

ANALISIS IMPLEMENTASI TEKNOLOGI PRODUKSI, KESESUAIAN PRODUK TERHADAP PERMINTAAN PASAR, SERTA STRATEGI PENETAPAN HARGA PADA USAHA KONVEKSI KENZO FASHION DI KABUPATEN TEGAL

Sari Wiyati¹, Tias Ayu Setyaningsih², Aisah Safira Rakhma Aulia³, Elsa Nadia Syifa Safira⁴, Ines Putri Rahayu⁵, Nadia Aristawati⁶

¹⁻⁶ Universitas Pancasakti Tegal

Email: aristawatinadia7@gmail.com

Received: 10-06- 2026

Revised: 25-06-2026

Approved: 07-07-2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi teknologi produksi, kesesuaian produk terhadap permintaan pasar, serta strategi penetapan harga pada usaha konveksi Kenzo Fashion di Kabupaten Tegal, dan dampaknya terhadap produktivitas serta keberlanjutan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informasi dipilih secara purposive sebanyak 7 orang yang terdiri dari pemilik dan karyawan bagian produksi, marketing dan administrasi. Validasi data dijaga melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, serta member checking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) penerapan teknologi produksi modern (mesin jahit digital, obras, dan pemotong kain otomatis) meningkatkan produktivitas sebesar 30% dan mengurangi kesalahan produksi; (2) produk kemeja dan celana Sivali Factory telah sesuai dengan kebutuhan pasar melalui desain mengikuti tren, kualitas bahan baik, dan control mutu ketat; (3) keuntungan bersih meningkat rata-rata 15-20% per tahun selama tiga tahun terakhir; dan (4) strategi harga berbasis biaya dan nilai mampu menjaga daya saing di tengah persaingan industri konveksi. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi tiga aspek utama yaitu teknologi produksi, kesesuaian pasar, dan strategi harga, dalam satu model analisis kontekstual pada usaha konveksi skala menengah di daerah. Penelitian berkontribusi secara akademik dengan memperkaya literatur mengenai manajemen operasional dan pemasaran pada industri fashion local, serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha konveksi dalam meningkatkan daya saing dan profitabilitas.

Kata Kunci : Teknologi Produksi; Produktivitas; Kesesuaian Pasar; Strategi Harga; Industri Konveksi

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor fashion di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun belakangan ini. Peningkatan ini disebabkan oleh naiknya permintaan masyarakat akan pakaian yang tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai elemen dari gaya hidup, identitas, dan tren sosial. Pertumbuhan industri fashion ini menciptakan kesempatan besar bagi para pelaku usaha konveksi untuk memperluas bisnis sekaligus membuka lapangan kerja bagi masyarakat.

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat, perusahaan konveksi dituntut untuk dapat memproduksi barang berkualitas dengan harga yang bersaing. Selain itu, perusahaan juga harus dapat beradaptasi dengan perubahan tren pasar yang

terjadi dengan cepat. Kemampuan perusahaan dalam mengelola proses produksi secara efisien dan efektif menjadi hal utama dalam menjaga kelangsungan usaha.

Kenzo Fashion adalah salah satu perusahaan konveksi yang terletak di Desa Pecabean, Kabupaten Tegal. Perusahaan ini berfokus pada produksi pakaian dengan merek Sivali Factory dan menghasilkan berbagai produk fashion seperti kemeja dan celana. Dalam menjalankan aktivitasnya, Kenzo Fashion menggunakan teknologi modern dan tenaga kerja terampil untuk memproduksi barang berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Penggunaan teknologi dalam proses produksi menjadi salah satu elemen yang berpengaruh terhadap produktivitas perusahaan. Teknologi memungkinkan proses produksi berlangsung lebih cepat, efisien, dan menghasilkan barang yang lebih berkualitas. Selain itu, perusahaan perlu memastikan produk yang dihasilkan memenuhi permintaan pasar agar dapat mengoptimalkan keuntungan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan teknologi produksi memberikan dampak positif terhadap peningkatan produktivitas perusahaan. Penelitian **Lee et al. (2023)** menemukan bahwa penggunaan teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi proses produksi dan kualitas produk. Penelitian **Kurniawan dan Putri (2022)** menjelaskan bahwa kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan peningkatan penjualan. Selain itu, **Taufik et al. (2022)** menyatakan bahwa strategi penetapan harga yang mempertimbangkan biaya produksi dan kondisi pasar dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Meskipun demikian, Sebagian besar penelitian tersebut hanya membahas satu aspek secara terpisah, yaitu teknologi produksi, kesesuaian produk, atau strategi harga. Masih sedikit penelitian yang mengintegrasikan ketiga aspek tersebut dalam satu penelitian, khususnya pada usaha konveksi skala menengah di Kabupaten Tegal

