Equilibrium point
JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS

PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI WINDOFA APPAREL

Oleh : Andarias Sambo, Kunto Atmojo, Sani Mawarni, Anno Zuhrias
email:andariassambo@stimaimmi.ac.id

ABSTRACT

Employee performance problems are closely related to the company's achievements, because employees are one of the main factors for the company in achieving the goals that have been set. The company's inability to improve the performance of its employees is an obstacle that must be faced by every company, including Windofa Apparel. This research is a qualitative descriptive study using the SWOT analysis method. Collecting data through literature and field studies with interview and observation techniques."The results obtained are that the company's internal strengths and weaknesses are in an average internal position, while the company's external opportunities and threats are in a high external position. The position of the Windofa Apparel company is in cell II, namely in the growth strategy position which requires the company to choose a strategy that concentrates through horizontal integration. The strategy that can be used by Windofa Apparel in order to improve the performance of its employees is the SO (Strengths–Opportunities) strategy, actions that can be taken in the SO strategy include collaborating with other businesses, conducting performance development through company workshops for employees, and maximizing product promotions for both customers. new or old.

Keywords: SWOT Analysis, Employee Performance

PENDAHULUAN

Manajemen sumber daya manusia menjadi salah satu unsur penting yang harus diperhatikan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tentunya setiap pemimpin mengharapkan kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Kunci kegiatan operasional berada di aktifitas karyawan, di mana hasil produksi para karyawan dipasarkan dan menjadi sumber pendapatan perusahaan. Akan tetapi menurut Anggraeni & Yuniarsih (2017) sering ditemukan ketidakstabilan dan belum optimalnya kinerja karyawan, hal ini disebabkan oleh berbagai faktor internal maupun eksternal di lingkungan kerja. Padahal sumber daya manusia merupakan modal dasar dalam berlangsungnya proses di suatu perusahaan, sehingga kualitas karyawan harus selalu dikembangkan dan diarahkan melalui manajemen sumber daya manusia.

Menurut Pangabean (2018) manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai suatu proses atas perencanaan, pengorganisasian, pemimpin, dan pengendalian atas kegiatan yang berkaitan dengan analisis pekerjaan, evaluasi kerjaan, pengadaan, pengembangan, promosi, kompensasi, hingga pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan Kasmir (2016) menyatakan jika tujuan utama manajemen sumber daya manusia adalah memanusiakan manusia serta memberikan kesejahteraan kepada karyawan secara profesional dan adil sesuai dengan kemampuan mereka masing-masing. Maka dari itu diperlukan strategi dalam melakukan manajemen sumber daya manusia guna mencapai tujuan perusahaan.

Karyawan sebagai salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan dalam memproduksi produk terbaiknya, sering pula menimbulkan masalah yang beragam. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah menurunnya kinerja karyawannya. Moeheriono (2012) menyatakan jika kinerja atau performance adalah sebuah penggambaran tentang tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan. Sedangkan kinerja karyawan merupakan hasil kerja yang dicapai seorang pegawai baik secara kualitas maupun kuantitas dalam melaksanakan tugasnya sesuai tanggung jawab yang telah diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2011).

* Dosen Sekolah Tinggi Manajemen IMMI Jakarta

Masalah kinerja karyawan berhubungan erat dengan pencapaian perusahaan, karena karyawan merupakan salah satu faktor utama bagi perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ketidakmampuan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kinerja karyawannya merupakan suatu kendala yang harus dihadapi oleh setiap perusahaan, termasuk Windofa Apparel. Windofa Apparel merupakan tempat usaha yang bergerak di bidang retail, jasa sablon dan juga konveksi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan di Windofa Apparel, terdapat beberapa perilaku karyawan yang mengurangi produktivitas kerja perusahaan. Karyawan yang melanggar peraturan di kantor seperti sering terlambat masuk kerja, ketidakfokusan selama bekerja (bermain ponsel dan bercanda dengan rekan selama bekerja), ketidaktelitian dalam mengerjakan tugas (barang yang diproduksi tidak sesuai standard ketentuan perusahaan), hingga keterlambatan selama produksi yang menghambat banyak operasional lain di perusahaan. Beberapa masalah tersebut tentu mengurangi efektivitas kerja perusahaan yang berdampak pada kurangnya hasil produksi sehingga diperlukan strategi manajemen SDM yang tepat.

Peningkatan kualitas kerja sumber daya karyawan sangat diperlukan, di mana hal tersebut perlu dilakukan secara terencana, terarah, dan berkesinambungan dalam rangka meningkatkan kemampuan dan profesionalisme karyawan dalam bekerja. Peningkatan kualitas kerja karyawan juga berguna agar perusahaan dapat bertahan terhadap lingkungan yang berubah dengan cepat (Mas'ud, 2007).

