

**KINERJA ORGANISASI UMKM RARE FASHION****Niken Ayu Aprilia<sup>1</sup>, Heni Ayu Demita<sup>1</sup>, Ramadania Novita Putri\*<sup>1</sup>, Rendy Renaldi<sup>1</sup>**<sup>1</sup>Universitas Teknokrat Indonesia\*e-mail: [rnputrii03@gmail.com](mailto:rnputrii03@gmail.com)**Abstract**

**Abstract-** This study aims to investigate the organizational structure, division of tasks, SWOT analysis, and other influencing factors on the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in the fashion sector. Through a case study approach, this research provides an in-depth understanding of the internal dynamics of UMKM fashion organizations, as well as the challenges and opportunities they face. The research methodology involves in-depth interviews with owners, managers, and key employees, direct observation of operational processes, and analysis of documents related to organizational structure and business strategies. The findings reveal that the organizational structure of UMKM fashion tends to be flexible and adaptive, depending on the business scale, with a multifunctional division of tasks. SWOT analysis uncovers several strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by UMKM fashion. Creativity in design, connectivity with customers through social media, and the ability to adapt to market trends prove to be key strengths. On the flip side, limited access to capital, marketing challenges, and regulatory policy issues are some of the weaknesses faced. This study provides valuable insights for UMKM fashion owners, government entities, and stakeholders to enhance the performance and competitiveness of UMKM in the fashion industry. Policy recommendations include providing management training, facilitating easier access to financial resources, and offering support in marketing strategies and product development to strengthen the position of UMKM fashion in the competitive market.

**Keywords :** MSME, SWOT, Organization

**Abstrak**

**Abstrak-** Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki struktur organisasi, pembagian tugas, analisis SWOT, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor fashion. Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika internal organisasi UMKM fashion serta tantangan dan peluang yang dihadapi. Metode penelitian melibatkan wawancara mendalam dengan pemilik, manajer, dan karyawan kunci, observasi langsung terhadap proses operasional, dan analisis dokumen terkait struktur organisasi dan strategi bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur organisasi UMKM fashion cenderung bersifat fleksibel dan adaptif tergantung pada skala bisnis, dengan pembagian tugas yang sering kali multifungsional. Analisis SWOT mengungkapkan beberapa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM fashion. Kreativitas dalam desain, konektivitas dengan pelanggan melalui media sosial, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan tren pasar terbukti menjadi kekuatan utama. Di sisi lain, keterbatasan akses terhadap modal, tantangan pemasaran, dan kebijakan regulasi merupakan beberapa kelemahan yang dihadapi. Studi ini memberikan wawasan yang bernilai bagi pemilik UMKM fashion, pemerintah, dan pemangku kepentingan terkait untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM dalam industri fashion. Rekomendasi kebijakan termasuk pemberian pelatihan manajemen, akses lebih mudah terhadap sumber daya finansial, serta dukungan dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk untuk memperkuat posisi UMKM fashion dalam pasar yang kompetitif.

**Kata Kunci:** UMKM, SWOT, Organisasi

**1. PENDAHULUAN**

Lanskap global industri fashion telah mengalami transformasi yang signifikan, dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam membentuk

dinamika sektornya. UMKM, khususnya di sektor fashion, memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi. Penelitian ini menggali kompleksitas organisasi UMKM fashion, mengeksplorasi aspek seperti struktur organisasi, alokasi tugas, analisis SWOT, dan faktor-faktor lain yang mendefinisikan lanskap operasional mereka.

Saat UMKM fashion menavigasi kompleksitas pasar yang selalu berubah, pemahaman terhadap dinamika internal mereka menjadi sangat penting untuk memajukan keberlanjutan dan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis komprehensif terhadap struktur organisasi yang diadopsi oleh entitas UMKM Rare fashion, menjelaskan bagaimana mereka mendistribusikan tugas, memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi tantangan.

Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif, UMKM Rare fashion menghadapi berbagai tantangan, mulai dari akses terbatas terhadap sumber daya finansial hingga kebutuhan untuk terus beradaptasi dengan tren pasar yang muncul. Dengan menyelidiki kerangka kerja organisasi dan pendekatan strategis yang diterapkan oleh UMKM fashion, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang dapat diimplementasikan bagi pemilik bisnis, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan.

