



**STRATEGI MANAJEMEN PELAYANAN  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENDAPATAN  
(Studi Kasus di T-Shirt dan Sablon Colellection)**

---

**Muh Chusnul Saifudin\***

---

\* STAI Diponegoro Tulungagung  
Email: [simo.udin2@gmail.com](mailto:simo.udin2@gmail.com)

**ABSTRACT**

*In a business or business a management strategy certainly cannot be separated. With the existence of a management strategy, entrepreneurs are of course always demanded when starting from planning, implementing and evaluating it and understanding what is happening in the market and what consumers want and of course other changes, both internally and externally so that entrepreneurs are able to improve an services to customers and consumers so that of course the company's income will increase.*

**Key Word: Strategy, Service Management, Increase Total Revenue**

**ABSTRAK**

*Di dalam sebuah usaha atau bisnis sebuah srategi manajemen tentunya tidak dapat dipisahkan. Dengan adanya sebuah stategi manajemen pengusaha tentunya di tuntutan selalu bila dalam mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasinya dan mengerti apa yang terjadi di pasar dan*

*apa yang menjadi sebuah keinginan konsumen dan tentunya sebuah perubahan-perubahan lainnya baik secara internal dan external sehingga pengusaha mampu meningkatkan sebuah pelayanan kepada pelanggan dan konsumen sehingga tentunya pendapatan perusahaan akan meningkat.*

**Kata Kunci: Strategi, Manajemen Pelayanan, Meningkatkan Jumlah Pendapatan**

## **PENDAHULUAN**

Industri kecil memang bukan penghasil nilai output dan nilai tambah yang terbesar jika dibandingkan dengan industri yang berskala besar dan sedang. Tetapi pada dasarnya industri kecil menjadi usaha yang mandiri sehingga dapat memperkuat struktur perekonomian nasional dalam rangka perkembangan nasional khususnya di sektor industri yang mempunyai peranan penting dalam penyerapan tenaga kerja.

Seperti kita ketahui bahwa kebutuhan manusia itu tidak terbatas, apabila sudah dipenuhi kebutuhan yang satu maka timbul kebutuhan yang lain. Begitu pula dengan kebutuhan sandang, maka usaha konveksi semakin pesat perkembangannya dari waktu ke waktu. Hal ini dapat dilihat dari maraknya pertumbuhan industri kecil rumah tangga yang bergerak diberbagai bidang industri konveksi. Sebagai salah satu bentuk usaha perseorangan dan termasuk dalam jenis usaha industri, konveksi merupakan salah satu pilihan usaha bagi masyarakat yang tidak memiliki modal besar yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan penghasilan masyarakat dan *income* keluarga.<sup>1</sup>

Tentunya dari bacaan diatas sitiap usaha tidak boleh terlepas yang namanya dari strategi dan manajemen pelayanan untuk meningkatkan pendapatannya dimana Istilah manajemen strategi berasal dari dua kata “manajemen” dan “strategi”. Manajemen strategi adalah suatu proses untuk menentukan arah dan tujuan organisasi dalam jangka panjang beserta pemilihan metode untuk mencapainya

---

<sup>1</sup>Erny Lindhawati, *Pengelolaan Usaha Konveksi di Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan,2008), hal. 15.

melalui pengembangan formulasi strategi dan implementasi yang terencana secara sistematis.<sup>2</sup>

Manajemen strategi didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam memformulasi, mengimplemetasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Dapat di isyaratkan bahwa manajemen startegi berfokus pada usaha untuk mengitergrasikan manajemen, pemasaran, keuangan akuntansi, produksi, operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi computer untuk mencapai keberhasilan organisasional.<sup>3</sup>

Manajemen strategis merupakan sejumlah keputusan dan tindakantindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atas sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan. Proses ini adalah cara dengan jalan mana para perencanaan strategi melakukan sasaran dan mengambil sebuah keputusan.<sup>4</sup> Manajemen startegi terdiri atas 9 tugas kritikal sebagai berikut:

- 1) Memformulasikan misi perusahaan, termasuk pernyataan yang luas mengenai maksud falsafah dan sasaran.
- 2) Mengembangkan suatu profil perusahaan yang merefleksi kondisi internalnya dan kemampuan.
- 3) Menilai lingkungan eksternal perusahaan, termasuk baik faktor kompetitif, maupun faktor yang berhubungan dengan konteks umum.
- 4) Menganalisis opsi perusahaan dengan menandingi sumberdaya perusahaan dengan lingkungan eksternalnya.

