

**MANAJEMEN USAHA DALAM MENINGKATKAN
OMSET PENJUALAN DI MASA PANDEMI VIRUS CORONA**

(Studi kasus di Industri Konveksi Keysha Barokah Ds. Simo, Kec. Kedungwaru,
Kab. Tulungagung)

CHUSNUL SAIFUDIN*

* STAI Diponegoro Tulungagung

Email: simo.udin2@gmail.com

ABSTRAK

Di tengah-tengah adanya wabah virus corona ini tentunya dalam dunia usaha sangat terganggu dimana aktifitas manusia di batasi belum lagi Persaingan di dunia perdagangan semakin dinamis sehingga mendorong bermunculan perusahaan-perusahaan baru dibidang barang maupun jasa. Perusahaan besar maupun kecil saling berpacu untuk merebut tempat pemasaran dengan berbagai macam cara dan usaha agar perusahaan dapat menjual produk sebanyak-banyaknya kepada para konsumen yang membutuhkan. Para pelaku usaha berlomba-lomba berupaya untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen sehingga para produsen dapat memastikan bahwa pelanggannya tetap loyal meski terjadi perubahan. Untuk itu seorang pengusaha harus pandai-pandai memajemen usahanya sehingga tidak akan terganggu dalam pendapatan atau omset usaha tidak akan menurun.

Kata Kunci : Manajemen Usaha, Omset Penjualan

PENDAHULUAN

Masa pandemic ini memang sangat menguras pemikiran dan tenaga lebih untuk dunia usaha dimana gerak manusia di batasi sehingga ekonomi yang ada tentunya sangat berpengaruh dan turun drastis belum lagi Persaingan di dunia perdagangan semakin dinamis sehingga mendorong bermunculan perusahaan-perusahaan baru dibidang barang maupun jasa. Perusahaan besar maupun kecil saling berpacu untuk merebut tempat pemasaran dengan berbagai macam cara dan usaha agar perusahaan dapat menjual produk sebanyak-banyaknya kepada para konsumen yang membutuhkan. Para pelaku usaha berlomba-lomba berupaya untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga para produsen dapat memastikan bahwa pelanggannya tetap loyal meski terjadi perubahan.

Selera konsumen dan perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar turut andil didalamnya. Para pengusaha harus jeli dalam memanfaatkan peluang bisnis yang ada, mengidentifikasikan kebutuhan individu untuk mendapatkan dan menggunakan barang maupun jasa didalam proses keputusan pembelian konsumen. Produk-produk yang dihasilkan perusahaan sangat beragam. Perusahaan tentu saja ingin mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk dapat mencapai tingkat pertumbuhan yang diinginkan.

Seperti yang kita ketahui bahwa kebutuhan manusia itu tidak terbatas, apabila sudah dipenuhi kebutuhan yang satu maka timbul kebutuhan yang lain. Begitu pula dengan kebutuhan sekunder, maka usaha konveksi semakin pesat perkembangannya dari waktu ke waktu. Hal ini dapat dilihat dari maraknya pertumbuhan home industry yang bergerak diberbagai bidangnya.

Industri Konveksi Keysha Barokah merupakan industri yang bergerak dibidang produksi. Industri ini terletak di Desa Simo Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Industri ini masih memiliki sistem organisasi yang

sangat sederhana. Pemilik bertanggung jawab penuh dalam mengontrol seluruh kegiatan operasional hingga pemasaran. Namun demikian industri ini terus berkembang dari tahun ke tahun, hal ini dibuktikan bahwa industri ini telah berdiri selama 5 tahun dan wilayah pemasarannya pun sampai diluar Jawa Timur.

Untuk dapat mengelola usaha dengan baik maka diperlukan suatu ilmu Manajemen bisnis / usaha. Menejeme operasi Serangkaian aktifitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input maupun output. Dimana manajemen merupakan serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan beroperasi untuk mencapai tujuan yang kita inginkan. Sehingga untuk menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya Manajemen yang bagus apalagi di tengah-tengah adanya wabah virus corona ini..

