersaing generik yang di jalankan konveksi Max Thing collection dalam membangun keunggulan kompetitif.

Perusahaan membuat rencana dalam rangka untuk mencapai tujuan perusahaan. Sejauh ini, strategi yang dilakukan oleh Konveksi Max Ting Collection adalah dengan menanamkan strategi bersaing generik untuk mencapai kinerja diatas rata-rata dalam suatu suatu industri.

Wawancara dengan pemilik konveksi Max Thing collection Bapak Chalimi tentang strategi bersaing generik

“Untuk mendapatkan keunggulan dengan para pesaing kami memproduksi produk dengan biaya sekecil-kecilnya untuk mendapatkan keuntungan, namun bukan berarti kami memberikan produk yang murahan, karena dalam memproduksi kami tetap menjalankan dengan hati-hati dan setelah selesai pun kami lakukan pengontrolan agar produk yang gagal tidak masuk kepasar”⁶

Strategi ini sudah dijalankan sejak Konveksi Max Ting Collection didirikan. Pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab pada Konveksi Max Ting Collection juga sangatlah sederhana. Pembagian dilakukan sesuai dengan keahlian masing-masing karyawan. Namun ada beberapa kegiatan yang belum terorganisir dengan baik dikarenakan masih kekurangan pekerja pada bidang yang bersangkutan. Sedangkan untuk pengaturan jam kerja karyawan adalah sesuai dengan jam operasional Konveksi Max Ting Collection yaitu dari pukul 8 pagi sampai dengan pukul 5 sore, yaitu sekitar 9 jam dari hari Senin sampai dengan Sabtu. Selain itu juga ada sistem kerja lembur dan juga masuk pada hari Minggu apabila ada order borongan.

Dalam proses pengarahan (*actuating*) pada Konveksi Max Ting Collection menekankan pada cara pendekatan pribadi dengan para

⁶ Hasil wawancara dengan pemilik Max Thing Collection bapak Chalimi pada tanggal 16 Mei 2017

karyawannya. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan dapat berjalan dengan baik, dari atas ke bawah dan juga sebaliknya dari bawah ke atas. Beliau juga sering memberikan motivasi bagi para karyawannya yang sedang kehilangan motivasi dalam melakukan pekerjaannya.

Proses pengawasan ini dilakukan oleh *owner*, mandor sablon, dan mandor jahit. Selain itu, setiap akhir bulan selalu diadakan rapat untuk mengevaluasi kinerja para karyawan. Sehingga dapat dilakukan tindakan perbaikan untuk memperbaiki kinerja para karyawan, yaitu dengan mendengarkan keluhan dari mereka lalu memberikan pengarahan serta motivasi. Proses evaluasi ini biasanya dilakukan bila ada produk yang dikembalikan oleh konsumen. Kondisi internal perusahaan dapat dilihat dari fungsi pemasaran, manajemen sumber daya manusia, keuangan, dan produksi.⁷

a. Strategi bersaing generik yang dijalankan Max Thing collection

1) Kepemimpinan biaya rendah (*cost leadership*)

Wawancara dengan Bapak Chalimi selaku owner Max Thing collection tentang keunggulan biaya rendah.

“untuk mendapatkan keunggulan biaya di antara pesaing ada beberapa faktor yang harus terpenuhi agar keunggulan biaya rendah tercapai yaitu akses pada bahan mentah, pengerjaan dalam skala ekonomis dan teknologi. Di dalam penerapan akses ke bahan mentah dengan cara melakukan pembelian secara banyak dan langsung ke produsen agar mendapat diskon dan memangkas ongkos perjalanan karena bahan baku tidak ada di Kudus. Dalam penerapan pengerjaan skala ekonomis dengan memanfaatkan bahan baku sebaik-baiknya sehingga tidak ada bahan yang terbuang sia-sia, sedangkan dari sisi teknologi kami sudah mempunyai mesin yang cukup canggih sehingga dalam memproduksi bisa lebih cepat dan efisien, namun masih ada mesin yang sudah usang

⁷ Hasil observasi di konveksi Max Thing collection pada tanggal 10 Mei 2017

sehingga cukup mengganggu dalam proses produksi. Setelah kami peroleh perhitungannya kemudian kami hitung dengan mengambil keuntungan yang sesuai setelah itu baru kami jual dengan harga yang kompetitif. Jadi untuk mendapatkan keunggulan biaya maka faktor-faktor yang ada haruslah tercapai agar mampu bersaing di pasar.”⁸

Dari paparan diatas maka dapat di simpulkan untuk mendapatkan keunggual bersaing makan harus memenuhi faktor yang ada seperti yang di jalankan Max Thing collection dalam kepemimpinan biaya dan mampu bersaing di pasar.

Daftar harga Max Thing Collection dengan pesaing industri sekitar:

Daftar harga Max Thing Collection persatuan:

- a). Baju hitam polos S,M,L,XL,XXL.....Rp 55 – 65 rb
- b). Batik kombinasi S,M,L,XL,XXL.....Rp 65 – 70 rb
- c). Kaos S,M,L,XL,XLL.....Rp 50 – 65 rb
- d). Jaket S,M,L,XL,XXL.....Rp 100 – 120 rb
- e). Jas S,M,L,XL,XXLRp 90 – 120 rb
- f). Celana S,M,L,XL,XXLRp 60 – 80 rb
- g). Seragam almamater S,M,L,XL,XXLRp 100 – 130 rb
- h). Seregam komunitas S,M,L,XL,XXLRp 65 – 80 rb
- i). Seragam kerja S,M,L,XL,XXLRp 65 – 75 rb
- j). Seagam sekolah S,M,L,XL,XXLRp 35 – 50 rb
- k). Baju anak S,M,L,XL,XXLRp 40 – 55 rb