---

<sup>2</sup> AB.Susato, *Manajemen Strategi Kompreshif Untuk Mahasiswa Dan Praktisi*, (Jakarta: Erlangga, 2014), hlm. 2

<sup>3</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep Edisi 12*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 5

<sup>4</sup> Wiliam, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Perusahaan Edisi Ketiga*, (Jakarta: Erlangga, 1988), hlm. 6

- 5) Mengidentifikasi opsi yang paling diinginkan dengan menilai setiap opsi dipandang dari suatu misi perusahaan.
- 6) Memilih sekumpulan tujuan jangka panjang dan strategi yang akan mencapai opsi yang paling diinginkan.
- 7) Mengembangkan tujuan tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai dengan kumpulan tujuan jangka panjang yang dipilih dari strategi secara keseluruhan. Mengimplementasikan pilihan strategi dengan alat alokasi sumber daya yang dianggarkan, yaitu mendanai tugas-tugas, manusia, struktur, teknologi, dan menekankan system ganjaran.
- 8) Menilai keberhasilan proses strategi sebagai masukan untuk pengambilan keputusan masa yang akan datang.<sup>5</sup>

Pada pemaparan di atas peneliti merumuskan pada masalah dengan Judul Kompetitif usaha konveksi (Studi Kasus: Inovasi Produksi dan Pengembangan **Pemasaran** konveksi kaos T-shirt dan Sablon di kabupaten Tulungagung), maka akan diuraikan dalam rumusan masalah berikut ini :

1. Bagaimana Perencanaan Manajemen pelayanan industri konveksi T-shirt dan Sablon di Kab.Tulungagung?
2. Bagaimana Pelaksanaan Manajemen pelayanan dilakukan oleh pengusaha konveksi T-shirt dan Sablon di Kab.Tulungagung?
3. Bagaimana Evaluasi Manajemen pelayanan dilakukan oleh pengusaha konveksi T-shirt dan Sablon di Kab.Tulungagung?

## LANDASAN TEORI

Manajemen menurut etimologi manajemen berasal dari bahasa latin manus yang berarti “tangan”, dalam bahasa Italia maneggiare berarti mengendalikan, kemudian bahasa Prancis management yang berarti “seni melaksanakan dan

---

<sup>5</sup> Amin Widjaja Tunggal, *Op.Cit*, hlm. 2

mengatur”.<sup>6</sup> Manajemen berasal dari bahasa Inggris *management* dengan kata kerja *to manage* yang secara umum berarti mengelolah, mengurus. Menurut terminologi manajemen yaitu proses perencanaan, pengorganisasian pelaksanaan, dan pengawasan penggunaan setiap ilmu dan seni bersama-sama dan selanjutnya menyelesaikan tugas untuk mencapai tujuan.<sup>7</sup> Manajemen merupakan kebutuhan penting untuk memudahkan pencapaian tujuan manusia dalam organisasi. Untuk tercapainya tujuan organisasi, maka para ilmuwan berusaha mencari metode, sistem dan teori, sehingga dikenal ilmu manajemen. Manajemen sebagai ilmu berkembang terus selama lebih dari satu abad hingga saat ini.<sup>8</sup>

Dalam manajemen dikenal beberapa sumber yang dikelola oleh perusahaan yang harus dimanfaatkan semaksimal mungkin bagi tercapainya tujuan yang dicanangkan perusahaan karena merupakan modal bagi pelayanan manajemen dalam upaya pencapaian tujuan yaitu:<sup>9</sup>

1) Man

Man yaitu tenaga kerja manusia, baik tenaga kerja pimpinan maupun tenaga kerja operasional/pelaksanaan yang merupakan orang-orang yang akan menjalankan fungsi-fungsi manajemen dalam operasional suatu organisasi, man merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki kerja, pengatur jam kerja dan lain sebagainya. Oleh karena itu manajemen timbul karena adanya orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuannya.

