

OPTIMALISASI PELUANG BISNIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA *FASHION*: Studi Pada Bisnis Tuku Kelambi

Atikah Salsabila

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro
atikasalsa297@gmail.com

Idris

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro

This study focuses on efforts to develop sustainable business strategies for the Tuku Kelambi fashion business in Salatiga City. The purpose of this study is to display the current business position using SWOT analysis and formulate strategies that can be applied to overcome internal weaknesses and take advantage of external opportunities. Through this approach, this study seeks to identify effective strategies to improve Tuku Kelambi's competitiveness amidst tight product and marketing competition in the fashion industry.

The results of the study indicate that Tuku Kelambi still has market opportunities that must be utilized optimally. However, there are still internal challenges, such as inadequate human resources and weak marketing strategies. Therefore, improving internal aspects such as marketing, services, and managerial aspects to strengthen the competitiveness of Tuku Kelambi's business.

The conclusion of this study states that the need for business stabilization and the implementation of business strategies that focus on improving service quality and effective marketing will strengthen Tuku Kelambi's position in the market. With the right strategy, Tuku Kelambi has a great opportunity to develop in the fashion industry that follows the flow of trend models and is competitive.

Keywords: *optimizing business opportunities, SWOT analysis, business strategy, fashion*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis saat ini berkembang pesat, terutama dibidang *fashion* karena pakaian merupakan kebutuhan primer yang selalu dibutuhkan. Penampilan dan gaya hidup di tengah-tengah masyarakat dianggap sesuatu yang penting, Setiap orang memperhatikan penampilan, gaya rambut, aksesoris, serta pakaiannya. Oleh karena itu produk fesyen merupakan kebutuhan penting yang menawarkan peluang bisnis besar.

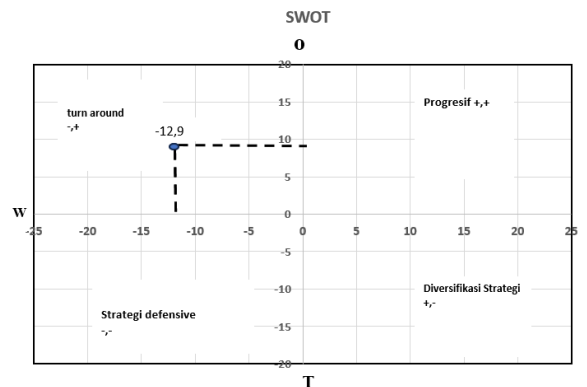
Tuku Kelambi adalah salah satu bisnis yang bergerak pada bisnis fesyen wanita dengan menjual berbagai produk fesyen dan aksesoris lainnya. Tuku Kelambi mulai berdiri tahun 2021 dengan sistem penjualan *online* dan *pickup* namun seiring berjalannya waktu, Tuku Kelambi mulai berkembang dan dapat membuka toko fisik pada tahun 2023.

Salah satu langkah pertama yang diambil adalah melakukan analisis preliminary screening untuk mengevaluasi kelayakan bisnis. Hasil dari analisis ini mengindikasikan bahwa Tuku Kelambi masih memiliki potensi yang baik untuk berkembang.

Selain itu, Tuku Kelambi juga melakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Analisis ini krusial untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi internal dan eksternal bisnis Tuku Kelambi. Proses analisis SWOT mencakup pengumpulan data melalui pengisian kuesioner kepada lima responden yang merupakan pelanggan Tuku Kelambi. Data yang dikumpulkan terdiri dari dua kategori, yaitu data internal dan eksternal. Data internal

diperoleh melalui penilaian terhadap aspek internal serta laporan operasional dan pemasaran. Sedangkan data eksternal diperoleh dari faktor-faktor luar bisnis, seperti analisis pasar, persaingan, pemasok, dan kebijakan pemerintah.

Gambar 1. Hasil Analisis SWOT



Sumber: diolah penulis, 2025

Hasil dari analisis SWOT menunjukkan bahwa Tuku Kelambi berada pada kuadran turn-around. Dimana pada kuadran ini ada kelemahan internal yang perlu diperbaiki namun terdapat peluang eksternal yang signifikan untuk dapat dimanfaatkan. Pada kuadran ini dibutuhkan strategi untuk mengurangi kelemahan yang ada dan mempertahankan pencapaian pasar. Stabilisasi diarahkan guna mempertahankan suatu keadaan dengan berupaya memanfaatkan peluang dan memperbaiki kelemahan.