Dengan mengacu pada konteks penelitian di atas, maka penulis dapat merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan usaha industri konveksi Keysha Barokah di tengah-tengah wabah virus Corona?
2. Bagaimana langkah-langkah usaha pada industri konveksi Keysha Barokahdi tengah-tengah wabah virus Corona?
3. Bagaimana evaluasi usaha di konveksi Keysha Barokahdi tengah-tengah wabah virus Corona?

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk mengetahui perencanaan usaha industri konveksi Keysha Barokahdi tengah-tengah wabah virus Corona?.
2. Untuk mengetahui langkah-langkah usaha pada industri konveksi Keysha Barokahdi tengah-tengah wabah virus Corona?.
3. Untuk mengetahui evaluasi usaha dikonveksi Keysha Barokahdi tengah-tengah wabah virus Corona?

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Manajemen

Manajemen adalah suatu hal penting yang menyentuh ,mempengaruhi dan bahkan merasuki hampir seluruh aspek kehidupan manusia layahnya darah dan raga. Di mana Manajemen berasal dari kata ”to manage” yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan.melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu¹.

Dimana fungsi manajemen yaitu

a. Perencanaan

Planning (perencanaan) ialah penetapan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan. *Planning* mencakup kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk dalam pemilihan alternatif-alternatif keputusan. Diperlukan kemampuan untuk mengadakan visualisasi dan melihat ke depan guna merumuskan suatu pola dari himpunan tindakan untuk masa mendatang.²

a) Proses Perencanaan

Proses perencanaan berisi langkah-langkah:

- (1) Menentukan tujuan perencanaan;
- (2) Menentukan tindakan untuk mencapai tujuan;
- (3) Mengembangkan dasar pemikiran kondisi mendatang;
- (4) Mengidentifikasi cara untuk mencapai tujuan; dan
- (5) Mengimplementasi rencana tindakan dan mengevaluasi hasilnya.

b) Elemen Perencanaan

Perencanaan terdiri atas dua elemen penting, yaitu sasaran (*goals*) dan rencana (*plan*).

¹Malayu Hasibuan, “*Organisasi Motivasi*”, (Bandung;Bumi Aksara, 2003), h. 1

²Ibid ...20

- (1) Sasaran yaitu hal yang ingin dicapai oleh individu, kelompok, atau seluruh organisasi. Sasaran sering pula disebut tujuan. Sasaran memandu manajemen membuat keputusan dan membuat kriteria untuk mengukur suatu pekerjaan.
- (2) Rencana adalah dokumen yang digunakan sebagai skema untuk mencapai tujuan. Rencana biasanya mencakup alokasi sumber daya, jadwal, dan tindakan-tindakan penting lainnya. Rencana dibagi berdasarkan cakupan, jangka waktu, kekhususan, dan frekuensi penggunaannya.

c) Unsur-unsur Perencanaan

Suatu perencanaan yang baik harus menjawab enam pertanyaan yang tercakup dalam unsur-unsur perencanaan yaitu:

- (1) tindakan apa yang harus dikerjakan, yaitu mengidentifikasi segala sesuatu yang akan dilakukan;
- (2) apa sebabnya tindakan tersebut harus dilakukan, yaitu merumuskan faktor-faktor penyebab dalam melakukan tindakan;
- (3) tindakan tersebut dilakukan, yaitu menentukan tempat atau lokasi;
- (4) kapan tindakan tersebut dilakukan, yaitu menentukan waktu pelaksanaan tindakan;
- (5) siapa yang akan melakukan tindakan tersebut, yaitu menentukan pelaku yang akan melakukan tindakan; dan
- (6) bagaimana cara melaksanakan tindakan tersebut, yaitu menentukan metode pelaksanaan tindakan

d) Tipe-tipe Perencanaan

Tipe-tipe perencanaan terinci sebagai berikut:

- (1) perencanaan jangka panjang (*Short Range Plans*), jangka waktu 5 tahun atau lebih;