2) Money

Money yaitu uang yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Uang merupakan modal yang dipergunakan untuk membiayai pelaksanaan program atau rencana yang telah ditetapkan, uang merupakan alat

---

<sup>6</sup> Usman Efendi, *Asas-Asas Manajemen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 1

<sup>7</sup> John Suprihanti, *Manajemen*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2014), hlm.4

<sup>8</sup> Abdul Halim Usman, *Op.Cit*, hlm. 26

<sup>9</sup> Usmaini Effendi, *Op.Cit*, hlm. 12

tukar dan alat pengukur nilai seperti pembelian alat-alat, bahan baku (penolong), pembayaran gaji dan lainnya.

3) Method

Method yaitu cara yang digunakan dalam usaha mencapai tujuan. Metode merupakan cara yang ditempuh teknik yang dipakai untuk mempermudah jalannya pekerjaan manajer dalam mewujudkan rencana operasional. Metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia dan penggunaan waktu.

4) Market

Market pasar penjualan barang dan jasa.pasar merupakan pasar yang hendak dimasuki hasil produksi baik barang, atau jasa untuk menghasilkan uang, mengembalikan investasi dan mendapatkan profit dari hasil penjualan atau tempat dimana organisasi menyebarluaskan (memasarkan) produknya.

5) Material Material yaitu bahan-bahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Material adalah bahan-bahan baku yang dibutuhkan biasanya terdiri dari bahan yang setengah jadi dan bahan-bahan jadi, operasi awal guna menghasilkan barang atau jasa yang akan dijual.

6) Mechine

Mechine yaitu mesin atau alat yang digunakan untuk mencapai tujuan. Mesin merupakan peralatan termasuk teknologi yang digunakan untuk membantu dalam operasi untuk menghasilkan barang dan jasa yang akan dijual. Mesin digunakan untuk memberi kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja, terutama pada penerapan teknologi mutakhir yang dapat meningkatkan kapasitas dalam proses produksi baik barang atau jasa. Setiap unsur manajemen berkembang menjadi bidang manajemen yang mempelajari lebih mendalam perannya dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Penerapan bidang manajemen disesuaikan dengan

bidang kerja yang ada dalam organisasi atau bidang usaha. Bidang-bidang tersebut

diantaranya manajemen perkantoran, manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen personalia, manajemen akuntansi.<sup>10</sup>

Yang mana dalam ilmu manajemen dikenal berbagai fungsi manajemen yang ditemukan dan dikembangkan oleh banyak ahli yaitu:<sup>11</sup>

#### 1) Perencanaan

Perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan organisasi dan bagaimana mencapai tujuan tersebut yang merupakan salah satu fungsi utama manajemen. Perencanaan adalah proses memutuskan tujuan-tujuan apa yang akan dikejar selama suatu jangka waktu yang akan datang dan apa yang dilakukan agar tujuan-tujuan itu dapat tercapai.<sup>12</sup>

#### 2) Pengorganisasian

Organisasi berarti mengorganisir, yaitu proses pengelompokan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan-tujuan dan penugasan setiap kelompok kepada seorang manajer, yang mempunyai kekuasaan, yang perlu untuk mengawasi anggota-anggota kelompok. Pengorganisasian dilakukan untuk menghimpun dan mengatur semua sumber-sumber yang diperlukan. Termasuk manusia, sehingga pekerjaan yang dikehendaki dapat dilaksanakan dengan berhasil.<sup>13</sup>

Pengorganisasian merupakan suatu aktivitas menilai kinerja berdasarkan standar yang telah dibuat untuk kemudian dibuat perubahan atau perbaikan jika diperlukan, pengendalian berarti bahwa manajer berusaha untuk

---

<sup>10</sup> Badrudin, *Op.Cit*, hlm. 22

<sup>11</sup> Terry Geroge, Lelie W.Rue, *Dasar-Dasar Manajemen Cet. 11* (Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2010), hlm. 9

<sup>12</sup> Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 141

<sup>13</sup> Terry Geroge, Lelie W.Rue, *Op.Cit*, hlm.82

menjamin bahwa organisasi bergerak kearah tujuannya. Apabila ada bagian tertentu dari organisasi itu berada pada jalan yang salah atau terjadi penyimpangan, maka manajer berusaha menemukan penyebabnya kemudian memperbaiki dan meluruskannya kejalan yang benar.<sup>14</sup>