Kekuatan yang ada pada Tuku Kelambi, seperti kualitas produk dan komitmen terhadap pelayanan, memberikan fondasi yang kokoh untuk terus berkembang. Namun, kelemahan internal seperti manajemen yang kurang efisien dan pengelolaan sumber daya manusia masih perlu adanya perbaikan agar tidak menghambat pertumbuhan bisnis. Di sisi lain, peluang yang ada, seperti meningkatnya permintaan pasar, harus dimanfaatkan dengan maksimal.

Oleh karena itu, pengembangan bisnis merupakan langkah yang sangat krusial. Tuku Kelambi perlu merancang strategi yang tepat untuk pengembangan, termasuk inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan ekspansi pasar. Dengan demikian, Tuku Kelambi diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang ada serta mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi, sehingga dapat mempertahankan kelangsungan dan kesuksesan bisnisnya di industri fesyen yang penuh persaingan.

Tabel.Matriks SWOT

<div>INTERNAL</div> <div>EKSTERNAL</div>	Kekuatan <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Model kekinian 3. Bahan Berkualitas 4. Sarana pembelian <i>online</i> melalui media social dan pembelian langsung pada toko <i>offline</i> 5. Jahitan Rapi 6. Lokasi strategis 7. Perkir luas 	Kelemahan <ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan dan promosi belum maksimal 2. Keterbatasan dana 3. <i>Sizechart</i> belum tersedia di semua item 4. Semua item belum diproduksi sendiri 5. Pembagian tugas pada karyawan tidak terstruktur 6. Sistem pembayaran masih jadi satu dengan rekening pribadi 7. Laporan keuangan manual 8. SDM terbatas 9. Akun <i>online</i> belum dimaksimalkan
Peluang <ol style="list-style-type: none"> 1. Salatiga terdapat 2 perguruan tinggi, sehingga peluang usaha <i>fashion</i> cukup besar pada segmen wanita remaja 2. <i>Tren fashion</i> yang cenderung berlanjut menyebabkan pembelian berulang 3. Adanya tradisi membeli baju baru pada saat lebaran 	Strategi Kekuatan – Peluang <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbarui desain sesuai tren. 2. Memberikan penawaran yang terbaik melalui promo atau potongan harga 3. Meningkatkan hubungan yang baik dengan reseller 	Strategi Kelemahan– Peluang <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan perputaran modal 2. Memanfaatkan social media sebagai media pemasaran 3. Meningkatkan kualitas tenaga kerja 4. Mendaftarkan legalitas usaha
Ancaman <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyaknya pesaing 2. Munculnya pesaing yang membanting harga 	Strategi Kekuatan-Ancaman <ol style="list-style-type: none"> 1. Menetapkan harga yang <i>kompetitif</i> 2. Menambah produk yang ditawarkan 3. Kualitas produk menjadi hal utama 	Strategi Kelemahan-Ancaman <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan keamanan dan kenyamanan toko 2. Promosi yang lebih menarik 3. Memberikan garansi/jaminan pada produk yang ditawarkan 4. Membentuk hubungan yang baik dengan pelanggan

Sumber: Diolah penulis, 2025

Kekuatan yang ada pada Tuku Kelambi, seperti kualitas produk dan komitmen terhadap pelayanan, memberikan fondasi yang kokoh untuk terus berkembang. Namun, kelemahan internal seperti manajemen yang kurang efisien dan pengelolaan sumber daya manusia masih perlu adanya perbaikan agar tidak menghambat pertumbuhan bisnis. Di sisi

lain, peluang yang ada, seperti meningkatnya permintaan pasar, harus dimanfaatkan dengan maksimal.

Oleh karena itu, pengembangan bisnis merupakan langkah yang sangat krusial. Tuku Kelambi perlu merancang strategi yang tepat untuk pengembangan, termasuk inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan ekspansi pasar. Dengan demikian, Tuku Kelambi diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang ada serta mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi, sehingga dapat mempertahankan kelangsungan dan kesuksesan bisnisnya di industri fesyen yang penuh persaingan.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kewirausahaan

Kewirausahaan erat kaitannya dengan identifikasi peluang dan menekankan pentingnya pengetahuan dan keterampilan sebagai keterampilan inti kewirausahaan. Kewirausahaan merupakan proses dalam melakukan sesuatu yang baru dengan cara kreatif dan penuh inovasi yang bermanfaat bagi orang lain dan memberikan nilai lebih. Secara umum, kewirausahaan adalah faktor utama dalam pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, yang membutuhkan keterampilan manajerial, kreativitas, serta kemampuan menghadapi tantangan bisnis. Inovasi dalam kewirausahaan dapat membuka pasar baru, dan agar tetap bertahan serta berkembang, perusahaan harus cepat beradaptasi dengan perubahan pasar serta terus berinovasi. Selain itu, membangun merek yang kuat dan menjaga kualitas produk menjadi kunci sukses dalam persaingan yang ketat (Baron, 2021).

