

Analisis Pengelolaan Usaha Rumah Jahit Firly Khofifah

Hariyati Putri¹, Hansen Rusliani²

¹²Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha
Saifuddin Jambi
e-mail: putrihariyati7@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan usaha Rumah Jahit Firly Khofifah yang berlokasi di Desa Mekar Sari, Kecamatan Kumpeh Ilir, Kabupaten Muaro Jambi. Rumah jahit ini merupakan salah satu unit usaha mikro bergerak dalam bidang jasa jahit pakaian muslimah, kebaya, seragam sekolah, dan produk lainnya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan Rumah Jahit Firly memiliki keunggulan dalam kualitas hasil jahitan dan layanan personal, namun masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan media promosi digital, lokasi usaha kurang strategis, dan belum optimalnya evaluasi terhadap pengawasan mutu produk. Perbandingan dengan Penjahit Amel menunjukkan bahwa pesaing lebih unggul dalam hal strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan dalam manajemen strategis, terutama dalam aspek pemasaran digital, pengembangan SDM, serta perbaikan sistem manajemen kualitas dan pencatatan usaha.

Kata Kunci: *Pengelolaan Usaha, Usaha Mikro, Pemasaran Digital, Manajemen Kualitas, Ekonomi Syariah*

Abstract

This study aims to analyze the management of Firly Khofifah's Sewing House business located in Mekar Sari Village, Kumpeh Ilir District, Muaro Jambi Regency. This sewing house is one of the micro business units engaged in the field of sewing services for Muslim clothing, kebaya, school uniforms, and other products. The study used a descriptive qualitative approach with data collection methods through observation, interviews, and documentation. The results of the study showed that Firly's Sewing House has advantages in the quality of sewing results and personal services, but still faces obstacles such as limited digital promotional media, less strategic business locations, and less than optimal evaluation of product quality control. Comparison with Amel Tailors shows that competitors are superior in terms of marketing strategies and technology utilization. The conclusion of this study is the need for improvements in

strategic management, especially in aspects of digital marketing, human resource development, and improvement of quality management systems and business records.

Keywords: *Business Management, Micro Businesses, Digital Marketing, Quality Management, Sharia Economy*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, industri fashion mengalami pertumbuhan pesat, yang diikuti dengan peningkatan permintaan akan produk pakaian. Permintaan ini mendorong berbagai bisnis disektor konfeksi, termasuk rumah jahit, untuk mengembangkan dan mengelola usahanya secara optimal. Rumah jahit adalah unit usaha kecil dalam industri fashion yang memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan pakaian pelanggan dengan desain khusus dan personalisasi tertentu. Pada dasarnya, seorang manajer bertugas memiliki, menjalankan, dan memimpin perusahaan. Manajer ini memiliki tanggung jawab penuh atas semua risiko yang terkait dengan seluruh operasi perusahaan yang diatur, terlepas dari apakah risiko tersebut menghasilkan keuntungan atau kerugian. Hal ini dibuktikan dengan masih tingginya harga-harga di pasar dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya industri pangan. Oleh karena itu, masyarakat mau tidak mau harus siap menangani semua itu. Profesi penjahit merupakan salah satu pilihan untuk tetap mempunyai penghasilan tanpa meharapkan pekerjaan dari pihak lain. Berwirausaha merupakan salah satu cara untuk tetap produktif dan menghasilkan, tanpa harus bergantung dengan kebijakan-kebijakan dari pihak lain. Akan tetapi, sebagai seorang wirausaha harus mampu melihat pangsa pasar dengan memiliki teknik yang digunakan untuk memasarkan hasil produknya. Berwirausaha tidak hanya dapat memberikan solusi keuangan pada diri sendiri, tetapi secara tidak langsung dapat membantu mengurangi angka pengangguran.

Menjahit merupakan pekerjaan yang memberikan jasa membuatkan baju untuk pelanggan. Pekerjaan menjahit memerlukan keterampilan khusus yang berhubungan dengan menjahit dan memotong kain, menjahit sendiri merupakan suatu kegiatan untuk menyatukan kain ataupun bahan bahan lainnya yang bisa dilewati oleh jarum jahit dan benang. Tahap menjahit sendiri bisa dilakukan dengan hanya menggunakan tangan maupun dengan bantuan mesin jahit. Produk hasil jahitan dapat berupa pakaian baik itu pria maupun wanita dengan berbagai model. Peralatan produksi dalam hal ini mesin jahit merupakan sumber daya ekonomi utama, karena tahap mengerjakan produk mulai dari bahan baku sampai barang jadi, tentu memerlukan peralatan produksi dalam kelancaran prosesnya (Dina. 2023).