Daftar harga Lida Jaya Collection persatuan:

- a). Kaos S,M,L,XL,XXLRp 52 – 70 rb
- b). Jaket S,M,L,XL,XXLRp 110 – 125 rb
- c). Jas S,M,L,XL,XXLRp 90 – 130 rb
- d). Celana S,M,L,XL,XXLRp 65 – 80 rb
- e). Seragam almamater S,M,L,XL,XXLRp 100 – 135 rb

⁸ Hasil wawancara dengan pemilik Max Thing Collection bapak Chalimi pada tanggal 16 Mei 2017

- f). Seragam komunitas S,M,L,XL,XXLRp 65 – 80 rb
- g) Seragam kerja S,M,L,XL,XXLRp 65 – 80 rb
- h). Seragam sekolah S,M,L,XL,XXLRp 35 – 55 rb
- i). Rompi S,M,L,XL,XXLRp 40 – 65 rb
- j). Baju anak S,M,L,XL,XXLRp 40 – 60 rb

Daftar harga di Purnama Faster persatuan:

- a). Kaos S,M,L,XL,XXLRp 55 – 65 rb
- b). Jaket S,M,L,XL,XXLRp 110 – 130 rb
- c). Jas S,M,L,XL,XXLRp 90 – 130 rb
- d). Celana S,M,L,XL,XXLRp 65 – 80 rb
- e). Seragam almamater S,M,L,XL,XXLRp 100 – 140 rb
- f). Seragam komunitas S,M,L,XL,XXLRp 65 – 80 rb
- g) Seragam kerja S,M,L,XL,XXLRp 65 – 85 rb
- h). Seragam sekolah S,M,L,XL,XXLRp 40 – 55 rb
- i). Rompi S,M,L,XL,XXLRp 100 – 135 rb
- j). Baju anak S,M,L,XL,XXLRp 45 – 65 rb

2) Strategi Diferensiasi (*Deferentiation*)

Diferensiasi (*differentiation*) atau pembeda adalah sebuah strategi yang bertujuan menghasilkan produk yang dianggap unik atau berbeda di industri dan diarahkan kepada konsumen yang relatif peka terhadap fitur atau kualitas dan harga. Hal ini akan membantu produsen bersaing dalam hal kualitas produk dengan menjamin kualitas produk, citra yang baik, dan fitur yang bagus dan unik yang membedakan dengan pesaingnya, yang ditujukan untuk membangun loyalitas pelanggan. Karena jika loyalitas pelanggan sudah terbangun, maka harga setinggi apapun tidak akan berpengaruh pada konsumen. Strategi ini dapat membantu produsen bersaing dalam segi kualitas produk, jika kualitas produk yang diproduksi baik dan tinggi, maka pelanggan tidak akan beralih kepada produk yang menawarkan harga murah

sekalipun banyak produk-produk yang harganya murah tapi jika dilihat kualitasnya masih kalah dengan produk lokal.⁹

Wawancara dengan Bapak Chalimi selaku pemilik Max Thing collection tentang diferensiasi.

“untuk dapat bersaing di industri kami melakukan pembeda produk atau diferensiasi dengan memproduksi Pakaian hitam yang di kirim kedaerah Bali yang di gunakan untuk upacara adat dengan mengutamakan kualitas jaitan dan selalu melakukan *quality control* sebelum produk masuk kepasar karena hal kecil bisa merusak citra dari perusahaan misalnya kurang rapinya jahitan, karena dalam dunia fashion hal yang paling utama adalah keunikan, tren dan kualitas dalam penjahitan. Kami selalu melakukan riset di pasar untuk mengetahui apa yang saat ini di gandrungi atau di inginkan konsumen dan membuat produk yang berbeda dari para pesaing. Baru setelah itu kami melakukan produksi dengan menjaga kualitas dan selalu terkontrol sebelum produk dipasarkan.”¹⁰

Strategi bersaing pembeda atau diferensiasi sangatlah penting dalam persaingan di suatu industri maka konveksi Max-Ting collection menjalankan strategi pembeda atau diferensiasi dengan memproduksi pakaian hitam polos yang di kirim keBali yang di gunakan untuk upacara ngaben.

3) Strategi Fokus (*focus*)

Dengan menggunakan strategi fokus (*focus*), organisasi berkonsentrasi pada pasar regional atau kelompok pembeli khusus. Kesuksesan dengan strategi fokus terletak pada kemampuan perusahaan untuk menemukan segmen-segmen yang memiliki kebutuhan yang unik atau mengalokasikan segmen yang dilayaninya dengan buruk oleh para pesaing industri lainnya.

⁹ Hasil observasi di konveksi Max Thing collection pada tanggal 16 Mei 2017

¹⁰ Hasil wawancara dengan pemilik Max Thing Collection bapak Chalimi pada tanggal 16 Mei 2017

Perusahaan dapat menciptakan nilai bagi pelanggan dalam segmen pasar yang unik dan spesifik dengan menggunakan satu dari dua strategi fokus yang berbeda: kepemimpinan biaya fokus dan diferensiasi fokus.

Wawancara dengan Bapak Chalimi selaku pemilik Max Thing collection tentang strategi fokus.