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan kinerja SDM sehingga menjadi tenaga kerja yang berkualitas, diantaranya dengan mengadakan pengembangan diri, motivasi terhadap karyawan atau dengan pemberian kompensasi yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh tenaga kerja serta kesesuaian imbalan dengan apa yang telah disepakati oleh karyawan dan pihak perusahaan. Dalam menentukan strategi peningkatan kinerja SDM terlebih dahulu harus dipilih analisis yang cocok, salah satu analisis yang dapat digunakan yaitu analisis SWOT.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan aset penting dan berperan sebagai faktor penggerak utama dalam pelaksanaan seluruh kegiatan atau aktivitas instansi, sehingga harus dikelola dengan baik melalui manajemen sumber daya manusia (MSDM). Menurut para ahli manajemen sumber daya manusia adalah sebagai berikut:

Menurut Notoatmodjo (2015), menyatakan bahwa manajemen sumber daya manusia (personalia) adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarah dan pengawasan kegiatan-kegiatan, pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pelepasan sumber daya manusia agar tercapai berbagai tujuan individu, organisasi dan masyarakat. Menurut Hasibuan (2019), mengatakan bahwa manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah ilmu dan seni yang dipergunakan dalam mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efesien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Sedangkan menurut Handoko (2014), manajemen sumber daya manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai baik tujuan-tujuan individu maupun organisasi.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia merupakan proses pembentukan sumber daya manusia sebagai tenaga kerja untuk menggali semua potensi yang dimiliki dari dalam diri setiap manusia yang nantinya akan dipergunakan didalam dunia kerja.

Karyawan

Pengertian karyawan sering kali disamakan dengan pengertian tenaga kerja/pekerja, buruh, atau dinamakan juga dengan sebutan Sumber Daya Manusia (SDM). Dalam artian makro, menurut Simamora, (2005) Sumber Daya Manusia mencakup semua manusia sebagai penduduk atau warga negara suatu negara atau dalam batas wilayah tertentu yang sudah memasuki usia angkatan kerja, baik yang sudah memasuki usia angkatan kerja, maupun yang sudah mampu memperoleh pekerjaan.

Menurut Undang-Undang nomor 13 tahun 2003 tentang ketenaga kerjaan pasal 1 ayat 2 menyebutkan bahwa karyawan adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat, baik di dalam maupun di luar hubungan kerja. Dari definisi tersebut maka yang dimaksud tenaga kerja adalah tenaga kerja yang melakukan pekerjaan pada setiap bentuk usaha (perusahaan) atau perorangan dengan menerima upah termasuk tenaga kerja yang melakukan pekerjaan di luar hubungan kerja.

Karyawan merupakan kekayaan utama dalam suatu perusahaan, karena tanpa adanya keikutsertaan mereka, aktifitas tidak akan terlaksana. Karyawan berperan aktif dalam menetapkan rencana, system, proses dan tujuan yang ingin dicapai. Menurut Subri (2002) karyawan merupakan setiap penduduk yang masuk ke dalam usia kerja (15 hingga 64 tahun) atau jumlah total seluruh penduduk yangada pada sebuah negara yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan akan tenaga yang akan mereka produksi sendiri dan jika mereka mau berkecimpung/ berpartisipasi dalam aktivitas itu.

Menurut Hasibuan (2017) karyawan merupakan setiap orang yang membantu menyediakan jasa (pikiran maupun tenaga) dan mendapatkan balas jasa ataupun kompensasi berupa gajih, yang besarnya telah ditentukan terlebih dahulu melalui kontrak kerja.

Analisis SWOT

Analisis SWOT diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*), dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor eksternal dan faktor internal yaitu *strength, opportunities, weaknesesses,* dan *threats.*

a. Analisis Lingkungan Internal (Analisis Kekuatan atau Kelemahan)

   Setiap unit bisnis perlu mengevaluasi kekuatan dan kelemahan secara periodik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan formulir manajemen, atau konsultan dari luar, mengkaji kompetensi pemasaran, keuangan, produksi, dan organisasi perusahaan. Setiap faktor dinilai apakah merupakan kekuatan utama, kekuatan minor, faktor netral, kelemahan minor, atau kelemahan utama.

b. Analisis Lingkungan Eksternal (Analisis Peluang dan Ancaman)

   Tujuan utama penilaian lingkungan adalah mengamati peluang-peluang baru, peluang pemasaran sendiri di definisikan sebagai suatu bidang kebutuhan di mana perusahaan dapat memenuhinya secara menguntungkan. Peluang dapat dicatat dan dipilah menurut daya tariknya, dan kemungkinan keberhasilannya. Kemungkinan sukses perusahaan akan semakin besar apabila kekuatan bisnisnya tidak hanya sesuai dengan persyaratan sukses utama untuk beroperasi dalam pasar sasaran tersebut, tetapi juga unggul dari para pesaingnya. Perusahaan yang berkinerja paling baik adalah perusahaan yang dapat menciptakan nilai pelanggan yang tinggi dan mempertahankannya dengan jangka panjang.