Saat ini banyak masyarakat yang melakukan kegiatan produktif melalui usaha mikro atau kecil guna meningkatkan perekonomian daerah, diataranya dengan mengelola mengubah bahan mentah menjadi barang jadi. Seperti yang dilakukan oleh mbak Firly Khofifah sebagai pemilik usaha produksi gamis wanita, baju pengantin, baju kemeja pria dan wanita, baju kebaya, jilbab, mukenah dan sragam sekolah. Kegiatan yang produktif mbak Firly Khofifah dapat menunjang keuangan keluarga. Pakaian dan jilbab yang sesuai syariat saat ini banyak diminati oleh kalangan wanita, khususnya

wanita muslim. Mayoritas dari mereka tertarik dengan produk yang dipasarkan tersendiri mulai dari ibu-ibu, anak-anak, siswa sekolah menengah dan sekolah menengah yang tinggal di asrama. Selain itu, mereka memiliki langganan yang konsisten, yang membantu mba Firly Khofifah mempertahankan atau meningkatkan pendapatannya. Mba Firly Khofifah pernah mengikuti program kursus menjahit karena ingin mengasah kemampuannya dan belajar mengukur, membuat, memotong, dan membuat pola pakaian. Hal ini akan membuatnya mampu bersaing dalam hal kualitas, model, dan variasi motif serta kombinasi warna pakaian yang akan diproduksi.

Agar dapat mewujudkan sebuah busana yang indah dan menarik sekaligus enak dipakai, kita perlu mengetahui seluk beluk pembuatan busana. Di dalamnya kita akan mengenal aneka bahan dan peralatan yang diperlukan untuk membuat busana (Soekarno, 2013). Dalam dunia bisnis jahit-menjahit, persaingan antar pembisnis sangat ketat, terutama bagi mereka yang menargetkan segmen pasar yang serupa atau menawarkan keunggulan yang saling bersaing. Persaingan dalam industri ini melibatkan berbagai faktor, termasuk kualitas produk, harga, inovasi, layanan pelanggan, strategi pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia (SDM). Setiap faktor ini berperan dalam menentukan seberapa baik suatu bisnis dapat bertahan dan tumbuh dalam lingkungan yang kompetitif.

Tabel 1.1 Perbandingan Penjahit Firly dan Penjahit Amel dalam Aspek Menjahit

No	Aspek	Penjahit Firly	Penjahit Amel
1.	Tahun berdiri	2021	2017
2.	Kapasitas Produksi	5-6 pakaian perhari	5 pakaian perhari
	Jumlah Karyawan	2 orang (dibantu suami)	1 (usaha Perseorangan)
3.	Bahan Baku	Beli di pasar lokal, customer	Pasar tradisonal, customer
4.	Teknologi Produksi	Mesin jahit semi otomatis, bordir jahit tangan	Mesin jahit semi otomatis, mesin border
5.	Pemasaran	Media sosial (jarang update) dan mulut ke mulut	Media sosial (update), dan mulut ke mulut
6.	Fokus Kualitas	Menengah keatas	Sederhana, Menengah keatas
7.	Pelayanan	Ramah, baik, profesional, perhatian terhadap detail produk bahan	Profesional, komunikasi jelas terhadap permintaan pelanggan
8.	Harga Jual Produk	Harga lebih mahal	Harga lebih murah

Sumber: wawancara penjahit mekar sari kumpe ilir.

Berdasarkan tabel 1.1 Perbandingan antara Rumah Jahit Firly dan Rumah Jahit Amel dapat dilihat pada tabel diatas sudah jelas bahwa Penjahit Amel berdiri lebih lama dibanding Penjahit firly, hal ini bisa memberikan keunggulan dalam memahami selera pelanggan lokal, membangun reputasi dan menguasai pasar. Dengan oprasiaonal yang lebih lama Penjahit Amel mungkin memiliki basis pelanggan yang setia (menetap), namun lebih lama berdiri tidak selalu berarti inovatif, Jika Penjahit Amel kurang beradaptasi dengan perkembangan teknologi atau tren, mereka mungkin cenderung tetap pada pola kerja tradisional yang bisa membatasi potensi pertumbuhan. Beberapa gambaran umum mengenai orang-orang yang melakukan kegiatan usaha penjahitan pakaian dapat diperoleh dari temuan wawancara peneliti dengan pemilik usaha di Kumpeh Ilir Mekar Sari. Meski berdiri lebih baru Penjahit Firly mungkin lebih mudah mengadopsi tren terkini dan teknologi modern. Hal ini bisa membuatnya lebih tanggap terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Karena berdiri di era yang lebih modern, Penjahit Firly mungkin lebih fleksibel dalam merespons permintaan yang berkembang cepat dan mengimplementasikan strategi bisnis digital seperti pemasaran online. Meski memiliki keunggulan dalam hal inovasi, Penjahit Firly mungkin belum memiliki pengalaman sebesar Penjahit Amel dalam menghadapi tantangan pasar yang lebih kompleks. Penjahit Firly memiliki Kapasitas Produksi yang lebih kecil karena terfokus pada pesanan customer, penjahit firly selalu mengutamakan kualitas produksi mulai dari kerapiaan jahitan hingga memasang bordir secara manual. Sedangkan penjahit Amel Lebih unggul dalam kapasitas produksi, karena memiliki pelanggan setia.