Bisnis

Dalam konteks mengenai bisnis merujuk pada kegiatan yang dilakukan individu atau organisasi dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Pengetahuan yang diperoleh kemudian digunakan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif, membedakan dirinya dengan pesaingnya, melakukan diversifikasi dan menghasilkan kemampuan memperoleh keuntungan. Bisnis dapat berlangsung dalam berbagai bentuk, seperti usaha kecil, menengah, atau besar, dan dapat melibatkan berbagai sektor, termasuk manufaktur, perdagangan, dan layanan (Shekhar & Valeri, 2023).

Evaluasi Bisnis

Salah satu metode evaluasi bisnis yang umum digunakan adalah analisis SWOT. Model analisis konseptual, yaitu analisis SWOT, digunakan untuk mempelajari hubungan antara faktor internal (Kekuatan (S), Kelemahan (W) dan eksternal (Peluang (O) dan Ancaman (T)) dari alat ekonomi sirkular. Analisis SWOT ini membantu bisnis untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja dan pertumbuhan perusahaan. Metode SWOT adalah alat yang diterima secara luas bagi para pengambil keputusan yang dirancang untuk menentukan strategi jangka panjang atau jangka pendek dan membuat keputusan penting tentang berbagai masalah (Cusi et al., 2023).

Rencana Bisnis

Pencanaan bisnis dilakukan melalui sistematisasi ide rencana bisnis membantu orang untuk memulai, mempertahankan, dan mengevaluasi tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Rencana bisnis adalah panduan yang membantu wirausahawan dalam manajemen, termasuk sejumlah model yang disesuaikan dengan realitas bisnis yang berbeda. Business plan memiliki empat bagian di dalamnya yaitu deskripsi ide, deskripsi internal usaha, deskripsi eksternal usaha, dan *forecasting budget* yang secara keseluruhan memiliki fungsi sebagai alat untuk menjelaskan informasi terkait proyek yang direncanakan oleh pelaku usaha (Moreira et al., 2017).

Model Bisnis Kanvas

Bisnis model kanvas menyajikan struktur rencana bisnis dalam satu halaman yang memberikan gambaran singkat tentang komponennya. Bisnis model kanvas dapat digunakan

untuk mempercepat pengembangan dan pengujian ide bisnis sebelum rencana bisnis formal ditulis. Kanvas model bisnis merupakan alat untuk membantu wirausahawan memahami model bisnis secara ringkas dan terorganisir. Bisnis model kanvas merupakan alat untuk membantu wirausahaan memahami model bisnis secara ringkas dan terorganisir (Carter & Carter, 2020).

Strategi Bisnis

Organisasi menggunakan strategi ini untuk menunjukkan bagaimana suatu organisasi dapat menciptakan nilai bagi pelanggan sambil mempertahankan perbedaannya dari pesaing yang ada dan membangkitkan keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing lainnya dengan membuat perbedaan (Rostami & Rezaei, 2021). Dengan inovasi dan strategi yang tepat, bisnis tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga tumbuh dan memberikan dampak positif yang luas bagi masyarakat. Oleh karena itu, pemahaman tentang berbagai aspek bisnis, seperti kewirausahaan, model bisnis, dan strategi bisnis, sangat penting bagi setiap pelaku usaha yang ingin meraih kesuksesan.

METODE PENELITIAN

Proses pencarian data pada objek penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang dapat menggambarkan kondisi bisnis Tuku Kelambi terkini. Data-data yang telah terkumpul kemudian dijelaskan menggunakan metode deksriptif agar mudah dipahami. Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena melalui data non-numerik seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen.