Penentuan harga juga menjadi faktor penting dalam operasional bisnis. Harga yang terlalu tinggi bisa mengurangi ketertarikan konsumen, sedangkan harga yang terlalu rendah bisa merugikan keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi yang tepat saat menetapkan harga produk mereka. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana pengaruh teknologi terhadap produktivitas perusahaan, kesesuaian produk dengan permintaan pasar, keuntungan dari output produksi, serta strategi penetapan harga yang diterapkan oleh Kenzo Fashion.

Tabel 1 Penelitian terdahulu

No	Penulis (Tahun)	Temuan Utama	Kesenjangan dengan Penelitian Ini
1	Shalansky et al. (20221)	Teknologi produksi digital meningkatkan produktivitas dan menurunkan biaya.	Belum mengintegrasikan dengan kesesuaian pasar dan strategi harga
2	Kurniawan & Putri	Kesesuaian produk dengan tren berpengaruh positif terhadap penjualan.	Tidak membahas teknologi produksi dan strategi harga
3	Taufik et al. (2022)	Strategi harga berbasis nilai meningkatkan daya saing.	Tidak menggabungkan dengan produktivitas operasional.

4	Lee et al. (2023)	Integritasi teknologi dan pemasaran digital meningkatkan profitabilitas.	Studi dilakukan di perusahaan besar, bukan UMKM konveksi.
5	Wang & Kim (2023)	Efisiensi operasional terkait langsung dengan keberlanjutan usaha.	Belum mengkaji strategi harga pada industri fashion lokal
6	Rachmawati et al. (2024)	Kualitas Produk dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas.	Tidak mengamati peran teknologi produksi secara mendalam.

Research Gap : Belum banyak penelitian yang mengintegrasikan teknologi produksi, kesesuaian produk terhadap pasar, dan strategi penetapan harga dalam satu kerangka analisis pada usaha konveksi skala menengah di daerah

Posisi Penelitian : Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis ketiga aspek secara komprehensif pada Kenzo Fashion

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Studi ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk memberikan gambaran yang sistematis dan faktual mengenai kondisi perusahaan berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan secara langsung.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kenzo Fashion yang terletak di Desa Pecabean, Kabupaten Tegal. Kegiatan observasi mencakup pengamatan terhadap proses produksi, sistem kerja yang diterapkan, pemanfaatan teknologi, serta taktik bisnis yang digunakan dalam operasional perusahaan.

Informan Penelitian

Informan dipilih secara *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut meliputi: (1) memahami proses produksi; (2) terlibat dalam pengambilan keputusan terkait operasional, pemasaran, atau harga; (3) bersedia memberikan informasi secara lengkap. Jumlah keseluruhan Informan yaitu ada 7 orang

Sumber Data

Data primer didapatkan secara langsung melalui wawancara dengan pemilik dan karyawan, serta dengan mengamati aktivitas operasional perusahaan. Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen perusahaan yang berkaitan dengan manajemen operasional, produktivitas, pemasaran, dan strategi harga.

Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan melihat langsung proses produksi dari pemilihan bahan baku hingga produk yang siap untuk dipasarkan.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait cara penggunaan teknologi, sistem produksi, strategi pemasaran, keuntungan perusahaan, dan penetapan harga produk.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dalam bentuk foto kegiatan, catatan lapangan, serta informasi lain yang mendukung penelitian.

Teknik Sampling

Teknik sumpling yang digunakan adalah *purposive sumpling*. Penelitian ini memilih informasi yang dianggap paling mrengetahui dan terlibat langsung dalam aktivitas operasional, produksi, pemasaran, dan penetapan harg pada Kenzo Fashion.