Penjahit firly dibantu oleh suaminya, mereka saling kerja sama agar dapat melayani customer secara profesional. Sedangkan penjahit Amel menjalankan bisnis secara perseorangan (mandiri) karena lebih fokus terhadap minat yang diinginkan pelanggan. Semua penjahit sama-sama membeli bahan baku dipasar, akan tetapi yang membedakan diantara keduanya adalah penjahit Firly lebih memilih membeli bahan baku dipasar lokal karena lebih lengkap dan komplit walaupun jaraknya lebih jauh, sedangkan penjahit Amel sendiri lebih memilih membeli bahan baku dipasar tradisional untuk efisiensi biaya. Penjahit Firly dan Penjahit Amel sudah menggunakan mesin jahit otomatis yang mempermudah dalam produksi, tetapi penjahit Amel lebih unggul karena sudah menggunakan mesin jahit bordir otomatis sedangkan penjahit Firly masih membordir secara manual (menjahit tangan). Memanfaatkan teknologi digital dan peralatan modern seperti mesin jahit otomatis, yang tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga kualitas produk. Teknologi yang lebih baik biasanya berhubungan dengan penghematan biaya jangka panjang dan produk yang lebih konsisten.

Penjahit Firly menawarkan produk dengan harga yang lebih mahal karena fokus pada kustomisasi penuh, bahan premium, dan teknik jahit bordir manual. Ini menarik bagi pelanggan yang menginginkan pakaian eksklusif dan personal dengan kualitas terbaik. Penjahit Amel dengan harga yang lebih murah, fokus pada efisiensi produksi dan memberikan produk berkualitas tinggi tetapi dengan harga yang lebih kompetitif. Ini cocok untuk pelanggan yang menginginkan kualitas namun dengan harga lebih

terjangkau dan proses yang lebih cepat. Jika Penjahit Firly mengembangkan sumber daya manusia (SDM) melalui privat kursus, dan Penjahit Amel lebih mengandalkan metode otodidak, kedua pendekatan ini memiliki kelebihan dan kekurangan yang memengaruhi kualitas dan efisiensi produksi. Penjahit Firly yang mengembangkan SDM melalui privat kursus, cenderung pada pelatihan formal mempercepat pengembangan keterampilan, sehingga lebih siap untuk menghadapi tantangan industri. Penjahit Amel, yang secara otodidak (belajar sendiri) memiliki kualitas pengembangan keterampilan yang harus menentukan sendiri apa yang dipelajari melalui buku, video tutorial atau referensi lain. Kualitas belajar bisa bervariasi tergantung pada seberapa banyak usaha dan kesabaran yang diinvestasikan. Secara keseluruhan, Penjahit Firly unggul dalam kualitas, konsistensi, dan inovasi, sementara Penjahit Amel unggul dalam kreativitas dan improvisasi namun memiliki tantangan dalam menjaga standar yang seragam.

Peneliti telah mewawancarai Penjahit Firly bagaimana ia mengembangkan dan mengelola usahanya, penjahit Firly fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan, kurangnya memanfaatkan media sosial untuk promosi. Namun tantangan terbesar yang dihadapinya adalah jarak pembelian bahan baku dan pemilihan barang yang berkualitas, serta pesaing yang menjual jasa jahit lebih murah, serta kapasitas mesin jahit belum memadai. Keluh ia, orang-orang di desa lebih memilih barang yang murah dari pada harga yang sedikit mahal namun kualitas terjamin (Firly, Khofifah, 2024). Peneliti telah mewawancarai Penjahit Amel, bagaimana mengelola dan mengembangkan rumah jahitnya, penjahit Amel menggunakan strategi yang mengutamakan kualitas produk, pelayanan pelanggan yang baik, dan pengembangan keterampilan timnya. Amel memanfaatkan media sosial dan partisipasi dalam bazar untuk mempromosikan usahanya, sambil tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui komunikasi yang terbuka. Tantangan yang dihadapi terutama dalam hal pengelolaan pesanan dalam jumlah besar dan ketersediaan bahan baku, namun Amel terus berusaha untuk mengatasinya dengan perencanaan dan manajemen yang baik. Rencana masa depan Amel mencakup ekspansi dengan membuka butik dan memperluas koleksi busana siap pakai untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Amel, 2024).