Sebagian perkembangan dalam lingkungan eksternal merupakan ancaman. Ancaman lingkungan sendiri adalah tantangan akibat kecenderungan atau perkembangan yang tidak menguntungkan yang akan mengurangi penjualan atau laba bila tidak dilakukan pemasaran defensif.

Setelah unit bisnis menentukan misinya dan meneliti lingkungan eksternal secara internalnya, unit bisnis tersebut lalu dapat menyusun sasaran dan tujuan tertentu untuk periode perencanaan, pada tahap ini disebut dengan formulasi tujuan. Sebuah unit bisnis harus menata sasarannya secara hierarkis, dari yang paling penting sampai yang dirasa kurang penting.

1) Hakikat Kekuatan (*Strengths*)

   Kekuatan *(Strengths)* merupakan kondisi internal yang menunjang suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai objektif yang diinginkan. Kekuatan adalah sumberdaya keterampilan atau keunggulan keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembei dengan pemasok, dan faktor-faktor lain. Faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi atau perusahaan yang berakibat pada kepemilikan keunggulan oleh unit usaha di pasaran.

2) Hakikat Kelemahan (*Weaknesses*)
Kelemahan *(Weaknesses)* merupakan kondisi internal yang menghambat organisasi atau perusahaan untuk mencapai objektif yang diinginkan. Faktor kelemahan yang dimaksud adalah keterbatasan dan kekurangan kemampuan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan, seperti kemampuan manajerial yang rendah, ketrampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak ada atau kurang dimintai oleh pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai. Kelemahan ini masih bisa diatasi dengan cara memaksimalkan peluang yang ada jika perusahaan benar-benar memanfaatkan peluang yang ada dengan baik.
3) Hakikat Peluang (*Opportunities*)
Peluang (*Opportunities*) adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, seta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi.
4) Hakikat Ancaman (*Threats*)
Ancaman (*Threats*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan penganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. *Threats* adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Contohnya adalah pertumbuhan pasar yang lamban, masuknya pesaing baru di pasar, perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Nazir dalam Prastowo (2011), metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Sukmadinata (2011) mengemukakan penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau pengubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang diharapkan mampu menghasilkan uraian secara mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat maupun organisasi tertentu. Penggunaan desain penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis kinerja karyawan di Windofa Apparel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan beberapa karyawan yang bekerja di Windofa Apparel, maka dapat disimpulkan faktor internal maupun eksternal yang terdapat di perusahaan tersebut yang kemudian di analisis dengan matriks IFAS dan EFAS, matriks IE, serta matriks SWOT.

Faktor Internal

Faktor internal perusahaan meliputi kekuatan dan kelemahan Windofa Apparel. Berikut adalah kekuatan (strength) Windofa Apparel yaitu:

1. Penerapan pelayanan prima
Windofa Apparel menyajikan pelayanan yang prima kepada para konsumennya baik yang berkunjung secara langsung ke store maupun online melalui e-commerce (Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee) yang tersedia. Penerapan pelayanan prima ini diterima dengan baik oleh konsumen sehingga Windofa Apparel mendapatkan penilaian yang cukup bagus di mata konsumen. Karyawan Windofa Apparel akan melayani kebutuhan konsumen dengan baik, mulai dengan memberikan rekomendasi jenis kaos yang bagus hingga desain sablon yang menarik. Pada dasarnya penerapan pelayanan yang dilakukan karyawan Windofa Apparel

dijalankan sesuai dengan standar kualitas pelayanan yang telah ada di SOP Windofa Apparel.

Windofa Apparel menegaskan pada karyawan untuk selalu melayani konsumen sesuai kebutuhan mereka. Konsumen menjadi prioritas Windofa Apparel sehingga tanpa disadari, pelayanan prima yang diberikan karyawan berdampak pada banyaknya konsumen tetap. Pelayanan prima yang diterapkan para karyawan juga berdampak pada efesiensi kerja karyawan.

2. Karyawan yang ahli dan berpengalaman

Sistem penerimaan dan seleksi karyawan di Windofa Apparel cukup baik, dimulai dari proses penyebaran informasi lowongan kerja, kemudian mengundang kandidat yang sesuai dengan kebutuhan, hingga proses interview dan tanda tangan kontrak kerja. Namun menurut salah satu karyawan, proses rekuitmen di Windofa Apparel cenderung hanya memilih orang-orang yang berpengalaman di bidangnya, tidak menerima fresh graduate yang tidak berpengalaman. Hal ini dibuat agar karyawan lebih mudah dan cepat beradaptasi dengan pekerjaannya serta mampu mengoptimalkan kinerja perusahaan.