- (2) perencanaan jangka pendek (*Long Range Plans*), jangka waktu 1 s/d 2 tahun;
 - (3) perencanaan strategi, yaitu kebutuhan jangka panjang dan menentukan komprehensif yang telah diarahkan;
 - (4) perencanaan operasional, kebutuhan apa saja yang harus dilakukan untuk mengimplementasikan perencanaan strategi untuk mencapai tujuan strategi tersebut;
 - (5) perencanaan tetap, digunakan untuk kegiatan yang terjadi berulang kali (terus-menerus); dan
 - (6) perencanaan sekali pakai, digunakan hanya sekali untuk situasi yang unik
- e) Dasar-dasar Perencanaan yang Baik Dasar-dasar perencanaan yang baik meliputi:
- (1) *forecasting*, proses pembuatan asumsi-asumsi tentang apa yang akan terjadi pada masa yang akan datang;
 - (2) penggunaan skenario, meliputi penentuan beberapa alternatif skenario masa yang akan datang atau peristiwa yang mungkin terjadi;
 - (3) *benchmarking*, perbandingan eksternal untuk mengevaluasi secara lebih baik suatu arus kinerja dan menentukan kemungkinan tindakan yang dilakukan untuk masa yang akan datang;
 - (4) partisipan dan keterlibatan, perencanaan semua orang yang mungkin akan mempengaruhi hasil dari perencanaan dan atau akan membantu mengimplementasikan perencanaan-perencanaan tersebut; dan
 - (5) penggunaan staf perencana, bertanggung jawab dalam mengarahkan dan mengkoordinasi sistem perencanaan untuk

organisasi secara keseluruhan atau untuk salah satu komponen perencanaan yang utama

f) Tujuan Perencanaan

- (1) untuk memberikan pengarahan baik untuk manajer maupun karyawan non-manajerial;
- (2) untuk mengurangi ketidakpastian;
- (3) untuk meminimalisasi pemborosan; dan
- (4) untuk menetapkan tujuan dan standar yang digunakan dalam fungsi selanjutnya

2. Pengertian strategin usaha

strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan customer value terbaik.

Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu:

- a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di mas. depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
- b. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
- c. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (key success factors) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
- d. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.

- e. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.³

3. Evaluasi usaha dalam meningkatkan omset penjualan

Evaluasi sangat dibutuhkan dalam berbagai bidang kehidupan manusia sehingga meningkatkan efektivitas dan produktivitas, baik dalam lingkup individu, kelompok, maupun lingkungan kerja. Adapun beberapa informasi yang didapatkan dari proses evaluasi adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kemajuan suatu kegiatan dan usaha.
2. Tingkat pencapaian suatu kegiatan sesuai dengan tujuannya.
3. Hal-hal yang harus dilakukan di masa mendatang.

Ada beberapa para ahli mengemukakan evaluasi sebagai berikut :

Menurut Anne Anastasi (1978), arti evaluasi adalah proses sistematis untuk menentukan sejauh mana tujuan instruksional dicapai oleh seseorang. Evaluasi merupakan kegiatan untuk menilai sesuatu secara terencana, sistematis, dan terarah berdasarkan tujuan yang jelas.

Menurut Suharsimi Arikunto (2003), arti evaluasi adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu program pendidikan.

Menurut William A.Mehrens dan Irlin J. Lehmann (1978), pengertian evaluasi adalah suatu proses merencanakan, memperoleh, dan menyediakan informasi yang sangat diperlukan untuk membuat alternatif-alternatif keputusan.⁴

Secara khusus, adapun beberapa tujuan evaluasi adalah sebagai berikut:

³Denny Bagus, Jurnal Manajemen (online) 08,2009,

<http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan.html?m=1>

⁴<https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-evaluasi.html>. (online). 08.2019

1. Untuk mengetahui seberapa baik tingkat penguasaan seseorang terhadap kompetensi yang telah ditetapkan.
2. Untuk mengetahui apa saja kesulitan yang dialami seseorang dalam kegiatannya sehingga dapat dilakukan diagnosis dan kemungkinan memberikan remedia teaching.
3. Untuk mengetahui tingkat efisiensi dan efektivitas suatu metode, media, dan sumber daya lainnya dalam melaksanakan suatu kegiatan.
4. Sebagai umpan balik dan informasi penting bagi pelaksana evaluasi untuk memperbaiki kekurangan yang ada dimana hal tersebut dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengambil keputusan di masa mendatang.