Secara keseluruhan, Rumah Jahit Amel memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan Rumah Jahit Firly, terutama dalam aspek pengembangan usaha yang lebih update dan profesional. Penggunaan teknologi, promosi yang lebih efektif, inovasi produk yang lebih baik memberikan Rumah Jahit Amel posisi yang lebih kuat dalam pasar. Rumah Jahit Firly mungkin memiliki daya tarik bagi segmen pasar yang menginginkan produk menengah keatas dan layanan yang lebih personal, tetapi dalam jangka panjang, keterbatasan modal, kapasitas produksi, dan inovasi bisa menghambat pertumbuhan dan keberlanjutannya di pasar yang lebih kompetitif. Peneliti telah mewawancarai salah satu pelanggan bernama ibu ayu yang pernah menjahit baju di Penjahit Amel dan Penjahit Firly keduanya sama-sama bagus tetapi ia lebih memilih menjahit baju pada Penjahit Amel karena menurutnya ia merasa nyaman

dalam berkomunikasi, mampu menyelesaikan dalam waktu singkat walaupun kualitas sederhana namun harga yang lebih terjangkau juga menjadi alasan utama (Ayu, 2024).

Peneliti telah mewawancarai salah satu pelanggan bernama Mba Susi, Mba Susi termasuk kalangan menengah keatas menurutnya Penjahit Firly memiliki inovatif dan lebih modren serta menawarkan lebih banyak variasi kain dan teknik jahit yang kekinian serta produk yang berkualitas tetapi menurut Mba Susi peminatnya tidak terlalu banyak karena harganya lebih sedikit tinggi dibandingkan penjahit Amel (Susi, 2024). Peneliti mewawancarai Penjahit Firly mengenai cara pengelolaan usaha jahit agar dapat berjalan sesuai dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Berikut penjelasan yang diberikan oleh Penjahit Firly, Mbak Firly menjelaskan bahwa ia selalu berkonsultasi dengan pelanggan untuk memahami keinginan mereka, seperti model pakaian, ukuran, bahan yang diinginkan, dan detail khusus (contohnya pemasangan payet). Jika pakaian harus disesuaikan dengan tubuh pelanggan, ia melakukan pengukuran secara teliti dan mencatat semua detailnya dengan saksama. Selanjutnya, ia membantu pelanggan memilih bahan yang tepat, baik dari segi tekstur, warna, maupun kesesuaian dengan desain yang diinginkan. Setelah itu, ia menyusun desain dan pola sebagai panduan dalam proses pemotongan kain. Selain itu, ia memastikan semua bahan dan peralatan, termasuk mesin jahit dan jarum, dalam kondisi baik serta siap digunakan sesuai dengan rencana dan kebutuhan pelanggan.

Dalam pembagian tugas, Mbak Firly bekerja sama dengan suaminya berdasarkan keahlian masing-masing. Suaminya biasa menangani pemotongan kain, menjahit bagian dasar, dan memasang kancing, sementara Mbak Firly fokus pada pembuatan pola, penyelesaian jahitan secara detail, serta pemasangan renda, bordir, dan hiasan lainnya. Koordinasi dilakukan secara intensif untuk menjaga kualitas hasil jahitan. Ia juga menyatakan keinginannya untuk merekrut karyawan tetap guna membantu pekerjaan, tetapi saat ini ia terkendala oleh keterbatasan tempat dan alat, seperti mesin jahit tambahan. Untuk mencatat setiap pesanan pelanggan, Mbak Firly menggunakan buku khusus yang mencatat nama pelanggan, detail pesanan, ukuran, jenis kain, model pakaian yang diinginkan, serta tanggal penyelesaian yang telah disepakati. Dalam pengaturan waktu kerja, ia menentukan urutan pekerjaan berdasarkan tenggat waktu dan tingkat kesulitan pesanan. Pesanan dengan tenggat waktu lebih singkat selalu menjadi prioritas utama. Mbak Firly menegaskan bahwa ia selalu memeriksa hasil jahitan sebelum diserahkan kepada pelanggan untuk memastikan setiap detailnya sesuai dengan permintaan pelanggan dan kualitasnya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Jika ia menemukan produk yang rusak atau tidak memenuhi standar kualitas, ia akan segera melakukan perbaikan, mengerjakan ulang, serta mengevaluasi penyebab kerusakan tersebut untuk mencegah hal serupa terjadi di masa depan.