“Dalam bisnis perkonveksian kita harus jeli melihat peluang yang ada karena dunia fashion adalah dunia bisnis yang sangat ketat karena fashion pada saat ini adalah gaya hidup yang harus terpenuhi di zaman yang modern ini, maka untuk bertahan kami memfokuskan pada keinginan konsumen, memfokuskan pada pasar yang selalu berubah-ubah jadi kami selalau fokus pada bagaimana cara memproduksi atau mengubah produk menjadi sesuatu yang beda dari pesaing dan selalu berinovasi.”¹¹

Max Thing collection menerapkan strategi fokus diferensiasi dengan menekankan pada fitur, selalu berinovasi, menjaga kualitas dan harga yang kompetitif untuk menjadi pembeda dengan pesaing.

2. Faktor yang menjadi hambatan dan pendukung di konveksi Max-Ting collection dalam menerapkan strategi bersaing generik.

- a. Faktor yang menjadi penghambatan di konveksi Max-Ting collection dalam menerapkan strategi bersaing generik.

Dalam membangun keunggulan bersaing tidaklah mudah, karena pada dasarnya bersaing dalam sebuah industri pastilah sangat susah karena banyaknya pesaing yang ada, seperti halnya yang dihadapi konveksi Max Thing Collection dalam membangun keunggulan bersaing secara kompetitif mempunyai berbagai hambatan.

¹¹ Hasil wawancara dengan pemilik Max Thing Collection bapak Chalimi pada tanggal 16 Mei 2017

Adapun paparan yang di uraikan mas Samsul yang bekerja dibagian produksi mengenai hambatan dalam mencapai keunggulan bersaing di konveksi Max Thing.

“Membangun keunggulan bersaing kompetitif tidaklah mudah ada banyak hambatan diantaranya, yang pertama bahan baku yang terkadang bisa berubah harganya dikarenakan keadaan ekonomi yang tak menentu seperti dikarenakan naiknya harga BBM sehingga harga bahan baku ikut naik, kedua kesulitan dalam pemasaran dikarenakan banyaknya pesaing yang muncul sehingga menambah tekanan yang ada, ketiga keterbatasan SDM yang ada, yang meliputi aspek dalam kewirausahaan seperti disainer, pemotongan, penjahit, obras, pembuatan lubang kancing dan pemasangan kancing, karena semua aspek itu membutuhkan keahlian yang tinggi.”¹²

Dari uraian tersebut ada beberapa hambatan dalam membangun keunggulan kompetitif di konveksi Max Thing Collection yaitu:

1) Bahan baku

Bahan baku adalah hal yang paling vital bagi sebuah perusahaan karena bahan baku sama halnya dengan nyawanya sebuah perusahaan, di konveksi Max Thing bahan baku di datangkan langsung dari Cirebon dan terkadang juga dari Bandung jadi terdapat banyak kendala untuk menjadikan bahan baku sebagai keunggulan kompetitif karena harus menimbang-nimbang berbagai aspek terlebih dahulu sebelum melakukan produksi dan mendapatkan keunggulan bersaing yang kompetitif, diantara hambatan yang ada yaitu tatkala BBM mengalami kenaikan sehingga ikut menaikkan harga bahan baku yang ada karena dalam proses transportasi mengalami penambahan ongkos, dan untuk mensiasati itu makan Max Thing Collection melakukan pembelian

¹² Hasil wawancara dengan salah satu karyawan di bagian produksi Max Thing Collection mas Samsul pada tanggal 27 Mei 2017

dengan skala besar untuk menekan biaya transport dan juga untuk mendapatkan harga yang lebih murah dari produsen bahan baku.

2) Pemasaran

Masalah yang kerap dialami sebuah perusahaan adalah bagaimana membangun saluran pemasaran yang efektif agar dapat bersaing dipasar yang ketat, masalah inilah yang juga dihadapi Max Thing Collection. Dengan hasil produksi yang bagus jika saluran distribusi kekonsumen terdapat masalah maka akan sia-sia dan tak bisa mendapat keunggulan bersaing yang kompetitif, maka konveksi Max Thing Collection harus memikirkan strategi untuk masuk dipasar dan bersaing dengan para pesaing dengan lebih gencar melakukan promosi agar konsumen dapat mengetahui produk yang dihasilkan dan bekerja sama dengan para distributor untuk memasarkan produknya.

3) Keterbatasan SDM

Dalam sebuah perusahaan SDM sangatlah diperlukan apa lagi SDM yang memiliki ketrampilan tinggi, jadi keterbatasan sumber daya manusia merupakan masalah yang sangat serius, keterbatasan SDM akan berpengaruh pada kualitas produk yang dihasilkan karena di dalam memproduksi mengharuskan SDM mempunyai keahlian yang tentunya tidak sembarang orang bisa, keahlian SDM tersebut sangat diperlukan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktifitas dal memproduksi, meperluas pangsa pasang atau pun untuk menembus pasar baru.

Dalam merekrut SDM konveksi Mak Thing Collection tidaklah mencari cuma mencari SDM yang mempunyai ketrampilan saja, namun juga merekrut SDM yang masih belum mempunyai keterampilan, namun lebih mencari SDM yang ulet dan tekun dalam bekerja, ada pun yang tidak mempunyai keterampilan akan

di berikan training atau pelatihan agar menjadi SDM yang mempunyai ketrampilan dan dapat lebih memajukan perusahaan.¹³

- b. Faktor pendukung di konveksi Max-Ting collection dalam menerapkan strategi bersaing generik.

Ada pun faktor yang menjadi pendukung dalam menerapkan strategi bersaing generik untuk tetap dapat bersaing dengan para pesaing dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif, seperti yang di katakana mas Agung yang bekerja dibagian pemasaran konveksi Max Thing Collection.