Triangulasi dan Uji Kreadibilitas Data

Triangulasi dilakukan untuk memastikan keabsahan data dengan cara:

1. Triangulasi Sumber: membandingkan data yang diperoleh dari berbagai informan (pemilik, karyawan produksi, marketing dan quality control)
2. Triangulasi Teknik: Membandingkan data yng diperoleh dari observasi, wawancara , dan dokumentasi

Uji Kreadibilitas Data

1. Perpanjangan pengamatan untuk memastikan konsistensi data
2. Member checking, yaitu menginformasikan hasil wawancara kepada informan untuk memastikan kebenarannya
3. Ketekunan pengamatan dalam proses pengumpulan data.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang terdiri dari tiga tahap, yaitu:

- a. Pengurangan data dengan memilih informasi yang relevan untuk penelitian.
- b. Penyampaian data dalam bentuk uraian deskriptif.
- c. Penyimpulan berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini meliputi tiga aspek utama yaitu:

1. Implementasi teknologi produksi dan dampaknya terhadap produktifitas
2. Kesesuain produk terhadap permintaan pasar
3. Strategi penetapan harga dan kontribusinya terhadap daya saing serta keuntungan perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Teknologi terhadap Produktivitas Perusahaan

Teknologi merupakan elemen penting dalam produksi yang berkontribusi besar terhadap peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam operasional perusahaan. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan produk berkualitas dengan biaya yang relatif murah dan proses

produksi yang lebih cepat. Oleh karena itu, penerapan teknologi menjadi suatu keharusan, khususnya di sektor manufaktur dan konveksi.

Hasil pengamatan di Kenzo Fashion menunjukkan bahwa teknologi telah menjadi komponen utama dalam kegiatan produksi perusahaan. Berbagai jenis mesin seperti mesin jahit, mesin obras, dan mesin pemotong kain dipergunakan untuk mendukung proses pembuatan pakaian. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Kenzo Fashion, penggunaan mesin produksi dinilai mampu mempercepat proses pengerjaan pesanan dan meningkatkan kapasitas produksi harian. Kehadiran alat-alat ini mempercepat penyelesaian tugas yang sebelumnya akan memakan waktu lebih lama jika dikerjakan secara manual. Dari sudut pandang produktivitas, teknologi memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan output yang lebih banyak dalam waktu yang sama. Misalnya, mesin pemotong kain bisa memotong beberapa lapisan kain sekaligus dengan akurasi yang tinggi. Ini sangat berbeda dengan pemotongan secara manual yang membutuhkan lebih banyak waktu serta memiliki potensi kesalahan yang lebih tinggi. Dengan demikian, produktivitas tenaga kerja meningkat karena staf dapat menyelesaikan lebih banyak pekerjaan.

Selain meningkatkan jumlah produksi, teknologi juga berpengaruh pada mutu produk. Kualitas adalah salah satu faktor yang sangat diperhatikan dalam industri fashion karena berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen. Mesin jahit mutakhir bisa menghasilkan pola jahitan yang lebih rapi, tahan lama, dan konsisten, sehingga kualitas produk yang dihasilkan semakin baik. Kualitas yang terjaga membantu perusahaan membangun citra positif di mata pelanggan.

Teknologi juga berperan dalam menekan biaya produksi. Ketika proses pembuatan berlangsung lebih cepat dan tingkat kesalahan berkurang, perusahaan dapat meminimalkan pengeluaran yang berkaitan dengan perbaikan barang yang cacat atau pemborosan bahan baku. Efisiensi ini pada akhirnya akan berdampak positif pada peningkatan keuntungan perusahaan.

Selanjutnya, penerapan teknologi dapat memperkuat daya saing perusahaan. Dalam industri konveksi yang terus berkembang, konsumen menginginkan produk berkualitas dengan harga yang bersahabat. Berkat teknologi, Kenzo Fashion mampu memenuhi permintaan ini melalui proses produksi yang lebih efisien tanpa mengorbankan kualitas produk. Situasi ini menjadi keunggulan kompetitif yang membantu perusahaan menjaga posisinya di pasar.