Peneliti akan menanyakan kepada penjahit Firly seputar pengembangan usaha rumah jahitnya yang dimana zaman sekarang ini marketing penjualan itu sangat penting untuk mengembangkan sebuah usaha tersebut. Mbak Firly mengatakan ia bisa memperkenalkan layanan jahitnya secara langsung melalui kegiatan-kegiatan sosial

seperti arisan, PKK, dan sesekali memposting disosial media, juga memasang sepanduk atau papan nama yang mudah terlihat didepan rumah jahitnya disertai dengan warna yang mencolok dan informasi yang jelas. Melihat fenomena berdasarkan data dan permasalahan yang diuraikan dari latar belakang ini peneliti tertarik untuk membuat judul Analisis Pengelolaan Usaha Rumah Jahit Firly Khofifah.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metodologi penelitian ini digunakan untuk menilai pengetahuan mengenai topik penelitian pada saat tertentu. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan keterangan tentang topik penelitian dan kegiatan penelitian pada periode saat ini. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menggambarkan seluruh data yang ada, yaitu data pada saat penelitian dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi ini mengungkap bahwa Rumah Jahit berlokasi di Mekar Sari Kumpeh Ilir. Daerah sekitar yang mayoritas masyarakatnya adalah seorang petani, serta merupakan desa yang ramai penduduk.

Tabel III. Tabel Rincian Modal Usaha Jahit Firly Khofifah

No	Nama barang/ Kebutuhan	Kisaran harga	Keterangan pengguna
1.	Mesin jahit portabel	2.000.000- 4.000.000	Mesin utama untuk menjahit pakaian.
2	Mesin obras	3.000.000- 5.000.000	Untuk merapikan jahitan tepi kain agar lebih rapi dan kuat
3	Sertika uap	1.000.000- 2.500.000	Untuk merapikan hasil jahitan sebelum diserahkan kepelanggan
4	Meja potong kain	5.00.000- 1.500.000	Meja besar untuk memotong kain dengan rapi
5	Alat Ukur (Meteran Penggaris)	50.000- 1.00.000	Untuk mengukur badan pelanggan dan kain
6	Gunting Kain	1.00.000- 250.000	Alat potong utama agar hasil potongan kain rapi.
7	Benang Jahit Beragam Warna	200.000- 500.000	stok benang berbagai warna untuk mencocokkan dengan kain.
8	Jarum Jahit Mesin dan Tangan	50.000- 100.000	Stok jarum cadangan untuk berbagai jenis kain.
9	Kain Stok Barang	1.000.000- 2.000.000	Sebagai contoh bahan atau untuk latihan.
10	Alat Promosi	300.000- 1.000.000	Untuk promosi usaha dan menarik pelanggan baru.

11	Buku Catatan Administrasi	20.000- 50.000	Untuk mencatat pesanan dan keuangan
----	---------------------------	----------------	-------------------------------------

Sumber: data observasi peneliti

Modal utama usaha jahit tidak hanya untuk membeli mesin dan alat produksi, tetapi juga meliputi biaya untuk mendukung oprasional, kualitas pelayanan, hingga promosi usaha. Dengan perencanaan modal yang matang, usaha jahit seperti Rumah Jahit Firly dapat berjalan lebih efektif, terkontrol dan berkembang lebih cepat. Semakin rumit model pakaian dan semakin banyak detil (bordir, payet, kombinasi bahan), harga jasa jahit semakin tinggi. Semakin sederhana modelnya, maka harga jahit lebih murah karena pengerjaan lebih cepat dan lebih mudah. Tingkat keahlian penjahit, bahan kain yang digunakan, serta banyaknya fitting tambahan juga mempengaruhi harga. Rumah Jahit seperti Firly Khofifah perlu mempertimbangkan semua faktor ini dalam menentukan harga, supaya jasa yang diberikan sesuai dengan kualitas kerja dan waktu yang dihabiskan.