“untuk tetap bertahan dilingkungan industri makan kita harus mengidentifikasi kekuatan pesaing dan melihat potensi apa yang kita miliki sehingga kita dapat bersaing dengan para pesaing, karena dengan kita mengidentifikasi potensi yang kita miliki kita bisa memanfaatkannya untuk menjadikan sebagai senjata perang kita mendapatkan keunggulan yang kompetitif dan pada akhirnya kita bisa ikut bersaing di dalam industri. Adapun potensi atau pendukung yang kami peroleh untuk mendapatkan keunggulan yang kompetitif di antaranya yaitu yang pertama modal, yang kedua mudahnya dalam berinovasi, karena dalam dunia fashion menitik beratkan pada inovasi untuk bertahan di dalam pasar karena dunia fashion yang selalu berubah-ubah mengikuti tren dunia. Yang ketiga pasar yang luas sehingga memungkinkan untuk melebarkan pangsa pasar yang ada karena dunia fashion yang selalu berkembang.”¹⁴

Dari uraian di atas adapun faktor pendukung dalam menerapkan strategi bersaing generik di konveksi Max Thing Collection yaitu:

- 1) Modal

Dalam memulai usaha modal adalah hal yang paling utama, untuk mendapatkan keunggulan biaya konveksi Max Thing Collection menggunakan modal yaitu dengan melakukan pembelian bahan baku secara besar untuk mendapatkan harga bahan

¹³ Hasil observasi di konveksi Max Thing collection pada tanggal 27 Mei 2017

¹⁴ Hasil wawancara dengan salah satu karyawan di bagian pemasaran Max Thing Collection mas Agung pada tanggal 27 Mei 2017

baku yang kompetitif dengan melakukan pembelian secara besar-besaran akan mendapatkan potongan harga dan juga meminimalkan ongkos transportasi.

2) Mudah untuk berinovasi

Dalam dunia fashion sangatlah dibutuhkan inovasi produk yang dihasilkan karena dunia fashion selalu berubah-ubah mengikuti tren yang ada. Maka Max Thing Collection selalu berinovasi untuk tetap bertahan di dalam industri, dengan terlebih dahulu mengamati pasar dan melihat tren yang ada agar dalam berinovasi berhasil dan diminati konsumen. Karena jika berinovasi asal-asalan sama halnya dengan pedang yang bermata dua, bisa membuat perusahaan rugi jika inovasi yang dilakukan gagal diminati konsumen dan bisa menjadikan keuntungan yang besar jika inovasi berhasil. Maka untuk menghindari hal yang tidak diinginkan harus terlebih dahulu melakukan riset pasar terlebih dahulu. Seperti pada saat pasaran menyukai jaket bola tanpa ada cindung atau penutup kepala, konveksi Max Thing melakukan inovasi dengan memproduksi jaket bola yang ada cindung atau penutup kepala yang bisa di pasang dan di lepas dari jaket, dan selalu membuat desain atau model yang menarik seperti memadukan batik dengan kain polos.

Wawancara dengan Mas Agung selaku karyawan di bidang pemasaran tentang inovasi yang dilakukan Max Thing collection

“Inovasi itu perlu dilakukan agar konsumen memiliki variasi pilihan, seperti saat diminatinya jaket bola yang tidak ada penutup kepalanya, Max Thing berinovasi dengan menambahkan penutup kepala yang bisa di lepas dan di pasang di jaket, penambahan penutup kepala ini diminati pasar karena terdapat nilai lebih dari jaket yang diproduksi Max Thing yaitu terlindunginya kepala dari sinar matahari, setiap minggu rata-rata dapat menjual jaket yang diproduksi sekitar 110 potong

dengan harga Rp 125.000 yang artinya pendapatan laba kotornya sekitar Rp 13.750.000¹⁵

Data penjualan Max Thing Collection bulan Agustus

- a) Baju hitam polos 800 potong
 - b) Baju kombinasi batik 650 potong
 - c) Kaos 500 potong
 - d) Jaket..... 450 potong
 - e) Jas 350 potong
 - f) Celana 500 potong
 - g) Seragam almamater 357 potong
 - h) Seregam komunitas 259 potong
 - i) Seragam kerja 456 potong
 - j) Seagam sekolah 432 potong
 - k) Baju anak 394 potong
- 3) Pangsa pasar yang luas

Di era yang semuanya serba praktis dan selalu bersinggungan dengan dunia maya atau social media yang pada akhirnya menuntut untuk selalu trendi dalam berpenampilan membuat peluang tersendiri bagi para pelaku fashion, semakin lama semakin berkembang karena fashion seperti kebutuhan pokok dalam berpenampilan sehingga membuka pasar yang lebih luas untuk para pengusaha.¹⁶

3. Strategi bersaing generik yang cocok dijalankan Max Thing collection.

- a. Strategi bersaing generik yang cocok di jalankan Max Thing collection

Diferensiasi adalah strategi yang cocok untuk Max Thing Collection dalam bersaing dilingkungan industri, maka strategi diferensiasi perlu dilakukan untuk menciptakan produk yang berbeda

¹⁵ Hasil wawancara dengan karyawan di bagian pemasaran Max Thing Collection mas Agung pada tanggal 25 September 2017

¹⁶ Hasil observasi di konveksi Max Thing collection pada tanggal 27 Mei 2017

dengan produk pesaing dan menciptakan keunikan tersendiri agar dapat bersaing dalam sebuah industri.