Penelitian ini akan menganalisis berbagai aspek bisnis Tuku Kelambi, seperti pasar, operasional, sumber daya manusia, keuangan, manajemen, serta aspek hukum, sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa pendekatan untuk memperoleh informasi yang mendalam dan menyeluruh. Pertama, wawancara dilakukan dengan berbagai pihak yang terlibat dalam operasional Tuku Kelambi, seperti pemilik, karyawan, dan pelanggan. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan perspektif yang beragam dan komprehensif mengenai berbagai aspek bisnis, mulai dari manajemen, produk hingga pelayanan pelanggan. Kedua, teknik observasi digunakan dengan cara mengamati langsung aktivitas dan proses yang terjadi. Melalui observasi ini, peneliti dapat melihat secara langsung bagaimana bisnis dijalankan, interaksi antara karyawan dan pelanggan, serta aspek-aspek lain yang mempengaruhi operasional sehari-hari. Terakhir, data pendukung juga diperoleh melalui dokumentasi, seperti laporan keuangan, catatan penjualan, gambar dari kondisi bisnis dan materi promosi. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti yang mendukung analisis tentang kinerja dan strategi bisnis Tuku Kelambi.

Dengan mengkombinasikan data primer dan sekunder, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh mengenai cara Tuku Kelambi beroperasi dan berkembang di industri fesyen wanita. Diharapkan, analisis kualitatif yang dilakukan dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan, serta memberikan rekomendasi yang berguna untuk pengembangan bisnis di masa depan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kondisi Bisnis

Tuku Kelambi adalah bisnis fesyen yang menyediakan produk pakaian trendy dan sopan, namun Tuku Kelambi masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat kestabilan bisnis. Kurangnya promosi mengganggu pemasaran, sementara manajemen yang dilakukan juga belum matang. Tuku Kelambi juga menghadapi persaingan ketat dan kesulitan untuk memproduksi produknya karena keterbatasan sumber daya. Meskipun

lokasinya strategis, promosi yang kurang optimal membuat Tuku Kelambi kurang dikenal. Dampaknya, pendapatan menjadi tidak stabil, dan kualitas produk sering kali fluktuatif. Meski demikian, Tuku Kelambi tetap berkomitmen untuk belajar, memperbaiki manajemen, meningkatkan produk, dan berinovasi sesuai tren pasar.

Bisnis Model Kanvas

Bisnis model kanvas digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang bagaimana operasional bisnis Tuku Kelambi berjalan. Dengan adanya peluang usaha, Tuku Kelambi menonjolkan nilai tambah pada produknya, seperti kualitas bahan, model yang trendi, dan fokus pada pelayanan konsumen.

Dalam hal pemasaran, Tuku Kelambi menasar konsumen di seluruh Indonesia, khususnya di wilayah Salatiga dan Kabupaten Semarang. Tuku Kelambi memanfaatkan media sosial dan gerai penjualan sebagai sarana promosi.

Kegiatan utama bisnis ini mencakup pembelian bahan baku, produksi, pengadaan produk dari supplier, dan penjualan. Kualitas produk dijaga melalui kerjasama dengan pemasok bahan baku, konveksi, dan supplier yang terpercaya.

Tuku Kelambi membutuhkan sumber daya yang mendukung operasional, penjualan, legalitas usaha, dan produksi dengan standar kualitas yang baik. Keuangan bisnis dikelola dengan membagi biaya produksi, operasional, gaji karyawan, dan biaya sewa. Pendapatan utama Tuku Kelambi berasal dari penjualan produk fesyen wanita dan aksesoris lainnya.

Analisis Aspek Pasar

Tuku Kelambi adalah bisnis *fashion* yang menawarkan produk tidak hanya pakaian saja, tetapi juga menyediakan produk hijab dan aksesorisnya. Tuku Kelambi juga menawarkan produk tambahan berupa customize bingkisan atau biasa dikenal sebagai hampers pada saat momen Ramadhan dan Idul Fitri. Tuku Kelambi memperluas jangkauannya untuk memenuhi kebutuhan *fashion* dari kalangan wanita muslim dan non-muslim. Terletak di kota Salatiga, Tuku Kelambi menargetkan wanita kalangan remaja hingga pra-lansia yang membutuhkan gaya busana yang trendy, simple, sopan dan modern. Berdasarkan data statistik Salatiga 2023, populasi perempuan penduduk kota salatiga dengan rentan usia 15-50 yaitu sebanyak 30.449 dari 101.497 jiwa. Saat ini, bisnis fesyen baru mampu memenuhi 76% dari permintaan, sehingga masih ada 24% peluang pasar yang bisa dimanfaatkan oleh Tuku Kelambi.