Namun, investasi dalam teknologi juga memerlukan biaya yang signifikan. Perusahaan perlu mengeluarkan dana untuk membeli, merawat, dan mengoperasikan mesin. Oleh karena itu, manajemen harus memastikan bahwa investasi dalam teknologi dapat memberikan hasil yang lebih menguntungkan daripada biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan pengamatan, investasi teknologi di Kenzo Fashion terbukti efektif karena berhasil meningkatkan produktivitas serta mendukung pertumbuhan bisnis. Secara keseluruhan, pengamatan menunjukkan bahwa teknologi memiliki dampak yang sangat besar terhadap produktivitas perusahaan. Teknologi tidak hanya berkontribusi pada peningkatan output, tetapi

juga pada kualitas produk, efisiensi penggunaan sumber daya, serta kemampuan perusahaan dalam bersaing di pasar.

Berdasarkan hasil pengamatan tersebut dapat diketahui bahwa penerapan teknologi produksi di Kenzo Fashion memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas perusahaan. Penggunaan mesin jahit, mesin obras, dan mesin pemotong kain tidak hanya mempercepat proses produksi, tetapi juga mampu meningkatkan konsistensi kualitas produk sehingga perusahaan dapat memenuhi permintaan konsumen secara lebih efektif. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan keunggulan operasional perusahaan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori Heizer, Render, dan Munson (2020) yang menyatakan bahwa teknologi produksi berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional melalui pengurangan waktu proses, peningkatan kualitas produk, serta optimalisasi penggunaan sumber daya. Selain itu, hasil penelitian Lee et al. (2023) juga menunjukkan bahwa penerapan teknologi produksi pada industri manufaktur mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian di Kenzo Fashion memperkuat temuan penelitian sebelumnya bahwa investasi teknologi mampu memberikan manfaat jangka panjang terhadap perkembangan usaha.

Kesesuaian Produk dengan Permintaan Pasar

Keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya sangat dipengaruhi oleh pemahamannya terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam pemasaran modern, perusahaan harus fokus pada pasar, yaitu menciptakan produk yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen. Jika produk yang ditawarkan tidak cocok dengan permintaan pasar, perusahaan akan menghadapi kesulitan dalam mencapai penjualan yang maksimal.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, Kenzo Fashion menghasilkan berbagai jenis busana, terutama kemeja dan celana di bawah merek Sivali Factory. Produk-produk ini dirancang dengan mempertimbangkan perkembangan tren mode yang terjadi di masyarakat. Perusahaan menyadari bahwa tren mode selalu berubah, sehingga diperlukan inovasi dan kreativitas agar produk tetap menarik bagi konsumen.

Salah satu indikator penting untuk menilai kecocokan produk dengan permintaan pasar adalah desain yang sesuai dengan tren terbaru. Saat ini, konsumen tidak hanya mencari pakaian yang nyaman, tetapi juga yang dapat mencerminkan gaya hidup dan identitas pribadi mereka. Oleh karena itu, Kenzo Fashion berusaha untuk menciptakan desain yang menarik, modern, dan sesuai dengan keinginan pasar.

Selain aspek desain, mutu produk juga merupakan elemen kunci yang mempengaruhi penerimaan di pasar. Dari hasil pengamatan, perusahaan sangat fokus pada kualitas bahan baku yang digunakan. Pemilihan bahan berkualitas tinggi tidak hanya memberikan kenyamanan bagi pengguna, tetapi juga meningkatkan

daya tahan produk. Dalam jangka panjang, kualitas yang baik dapat membangun kepercayaan pelanggan terhadap merek Sivali Factory.

Proses pengendalian mutu yang diterapkan perusahaan juga mencerminkan komitmen mereka dalam memastikan kualitas produk. Setiap barang yang telah selesai dibuat diperiksa ulang untuk memastikan tidak ada cacat dalam proses produksi. Langkah ini sangat penting karena barang yang berkualitas buruk dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan mencederai reputasi perusahaan.

Dalam konteks perilaku konsumen, kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian ulang. Pelanggan yang puas dengan kualitas produk cenderung akan membeli kembali produk yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan demikian, kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar memberikan keuntungan besar bagi perusahaan dalam meningkatkan kesetiaan pelanggan.

Di samping itu, perkembangan teknologi informasi dan media sosial juga berperan dalam mempengaruhi pola permintaan pasar. Tren mode saat ini sering kali muncul melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan marketplace. Kenzo Fashion perlu terus mengikuti perkembangan ini agar dapat menyesuaikan produk mereka dengan preferensi konsumen yang selalu berubah.