Mengacu pada pengertian evaluasi, adapun tahapan-tahapan evaluasi adalah sebagai berikut:

1. Menentukan topik evaluasi, yaitu kegiatan penentuan topik yang akan dievaluasi. Misalnya; evaluasi hasil kerja, atau evaluasi rencana kerja.
2. Merancang kegiatan evaluasi, yaitu kegiatan mendesain proses evaluasi sehingga dalam pelaksanaannya tidak melewatkan hal-hal yang penting.
3. Pengumpulan data, yaitu kegiatan mengumpulkan dan mencatat setiap informasi sesuai dengan perencanaan berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah.
4. Pengolahan dan analisis data, yaitu kegiatan mengolah informasi dengan cara mengelompokkan data agar lebih mudah dalam melakukan analisis, serta menentukan tolak ukur waktu sebagai hasil evaluasi.
5. Pelaporan hasil evaluasi, yaitu membuat laporan hasil evaluasi agar diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*ifeld research*) karena informasi dan data yang diperlukan digali serta dikumpulkan dari lapangan yang bersifat diskriptif atau menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang terjadi atau yang ada.⁵

TEMUAN PENELITIAN

1. Temuan perencanaan usaha dalam meningkatkan omset penjualan.

Pendirian ini berawal dari niat pemilik yang pada saat itu berprofesi jadi karyawan konveksi biasa, karena tuntutan ekonomi maka munculah tekad untuk mencoba mendirikan usaha konveksi. Karena beliau beranggapan pada saat itu bisnis konveksi ini sangat menjanjikan sehingga pemilikpun menjatuhkan pilihannya untuk membuka usaha dibidang tersebut. Pada awalnya industri konveksi ini didirikan dengan modal awal kurang lebih Rp. 10.000.000,- dimana untuk beli mesin jahit bekas sebesar tiga juta lima ratus dan alat potong lima ratus ribu yang sisanya buat beli kain dan peralan lainya pada waktu itu konveksi keysha barokah tidak memiliki karyawan semua masih di kerjakan sendiri, setelah semakin banyak pesanan dan order semakin bertambah maka akhirnya beliau mulai merekrut karyawan. Seiring berjalannya waktu, industri konveksi ini terus terus berkembang. Namun sekarang industri konveksi ini mengalami penurunan omset di mana adanya wabah virus ini mulai sekolah yang di liburkan, kegiatan keramaian tidak di ijinan dan dibatasi sehingga mempengaruhi pendapatan konveksi keysha barokah, Di dalam perencanaan pada konveksi keysha barokah selalu memakai perencanaan

⁵ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998, 22.

yang matang. Dalam hal ini diatur dan di tentukan tentang pekerjaan, serta sifat pekerjaan, unit-unit kerja (pembentukan bagian-bagian), tentang siapa yang akan melakukannya, apa alat-alatnya, bagaimana rencana pemasarannya, Analisis pasar, Mencari informasi harga dan menetapkan harga, Menghitung hasil usaha sampai bagaimana pengaturan keuangan dan Amalan doa yang di lakukan setiap malam setelah sholat mahrib.