Strategi diferensiasi yang digunakan pada konveksi Max-Ting collection dalam menghadapi pesaing industri yaitu dengan memproduksi pakaian hitam polos adat Bali yang digunakan saat upacara ngaben, Dengan menjaga kualitas jahitan dan menggunakan bahan yang berkualitas.¹⁷

C. Analisi Pembahasan

1. Analisis strategi generik yang di jalankan Max Thing collection

Untuk mencapai sebuah tujuan maka di perlukan strategi yang matang agar apa yang dituju dapat diraih perusahaan, begitu pula yang dilakukan konveksi Max Thing collection, dengan menggunakan strategi bersaing generik.

“Pendekatan yang dikemukakan oleh Porter, terdapat dua faktor yang diperhitungkan dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam analisisnya tentang strategi bersaing Menurut Porter, keunggulan kompetitif hanya akan diperoleh lewat salah satu dari dua sumber yakni bisa dari keunggulan menciptakan biaya rendah (*cost leadership*), atau dari kemampuan organisasi untuk menjadi berbeda (*differentiation*) dibandingkan para pesaingnya. Faktor kedua dalam pendekatan ini adalah cakupan produk-pasar (*competitive scope*) dimana organisasi saling bersaing satu sama lain dalam pasar yang luas dan sempit.”¹⁸

Namun sebelum menjalankan strategi yang sudah dirancang, terlebih dahulu menganalisis kekuatan pesaing setelah itu baru bisa melakukan strategi apakah sudah cocok dengan yang akan dilakukan, yaitu dengan menganalisis kekuatan industri yang ada. Analisis Strategi Bersaing Generik Yang Di Jalankan Max Thing collection

a. Strategi keunggulan biaya (*cost leadership*)

¹⁷ Hasil observasi di konveksi Max Thing collection pada tanggal 27 Mei 2017

¹⁸ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga, Jakarta, 2005, Hlm. 90.

Strategi sangatlah penting untuk kelangsungan sebuah perusahaan agar perusahaan dapat tetap bertahan di dalam persaingan industri yang ada. Begitu pula dengan Max Thing collection menggunakan strategi bersaing generik dengan strategi keunggulan biaya (*cost leadership*).

“Strategi keunggulan biaya adalah strategi yang digunakan organisasi ingin menjadi pemimpin pasar berbasis biaya rendah dengan basis pelanggan yang luas. Biaya di sini merupakan total biaya produksi, dan bukan pada harga. Pada strategi ini organisasi berfokus pada bagaimana perusahaan mampu memproduksi barang dan jasa dengan biaya rendah. Perusahaan yang mampu menciptakan biaya produksi yang rendah tentu saja mampu menjual produknya dengan harga yang lebih rendah dari pesaing, tetapi masih bisa menghasilkan keuntungan bagi perusahaannya. Perusahaan semacam ini tidak takut terhadap ancaman pesaing yang menurunkan harga.”¹⁹

Strategi kepemimpinan biaya akan berhasil dengan baik ketika pembeli sangat peka terhadap perubahan harga, ketika perusahaan-perusahaan yang bersaing tersebut menjual produk dari komoditi yang sama, dan ketika perusahaan dapat memanfaatkan keuntungan dari skala ekonomis. Pemimpin dalam biaya tidak hanya berada dalam posisi yang paling menguntungkan untuk melindungi dirinya dari perang harga, tetapi juga dapat menggunakan kekuatannya untuk menyerang pesaing dengan harga termurah dalam industri itu.²⁰

Untuk memperoleh keunggulan biaya, biaya yang kumulatif perusahaan melalui rantai nilainya harus lebih rendah dari pesaingnya. Ada beberapa faktor pendorong biaya yang harus dikendalikan sebagai berikut:

- 1) Skala Ekonomis. Peningkatan volume dapat memberikan biaya yang lebih murah dibanding volume yang lebih kecil karena

¹⁹ *Ibid*, Hlm. 90.

²⁰ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2016, Hlm. 126.

biaya penelitian dan pengembangan serta pemasarannya dapat dibagi dengan volume penjualan yang lebih besar.

- 2) Belajar dari Pengalaman. Pengalaman dalam mengefisienkan pekerjaan, studi banding ke perusahaan yang mempunyai aktivitas sama. Perhatian manajemen tidak hanya mendapatkan laba, tapi juga menggunakannya untuk memodifikasi produksi.
- 3) Biaya Sumber Daya Input. Ada beberapa faktor yang menjadi kunci untuk mendapatkan sumber daya input yang murah. Yakni dengan menggunakan daya tawar beli dengan membeli dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga terbaik dari pemasok.
- 4) Bekerjasama dengan Aktivitas Rantai Nilai dalam Perusahaan atau Industri. Biaya penyimpanan bahan baku dapat diminimalkan dengan membuat jaringan dengan pemasok, sehingga dapat mengurangi biaya operasional.
- 5) Membagi Peluang dengan Unit Bisnis yang lain dalam Organisasi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai proses pengorderan, system penagihan konsumen, fasilitas distribusi.²¹

Dengan mengendalikan rantai nilai yang ada maka keunggulan kompetitif dapat diraih perusahaan, dan tentunya dapat bersaing ditengah persaingan industri yang ada. Tentunya semua itu harus dianalisis lebih dahulu sebelum di jalankan perusahaan, karena strategi yang kurang matang dapat menjadikan perusahaan tidak mampu bersaing di dalam lingkungan industri yang ada.

b. Strategi Pembeda (*Differentiation*)

Max Thing collection melakukan strategi difensiasi sebagai salah satu strategi untuk tetap bertahan di lingkungan industri yang semakin hari semakin ketat persaingannya, dengan menerapkan strategi yang tepat tentunya akan menjadikan perusahaan diperhitungkan oleh para

²¹M. Husni Mubarak, *Manajemen Strategi*, Stain Kudus, Kudus, 2009, Hlm. 64.

pesaing dan menjadi poin untuk mencapai keunggulan bersaing yang kompetitif.