### 3) Menggerakkan

Berfungsi untuk meningkatkan efektifitas kerja secara maksimal serta menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, dan dinamis. Kepemimpinan memberikan bagaimana manajer mengarahkan dan memengaruhi para bawahan, bagaimana cara agar orang-orang lain melakukan tugas-tugas yang esensial. Dengan menciptakan suasana yang tepat, manajer membantu para bawahannya untuk berkerja sebaik-baiknya. Kepemimpinan termasuk di dalamnya pergerakan yaitu melakukan pernggerakan motivasi pada bawahan untuk melakukan tugas-tugasnya.<sup>15</sup>

### 4) Pengawasan

Pengawasan meliputi penelitian, pengendalian, pengamatan, dan pemeriksaan. Tujuan pengawasan adalah untuk mengetahui sejauh mana usaha kerja sama dapat diselenggarakan, apakah pelaksanaan kegiatannya sesuai dengan perencanaan atau tidak. Dengan kata lain pengawasan adalah usaha pencocokan antara perencanaan dan pelaksanaannya. tujuan pengawas yaitu: <sup>16</sup>

- a) Mengetahui adanya kesulitan, kelemahan-kelemahan, kekurangan yang dihadapi para pelaksanaan disebabkan oleh satu dan lain hal yang tidak menentu.
- b) Menegetahui efektivitas dari pelaksanaan tugas.
- c) Mencari jalan keluar apabila dijumpai kesulitan.

---

<sup>14</sup> Usman Efendi, *Op.Cit*, hlm. 20

<sup>15</sup> *Ibid*

<sup>16</sup> Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wat Tamwil*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm.123



Secara umum ruang lingkup kajian manajemen startegi sangat luas baik darisegi internal dan eksternal. Namun secara umum ruang lingkup manajemen strategi bergerak atas dasar pemahaman dibawah ini yaitu:

- 1) Mengkaji dan menganalisis sampai penerapan manajemen strategi kepada internal perusahaan khususnya pada perbaikan yang bersifat berkelanjutan.
- 2) Menempatkan konstruksi manajemen startegi sebagai dasar pondasi perusahaan dalam memutuskan setiap keputusan, khususnya keputusan yang berhubungan dengan profit dan ekspansi perusahaan. Artinya focus kerja dalam mencapai kedua sisi tersebut mengacu kepada konstruksimanajemen strategi.
- 3) Menjadikan ilmu manajemen strategi sebagai base thingking dalam membangun berbagai rencana termasuk rencana produksi, pemasaran, personalia, dan keuangan.<sup>17</sup>

Dimana Menurut Suwadiyanto, terdapat empat tujuan manajemen strategi yaitu:

- 1) Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi/perusahaan Dalam hal ini manajer strategi harus mampu menunjukkan kepada semua pihak kemana arah tujuan organisasi/perusahaan. Karena arah yang jelas akan dapat dijadikan landasan untuk pengendalian dan mengevaluasi keberhasilan.
- 2) Membantu memikirkan kepentingan beberapa pihak organisasi/perusahaan harus mempertemukan kebutuhan berbagai pihak, pemasok, karyawan, pemegang saham, pihak perbankan, dan masyarakat luas lainnya yang memegang peranan terhadap sukses atau gagalnya perusahaan.<sup>18</sup>
- 3) Mengatasi setiap perubahan kembali merata Manajemen strategi memungkinkan eksekutif puncak untuk mengantisipasi perubahan dan menyiapkan pedoman dan pengendalian,

---

<sup>17</sup> Irham fahmi, *Op.Cit*, hlm. 2

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 2

- sehingga dapat memperluas kerangka waktu /berpikir mereka secara perspektif dan memahami kontribusi yang baik untuk hari ini dan hari esok.
- 4) Berhubung dengan efensiensi dan efektivitas. Tanggung jawab seorang manajer bukan hanya mengkonsentrasikan terhadap kemampuanatas kepentingan efesiensi, akan tetapi hendaknya juga mempunyai perhatian yang serius agar bekerja keras melakukan suatu secara lebih baik dan efektif.<sup>19</sup>

Dalam Proses manajemen startegi meliputi aktivitas-aktivitas mulai dari pengamatan ligkungan, sampai evaluasi kinerja. Manajemen mengamati lingkungan eksternal untuk melihat kesempatan dan ancaman, dan mengamati lingkungan internal untuk melihat kekuatan dan kelemahan. Faktor-faktor yang paling penting untuk masa depan perusahaan disebut faktor-faktor strategi dengan sebutan analisis SWOT.