Tabel IV. Rincian Harga Jahit Sesuai Tingkat Kesulitan

No	Jenis Pakaian/ Tingkat Kesulitan	Kisaran Harga (Rp)	Keterangan Pengerjaan
1	Baju sederhana (kaos, daster biasa)	50.000- 100.000	Potongan simpel, sedikit sambungan, tanpa banyak detail
2	Baju wanita casual (blouse, tunik)	100.000- 150.000	Potongan lebih rapi, dan kerah sederhana.
3	Baju pria casual (kemeja polos)	120.000- 250.000	Membutuhkan detail kerah, manset, dan kancing.
4	Gamis sederhana	150.000-300.000	Gamis model lurus, cutting tidak terlalu rumit.
5	Gamis pesta/ baju pesta wanita	250.000- 500.000	Banyak detail seperti bordir, payet, kombinasi bahan, model bertingkat.
6	Baju pengantin sederhana	600.000- 1.500.000	Diperlukan fitting berulang, detail bordir/ payet mewah.
7	Set seragam (baju + celana/ rok)	150.000- 400.000	Setelan kerja, sekolah, perlu ukuran pas dan potongan rapi.
8	Jas pria (jas formal)	500.000- 1.000.000	Tingkat kesulitan tinggi, banyak fitting, kerapian detal tinggi.
9	Permak ringan (perpendek/ perkecil)	20.000- 50.000	Modifikasi sederhana seperti mengecilkan pinggang, memendekan celana.

Sumber: data observasi peneliti

Harga tergantung bahan (bahan tipis, tebal, elastis punya tingkat kesulitan berbeda). Semakin banyak detail, kombinasi bahan, dan permintaan model rumit, semakin tinggi biaya jahit. Harga bisa berbeda tergantung pengalaman dan kualitas hasil jahit masing-masing rumah jahit. Semakin rumit model pakaian dan semakin banyak detil (bordir, payet, kombinasi bahan), harga jasa jahit semakin tinggi. Semakin sederhana modelnya, maka harga jahit lebih murah karena pengerjaan lebih cepat dan lebih mudah. Tingkat keahlian penjahit, bahan kain yang digunakan, serta banyaknya fitting tambahan juga mempengaruhi harga. Rumah Jahit seperti Firly Khofifah perlu mempertimbangkan semua faktor ini dalam menentukan harga, supaya jasa yang diberikan sesuai dengan kualitas kerja dan waktu yang dihabiskan. Berikut pembahasan hasil penelitian

Pengelolaan Usaha Rumah Jahit Firly

Rumah Jahit Firly Khofifah menunjukkan pengelolaan usaha yang terstruktur meski berskala kecil. Dalam hal perencanaan usaha, Firly merancang jalur pertumbuhan berdasarkan kebutuhan pasar lokal, terutama ibu-ibu rumah tangga di desa. Ia memulai usaha dengan modal terbatas dan berkembang melalui strategi promosi sederhana berbasis rekomendasi pelanggan. Perubahan tren juga menjadi fokus perhatian Firly. Ia aktif mengikuti perkembangan model busana melalui media sosial, khususnya tren gamis, tunik, dan kebaya modern, untuk diterapkan pada hasil jahitannya. Pembagian tugas dilakukan antara Firly dan suaminya, Roni. Roni membantu mencatat pesanan, mengantar hasil jahitan, serta menangani logistik seperti pembelian bahan. Sementara Firly fokus pada proses produksi dan pengawasan kualitas. Sistem pencatatan pesanan dilakukan secara manual menggunakan buku catatan, yang membantu dalam mengelola urutan pengerjaan dan menghindari kesalahan Pengaturan waktu produksi dilakukan dengan mengatur jadwal harian berdasarkan prioritas pesanan.

Firly juga berusaha menyesuaikan waktu pengerjaan agar hasil jahitan tetap optimal tanpa mengorbankan kualitas. Pengawasan kualitas produk dilakukan mulai dari pemilihan bahan, proses pemotongan kain, hingga tahap jahit, akan tetapi sebagian pelanggan kurang puas pada hasil *finising* sehingga merombak lagi hasil jahitan ulang demi kepuasan pelanggan. Firly secara langsung memeriksa jahitan untuk memastikan hasil rapi dan sesuai standar. Dalam hal promosi, Firly menggunakan metode tradisional yaitu dari mulut ke mulut, dan mulai memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.