“Strategi diferensiasi merupakan serangkaian tindakan yang berkaitan dan dirancang untuk memproduksi barang atau jasa yang dianggap berbeda di lingkungan industri dengan ciri yang dapat diterima sebagai hal yang penting bagi konsumen.”²²

Perusahaan menumbuhkan kekuatan yang akan berkontribusi dalam diferensi yang diinginkan. Dengan demikian, perusahaan akan mencari kepemimpinan dalam kualitas, contohnya harus membuat produk dengan komponen terbaik, memasang dengan penuh keahlian, memeriksa dengan hati-hati, dan mengomunikasikan kualitas dengan efektif.²³

Strategi diferensiasi akan sukses jika perusahaan mampu memberikan nilai yang tidak diberikan pesaingnya. Ada empat pendekatan yang dapat digunakan untuk membuat atribut yang unik dan dianggap bernilai oleh konsumen.

- 1) Pendekatan pertama, menggabungkan atribut produk dan fitur pengguna yang menekankan biaya dalam menggunakan produk perusahaan.
- 2) Pendekatan kedua, menggabungkan fitur yang menaikkan kinerja produk yang dibeli konsumen. Untuk menaikkan kinerja produk atau jasa yang pembeli dapat, perusahaan dapat menggabungkan fitur dan atribut yang menyediakan pembeli lebih banyak kenyamanannya atau mudah digunakan; membuat produk atau jasa yang lebih bersih, lebih aman atau bebas perawatan dibanding pesaing, memenuhi kebutuhan pelanggan lebih lengkap dan lebih fleksibel dibanding yang ditawarkan pesaing; memberi pilihan pembeli untuk menambah versi produk baru dating ke pasar.

²²*Ibid.*, Hlm. 97.

²³Philip Kotler Dkk, *Manajemen Pemasaran dalam Sudut Pandang Asia*, PT. Indeks Gramedia, Jakarta, 2003, Hlm. 118.

- 3) Pendekatan ketiga, menggabungkan fitur yang menaikkan kepuasan pembeli dengan cara non ekonomis. Memberikan garansi tanpa batas supaya memberi rasa aman dalam membeli, dengan menerima kembali apapun yang dijual jika tidak memuaskan pelanggan, menggantinya atau mengembalikan uang yang dibayarnya.
- 4) Pendekatan keempat, bersaing berdasarkan kapabilitas dengan memberikan nilai kepada pelanggan melalui kemampuan bersaing yang pesaing tidak punya atau sulit untuk menyamainya. Kesuksesan kapabilitas pendorong diferensiasi dimulai dengan memahami secara mendalam apa yang konsumen inginkan dan diakhiri dengan membangun kapabilitas organisasi untuk memuaskan kebutuhan tersebut dibanding pesaingnya, sehingga dikatakan mempunyai nilai diferensiasi bersaing ketika mampu memberikan nilai lebih yang tidak mampu diberikan para pesaingnya.²⁴

Adapun strategi diferensiasi yang dijalankan Max Thing collection di dalam lingkungan industri yaitu: Memproduksi pakaian hitam polos yang di kirim keBali yang digunakan saat upacara ngaben dengan kualitas terbaik karena saat akan di pasarkan terlebih dahulu di kontrol dan apa bila ada cacat atau jahitan yang kurang rapi maka produk tersebut tidak bisa di pasarkan.

c. Strategi Fokus (*focus*)

Untuk dapat bersaing di dalam persaingan yang ketat maka perusahaan harus mengalisis semua aspek yang menyangkut kehidupan perusahaan baik dari proses produksi sampai pemasaran kepada konsumen.

²⁴Muhammad H. Mubarak, *Startegi Korporat dan Persaingan Bisnis dalam Meraih Keunggulan Kompetitif*, Idea Press, Yogyakarta, 2009, Hlm. 100-101.

“Strategi fokus dari biaya rendah atau diferensiasi merupakan serangkaian tindakan yang berkaitan dan dirancang untuk memproduksi atau menyampaikan barang atau jasa untuk melayani kebutuhan segmen pasar tertentu.”²⁵

Tujuan strategi fokus adalah memberikan pelayanan segmen pembeli yang lebih baik dalam target celah pasar dengan lebih efektif atau efisien dibanding pesaing. Perusahaan dapat memberikan nilai bagi pelanggan dalam segmen pasar yang unik dan spesifik dengan memilih satu dari dua strategi fokus yang berbeda diantaranya.

1) Strategi Fokus Biaya Rendah.

Fokus segmennya adalah perusahaan melakukan pengurangan biaya dan efisiensi operasional, sehingga dapat menciptakan harga yang murah dengan tetap memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan, sebagai contoh konsumen yang tidak kaya, biasanya memiliki anak tapi tidak memiliki pengasuh sehingga yang ditawarkan adalah penitipan anak.

2) Strategi Fokus Diferensiasi.

Strategi fokus diferensiasi, “Strategi yang tepat untuk menghasilkan laba diatas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kekuatan persaingan, meskipun dengan cara yang berbeda dari strategi keunggulan biaya”.

²⁵M Husni Mubarak, *Manajemen Strategi*, Stain, Kudus, Kudus, 2009, Hlm.75.