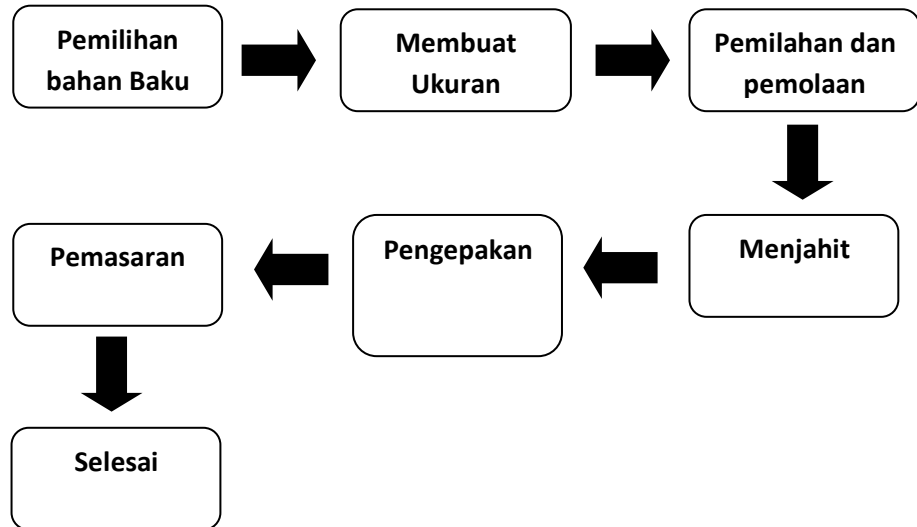
2. Temuan pelaksanaan strategi usaha dalam meningkatkan omset penjualan.

Kegiatan produksi dimulai dari penerimaan pesanan secara langsung dari lembaga pendidikan, club olah raga dan toko. Setelah adanya kesepakatan harga dan perjanjian antara kedua belah pihak, pemilik akan melakukan permintaan pembelian bahan baku ke *supplier* yang telah menjadi langganannya. selain melakukan kegiatan lahiriyah atau produksi pemilik juga melakukan kegiatan- kegiatan sepiritual yaitu melaksanakan amalan-amalan doa yaitu membaca surat yasin di setiap malamnya sehabis sholat mahrib karena pemilik berkeyakinan bahwa semua hal perkerjaan harus ada barokah nya dari tuhan yang maha esa karena semua kejadian di muka bumi ini ada yang menjalankan yaitu Tuhan yang maha esa.

Selanjutnya dimulailah proses produksi atas pesanan dari konsumen tersebut. Setelah produksi selesai, barang akan dikirim atau dijemput langsung oleh konsumen.

Berikut gambaran proses produksi pada Industri konveksi Keysha Barokah:

Proses Produksi Industri konveksi Keysha Barokah



3. Temuan hasil metode strategi usaha dalam meningkatkan omset penjualan

Harga suatu produk atau jasa ditentukan pula dari besar kecilnya biaya produksi / biaya operasional dari suatu produk. Penetapan harga produk di Industri konveksi Keysha Barokah yaitu dengan cara mengikuti harga bahan-bahan baku. Penetapan harga jual berdasarkan besar kecilnya biaya produksi. Di masa pandemi ini metode strategi dalam meningkatkan omset penjualan konveksi keysha barokah melakukan berbagai strategi mulai dari pemasaran secara on line, membentuk reseler, memberikan diskon potongan harga ke konsumen, bonus, dll.

PEMBAHASAN

1. Manajemen usaha dalam meningkatkan omset penjualan.

Berdasarkan temuan peneliti, Perencanaan menggambarkan prediksi dan tindakan yang akan dilakukan dalam jangka pendek, menengah dan jangka panjang oleh industri maupun perusahaan. Adapun perencanaan sebagai keputusan adalah untuk kejelasan apa yang akan dilakukan dan siapa yang akan melakukan. Sedangkan perencanaan sebagai pedoman atau landasan dalam melakukan tindakan yang merupakan hal penting dengan mempunyai nilai dan manfaat yang dirasakan dalam pelaksanaan segala usaha. Agar sebuah perusahaan atau industri bisa hidup dan berkembang, harus mengetahui kemana ia akan pergi dan bagaimana ia bisa sampai ke tujuannya.