Pemilihan karyawan berpengalaman ini disesuaikan dengan pemberian gajinya. Pada dasarnya sistem pemberian gaji di setiap perusahaan berbeda. Gaji biasanya diberikan sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati di awal kerja. Adapun sistem gaji di Windofa Apparel dilaksanakan rutin setiap bulan namun tidak serempak di setiap divisinya, gaji akan dibagi bertahap di akhir bulan pada tanggal 25 hingga 30. Bagi karyawan bagian marketing yang mampu mencapai target penjualan setiap bulan tentu akan mendapatkan bonus tambahan. Bonus tambahan akan diberikan setiap tanggal 10 di bulan berikutnya. Pemberian bonus tambahan ini menjadi salah satu cara memotivasi karyawan agar bekerja lebih efektif ke depannya.

Karyawan yang memiliki keahlian sesuai dengan kebutuhan perusahaan juga akan menghemat biaya pelatihan. Windofa Apparel tidak terlalu sering melakukan pengembangan keahlian untuk karyawannya. Hal ini dikarenakan banyaknya jumlah pesanan yang sering diterima sehingga sulit untuk mengatur jadwal pelatihan karyawan.

3. Kualitas produk tinggi dengan harga terjangkau

Karyawan memiliki peran vital dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Kualitas merupakan faktor penting yang mempengaruhi suatu produk yang dikeluarkan perusahaan, hal ini juga menjadi perhatian Windofa Apparel dalam memasarkan produknya. Windofa Apparel mematok harga yang cukup terjangkau untuk berbagai jenis kaos sesuai kebutuhan konsumen namun selalu memastikan kualitas sablonnya rapi dan bagus.

Windofa Apparel memperhatikan harga jual produk agar sesuai dengan harga pasar tanpa mengurangi kualitas produk. Para karyawan yang dipekerjakan Windofa Apparel akan diberikan arahan singkat mengenai pentingnya kualitas produk sehingga hasil produk selalu sesuai dengan standar yang telah diberlakukan. Hal ini menjadi keunggulan terbaik yang dimiliki Windofa Apparel hingga dapat bertahan di tengah banyaknya pesaing yang ada di wilayah Jakarta.

Berikut merupakan kelemahan (weakness) Windofa Apparel yaitu:

1. Lemahnya peraturan di perusahaan

Lemahnya peraturan yang berlaku di Windofa Apparel menjadi kelemahan yang cukup besar, karena pada dasarnya peraturan seharusnya mampu menciptakan kondisi tertib, teratur dan kondusif di perusahaan. Windofa Apparel memiliki peraturan yang tidak terlalu ketat dan owner memiliki gaya kepemimpinan santai, seperti karyawan yang telat masuk kerja hanya tidak diperbolehkan bekerja di hari tersebut. Tidak ada sanksi atau hukuman lain yang diberikan pada karyawan tersebut, sistem gaji juga dibayarkan perbulan tidak berdasarkan jam kerja atau produksi, sehingga bisa saja ada karyawan yang membolos kerja tanpa ketahuan. Lemahnya peraturan yang berlaku di Windofa Apparel dapat menjadi kelemahan internal yang kuat dan berdampak pada kinerja perusahaan.

2. Sistem restock yang lambat

Sistem restock barang di Windofa Apparel yang lambat membuat berbagai divisi ikut terpengaruh. Kaos berbagai jenis yang dijual Windofa Apparel harus diambil dari 5 brand berbeda dengan total 57 produk aktif, banyaknya produk ini membuat sistem restock sering mengalami kendala terutama dalam proses distribusinya. Sistem restock yang lambat tentu menjadi kelemahan perusahaan yang

berdampak pada efektivitas kerja seluruh karyawan Windofa Apparel.

Sistem restock barang di Windofa Apparel menjadi salah satu agenda rutin yang harus dilakukan setiap bulannya. Pasar sering kali menyajikan trend busana yang baru mempengaruhi permintaan konsumen, sehingga restock barang merupakan kewajiban setiap perusahaan konveksi. Sistem restock yang lambat akan menjadi kelemahan yang cukup besar karena memiliki dampak terutama pada divisi konveksi, sablon, gudang, dan marketing.

3. Kurangnya disiplin kerja

Peraturan yang lemah membuat karyawan bebas melakukan pekerjaannya walaupun terkadang tidak sesuai dengan aturan perusahaan. Melalui hasil observasi dan wawancara diketahui jika banyak karyawan Windofa Apparel yang sering kali menunda pekerjaan hingga mencapai tenggat waktu, pengawasan dari atas juga tidak rutin dilakukan sehingga karyawan tidak bekerja optimal. Meskipun karyawan mengerjakan tugas dan diselesaikan sesuai dengan standar namun waktu yang tersisa sangat sedikit sehingga sulit mendeteksi apabila terjadi kesalahan pada produk.