Setelah mengindetifikasi faktor-faktor strategi, manajemen mengevaluasi.<sup>20</sup> Model proses manajemen strategi yang dirumuskan oleh Thomas L. Whelen dan David Hunger, secara ringkas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Tahapan pertama dalam manajemen strategis adalah analisis lingkungan, yaitu tahapan yang berintikan pada analisis lingkungan eksternal dan internal organisasi. Aktivitas analisis ini kerap digabungkan dalam suatu kesatuan aktivitas yang lebih dikenal dengan analisis SWOT (strenght, weaknees, opportunity, dan threat). Hasil analisis SWOT menunjukkan kualitas dan kuantitas posisi organisasi yang kemudian memeberikan rekomendasi berupa pilihan strategi generial serta kebutuhan atau modifikasi sumber daya organisasi. Dengan demikian analisis lingkungan

---

<sup>19</sup> Suwandayanto. M, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, hlm. 23-2

<sup>20</sup> Hunger. J David Diterjemah Oleh Julianto Agung, *Manajemen Startegis*, (Yogyakarta: Andi, 2003). hlm.9

eksternal mencakup analisis lingkungan mikro dan lingkungan industri. Sehingga analisis lingkungan menjadi tiga level ditambah analisis internal organisasi perusahaan.

- 2) Tahapan kedua adalah melakukan formulasi strategi. Formulasi strategi ini ditunjukkan untuk menghasilkan nilai-nilai utama dan orientasi suatu strategi organisasi, strategi induk ditingkat korporasi, strategi fungsional. Strategi induk perusahaan merupakan strategi jangka panjang spesifikasi yang berisi rumusan holistik yaitu:

- a) Visi dan misi.
- b) Tujuan.
- c) Sasaran.
- d) Strategi

Keempat unsur strategi induk ini merupakan pilar dalam formulasi strategi. Strategi merupakan rencana komprehensif untuk mencapai visi, misi, tujuan dan sasaran. Keempat unsur strategi induk tersebut akan menjadi program bagi perusahaan dalam mengembangkan organisasinya.

- 3) Tahapan ketiga, implementasi strategi. Tahapan ini bertumpu pada:

- a) Alokasi sumber daya dan organisasi SDM,
- b) Kepemimpinan,
- c) Budaya organisasi,
- d) Prosedur dan program.

Aktivitas pertama mencakup distribusi kerja diantara individu dan kelompok kerja dengan mempertimbangkan tingkat manajemen, tipe pekerjaan, pengelompokan bagian pekerjaan serta mengusahakan agar unit-unit itu menyatu seluruhnya dalam sebuah tim sehingga mereka dapat bekerja secara efektif dan efisien. Aktivitas kedua meliputi aspek-aspek kepemimpinan efektif berikut pengambilan keputusan, kewenangan, dan tanggung jawab, serta budaya organisasi.

- 4) Tahapan paling akhir, dari proses manajemen strategi adalah pengendalian dan evaluasi strategi, yakni penilaian kinerja dan pengawasan yang berlanjut dengan berjalannya proses umpan balik. Penilaian kinerja dilakukan sesuai dengan prosedur organisasi yang dikembangkan, yakni dengan mengacu pada tolak ukur dan operasional. Hasilnya akan merekomendasi bagi perbaikan dan penyempurnaan strategi dan implementasi berikutnya.