Gambar 4.2
Keunggulan Bersaing
 Biaya Rendah
 Diferensiasi

CAKUPAN PERSAINGAN	Sasaran Luas	1. Keunggulan Biaya	2. Diferensiasi
	Sasaran Sempit	3A. Fokus Biaya	3B. Fokus Diferensiasi

Dalam penerapan strategi fokus Max Thing collection menerapkan strategi fokus diferensiasi dengan menekankan pada fitur, selalu berinovasi, menjaga kualitas dan harga yang kompetitif untuk menjadi pembeda dengan pesaing. Dengan menjalankan strategi yang tepat tentunya Max Thing collection dapat bersaing dengan para pesaing yang ada.

2. Analisis faktor yang menjadi hambatan dan pendukung di konveksi Max-Ting collection dalam menerapkan strategi bersaing generik.

a. Faktor pengambat yang ada di Max Thing dalam menerapkan strategi bersaing generik

1) Bahan baku atau logistik

Aktifitas logistik diasosiasikan dengan proses pengumpulan, penyimpanan, dan pendistribusian produk kepada konsumen. Termasuk juga di dalamnya terdapat penyelesaian produk, pergudangan, dan penanganan bahan baku.²⁶ Bahan baku adalah hal yang paling vital bagi sebuah perusahaan karena bahan baku sama halnya dengan nyawanya sebuah perusahaan, di konveksi Max Thing bahan baku di datangkan langsung dari Cirebon dan terkadang juga dari Bandung. jadi terdapat banyak kendala untuk

²⁶Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga, Jakarta, 2005, Hlm. 48.

menjadikan bahan baku sebagai keunggulan kompetitif karena harus menimbang-nimbang berbagai aspek terlebih dahulu sebelum melakukan produksi dan mendapatkan keunggulan bersaing yang kompetitif, diantara hambatan yang ada yaitu tatkala BBM mengalami kenaikan sehingga ikut menaikkan harga bahan baku yang ada karena dalam proses transportasi mengalami penambahan ongkos, dan untuk mensiasati itu makan Max Thing Collection melakukan pembelian dengan sekala besar untuk menekan biaya transport dan juga untuk mendapatkan harga yang lebih murah dari produsen bahan baku.

2) Pemasaran

Penyelenggaraan kegiatan pemasaran tidak terlepas dari peranan pemasaran sebagai fungsi pengorganisasian dan sekumpulan proses untuk menciptakan nilai, pengkomunikasian nilai dan penyerahan nilai tersebut kepada pelanggan, serta untuk memamanajemi hubungan pelanggan dengan cara yang bermanfaat organisasi dan pemegang kepentingan.²⁷ Perusahaan kadang-kadang perlu menstrukturisasi praktek bisnis dan pemasaran mereka untuk merespon perubahan yang signifikan dalam lingkungan bisnis, seperti globalisasi, deregulasi, kecanggihan/kemajuan komputer dan telekomunikasi, serta fregmentasi (terklasifikasinya) pasar.²⁸ Masalah yang kerap dialami sebuah perusahaan adalah bagai mana membangun saluran pemasaran yang efektif agar dapat bersaing dipasar yang ketat, masalah inilah yang juga dihadapi Max Thing Collection. Dengan hasil produksi yang bagus jika saluran distribusi kekonsumen terdapat masalah maka akan sia-sia dan tak bisa mendapat keunggulan bersaing yang kompetitif, makan konveksi Max Thing

²⁷Sofjan Assauri, *Strategic Marketing Staining Lifetime Customer Value*, Rajagrafindo Persada, Depok, 2012, Hlm. 1

²⁸Philip Kotler, Swee Hoong Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan, *manajemen pemasaran sudut pandang asia*, Gramedia, Klaten, 2005, Hlm 441

Collection harus memikirkan strategi untuk masuk dipasar dan bersaing dengan para pesaing dengan lebih gencar melakukan promosi agar konsumen dapat mengeali produk yang dihasilkan dan bekerja sama dengan para distributor untuk memasarkan produknya.

3) Keterbatasan SDM

Sumber daya meliputi asset-aset keuangan, fisik, manusia, dan budaya perusahaan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan, menciptakan dan menjual dan menjual produk atau jasa kepada para pelanggan. Walaupun setiap perusahaan memiliki sumber daya, namun tidak seluruhnya dapat dikatakan unik dan mampu memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.²⁹ Dalam sebuah perusahaan SDM sangatlah diperlukan apa lagi SDM yang memiliki ketrampilan tinggi, jadi keterbatasan sumber daya manusia merupakan masalah yang sangat serius, keterbatasan SDM akan berpengaruh pada kualitas produk yang dihasilkan karena di dalam memproduksi mengharuskan SDM mempunyai keahlian yang tentunya tidak sembarang orang bisa, keahlian SDM tersebut sangat diperlukan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktifitas dal memproduksi, meperluas pangsa pasang atau pun untuk menembus pasar baru. Dalam merekrut SDM konveksi Mak Thing Collection tidaklah mencari cuma mencari SDM yang mempunyai ketrampilan saja, namun juga merekrut SDM yang masih belum mempunyai keterampilan, namun lebih mencari SDM yang ulet dan tekun dalam bekerja, ada pun yang tidak mempunyai keterampilan akan di berika trening atau pelatihan agar menjadi SDM yang mempunyai ketrampilan dan dapat lebih memajukan perusahaan.