Padahal pengawasan dibutuhkan dalam setiap kegiatan operasional perusahaan, owner menjadi kunci utama dalam pengawasan pada para karyawan Windofa Apparel.

Walaupun ada peraturan yang menjadi tata tertib karyawan Windofa Apparel selama bekerja, namun pengawasan rutin juga harus dilaksanakan. Tidak adanya pengawasan rutin dari owner dapat membuat karyawan tidak peduli dengan peraturan yang menjadi patokan yang telah dibuat perusahaan.

Faktor Eksternal

Faktor eksternal perusahaan meliputi peluang dan ancaman yang diterima Windofa Apparel. Adapun peluang (oppurtinity) Windofa Apparel yaitu:

1. Kuatnya daya beli konsumen

Masyarakat Indonesia dikenal sebagai masyarakat yang konsumtif. Kecenderung masyarakat Indonesia sering membeli sesuatu tanpa pertimbangan yang matang dan membeli sesuatu tanpa terencana. Apalagi bila terdapat trend yang sedang menjadi perbincangan umum orang, masyarakat akan dengan cepat membelanjakan barang atau produk tersebut. Daya beli masyarakat Indonesia yang kuat di tengah tekanan global menjadi peluang besar yang mampu mendorong peningkatan penjualan Windofa Apparel. Grafik permintaan yang terus meningkatkan setiap bulannya membuat kinerja karyawan juga lebih efektif dan tercapainya target perusahaan. Karyawan akan memiliki banyak kerjaan sehingga tidak ada waktu yang terbuang percuma selama jam kerja di perusahaan.

2. Memiliki banyak pelanggan tetap

Loyalitas pelanggan menjadi kelebihan serta peluang yang bagus dalam mengembangkan bisnis Windofa Apparel. Banyaknya pelanggan tetap yang terus membeli produk dari Windofa Apparel berdampak pada:

a. angka penjualan yang cenderung stabil bahkan mengalami peningkatan setiap bulannya;
b. kemudahan dalam promosi produk tersebut karena pelanggan secara tidak langsung akan ikut mengiklankan produk dari Windofa Apparel, hal ini terlihat dari komentar yang ada di platform media baik google, tokopedia, hingga shopee;
c. kualitas juga ikut meningkat karena adanya evaluasi dari konsumen sehingga karyawan dapat mengembangkan kualitas produk;
d. keuntungan yang tinggi karena permintaan terus meningkat;
e. hingga penghematan anggaran bisnis, seperti pemotongan anggaran untuk promosi produk.

Windofa Apparel memprioritaskan konsumen, hal ini dapat dilihat dari adanya customer service yang menerima keluhan, kritik, maupun saran konsumen. Dengan adanya pelanggan tetap ini juga membuat Windofa Apparel terus berinovasi untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar dapat bertahan di bidang usaha ini.

3. Mampu menjadi partner bagi usaha clothing dan distro

Usaha clothing merupakan usaha di mana produsen akan memproduksi sendiri semua produk mereka dengan label sendiri pula, sedangkan distro atau distribution store ialah toko distribusi yang menjual berbagai produk. Kedua jenis usaha ini telah banyak tersebar di seluruh Indonesia sehingga mudah ditemukan di mana saja. Windofa Apparel dapat menjadi partner yang tepat apabila kedua usaha tersebut ingin berkembang lebih pesat. Dengan kualitas

produk tinggi dan harga terjangkau serta menerima lebih dari 20 opsi pengiriman ekspedisi seluruh Indonesia dari Windofa Apparel tidak menutup kemungkinan kerjasama dengan kedua jenis usaha tersebut. Windofa Apparel dapat menjadi rumah produksi dari usaha clothing yang baru dirintis dan produsen tetap dari usaha distro.

Adapun ancaman (threat) yang mungkin ada yaitu:

1. Persaingan harga dan kualitas dari kompetitor lain

   Adanya persaingan antara harga dan kualitas produk dari berbagai kompetitor menjadi hal wajar dalam dunia bisnis. Sama seperti yang terjadi pada Windofa Apparel, banyaknya pesaing dalam bisnis retail memaksa Windofa Apparel untuk terus berkembang menyesuaikan pasar yang ada. Kelebihan yang dimiliki Windofa Apparel untuk saat ini masih dapat mengimbangi permintaan pasar, akan tetapi harus ada inovasi terutama dalam produk yang dijual. Persaingan yang ketat menjadi salah satu ancaman berat yang harus dihadapi, sehingga penting untuk memperhatikan segala aspek produk Windofa Apparel yang akan dijual.
2. Konsumen semakin selektif