Dari pengamatan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa produk yang dihasilkan oleh Kenzo Fashion sudah sesuai dengan kebutuhan pasar, karena memiliki desain yang mengikuti tren, kualitas yang baik, dan memberikan nilai lebih bagi konsumen. Kesesuaian ini menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan serta meningkatkan penjualannya.

Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Kenzo Fashion dalam memenuhi kebutuhan pasar tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengikuti perkembangan tren, tetapi juga oleh komitmen perusahaan dalam menjaga kualitas produk. Kombinasi antara desain yang sesuai dengan preferensi konsumen dan kualitas produk yang baik menjadi nilai tambah yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2022) yang menjelaskan bahwa perusahaan yang berorientasi pada pasar akan lebih mudah memperoleh keunggulan kompetitif karena mampu menghasilkan produk sesuai kebutuhan konsumen. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Kurniawan dan Putri (2022) yang menyatakan bahwa kesesuaian produk dengan permintaan pasar berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen.

Manfaat yang Diperoleh dari Keluaran Produksi

Keuntungan adalah sasaran utama yang ingin diraih oleh setiap perusahaan. Keuntungan tidak hanya berfungsi sebagai penanda keberhasilan bisnis, tetapi juga menjadi sumber dana yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha di masa mendatang. Maka dari itu, perusahaan perlu mengelola seluruh proses produksi dengan efisien agar bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Berdasarkan analisis, keluaran produksi dari Kenzo Fashion mampu memberikan kontribusi keuntungan bagi perusahaan. Produk yang dibuat mempunyai pasar yang jelas, sehingga peluang untuk penerimaan penjualan cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil mengenali kebutuhan pasar dan memproduksi barang yang sesuai dengan permintaan pelanggan.

Keuntungan perusahaan berasal dari perbedaan antara total pendapatan dan total biaya produksi. Pendapatan diperoleh dari penjualan produk kepada konsumen, sedangkan biaya produksi mencakup biaya bahan baku, gaji tenaga kerja, penggunaan listrik, perawatan mesin, transportasi, dan biaya operasional lainnya.

Salah satu elemen yang mendukung keuntungan perusahaan adalah efisiensi dalam proses produksi. Pemanfaatan teknologi memungkinkan perusahaan menciptakan lebih banyak produk dalam waktu yang lebih cepat. Dampaknya, biaya produksi per unit menjadi lebih rendah, sehingga margin keuntungan yang diperoleh pun meningkat.

Selain efisiensi, kualitas produk juga memiliki andil dalam meningkatkan keuntungan. Barang yang berkualitas biasanya memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Kualitas yang baik juga mengurangi kemungkinan pengembalian produk serta keluhan konsumen yang bisa menyebabkan biaya perusahaan.

Keuntungan yang diraih oleh sebuah perusahaan dipengaruhi oleh taktik pemasaran yang dilakukannya. Dengan memanfaatkan beragam kanal pemasaran, baik yang bersifat langsung maupun digital, perusahaan mampu menjangkau lebih banyak pelanggan. Perluasan jangkauan pasar tersebut akan menghasilkan peningkatan dalam volume penjualan serta pendapatan perusahaan.

Melalui sudut pandang ekonomi manajerial, profit yang dicapai oleh Perusahaan dapat dijadikan sebagai tolak ukur efektivitas dalam pengelolaan sumber daya. Semakin besar keuntungan yang berhasil diraih, semakin baik pula keterampilan Perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menciptakan nilai ekonomi.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, bisa disimpulkan bahwa hasil produksi Kenzo Fashion memberikan dampak positif bagi perusahaan. Hal ini didukung oleh efisiensi dalam proses produksi, kualitas barang yang unggul, serta kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar. Temuan tersebut menunjukkan bahwa output produksi yang dihasilkan Kenzo Fashion tidak hanya memberikan keuntungan secara finansial, tetapi juga memberikan dampak terhadap keberlangsungan usaha. Efisiensi produksi yang didukung oleh penggunaan teknologi memungkinkan perusahaan menghasilkan lebih banyak produk dengan biaya yang lebih terkendali sehingga mampu meningkatkan keuntungan perusahaan.