2. Langkah-langkah Usaha pada industri konveksi Keysha Barokah.

Berdasarkan temuan peneliti, konveksi keysha barokah memulai dengan :

a. Analisa Pasar

Analisis pasar sangat penting dalam kegiatan strategi, Industri konveksi Keysha Barokah melakukan analisis pasar guna mempermudah dalam melakukan segmentasi pasar. Dengan analisis pasar dapat mempermudah pemilik menentukan segmen mana yang akan dimasuki. Dalam hal ini Industri konveksi Keysha Barokah menganggap market / pasar sebagai suatu keseluruhan usaha.

b. Mencari informasi harga sarana produksi

Selain desain produk, harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata mata tergantung pada kebijakan perusahaan atau industri tertentu, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahalnya harga suatu

produk sangat relatif sifatnya. Untuk mengatakannya perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual oleh industri lain. Sebuah industri perlu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh industri tidak terlalu tinggi.

Faktanya harga yang ditetapkan di Industri konveksi Keysha Barokah mengikuti harga bahan baku saat ini relatif terjangkau oleh pelanggan tetap. Dan harga menyesuaikan apabila terdapat pesanan bentuk baru / model baru.

c. Menghitung biaya produk

Produk merupakan atribut baik berwujud maupun tidak berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya. Salah satu tugas utama dan tanggung jawab yang berkecimpung di bidang pemasaran adalah memikirkan desain produk. Produk yang dibuat adalah produk yang dibutuhkan konsumen. Karena itu bagian pemasaran seolah-olah bertugas sebagai “mata” perusahaan atau industri yang harus jeli mengamati kebutuhan konsumen. Mereka yang ada dibagian ini harus secara terus menerus memberikan saran, perbaikan, atau kalau perlu perubahan desain produk, disesuaikan dengan keinginan pembeli.

Dalam Industri konveksi Keysha Barokah memproduksi barang berupa kaos, trening, masker dan bermacam-macam bentuk dan jenisnya.

Karena industri ini milik perorangan, maka pemiliklah yang bertanggung jawab di bidang produksi dan pemasarannya. Industri ini

seringkali melakukan inovasi terhadap produknya sehingga dapat menarik konsumen untuk membelinya. Oleh karena itu, penjualan di industri ini semakin meningkat.

d. Menghitung pendapatan

Untuk menghitung pendapatan pemilik usaha total penjualan dikurangi biaya produksi. Di industri konveksi Keysha Barokah ini masih menggunakan pembukuan manual jadi untuk mengetahui pendapatan dan laba bersih hanya dengan total penjualan dikurangi total produksi maka akan ketemu hasilnya.

e. Menghitung hasil usaha

Hasil usaha dapat diketahui setelah diketahui total dari pendapatan dan laba bersihnya. Suatu usaha dikatakan untung apabila pendapatan lebih besar daripada biaya produksi.

3. Evaluasi Usaha industri konveksi Keysha Barokah.

Keputusan strategi usaha yang salah dapat menimbulkan kerugian besar yang akan sulit untuk memperbaikinya baik perusahaan maupun industri kecil. Oleh karena itu Evaluasi sangat penting untuk kehidupan di bidang usaha. Evaluasi usaha merupakan tahap terakhir dalam strategi pemasaran setelah melakukan perencanaan dan pelaksanaan (langkah-langkah) usaha, selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap strategi-strategi usaha tersebut. Evaluasi usaha ini dilakukan dengan cara mengamati, memonitori, mengecek, dan membandingkan kinerja pemasaran dengan strategi-strategi usaha yang telah kita buat sebelumnya. Sehingga dapat diartikan bahwa pengendalian atau evaluasi usaha adalah usaha mengoreksi dan selanjutnya memberi petunjuk kepada pemasar dalam melaksanakan strategi usaha agar pemasar selalu bertindak sesuai dengan yang telah

direncanakannya sehingga mendapatkan hasil yang optimal. Jika dalam pengevaluasian ditemukan penyimpangan-penyimpangan, maka pemasar perlu menemukan dan menyiapkan solusi atau rencana-rencana cadangan untuk mengatasi hasil yang menyimpang tersebut.⁶Namun evaluasi strategi usaha bisa menjadikan proses yang rumit dan sensitif.