   Konsumen Indonesia saat ini mulai selektif terhadap produk yang dijual di pasaran, tidak hanya bahan pangan tapi juga produk fashion yang akan digunakan. Perilaku selektif masyarakat dalam membeli barang akan mempengaruhi hasil penjualan perusahaan. Konsumen yang pilih-pilih juga akan membuat perusahaan harus mengeluarkan anggaran lebih untuk mempromosikan produknya agar menarik perhatian konsumen.
3. Biaya produksi semakin tinggi

   Harga barang pangan yang mengalami kenaikan berpengaruh pada biaya produksi Windofa Apparel, terutama bahan untuk sablon kaos yang dikelola divisi konveksi. Dengan semakin tingginya biaya produksi juga akan berdampak pada jumlah barang yang ditawarkan, padahal Windofa Apparel memiliki banyak pelanggan tetap yang sering memesan kaos dalam jumlah banyak. Meningkatnya biaya produksi akan berpengaruh pada harga yang telah ditetapkan sebelumnya, akan ada peningkatan harga sesuai biaya produksi agar perusahaan masih mendapatkan laba. Tetapi jika harga naik terlalu jauh walaupun kualitas bagus, konsumen akan berpikir dua kali dalam membeli produk tersebut, sehingga biaya produksi yang meningkat akan menjadi ancaman yang harus diperhitungkan.

Matriks IFAS dan EFAS

Berdasarkan hasil pemaparan di atas, maka dibuat matriks untuk faktor-faktor internal maupun eksternal yang telah didapatkan. Matriks IFAS dan EFAS dibuat untuk menentukan besaran faktor internal maupun eksternal yang dimiliki Windofa Apparel berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan informan penelitian. Kedua matriks ini akan membantu penempatan IFA pada sumbu X dan EFA pada sumbu Y di analisis matriks IE (*Internal Eksternal)*.

Analisis matriks IFAS dan EFAS dilakukan dengan memberikan bobot serta rating sesuai hasil wawancara yang telah didapatkan. Adapun matriks IFAS dan EFAS dapat dilihat pada kedua tabel berikut:

Tabel Matriks IFAS

FAKTOR INTERNAL		BOBOT	RATING	SKOR
Strength	Penerapan pelayanan prima	0.15	3	0.45
	Karyawan yang ahli dan berpengalaman	0.19	4	0.76
	Kualitas produk tinggi dengan harga terjangkau	0.18	4	0.72
	Jumlah	**0.53**		**1.93**
Weaknesses	Lemahnya peraturan di perusahaan	0.17	1	0.17
	Sistem restock yang lambat	0.15	2	0.30
	Kurangnya disiplin kerja karyawan	0.15	2	0.30
	Jumlah	**0.47**		**0.77**
TOTAL KESELURUHAN		**1.0**		**2.7**

Sumber: Hasil olah data (2022)

Pada tabel di atas dapat dilihat hasil skor indikator kekuatan sebesar 1,93 dan kelemahan 0,77 sehingga akumulasi untuk faktor internal Windofa Apparel sebesar 2,7 yang dikategorikan pada posisi internal sedang.

Tabel Matriks EFAS

FAKTOR EKSTERNAL		BOBOT	RATING	SKOR
Opportunities	Kuatnya daya beli konsumen	0.17	4	0.68
	Memiliki banyak pelanggan tetap	0.18	4	0.72
	Mampu menjadi partner bagi usaha clothing dan distro	0.17	3	0.51
	Jumlah	**0.52**		**1.91**
Threats	Persaingan harga dan kualitas dari kompetitor lain	0.17	2	0.34
	Konsumen semakin selektif	0.15	3	0.45
	Biaya produksi semakin tinggi	0.16	3	0.48
	Jumlah	**0.48**		**1.27**
TOTAL KESELURUHAN		**1.0**		**3.18**

Sumber: Hasil olah data (2022)

Pada tabel di atas terdapat hasil analisis faktor eksternal Windofa Apparel yang juga dihitung menggunakan bobot dan rating. Total keseluruhan yaitu hasil kali bobot dengan rating, didapatkan peluang sebesar 1,91 dan ancaman 1,27 sehingga

akumulasi untuk faktor eksternal Windofa Apparel sebesar 3,18 dan dikategorikan pada posisi ekternal tinggi.