²⁹Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga, Jakarta, 2005, Hlm. 39.

b. Faktor yang menjadi pendukung dalam menerapkan strategi bersaing generik di Max Thing collection

1) Modal

Bersaing dalam industri baru memerlukan sumber daya untuk investasi. Selain fasilitas fisik, modal di perlukan untuk persediaan, aktifitas pemasaran, dan fungsi-fungsi bisnis kritikal lainnya. Bahkan ketika bersaing dalam industri itu menarik, modal yang diperlukan agar berhasil memasuki pasar.³⁰ Dalam memulai usaha modal adalah hal yang paling utama, untuk mendapatkan keunggulan biaya konveksi Max Thing Collection menggunakan modal yaitu dengan menggunakan modal sendiri dari hasil dulu sewaktu pemilik Max Thing collection bekerja sebagai tukang jahit. Dengan menggunakan modal sendiri tentunya akan memudahkan pemilik untuk mengatur modal yang ada, biarpun resiko yang ditanggung jadi lebih besar namun keuntungannya pun jauh lebih besar karena keuntungan tidak perlu dibagi dengan investor atau pemilik modal lainnya.

2) Mudah untuk berinovasi

Di sebagian industri, inovasi telah lama dikenal sebagai faktor yang kuat pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Dalam ekonomi global saat ini riset menunjukkan bahwa inovasi, baik dalam produk maupun proses, semakin terkait dengan laba di atas rata-rata dari indutri-industri yang sedang berkembang.³¹ Inovasi merupakan faktor penting bagi upaya perusahaan untuk mendiferensiasi produk atau jasanya dari pesaing dengan cara menciptakan nilai baru atau tambahan bagi para pelanggan. Sehingga inovasi sebagai kapabilitas perusahaan dapat menjadi

³⁰Michael a. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson, *manajemen strategis daya saing & Globalisasi*, salemba empat, Jakarta, 2001, Hlm 72

³¹*Ibid.*, Hlm, 221.

sumber penting bagi keunggulan kompetitif bagi perusahaan.³² Hal ini pun di sadari Max Thing collection karena dunia fashion sangatlah dibutuhkan inovasi produk yang dihasilkan karena dunia fashion selalu berubah-ubah mengikuti tren yang ada. Maka Max Thing Collection selalu berinovasi untuk tetap bertahan didalam industri, dengan terlebih dahulu mengamati pasar dan melihat tren yang ada agar dalam berinovasi berhasil dan di minati konsumen. Karena jika berinovasi asal-asalan sama halnya dengan pedang yang bermata dua, bisa membuat perusahaan rugi jika inovasi yang dilakukan gagal diminati konsumen dan bisa menjadikan keuntungan yang besar jika inovasi berhasil. Maka untuk menghindari hal yang tidak diinginkan harus terlebih dahulu melakukan riset pasar terlebih dahulu. Seperti saat di gemarnya jaket bola tanpa ada cindung atau penutup kepala, Max Thing melakukan inovasi dengan membuat jaket bola dengan menambahkan cindung atau penutup kepala bahkan cindung atau penutup kepala tersebut bisa di pasang dan di lepas yang pada akhirnya membedakan dengan pesaing industri yang ada.

3) Pangsa pasar yang luas

Bisnis fashion adalah bisnis yang selalu berkembang karena gaya hidup konsumen yang semakin ingin menunjukkan diri dengan tampilan yang maksimal. Maka dari itu gaya hidup konsumen menjadikan peluang yang sangat besar bagi para pelaku bisnis fashion, karena di era yang semuanya serba praktis dan selalu bersinggungan dengan dunia maya atau social media yang pada akhirnya menuntut untuk selalu trendi dalam berpenampilan membuat peluang tersendiri bagi para pelaku fashion, semakin lama semakin berkembang karena fashion seperti kebutuhan pokok

³²Muhammad H. Mubarak, *Strategi Korporat dan Persaingan Bisnis dalam Meraih Keunggulan Kompetitif*, Idea Press, Yogyakarta, 2009, Hlm, 41

dalam berpenampilan sehingga membuka pasar yang lebih luas untuk para pengusaha

3. Analisis strategi bersaing generik yang cocok dijalankan Max Thing collection.

Utuk tetap eksis dalam persaingan industri maka perusahaan harus menganalisis segala aspek yang menjadi hambatan atau pun pendukung, dan menjalankan strategi yang tepat bagi perusahaan agar perusahaan dapat bersaing dengan para pesaing yang ada.

“Strategi diferensiasi merupakan serangkaian tindakan yang berkaitan dan dirancang untuk memproduksi barang atau jasa yang berbeda dengan pesaing industry yang ada dengan ciri yang dapat diterima sebagai hal yang penting bagi konsumen.”³³

karena dalam dunia fashion hal yang paling utama adalah tren model yang selalu berubah-ubah setiap saat, maka strategi diferensiasi perlu dilakukan untuk menciptakan produk yang berbeda dengan produk pesaing dan menciptakan keunikan tersendiri agar dapat bersaing dalam sebuah industri. Dengan menciptakan keunikan atau kemanfaatan lebih terhadap produk diharapkan konsumen teratrik dan mampu mempertahankan loyalitas mereka.

Strategi diferensiasi yang digunakan pada konveksi Max-Ting collection dalam menghadapi pesaing antara lain:

- a. Memproduksi pakaian hitam polos yang di gunakan saat upacara ngaben dengan menjaga kualitas yang di kirim keBali. Dengan menjalankan strategi diferensiasi yang dimiliki dengan benar, maka perusahaan akan dapat bersaing dengan para pesaing dengan memiliki keunggulan yang kompetitif.

³³M Husni Mubarak, *Manajemen Straregi*, Stain, Kudus, Kudus, 2009, Hlm. 68.