## **METODELOGI PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di pengusaha konveksi T-stirt dan Sablon yang berada Kabupaten Tulungagung. Sedangkan pendekatan yang digunakan menurut jenis datanya, pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, metode wawancara, metode dokumentasi. Teknis analisa data menggunakan reduksi data, penyajian data dan verifikasi. Teknik pengecekan data menggunakan cara perpanjangan kehadiran, Triangulasi, Pemeriksaan sejawat.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Dalam Perencanaan Manajemen pelayanan industri konveksi T-stirt dan Sablon di Kab.Tulungagung**

Untuk meningkatkan Jumlah pendapatan , terdapat beberapa perencanaan yaitu :

- 1). Menggunakan Strategi Pemasaran Offline dan Online

- a. Mengadakan Kegiatan Sosialisasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Agus selaku Pemilik industri konveksi T-stirt dan Sablon di Kab.Tulungagung, dengan adanya sosialisasi akan meningkatkan jumlah Pendapatan karena informasi terkait konveksi bisa sampai di masyarakat.

“Sosialisasi merupakan suatu usaha bagaimana memperkenalkan sistem pada khalayak.”<sup>21</sup>

Sosialisasi mencakup pemeriksaan mengenai lingkungan cultural social dari masyarakat yang bersangkutan. Sosialisasi mencakup interaksi social dan tingkah laku social. Sehingga sosialisasi merupakan mata rantai yang penting diantara sistem social. Sosialisasi juga merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sistem pada seseorang. Serta bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksinya.

Sosialisasi ditentukan oleh lingkungan social, ekonomi dan kebudayaan dimana individu tersebut berada. Selain itu, sosialisasi juga ditentukan dari interaksi pengalaman-pengalaman serta kepribadiaanya. Dengan sosialisasi, manusia sebagai makhluk bioligis menjadi manusia yang berbudaya, cakap menjalankan fungsinya dengan tepat sebagai individu dan sebagai anggota kelompok.

#### b. Iklan melalui Sosial Media

Terkait Iklan melalui sosial media, ditegaskan oleh Bapak Agus selaku pemilik di konveksi, penggunaan social juga media tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

“Penggunaan sosial media tidak terbatas oleh ruang dan waktu, Biaya pemasaran lebih murah, Organisasi lebih mudah dan sederhana, Pelayanan lebih fokus, serta Membangun hubungan yang lebih efektif .”<sup>22</sup>

Pengguna media social berkembang dengan pesat di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Bagi individu, motivasi menggunakan media social adalah mencari informasi, berbagi informasi, hiburan, ralaksasi, dan interaksi social. Bagi organisasi atau perusahaan, media social banyak digunakan sebagai media atau alat untuk melakukan komunikasi pemasaran. Tidak seperti

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Bapak Agus selaku pemilik konveksi pada tanggal 13 Januari 2023

<sup>22</sup> Wawancara dengan Bapak Agus selaku pemilik pada tanggal 13 januari 2023

media tradisional yang hanya mampu menerapkan komunikasi satu arah, media social mampu menerapkan komunikasi dua arah atau lebih. Menggunakan media social sebagai alata komunikasi pemasaran tidak hanya seperti menggunakan internet dan teknolog, akan tetapi harus menggunakan aktik dan strategi komunikasi. Taktik dan strategi disusun berdasarkan kapabilitas yang dimiliki dan target yang ingin diraih. Dengan menggunakan kapabilitas social media dengan optimal dapat diraih hasil yang ditargetkan dengan maksimal. Sangat penting mengetahui dengan mendalam kapabilitas media social media sebagai alat komunikasi pemasaran, kemampuan apa saja yang social media miliki sehingga dapat digunakan sebagai media pemasaran.

Bagi para pemasar hal ini merupakan suatu potensi dan kesempatan yang sangat besar untuk digunakan sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran. Social media memungkinkan berbagi informasi antara pengguna menjadi lebih mudah. Dengan potensi yang besar dan telah banyak digunakan oleh perusahaan besar.

### **Pelaksanaan Stategi Manajemen pelayanan industri konveksi T-stirt dan Sablon di Kab. Tulungagung**

Pelaksanaan Manajemen pelayanan paling mendasar yang dilakukan oleh industri konveksi T-stirt dan Sablon yaitu :

a. Bersikap ramah

Setiap pekerja yang berada di industri konveksi T-stirt dan Sablon harus melayani pelanggan atau konsumen dengan sikap yang ramah agar konsumen tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktifitas yang berhubungan dengan konsultasi tentang produk, keluhan dan lain lain. Dan mengawali komunikasi dengan memberikan salam yang hangat kepada pelanggan.