Matriks IE

Hasil dari matriks IFAS dan EFAS diletakkan pada kedua sumbu matriks IE sesuai dengan hasil yang sudah dianalisis sebelumnya. Pada sumbu X bagian IFE terletak di tengah yaitu posisi sedang dan sumbu Y yang merupakan EFE terletak di bagian atas yaitu posisi tinggi. Hasil dari matriks ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar Matriks IE

EFE \ IFE	Kuat (3.0 - 4.0)	Sedang (2.0 - 2.99)	Lemah (1.0 - 1.99)
Tinggi (3.0 - 4.0)	I	II	III
Sedang (2.0 - 2.99)	IV	V	VI
Rendah (1.0 - 1.99)	VII	VIII	IX

Sumber: Hasil olah data (2022)

Hasil matriks IE yang didapatkan yaitu posisi Windofa Apparel terletak di sel II yang adalah posisi tumbuh dan kembangkan.

Matriks SWOT

Matriks SWOT akan membantu pemilihan strategi mengenai bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi Windofa Apparel agar dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Setelah ditemukan posisi Windofa Apparel dalam analisis matriks IE yang berada pada sel II posisi tumbuh dan kembangkan, maka pada matriks SWOT strategi yang dipilih untuk meningkatkan kinerja karyawan adalah strategi SO (*Strengths – Opportunities*).

Adapun tabel matriks SWOT dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel Matriks SWOT

Internal / Eksternal	Strengths (S)	Weakness (W)
	• Penerapan pelayanan prima • Karyawan yang ahli dan berpengalaman • Kualitas produk tinggi dengan harga terjangkau	• Lemahnya peraturan di perusahaan • Sistem restock yang lambat • Kurangnya disiplin kerja karyawan
Oppurtunity (O) • Kuatnya daya beli konsumen • Memiliki banyak pelanggan tetap • Mampu menjadi partner bagi usaha clothing dan distro	**Strategi SO** ▪ Mengadakan kerjasama dengan usaha lain ▪ Mengadakan pengembangan kinerja melalui workshop bagi seluruh karyawan ▪ Memaksimalkan promosi produk baik pada pelanggan baru maupun lama	**Strategi WO** ▪ Memberikan pengawasan rutin kinerja karyawan ▪ Menambah produk unggulan untuk dijual ▪ Memperbaiki peraturan serta sistem restock barang
Threat (T) • Persaingan harga dan kualitas dari kompetitor lain • Konsumen semakin selektif • Biaya produksi semakin tinggi	**Strategi ST** ▪ Meningkatkan kualitas produk dan menjaga harga produk agar stabil ▪ Menggunakan bahan baku alternatif lain namun tetap memiliki kualitas yang sama ▪ Mengedepankan pelayanan sesuai kebutuhan konsumen	**Strategi WT** ▪ Membuat anggaran produksi yang fleksibel

Sumber: Hasil olah data (2022)

KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis SWOT yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan Windofa Apparel. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Kekuatan dan kelemahan dari internal perusahaan berada di posisi internal rata-rata, sedangkan peluang dan ancaman eksternal perusahaan berada di posisi eksternal tinggi.
2. Posisi perusahaan Windofa Apparel ada di sel II yaitu pada posisi *growth strategy* yang mengharuskan perusahaan untuk memilih strategi yang berkonsentrasi melalui integrasi horizontal.
3. Strategi yang digunakan Windofa Apparel dalam rangka meningkatkan kinerja karyawannya yaitu strategi SO (*Strengths–Opportunities*), tindakan yang dapat dilakukan dalam stategi SO meliputi mengadakan kerjasama dengan usaha lain, mengadakan pengembangan kinerja melalui workshop perusahaan bagi karyawan, dan memaksimalkan promosi produk baik pada pelanggan baru maupun lama.

DAFTAR PUSTAKA

Ananda Lubis, F., Junaidi, J., Lubis, Y., & Lubis, S. (2019). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Efektifitas Kerja Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Karyawan Pelaksana Di PT. Perkebunan Nusantara II (Persero). *Jurnal Agrica*, 12(2), 103-109.

Anggraeni, W., & Yuniarsih, T. (2017). Dampak tata ruang kantor terhadap efektivitas kerja pegawai dinas pendidikan kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran (JPManper)*, 2(2), 105-112.

Arfianti, A. (2017). Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada PT TRI MEGA SYARIAH Kantor Cabang Makassar. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dariansyah, D. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kramat Jati. *Jurnal Sosio e-kons*, 10(2), 150-164.

Dewi, I. H. P., & Sutiadiningsih, A. (2013). Hubungan Antara Tingkat Kinerja Karyawan dengan Kualitas Produk Makanan Buffet di Hotel. *Ejournal boga*, 2 (1), 226 - 233.

Ernawati. (2018). Pengaruh Pengawasan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Barak Kabupaten Enrekang. *Skripsi*: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Fahmi, Irham. (2014). Analisa Kinerja Keuangan. Bandung : Alfabeta

Ferayanti, F. (2017). Peran Kepala Sekolah dan Guru PAI dalam meningkatkan prestasi belajar Pendidikan Agama Islam di SMP PGRI 6 Bandar Lampung (*Doctoral dissertation*, UIN Raden Intan Lampung).