Pesaing utama Rumah Jahit Firly adalah Penjahit Amel, yang telah lama beroperasi di desa yang sama. Amel memiliki strategi perencanaan yang berbeda, dengan fokus utama pada harga yang lebih murah dan kecepatan pengerjaan pesanan. Amel berusaha menarik pelanggan yang sensitif terhadap harga dan lebih memilih kuantitas pesanan dibanding kualitas jahitan yang sangat detail. Perencanaan usaha Amel lebih mengutamakan efisiensi dalam penggunaan bahan dan waktu produksi, serta tidak terlalu menyesuaikan dengan tren busana terbaru. Strategi ini membuat Amel mampu mempertahankan pangsa pasar yang stabil, khususnya bagi pelanggan yang mencari layanan cepat dengan harga ekonomis. Persepsi Pelanggan

Ayu dan Susi Pelanggan utama Firly, seperti Ibu Ayu dan Mbak Susi, memiliki pandangan positif terhadap kualitas hasil jahitan Rumah Jahit Firly. Keduanya mengakui bahwa jahitan yang dihasilkan rapi, sesuai pesanan, dan tahan lama. Namun, keduanya juga menyoroti harga yang relatif lebih tinggi dibanding penjahit lain di sekitar mereka. Meskipun demikian, keduanya tetap memilih Firly karena nilai tambah berupa hasil jahitan yang memuaskan dan pelayanan yang ramah. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menghargai kualitas lebih dari sekadar harga murah, meskipun faktor harga tetap menjadi pertimbangan penting dalam keputusan memilih jasa jahit.

Hambatan Pengelolaan Usaha Jahit Firly

Dalam mengelola sebuah usaha, khususnya usaha mikro seperti Rumah Jahit Firly Khofifah, berbagai hambatan tidak dapat dihindari. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan pemilik usaha, ditemukan bahwa terdapat tiga hambatan utama yang berpengaruh terhadap keberlangsungan dan perkembangan usaha, yaitu: hambatan lokasi, hambatan promosi, dan hambatan persaingan. Ketiga faktor ini saling terkait dan secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi jumlah pelanggan, pendapatan, serta daya saing usaha. Rumah Jahit Firly terletak di dalam gang yang tidak berada di pinggir jalan besar atau area pusat aktivitas masyarakat. Lokasi ini dinilai kurang strategis, karena pelanggan baru sering mengalami kesulitan untuk menemukan tempat usaha. Minimnya papan nama atau tanda visual yang mencolok juga turut memperparah situasi ini. Kondisi ini membuat usaha tidak mudah dikenali oleh orang luar atau pelanggan potensial yang lewat. Firly mengaku sering harus menjelaskan lokasi secara detail lewat telepon atau bahkan menjemput pelanggan ke jalan utama. Hal ini mengindikasikan bahwa aksesibilitas dan visibilitas fisik usaha masih rendah, yang secara langsung berdampak pada terbatasnya peluang menjangkau pasar baru. Lokasi yang kurang strategis juga mempersulit pemasangan media promosi fisik seperti banner besar atau *neon box*.

Promosi merupakan aspek penting dalam memperkenalkan jasa jahit kepada masyarakat. Namun, Firly menghadapi beberapa kendala dalam hal ini. Pertama, keterbatasan waktu dan tenaga membuatnya tidak dapat fokus memikirkan strategi promosi secara konsisten. Semua pekerjaan mulai dari menerima pesanan, menjahit, hingga komunikasi pelanggan dilakukan sendiri, sehingga promosi seringkali terabaikan. Kedua, minimnya pemahaman tentang promosi digital menjadi kendala dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas melalui media sosial. Meskipun Firly sudah mulai menggunakan WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk memposting hasil jahitannya, namun strategi konten, konsistensi unggahan, serta kemampuan membuat promosi yang menarik belum optimal. Hal ini mengakibatkan promosi bersifat pasif dan terbatas pada pelanggan yang sudah mengenalnya. Ketiga, tidak adanya anggaran khusus untuk promosi berbayar juga menjadi hambatan tersendiri. Firly belum dapat menggunakan fitur iklan media sosial atau mencetak brosur karena keterbatasan modal, sehingga promosi hanya bergantung pada media gratis dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