Dengan adanya peluang pasar ini, Tuku Kelambi harus terus berkembang dengan menghadirkan keunggulan kompetitif untuk tetap bersaing. Pengembangan dilakukan dengan memperluas pangsa pasar melalui pemasaran di media sosial. Selain itu, penguatan merek juga diperlukan untuk meningkatkan kesadaran konsumen. Tuku Kelambi memanfaatkan kemasan produk sebagai alat promosi untuk memperkenalkan merek kepada konsumen.

Analisis Aspek Pemasaran

Tuku Kelambi menggunakan strategi pemasaran dengan pendekatan Marketing Mix (7P), yang mencakup produk, harga, lokasi, promosi, sumber daya manusia, proses, dan bukti fisik. Strategi ini dirancang untuk mengoptimalkan daya tarik bisnis dari berbagai sisi. Tuku Kelambi menawarkan beragam produk fesyen, aksesoris, serta hampers untuk perayaan hari raya, dengan kisaran harga yang kompetitif, yaitu antara Rp 60.000 hingga Rp 200.000. Dalam hal promosi, Tuku Kelambi memanfaatkan pemasaran secara *online* dan *offline* guna menjangkau target pasar yang lebih luas.

Permasalahan pemasaran yang dihadapi Tuku Kelambi yaitu terkait keaktifan dalam komunikasi melalui media social Instagram dan Shopee masih belum signifikan. Permasalahan tersebut mendatangkan sebuah solusi dengan langkah-langkah membuat jadwal *live* promosi 2 kali seminggu dan mulai rutin untuk *upload* produk khususnya pada platform Shopee. Dengan mengintegrasikan berbagai elemen 7P secara optimal, Tuku

Kelambi mampu memperkuat identitas mereknya dan meningkatkan daya saing di industri fesyen yang kompetitif.

Aspek Operasional

Tempat Operasional Tuku Kelambi saat ini berada di ruko kios KAI yaitu depan pasar Bringin, Kecamatan Bringin. Tuku Kelambi saat ini menyediakan opsi belanja *online* dan *offline* toko yang dekat dengan jalan raya agar mudah dijangkau konsumen serta memudahkan penjemputan barang oleh ekspedisi.

Toko offline Tuku Kelambi didesain dengan tata letak yang optimal untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi pelanggan. Di dalam toko, tersedia rak display yang tertata rapi untuk memudahkan pelanggan dalam melihat dan memilih produk, kursi tunggu yang nyaman bagi pengunjung yang menunggu, serta kaca besar yang memungkinkan pelanggan melihat tampilan produk dengan lebih jelas. Selain itu, tersedia ruang ganti yang bersih dan memadai untuk mencoba pakaian sebelum membeli, serta kamar mandi yang dapat digunakan oleh pelanggan. Semua fasilitas ini disiapkan dengan tujuan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan selama berbelanja di Tuku Kelambi.

Produksi yang dilaksanakan Tuku Kelambi merupakan produksi berbasis konveksi dengan tenaga kerja dari konveksi yang memiliki keahlian menjahit serta menggunakan mesin jahit yang dimiliki oleh pihak konveksi. Tidak semua produk Tuku Kelambi diproduksi oleh konveksi, namun ada juga yang retail dari *supplier*, karena jasa konveksi memiliki keterbatasan produksi dan menetapkan maksimal produksi.

Aspek Sumber Daya Manusia

Tuku Kelambi saat ini memiliki 3 sumber daya sebagai pekerja. Salah satu pekerja Tuku Kelambi merupakan *owner* yang ikut serta dalam membantu menjalankan keberlangsungan bisnis Tuku Kelambi. Dua pekerja lainnya adalah bagian pelayanan dan bagian produksi dari pihak konveksi. Saat ini, sumber daya manusia di Tuku Kelambi masih terbatas karena skala usaha yang kecil, menyebabkan kurangnya pembagian tugas yang jelas dan staff harus merangkap pekerjaan.