GARINI, D. P. (2018). Analisis Peran Insentif Dan Daya Beli Masyarakat Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada CV Prima Jaya Motor Dayamurni, Tulang Bawang Barat) (*Doctoral dissertation*, UIN Raden Intan Lampung).

Hafsah, Mohammad Jafar. (2000). *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*. Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan.

Handoko, H. T. (2014). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE-Yogyakarta: Yogyakarta.

Hasibuan, Malayu S.P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.

——————— (2019). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara.

Juliansyah, E. (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 3(2), 19-37.

Juwita, A. (2019). *Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Furniture di Some Renders Madiun*. Undergraduate (S1) thesis, IAIN Ponorogo.

Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Kusnadi, H. (2003). *Masalah, Kerjasama, Konflik dan Kinerja*. Malang: Taroda

Lazer, R dan Wikstrom, W. (1977). *Appraising Managerial Performanos. Conference Board.*

Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktek*. Jakarta: Salemba Empat.

Mangkunegara, A. A. A. P. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosda Karya

—————— (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mas'ud, F. (2004). *Survei Diagnosis Organisasional*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Mathis, R. L., dan John H. Jackson. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerjemah: Diana Angelica. Jakarta: Salemba Empat.

Moeheriono. (2012). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Munandar, A. S. (2008). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

Notoatmodjo, Soekidjo. (2015). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta

Panggabean, M. S. (2004). *Manajemen sumber daya manusia*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Prastowo, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Pratama, Y. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal ekonomi dan Kewirausahaan*, 15.

Ramadhan, A. (2022). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. *Jurnal Abdi Ilmu*, 14(2), 313-327.

Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia

———————— (2014). Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

———————— (2017). Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Rheny, S. 11 Januari (2022). (Online). *Definisi Workshop, Manfaat, Jenis, Bedaanya dengan Training*. https://www.ekrut.com/media/workshop-adalah. Diakses pada 28 Juli 2022.

Rivai, Veithzal. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari teori Ke Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Safithri, M. N. 4 Maret (2022). *Pelanggan Adalah: Pengertian, Jenis, dan Karakteristiknya*. (Online). https://majoo.id/solusi/detail/pelanggan-adalah. Diakses pada 27 Juli 2022.

Samaji, R. (2015). *Strategi Pengembangan Ekowisata Nglanggeran dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Nglanggeran Kecamatan Patuk Kabupaten Gunungkidul. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ekonomi*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Santhi, N. H., & Hartati, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja dan Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIA Muhammadiyah Selong). *Jurnal Humanitas: Katalisator Perubahan dan Inovator Pendidikan*, 4(1).

Sari, D. G., Heriyanto, & Noviardy, A. (2017). Analisis Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Waskita Beton Precast, Tbk Batching Plant Bandara Palembang. *Ekonomi Bisnis*, 2(1), 10–19.

Sari, N., Lie, D., & Inrawan, A. (2015). Pengaruh pengawasan terhadap kinerja pegawai pada kantor pelayanan kekayaan negara dan lelang pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 1(1), 49-56.

Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Refika Aditama.

Simamora, Henry. (2005). *Membuat Karyawan Lebih Produktif Dalam Jangka Panjang (Manajemen SDM)*. Yogyakarta: STIE YKPN.

Subianto, T. (2007). Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.

Subri, M. (2003). *Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Pembangunan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sulaeha, S. (2021). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam. *Skripsi:* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Susanti, A. T., & Sigit, A. A. (2017). Analisis Strategi Optimalisasi Pengembangan Wisata Alam dengan Sistem Informasi Geografis di Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul Provinsi DIY (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Sutrisno, Edi. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Tarigan, C. G. (2014). Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. PLN Cabang Binjai. Publikauma: *Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 2(2), 146-153.

Thorik G. & Utus H. S. (2007). *Marketing Muhammad*. Bandung: Madania

Prima.

Togodly, E., Tarore, H. S., & Tumbel, T. M. (2018). Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Penjualan pada Koperasi Serba USAha Baliem Arabica di Kabupaten Jayawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB), 6(001).

Udaya, Jusuf et al. (2013). *Manajemen Stratejik*. Yogyakarta: Ilmu Graha.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.

Usmara, A. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Amara Books.

Windofa Apparel. (2022). Data Umum Windofa Apparel. Jakarta.

Yahya, A. B. (2021). Analisis SWOT Terhadap Penerapan Manajemen Sumberdaya Manusia dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan di CV. BERDIKARI Magetan (*Doctoral dissertation*, IAIN Ponorogo).

Zaeni, Asyhadie. (2008). Aspek-Aspek Jaminan Sosial Tenaga Kerja Di Indonesia. Jakarta: PT Grafindo Persada.