Melalui eksplorasi mendalam terhadap organisasi UMKM Rare fashion, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada pengetahuan tentang faktor-faktor kritis yang memengaruhi kinerja dan keberlanjutan dari usaha-usaha tersebut. Dengan menggali intricacies organisasi UMKM Rare fashion, kita memulai perjalanan untuk mengungkap dasar-dasar yang membentuk ketahanan, inovasi, dan kontribusi mereka terhadap industri fashion secara lebih luas.

## 2. METODE

Penelitian dan pengabdian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan studi kasus sebagai desain utama. Studi kasus memberikan kedalaman dan pemahaman yang mendalam tentang struktur organisasi, tugas-tugas yang dibagikan, serta faktor-faktor SWOT pada UMKM fashion yang menjadi fokus penelitian. Penelitian kualitatif menurut Creswell merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Ahmad, 2015). Instrumen penelitian yang di gunakan yaitu :

1. Wawancara mendalam, Penggunaan pedoman wawancara terstruktur untuk pemilik, manajer, dan karyawan kunci dengan pertanyaan yang dirancang untuk menggali informasi tentang struktur organisasi, alokasi tugas, dan analisis SWOT.
2. Observasi langsung, Penggunaan checklist observasi untuk mencatat proses operasional sehari-hari, memeriksa interaksi tim, dan mengamati implementasi strategi di lapangan.

Wawancara mendalam akan dilakukan dengan partisipan yang telah dipilih sebelumnya. Pengumpulan data observasional dilakukan secara langsung di lokasi UMKM fashion yang bersangkutan, sementara analisis dokumen melibatkan pengumpulan dan peninjauan dokumen yang relevan. Data kualitatif dari wawancara dan observasi akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik. Temuan akan diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori utama yang mencerminkan struktur organisasi, alokasi tugas, dan faktor-faktor SWOT. Penelitian ini mematuhi etika penelitian, termasuk mendapatkan izin dari pemilik bisnis sebelum melaksanakan observasi dan wawancara. Keamanan dan kerahasiaan data juga akan dijaga dengan cermat.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

UMKM Rare Fashion Bandar Lampung adalah sebuah inisiatif yang menggabungkan keunikan dan kreativitas dalam industri fashion di kota ini. Terletak di pusat Bandar Lampung lebih tepatnya di toko bambu kuning trade center lantai 1 nomor 173, UMKM ini menonjol dengan menyajikan koleksi fashion yang unik dan langka, menciptakan pengalaman berbelanja yang berbeda dari toko-toko lainnya.

UMKM Rare Fashion Bandar Lampung dikenal dengan koleksi fashion yang tidak umum dan sulit ditemui di tempat lain. Mereka memahami bahwa keunikan adalah daya tarik utama pelanggan, sehingga selalu menghadirkan pilihan pakaian dan aksesoris yang unik, mencerminkan keberagaman dan kreativitas dalam dunia fashion. Kami melakukan analisis kinerja organisasi pada umkm tersebut karena akan sangat membantu bagi kedua belah pihak. Kegiatan penelitian ini dilakukan dalam tiga tahap yaitu:

1. Tahap 1 meminta perizinan kepada pihak umkm untuk melakukan penelitian dan pengabdian terhadap kinerja organisasi umkm mereka yang dilakukan pada tanggal 9 November 2023.
2. Tahap 2 Melakukan wawancara kepada pihak terkait mengenai UMKM mereka yang dilakukan pada tanggal 10 November 2023.