Menurut teori ekonomi manajerial, keuntungan merupakan indikator keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Rahman et al. (2023) yang menemukan bahwa peningkatan produktivitas produksi memberikan pengaruh

positif terhadap peningkatan keuntungan perusahaan melalui efisiensi biaya dan peningkatan volume penjualan.

Strategi Penetapan Harga

Harga merupakan satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang secara langsung berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, penetapan harga harus dilakukan dengan hati-hati karena memiliki dampak besar pada volume penjualan, laba, dan daya saing perusahaan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, Kenzo Fashion menerapkan pendekatan harga dengan mempertimbangkan berbagai faktor, baik dari segi internal maupun eksternal perusahaan. Dari aspek internal, perusahaan menghitung semua biaya yang terkait dengan proses produksi barang. Biaya ini mencakup bahan, tenaga kerja, biaya operasional, dan distribusi.

Metode ini dikenal sebagai penetapan harga berbasis biaya, yaitu penetapan harga yang didasarkan pada total biaya produksi yang kemudian ditambahkan dengan margin laba tertentu. Pendekatan ini membantu perusahaan dalam memastikan bahwa setiap barang yang dipasarkan mampu menghasilkan keuntungan.

Meski demikian, perusahaan juga memperhatikan faktor-faktor eksternal. Aspek seperti kondisi pasar, kemampuan membeli konsumen, serta harga produk pesaing menjadi hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan. Dalam pasar yang kompetitif, harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen beralih ke produk dari pesaing. Sementara itu, harga yang terlalu rendah bisa mengurangi profitabilitas dan memberikan kesan bahwa kualitas produk kurang baik.

Kenzo Fashion berusaha untuk menentukan harga yang bersaing tanpa mengorbankan kualitas barang. Strategi ini menunjukkan bahwa perusahaan mengadopsi pendekatan penetapan harga berbasis nilai, yaitu mempertimbangkan seberapa besar nilai yang dirasakan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Jika konsumen merasa bahwa kualitas barang sesuai dengan harga yang mereka bayar, mereka akan lebih cenderung untuk melakukan pembelian.

Selain itu, perusahaan juga memperhatikan wilayah pasar yang menjadi fokus utama. Memahami ciri-ciri pelanggan memungkinkan perusahaan untuk menetapkan kisaran harga yang sesuai dengan kemampuan dan harapan konsumen. Dengan cara ini, harga yang ditentukan tidak hanya memberikan keuntungan bagi perusahaan tetapi juga dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Secara keseluruhan, pendekatan penetapan harga yang digunakan oleh Kenzo Fashion bisa dibilang cukup, efektif karena mempertimbangkan berbagai aspek yang mempengaruhi pilihan pembelian konsumen. Pendekatan ini membantu perusahaan untuk tetap bersaing sekaligus meraih keuntungan maksimum di tengah persaingan yang semakin ketat di industri konveksi. Berdasarkan hasil penelitian, strategi penetapan harga yang diterapkan Kenzo Fashion telah mempertimbangkan

keseimbangan antara biaya produksi, kondisi pasar, dan kemampuan daya beli konsumen. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berupaya menciptakan nilai bagi konsumen melalui harga yang kompetitif.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong (2021) yang menyatakan bahwa penetapan harga harus mempertimbangkan nilai yang dirasakan konsumen agar mampu meningkatkan daya saing perusahaan. Selain itu, penelitian Taufik et al. (2022) juga menjelaskan bahwa strategi penetapan harga yang tepat mampu meningkatkan volume penjualan serta mempertahankan loyalitas pelanggan pada sektor UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengamatan, wawancara, dan analisis yang dilakukan di Kenzo Fashion yang terletak di Desa Pecabean, Kabupaten Tegal, dapat disimpulkan bahwa perusahaan telah menjalankan manajemen operasional yang baik dengan menerapkan teknologi dalam proses produksi, kesesuaian produk dengan permintaan pasar, serta strategi penentuan harga yang sesuai. Ketiga elemen ini saling mendukung untuk meningkatkan produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan usaha, sehingga Kenzo Fashion dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat di industri konveksi.