PENUTUP

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Omset Penjualan di industri Konveksi Keysha Barokah di masa pandemi virus corona yaitu .

Perencanaan Rencana merupakan garisan tentang kegiatan yang akan dilakukan dimasa yang akan datang. Rencana dirumuskan untuk menggambarkan apa yang ingin kita capai dan bagaimana mencapai tujuan tersebut. Agar sebuah perusahaan atau industri bisa hidup dan berkembang, harus mengetahui kemana ia akan pergi dan bagaimana ia bisa sampai ketujuannya. Dalam perencanaan pemasaran di Industri konveksi Keysha Barokah, terlebih dahulu melakukan survei pasar sehingga dapat diketahui produk / barang yang seperti apa yang diinginkan pelanggan dan konsumen. Setelah menentukan survei lapangan baru menentukan segmen mana yang akan dituju, kemudian memilih pasar sasaran dan terakhir adalah menentukan posisi pasar..

2. Langkah-langkah Usaha dalam meningkatkan omset penjualan di industri konveksi Keysha Barokah.

Langkah-langkah usaha pada Industri konveksi Keysha Barokah antara lain:

⁶ Elsi Mersilia, Evaluasi dan pengendalian pemasaran (online) 2014, http://Elsimh-Feb11.Web.Unair.Ac.Id/Artikel_Detail-89379-Syariah%20Marketing-Evaluasi%20dan%20Pengendalian%20Pemasaran.html.

- a. Analisis pasar
 - b. Mencari informasi harga dan menetapkan harga
 - c. Menghitung pendapatan
 - d. Menghitung hasil usaha
3. Evaluasi usaha merupakan tahap terakhir dalam strategi usaha setelah melakukan perencanaan dan pelaksanaan (langkah-langkah) usaha, selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap strategi-strategi usaha tersebut. Evaluasi usaha adalah usaha mengoreksi dan selanjutnya memberi petunjuk kepada pengusaha dalam melaksanakan strategi usaha agar pengusaha bertindak sesuai dengan yang telah direncanakannya sehingga dapat mendapatkan hasil yang optimal. Langkah-langkah dalam evaluasi usaha Industri konveksi Keysha Barokah antara lain : mengetahui keseluruhan usaha (menentukan standar yang dilakukan bersamaan ketika proses perencanaan strategi usaha, pemeriksaan terhadap warna, motif dan cat, mengukur kinerja pegawai, membandingkan kinerja dengan standar, menentukan alasan atau penyebab hambatan / penyimpangan, dan melakukan tindakan koreksi terhadap kualitas produk); mengetahui apakah ada kemajuan atau kemunduran usaha: melakukan langkah perbaikan atau pengembangan: dan memikirkan target usaha selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hery prasetya, "Manajemen Operasi" (Yogyakarta: Media Presindo, 2009)
- Malayu Hasibuan, "*Organisasi Motivasi*", (Bandung; Bumi Aksara, 2003)
- <https://www.awalilmu.com/2018/09/pengertian-perencanaan-usaha-maksud-tujuan-dan-manfaatnya-lengkap.html>. (online). 09.2018
- Denny Bagus, Jurnal Manajemen (online) 08, 2009, <http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan.html?m=1>
- <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-evaluasi.html>. (online). 08.2019
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998, 22.
- Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010, 108.
- Dudung Abdurrahman, *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta, 2003, 58.
- Elsi Mersilia, *Evaluasi dan pengendalian pemasaran* (online) 2014, [http://Elsimh-Feb11.Web.Unair.Ac.Id/Artikel_Detail-89379-Syariah%20 Marketing-Evaluasi%20dan%20Pengendalian%20Pemasaran.html](http://Elsimh-Feb11.Web.Unair.Ac.Id/Artikel_Detail-89379-Syariah%20Marketing-Evaluasi%20dan%20Pengendalian%20Pemasaran.html).