Dalam sektor jasa seperti penjahitan, persaingan harga dan pelayanan sangat menentukan keberhasilan usaha. Firly menyadari bahwa ia bersaing dengan penjahit yang menawarkan harga lebih murah. Meskipun kualitas jahitan Firly lebih rapi dan halus, tidak semua pelanggan mempertimbangkan aspek kualitas. Sebagian besar pelanggan lebih tertarik pada harga murah dan waktu pengerjaan yang cepat. Situasi ini menimbulkan tekanan tersendiri, karena Firly tidak dapat serta-merta menurunkan harga demi bersaing, mengingat proses pengerjaan yang detail membutuhkan waktu dan tenaga ekstra. Ia juga tidak ingin mengorbankan kualitas hanya demi mempercepat waktu pengerjaan. Dalam jangka panjang, strategi mempertahankan kualitas memang tepat, namun untuk menjaring pelanggan baru, usaha ini memerlukan pendekatan promosi dan pelayanan yang lebih inovatif agar tidak kalah saing. Ketiga hambatan di atas menunjukkan bahwa usaha jahit skala rumahan seperti Rumah Jahit Firly menghadapi tantangan yang kompleks. Lokasi yang tersembunyi, promosi yang belum maksimal, serta persaingan harga dengan pelaku usaha sejenis menjadi penghambat utama dalam memperluas pasar. Jika tidak ditangani dengan strategi yang tepat, hambatan-hambatan ini berpotensi menghambat pertumbuhan usaha dalam jangka panjang. Untuk mengatasi hambatan ini, Firly perlu mendapatkan pelatihan pengelolaan usaha sederhana, terutama dalam hal strategi promosi digital, manajemen pelanggan, serta peningkatan pelayanan berbasis kepercayaan dan loyalitas. Selain itu, dukungan dari pemerintah desa atau komunitas usaha lokal juga dibutuhkan agar pelaku UMKM seperti Firly dapat mengakses peluang pasar yang lebih luas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari permasalahan yang ditemukan maka dapat disimpulkan pertama pengelolaan Usaha Rumah Jahit Firly dikelola secara terstruktur dengan fokus pada kualitas jahitan dan tren busana terkini. Firly dibantu suaminya dalam operasional, sementara promosi masih terbatas pada mulut ke mulut dan media sosial sederhana. Meski harga lebih tinggi dari pesaing seperti Penjahit Amel, pelanggan tetap setia karena puas dengan hasil jahitan dan pelayanan. Tantangan utama adalah promosi yang belum optimal dan hasil finishing yang kadang kurang memuaskan. Kedua hambatan utama yang dihadapi Rumah Jahit Firly: lokasi yang kurang strategis, promosi yang belum optimal, dan persaingan harga. Ketiganya menghambat perluasan pasar dan pertumbuhan usaha. Untuk mengatasinya, Firly perlu meningkatkan pemahaman promosi digital, manajemen pelanggan, serta mendapatkan dukungan dari komunitas atau pemerintah setempat guna memperluas jangkauan dan daya saing usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Dian Sudiantini dan Hadita, Manajemen Strategi, (Jawa Tengah: CV. Pena Persada), 2022.
- Djam'an Satori dan Aan Komariah. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta).

- Erni Tisnawati Sule, Kurniawan Saefullah. 2019. Pengantar Manajemen (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, (Jakarta: Prenadamedia Group).
- George R. Terry. 2013. Dasar-Dasar Manajemen (Jakarta: PT Bumi Aksara).
- Husaini Usman. 2006. Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan, (Jakarta: PT Bumi Perkasa).
- Ibrahim. MA, Metodologi Penelitian Kualitatif: 2016. Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif, (Bandung Alfabeta).
- John A. Pearce II & Richard B. Robinson, Jr., Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian, Edisi ke-12 (Jakarta: McGraw-Hill) 2021.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, (Bandung: Alfabeta).
- Alfian Chandra Ayuswantana, 2024. Pengembangan Usaha Penjahit Rumahan di Desa Bacem Kabupaten Blitar Melalui Manajemen Produksi, Keuangan dan Pemasaran,” Jurnal Abdil Insani Vol. 11, No. 3.
- Dina Arfianti Siregar et al, 2023. Pengembangan Usaha Jahit Tempahan Fortuna, (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Vol. 7, No. 1.
- Fitri Fazilla¹, Safwan Kamal, Nanda Safarida, 2024. “Strategi Pengembangan Usaha Jahit di Gampong Meutia Kota Langsa Ditinjau Menurut Ekonomi Islam,” Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Vol. 6, No. 1.
- Muhammad Ruhul Jihad, Sri Mulyati, 2023“Rancangan Bangun Pengelola Data Pelanggan Berbasis Web Dengan Metode Waterfall (Studi Kasus: Penjahit Ibu Kus Sri Midawati),” Journal of Research and Publication Innovation, Vol. 1, No. 1.
- Moh. Samsul Arifin, Bambang Hermanto, 2023. Analisis Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Jahit Baju Mbak Nur di Desa Bates Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep,” Jurnal Cakrawala Ilmiah, Vol. 2, No.6.