Hal ini sesuai dengan penjelasan dari bapak Agus bahwa :

“Sikap ramah dari karyawan akan membuat konsumen menjadi lebih nyaman sehingga besar kemungkinannya konsumen akan banyak kembali lagi karena membeli.”<sup>23</sup>

b. Komunikatif

Setiap Pengusaha harus memiliki keahlian dalam bidang komunikasi, keahlian tersebut merupakan salah satu keahlian yang harus di perhatikan oleh pengusaha yang mana pengusaha harus berhadapan langsung oleh pelanggan yang memiliki karakteristik yang berbeda beda. Selain itu penting juga diperhatikan gaya komunikasi yang jelas dan terarah agar tidak timbul kesalah pahaman.

Sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak Agus bahwa :

“Jangan sampai karena kurangnya keahlian dalam komunikasi menyebabkan kesalah pahaman antara karyawan dan pelanggan. Karena tiap-tiap karyawan kadang harus berhadapan langsung oleh pelanggan atau konsumen yang memiliki karakteristik yang berbeda beda.”<sup>24</sup>

### **Evaluasi Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pendapatan di industri konveksi T-stirt dan Sablon di Kab.Tulungagung**

Evaluasi manajemen pelayanan dalam meningkatkan jumlah Pendapatan i industri konveksi T-stirt dan Sablon di Kab.Tulungagung dilakukan untuk mengontrol seluruh aktifitas yang berhubungan dengan usaha untuk meningkatkan jumlah pendapatan, salah satunya adalah Evaluasi Roll Play yaitu Bentuk evaluasi yang bertujuan meningkatkan sebuah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen, mulai menyapa, berbicara, mengenalkan produk-produk di industri

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan pak Agus selaku pemilik industri konveksi T-stirt dan Sablon pada tanggal 13 Januari 2023

<sup>24</sup> Wawancara dengan pak Agus selaku pemilik industri konveksi T-stirt dan Sablon pada tanggal 13 Januari 2023

konveksi T-shirt dan Sablon di Kab.Tulungagung terutama tentang pelayanan. Kegiatan ini dilakukan setiap sebulan sekali.

## PEMBAHASAN

Manajemen menurut etimologi manajemen berasal dari bahasa latin *manus* yang berarti “tangan”, dalam bahasa Italia *maneggiare* berarti mengendalikan, kemudian bahasa Prancis *management* yang berarti “seni melaksanakan dan mengatur”.<sup>25</sup> Manajemen berasal dari bahasa Inggris *management* dengan kata kerja *to manage* yang secara umum berarti mengelola, mengurus. Menurut terminologi manajemen yaitu proses perencanaan, pengorganisasian pelaksanaan, dan pengawasan penggunaan setiap ilmu dan seni bersama-sama dan selanjutnya menyelesaikan tugas untuk mencapai tujuan.<sup>26</sup> Manajemen merupakan kebutuhan penting untuk memudahkan pencapaian tujuan manusia dalam organisasi. Untuk tercapainya tujuan organisasi, maka para ilmuwan berusaha mencari metode, sistem dan teori, sehingga dikenal ilmu manajemen. Manajemen sebagai ilmu berkembang terus selama lebih dari satu abad hingga saat ini.<sup>27</sup>

Dari pengertian di atas sesuai dengan data di lapangan bahwa terdapat tiga proses dalam manajemen di industri konveksi T-shirt dan Sablon di Kab.Tulungagung yaitu Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi yang memiliki tujuan untuk meningkatkan jumlah pendapatan.

Perencanaan manajemen pelayanan untuk meningkatkan jumlah pendapatan di industri konveksi T-shirt dan Sablon di Kab.Tulungagung yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran offline maupun online yang terwujud dalam bentuk sosialisasi kepada masyarakat dan iklan melalui sosial media yang tujuannya untuk memperkenalkan sistem pada khalayak.