Tabel. 2 Deskripsi Kerja dan Gaji

Jabatan	Deskripsi Pekerjaan	Jumlah	Gaji
Owner	1. Fokus pada jalannya proses produksi dan manajemen persediaan produk 2. Fokus Pembuatan konten pada social media	1	2.500.000
Pelayan	1. Melayani konsumen di toko offline maupun online 2. Mengatur pesanan produk online 3. Memastikan toko offline agar tetap nyaman dan bersih	1	2.000.000
Produksi	1. Menjahit Produk sesuai desain	1	1.600.000

Sumber: diolah penulis, 2025

Untuk memastikan kualitas tenaga kerja dan operasional, dibuatlah SOP (Standar Operasional Prosedur) yang mencakup proses produksi, pelayanan, dan aktivitas harian. Motivasi kerja dipengaruhi oleh pemberian kompensasi yang sesuai, oleh karena itu Tuku

Kelambi meningkatkan kompensasi bagi tenaga kerjanya untuk mempertahankan semangat dan motivasi mereka.

Aspek Hukum

Tuku Kelambi saat ini sudah mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) dengan kode 1708240027631. Usaha ini masuk dalam Klasifikasi Perdagangan Eceran Pakaian (KLBI) dengan kode 47711, yang mencakup aktivitas penjualan produk fesyen. Tingkat risiko usaha untuk Tuku Kelambi dinilai rendah. adanya NIB, Tuku Kelambi dapat lebih mudah mengurus perizinan usaha, mengajukan akses pendanaan atau kredit usaha, serta menjalin kerja sama dengan pemasok dan mitra bisnis secara lebih profesional. Selain itu, NIB juga mempermudah dalam pendaftaran pajak, perlindungan hukum, serta keikutsertaan dalam program pemerintah yang mendukung perkembangan usaha kecil dan menengah. Hal ini menjadikan operasional bisnis lebih terstruktur, legal, dan siap berkembang di industri fesyen yang kompetitif.

Upaya pengembangan Tuku Kelambi kedepannya perlu melengkapi dokumen lain seperti Tuku Kelambi perlu untuk mendaftarkan Perizinan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk melindungi merek dan desain yang dimiliki Tuku Kelambi agar tidak mudah untuk ditiru.

Aspek Organisasi dan Manajemen

Tuku Kelambi membangun struktur organisasi yang jelas dan merancang strategi pengelolaan yang lebih efektif guna meningkatkan kinerja manajemen di setiap aspek bisnis. Rencana ini mencakup beberapa area utama, termasuk pemasaran, di mana strategi promosi dan branding diperkuat untuk meningkatkan daya tarik bisnis. Dalam aspek sumber daya manusia, Tuku Kelambi berupaya menciptakan pembagian tugas yang jelas, serta peningkatan kesejahteraan karyawan. Dari sisi operasional, perbaikan sistem manajemen stok, layanan pelanggan, dan proses produksi terus dilakukan agar bisnis berjalan lebih lancar dan responsif terhadap permintaan pasar.

Aspek Ekonomi, Sosial dan Lingkungan

Tuku Kelambi memiliki cukup kontribusi bagi ekonomi lokal dengan Sumber daya yang dibutuhkan oleh Tuku Kelambi memberikan kesempatan bagi warga sekitar lokasi usaha Tuku Kelambi dalam mendapatkan pekerjaan.

Selain aspek ekonomi, Tuku Kelambi yang beroperasi dalam memproduksi produk sendiri dalam skala industri konveksi dapat menghasilkan limbah berupa kain perca yang dapat dimanfaatkan pengrajin dengan gratis yang dikumpulkan untuk digunakan sebagai keset lantai atau berbagai kerajinan tangan lainnya.

Dari sisi lingkungan, Kemasan yang digunakan Tuku Kelambi yaitu plastik premium, walau terbuat dari plastik namun kemasan tersebut dapat digunakan kembali untuk kebutuhan lainnya karena material plastik yang premium yang tidak mudah sobek dan berlubang. Sedangkan untuk packaging hampers terbuat dari tas mika yang dapat digunakan kembali.

Untuk upaya pengembangan kedepannya, Tuku Kelambi berencana membuka lebih banyak lapangan pekerjaan dan memperhatikan dampak lingkungan dengan menjaga kebersihan dan kondusifitas area sekitar.

Aspek Keuangan

Total Pendanaan yang dibutuhkan untuk menjalankan proyek ini adalah sebesar Rp107.606.000, dengan rincian biaya investasi sebesar Rp39.238.000 dan biaya modal kerja sebesar Rp68.368.000 untuk tahun pertama proyek. Berdasarkan analisis sensitivitas, bisnis ini memiliki potensi keuntungan di masa depan dan layak untuk dijalankan.