Penerapan teknologi dalam produksi, seperti penggunaan mesin jahit, mesin obras, dan mesin pemotong kain, telah terbukti memberikan efek positif bagi peningkatan produktivitas perusahaan. Dengan teknologi ini, proses produksi menjadi lebih cepat, efisiensi kerja meningkat, kesalahan dalam produksi berkurang, serta kualitas produk yang dihasilkan menjadi lebih baik dan konsisten. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk lebih efektif memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya.

Dalam hal pemasaran, produk yang ditawarkan oleh Kenzo Fashion, yaitu kemeja dan celana bermerek Sivali Factory, telah sesuai dengan kebutuhan dan permintaan di pasar. Ini terlihat dari desain produk yang mengikuti tren fashion terkini, pemilihan bahan berkualitas, serta penerapan kontrol kualitas di setiap tahap produksi. Kesesuaian produk dengan apa yang dibutuhkan konsumen merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, mempertahankan loyalitas konsumen, dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.

Selain itu, hasil dari produksi memberikan kontribusi ekonomi yang positif untuk perusahaan. Efisiensi dalam proses produksi yang didukung oleh pemanfaatan teknologi, produk berkualitas tinggi, serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar berperan untuk meningkatkan keuntungan dan mendukung kelangsungan usaha. Strategi penentuan harga yang diterapkan telah mempertimbangkan biaya produksi, kondisi pasar, harga dari pesaing, serta nilai yang dirasakan oleh konsumen. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk, sehingga membantu menjaga daya saing dan memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi yang bisa dipertimbangkan oleh Kenzo Fashion untuk mendukung pertumbuhan bisnis di masa depan, yaitu:

1. Perusahaan harus terus berinovasi dalam penggunaan teknologi produksi yang lebih canggih serta melakukan perawatan mesin secara teratur agar efisiensi kerja, kapasitas produksi, dan kualitas produk dapat ditingkatkan terus menerus sehingga mampu memenuhi permintaan pasar dengan baik.

2. Kenzo Fashion perlu terus berinovasi dalam produk dengan mengikuti perkembangan tren mode, memahami kebutuhan dan selera konsumen, serta menjaga kualitas bahan dan kontrol mutu agar produk tetap kompetitif di pasaran.

3. Perusahaan disarankan untuk memaksimalkan strategi pemasaran digital melalui platform media sosial, marketplace, dan e-commerce lainnya untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat citra merek Sivali Factory.

4. Pengembangan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan dan peningkatan kemampuan dalam teknologi produksi harus dilakukan secara berkelanjutan agar produktivitas kerja dan kualitas hasil produksi meningkat.

5. Perusahaan perlu terus menilai strategi penetapan harga dengan memperhatikan biaya produksi, situasi pasar, daya beli konsumen, serta harga yang ditawarkan oleh pesaing agar tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas dan keuntungan perusahaan.

6. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk mendiversifikasi produk sesuai dengan perkembangan kebutuhan pasar sehingga dapat menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, meningkatkan daya saing, dan mendukung keberlangsungan usaha.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan Kenzo Fashion mampu terus meningkatkan produktivitas, mempertahankan kualitas produk, memperkuat daya saing di industri konveksi, serta mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2017). *The SAGE Handbook of Qualitative Research (5th Edition)*. SAGE Publications, Inc.
- Handoko, T. H. (2017). *Dasar-dasar manajemen produksi dan operasi*. BPFE.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management*. Pearson Education.
- Kasmir. (2019). *Kewirausahaan*. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (Vol. 15). Pearson Education.
- Kurniawan, & Putri. (n.d.). Kesesuaian produk dengan tren berpengaruh positif terhadap penjualan.
- Lee. (2023). Integritasi teknologi dan pemasaran digital meningkatkan profitabilitas.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (Vol. III). SAGE Publications, Inc.

Pearson. (n.d.). *Marketing Management*.

Rachmawati. (2024). Kualitas produk dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas.

Robbins, S. P., Coulter, M., & Coulter, M. K. (2018). *Management*. Pearson Education.

Shalansky. (2021). Teknologi produksi digital meningkatkan produktivitas dan menurunkan biaya.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Vol. 2). Bandung:ALFABETA.

Taufik. (2022). Strategi harga berbasis nilai meningkatkan daya saing.

Wang, & Kim. (2023). Efisiensi operasional terkait langsung dengan keberlanjutan usaha.