---

<sup>25</sup> Usman Efendi, *Asas-Asas Manajemen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 1

<sup>26</sup> John Suprihanti, *Manajemen*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2014), hlm.4

<sup>27</sup> Abdul Halim Usman, *Op.Cit*, hlm. 26



Adapun pelaksanaan manajemen pelayanan untuk meningkatkan jumlah pendapatan di konveksi T-stirt dan Sablon di Kab.Tulungagung terbagi menjadi tiga hal yaitu bersikap ramah kepada konsumen, bersifat komunikatif, dalam aktifitas apapun. Hal ini sesuai dengan asas pemasaran yaitu berfungsi untuk meningkatkan efektifitas kerja secara maksimal serta menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, dan dinamis.

## **KESIMPULAN**

Perencanaan manajemen pelayanan dalam meningkatkan jumlah pendapatan di konveksi T-stirt dan Sablon di Kab.Tulungagung yaitu dengan menggunakan strategi offline maupun online meliputi sosialisasi kepada masyarakat dan iklan lewat sosial media. Dalam Pelaksanaan manajemen pelayanan dalam meningkatkan jumlah pendapatan di konveksi T-stirt dan Sablon di Kab.Tulungagung yaitu dengan bersikap ramah kepada nasabah dan bersifat komunikatif terhadap pelanggan dan konsumen, dan Evaluasi manajemen pelayanan dalam meningkatkan jumlah pendapatan di konveksi T-stirt dan Sablon di Kab.Tulungagung yaitu dengan musyawarah tiap bulan sebagai bentuk controlling terkait dengan peningkatan jumlah pendapatan di konveksi T-stirt dan Sablon di Kab.Tulungagung dengan adanya perencanaan dan pelaksanaan manajemen pelayanan tersebut di atas.

## **DAFTAR RUJUKAN**

David, Fred R. 2006. *Managemen Strategi*, (Jakarta: Salemba Empat)

David, Hunger. J. 2003. Diterjemah Oleh Julianto Agung, *Manajemen Startegis*, (Yogyakarta: Andi)

Dirgantoro, Crown. 2004. *Manajemen Strategi Konsep, Kasus, Dan Implementasi*, (Jakarta: Pt. Grasindo)

Efendi, Usman. 2014. *Asas-Asas Manajemen*, (Jakarta: Rajawali Pers)

- Faisal, Sanapiah. 2000. *Format-Format Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Fred R. David. 2009. *Manajemen Strategis Konsep Edisi 12*, (Jakarta: Salemba Empat)
- Hadi, Sutrisno. 2009. *Metodologi Research*, Jilid 2, (Yogyakarta: Andi Offset)
- Hasibuan, Malayu S.P. 2014. *Manajemen Dasar Dasar, Pengertian Dan Masalah*, (Jakarta: Bumi Aksara)
- Ishaq. 2017. *Metode Penelitian Hukum*, (Bandung: Alfabeta)
- John B, Geoge. 1997. *Kebijakan Dan Strategi Manajemen*, (Jakarta: Erlangga)
- Kuncoro, Mudraj. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga)
- Nasir, Moh, Ph.D. 1988. *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia)
- Nasution. 2003. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara)
- Radjab, Rahman Rahim.Enny. 2016. *Manajemen Strategi*, (Makasar: LPP Universitas Muhamadiyah Makasar)
- Rangkuti, Fredi. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama)
- Ridwan, Ahmad Hasan. 2013. *Manajemen Baitul Mal Wat Tamwil*, (Bandung: CV Pustaka Setia)
- Soemitra,Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Grup)
- Susanto, AB. 2014. *Manajemen Strategi Kompreshif Untuk Mahasiswa Dan Praktisi*,(Jakarta: Erlangga).
- Tanzeh, Ahmad dan Suyitno. 2006. *Dasar-Dasar Penelitian*, (Surabaya: Elkaf)
- Tunggal, Amin Widjaja. 2002. *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta)
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta)
- Suprihanti, John. 2004. *Manajemen*, (Yogjakarta: Gajah Mada University Press)
- Suwandayanto. M. 2006. *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Salemba)

Usman, Husaini. 2014. *Manajemen Teori Praktek Dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014).

W. Rue Terry Geroge, Lelie. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Cet. 11* (Jakarta: PT. Bumi Aksara)

Wijayanti, Irene Diana Sari. 2008. *Manajemen*, (Jogjakarta: Mitra Cendikia Press)

Wiliam. 1998. *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Perusahaan Edisi Ketiga*, (Jakarta: Erlangga)