Lebih lanjut, hasil analisis keuangan menunjukkan nilai Net Present Value (NPV) sebesar Rp358.730.345, menandakan bahwa proyek ini akan menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang. Selain itu, Profitability Index (PI) mencapai angka 1.36, yang berarti setiap rupiah yang diinvestasikan akan menghasilkan keuntungan. Periode pengembalian investasi (Payback Period) juga terbilang cepat, yaitu sekitar 1 tahun, 6 bulan. Selain itu, tingkat pengembalian internal atau Internal Rate of Return (IRR) berada pada angka 90%, menunjukkan bahwa bisnis ini menguntungkan dan memiliki prospek yang bagus untuk keberlanjutan jangka panjang.

Tuku Kelambi juga melakukan analisis sensitivitas untuk memahami dampak kondisi tak terduga terhadap bisnis.

Tabel.3 Hasil Analisis Sensitivitas

Komponen	Presentase	NPV	IRR	Payback Period	Net B/C
Kondisi Normal		358.720.345	90%	1.6	1.36
Sensitivitas 1					
Kenaikan Biaya	35%	290.627.598	79%	2.5	1.19
Sensitivitas 2					
Penurunan Pendapatan	7%	275.291.956	74%	2.6	1.13
Sensitivitas 3					
Kenaikan Biaya	6%	279.428.269	75%	2.6	1.14
Penurunan Pendapatan	4%				

Sumber: diolah penulis, 2025

Dari perhitungan ini, Tuku Kelambi masih dapat untuk dijalankan meskipun menghadapi kondisi yang tidak terduga. Pengembangan keuangan dilakukan dengan analisis biaya dan manajemen risiko untuk menjaga stabilitas keuangan.

Strategi Bisnis

Strategi stabilisasi berfokus pada pengembangan setiap aspek internal perusahaan dengan mempertimbangkan kendala yang ada. Selain itu, diferensiasi produk diterapkan untuk menonjolkan keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing. Tuku Kelambi juga melakukan inovasi pada produk dan kemasan untuk memenuhi kebutuhan serta tren konsumen.

Dengan menerapkan strategi stabilisasi dan diferensiasi produk, diharapkan Tuku Kelambi dapat mencapai segmentasi pasar yang tepat, bersaing dengan kompetitor, dan menarik lebih banyak konsumen.

KESIMPULAN

Tuku Kelambi telah membuktikan kemampuannya untuk bertahan dan beradaptasi di industri fesyen meskipun menghadapi berbagai tantangan sejak didirikan pada tahun 2021. Meskipun pada awalnya hanya beroperasi melalui toko online, Tuku Kelambi berhasil membuka toko fisik pada tahun 2023 dengan pendekatan yang lebih strategis dan analitis.

Penerapan bisnis model kanvas membantu Tuku Kelambi untuk lebih memahami dan merencanakan strategi bisnis, terutama dalam mengidentifikasi nilai tambah dan pasar sasaran. Di samping itu, analisis keuangan menunjukkan bahwa bisnis ini memiliki prospek yang positif dengan waktu pengembalian modal yang cepat dan tingkat pengembalian investasi yang tinggi.

Potensi pasar yang luas menjadi faktor utama yang mendorong Tuku Kelambi untuk terus berkembang. Namun, berdasarkan analisis SWOT, masih terdapat beberapa kelemahan

dalam berbagai aspek bisnis yang perlu diperhatikan. Untuk mengatasinya, diperlukan proses identifikasi dan analisis yang mendalam guna merancang langkah-langkah strategis yang tepat untuk kedepannya. Dengan menerapkan strategi yang efektif, Tuku Kelambi dapat meningkatkan kinerja bisnis, mengoptimalkan efisiensi operasional, serta memperkuat posisinya di pasar. Mengatasi kelemahan-kelemahan ini juga menjadi faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan dan meningkatkan daya saing di industri fesyen yang kompetitif.

Dalam menganalisis aspek bisnis, Tuku Kelambi telah mengevaluasi berbagai faktor penting untuk meningkatkan daya saingnya. Dari perspektif pasar, Kota Salatiga memiliki populasi perempuan sebanyak 30.449 jiwa, dengan kelompok usia 15-50 tahun yang dianggap sebagai segmen potensial. Tuku Kelambi memanfaatkan peluang pasar ini dengan menghadirkan produk fesyen, aksesoris, dan hampers berkualitas yang sesuai dengan tren dan preferensi konsumen, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan meningkatkan daya tarik bisnis. Strategi yang diterapkan pada produk Tuku Kelambi yaitu Diferensiasi. Diferensiasi produk pada Tuku Kelambi berfokus pada model produk dan kemasan produk. Tuku Kelambi saat ini menyediakan layanan berupa kemasan paket hadiah yang dapat disesuaikan dengan produk pilihan. Inovasi ini membuat Tuku Kelambi memiliki daya tarik pada konsumen.

Diversifikasi saluran penjualan adalah strategi lain yang perlu dipikirkan. Di sisi pemasaran, strategi yang saat ini digunakan masih perlu diperbaiki. Aktivitas media sosial belum maksimal, Permasalahan pemasaran yang dihadapi Tuku Kelambi yaitu terkait keaktifan dalam komunikasi melalui media sosial Instagram dan Shopee masih belum signifikan. Permasalahan tersebut mendatangkan sebuah solusi dengan langkah-langkah membuat jadwal *live* promosi 2 kali seminggu dan mulai rutin untuk *upload* produk khususnya pada platform Shopee.

Tuku Kelambi menghadapi kekurangan dalam aspek operasional terutama pada produksi karena belum memiliki tempat usaha yang luas, peralatan yang memungkinkan, dan tenaga kerja yang ahli dalam bidang menjahit. Tuku Kelambi masih bergantung pada reseller dan jasa konveksi. Langkah-langkah yang bisa dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu melakukan produksi secara mandiri, memperhatikan desain produk yang lebih kreatif lagi.

Dari segi hukum, Tuku Kelambi telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai dasar legalitas operasional. Namun, masih perlu melengkapi dokumen lain seperti Tuku Kelambi perlu untuk mendaftarkan Perizinan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk melindungi merek dan desain yang dimiliki Tuku Kelambi agar tidak mudah untuk ditiru. Di aspek organisasi dan manajemen, masih diperlukan perbaikan signifikan untuk mencapai efisiensi yang lebih besar. Implementasi sistem manajemen yang terintegrasi akan mempermudah pengelolaan di berbagai aspek bisnis, termasuk pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan. Dengan pendekatan yang terstruktur, bisnis dapat berkembang lebih optimal serta memastikan keberlanjutan operasional dalam jangka panjang.

Keberadaan Tuku Kelambi belum memberikan dampak ekonomi dan sosial yang signifikan. Namun, dengan perencanaan yang lebih strategis, Tuku Kelambi memiliki potensi untuk membuka lebih banyak peluang kerja dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat setempat.

Terakhir, pengelolaan keuangan yang lebih baik sangat diperlukan untuk memastikan stabilitas dan pertumbuhan jangka panjang. Dari segi keuangan, Tuku Kelambi melakukan pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana, menyulitkan evaluasi bisnis. Oleh karena itu, Tuku Kelambi perlu beralih ke penggunaan aplikasi keuangan yang lebih terstruktur untuk mempermudah pengelolaan dan menjaga stabilitas finansial. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, Tuku Kelambi dapat mengalokasikan sumber daya secara efisien dan menjaga kelangsungan operasional bisnis.

REFERENSI

- Baron, R. A. (2021). Helping the people innovation leaves behind: the potential benefits of entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 10(4), 457–470. <https://doi.org/10.1108/JEPP-10-2020-0085>
- Carter, M., & Carter, C. (2020). The Creative Business Model Canvas. *Social Enterprise Journal*, 16(2), 141–158. <https://doi.org/10.1108/SEJ-03-2019-0018>
- Cusi, A., Ferri, A., Micozzi, A., & Palazzo, M. (2023). From SWOT, a bidimensional diagnostic tool, to a new 3D strategic model. *TQM Journal*. <https://doi.org/10.1108/TQM-11-2022-0332>
- Moreira, S., Loiola, E., Maria, S., & Gondim, G. (2017). Motivations , business planning , and risk management : entrepreneurship among university students. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 14(2), 140–150. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2017.03.003>
- Rostami, V., & Rezaei, L. (2021). The effect of competition in the product market and financial flexibility on business strategy. *Journal of Facilities Management*, 19(5), 632–651. <https://doi.org/10.1108/JFM-11-2020-0086>
- Shekhar, & Valeri, M. (2023). Trends in knowledge management research in small businesses. *European Business Review*, 35(5), 573–599. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2022-0200>