**Transkrip Wawancara UMKM Rare Fashion**

Identitas Narasumber	
Nama	Revita Olivia Putri
Tempat, Tanggal Lahir	Bandar Lampung, 19 Juni 2003
Pekerjaan	Mahasiswa
Alamat	Bandar Lampung
Pertanyaan 1	Apakah saat ini UMKM anda sudah memstruktur organisasi?
Jawaban	Kebetulan belum ada
Pertanyaan 2	Apa yang menjadi permasalahan atau kendala UMKM anda belum membuat struktur organisasi?
Jawaban	Karena umkm yang saya miliki saat ini kebetulan usaha keluarga dimana sejak dahulu yang mengurus juga hanya keluarga, ada orang lain juga hanya yang menjaga toko
Pertanyaan 3	Oh baiklah. Kalau boleh tau sejak kapan umkm ini didirikan?
Jawaban	Sejak 2018
Pertanyaan 4	Dari sekian banyak nama kenapa umkm anda di namai Rare Fashion?
Jawaban	Rare fashion sendiri singkatan dari nama kakak saya dan saya
Pertanyaan 5	Biasanya pemasaran umkm anda ini dilakukan secara langsung atau mealui media social?
Jawaban	Untuk pemasaran sendiri kami melakukannya di social media seperti Instagram, tiktok, dan juga kami memiliki platform shopee untuk marketplace nya. Selain secara online kami memiliki took di bambu kuning trade center di lantai 1 no.173
Pertanyaan 6	Oh baiklah, pertanyaan terakhir dari saya mengapa rare fashion hanya menjual baju – baju pesta?
Jawaban	Seperti yang kita ketahui di rare fashion itu dominan bajunya terbuat dari songket. Kami memilih menjual baju pesta itu karena ingin memperkenalkan kain songket ke seluruh penjuru negeri maupun luar negeri, jadi selain berbisnis rare fashion juga merkontribusi untuk negeri dengan cara memperkenalkan kain khas Palembang

Gambar 1. transkrip wawancara kepada pihak umkm

3. Tahap 3 yaitu mensosialisasikan kinerja organisasi yang baik untuk perkembangan umkm tersebut

### A. Struktur Organisasi Umkm Rare Fashion

Struktur organisasi pada hakikatnya adalah suatu cara untuk menata unsur-unsur dalam organisasi dengan sebaik-baiknya, demi mencapai berbagai tujuan yang telah ditetapkan

(Kusdi,2009:176) . Mempelajari struktur organisasi dapat mengetahui kemungkinan kegiatan-kegiatan apa yang ada dalam suatu organisasi, karena didalam suatu organisasi tergambar bagian-bagian (departemen) yang ada, nama dan posisi setiap manajer, dimana garis penghubung didalamnya menunjukkan siapa atau bagian atau bertanggung jawab kepada siapa atau bagian apa (Gammahendra, F., Hamid, D., & Riza, M. F. 2014). Pada umkm rare fashion mereka tidak memiliki struktur organisasi pada umkm mereka yang mana akan ada ketimpangan dalam mengerjakan tugas yang mengakibatkan tidak berjalannya kinerja organisasi mereka dengan baik. Oleh karena itu kami memberikan stuktur organisasi kepada mereka agar kedepannya tidak terjadi ketimpangan tugas.



Gambar 2. struktur organisasi umkm rare fashion terbaru

Kami berharap dengan adanya struktur organisasi ini dapat membantu pihak umkm untuk meningkatkan kinerja organisasi mereka dan meningkatkan keefektivan umkm merka dalam skala yang lebih besar lagi karena Efektivitas Organisasi merupakan tingkat ketepatan pencapaian suatu sasaran dengan memanfaatkan sumber daya-sumber daya yang ada” (Mohyi, 2012:197). Struktur organisasi juga membantu menciptakan keteraturan dan keteraturan dalam operasional sehari-hari UMKM. Pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas meminimalkan kebingungan dan meningkatkan efisiensi.

**B. Analisis SWOT dan Matrix TWOS**

Albert Humphrey menciptakan analisis SWOT pada tahun 1960–1970. SWOT berarti kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Freddy Rangkuti mengatakan bahwa analisis SWOT ini secara sistematis mengidentifikasi berbagai elemen untuk membuat strategi bisnis. Analisis SWOT ini mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal. Peluang dan ancaman eksternal merujuk pada peristiwa dan tren ekonomi, social, budaya, demografi, lingkungan, politik, hokum, pemerintahan, teknologi, dan persaingan yang dapat menguntungkan atau merugikan suatu organisasi secara berarti di masa depan. Peluang dan ancaman sebagian besar di luar kendali suatu organisasi (David, 2004).

<p><b>STRENGTHS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desain dan kerajinan yang unik.</li> <li>2. Layanan pelanggan yang personal.</li> <li>3. Memiliki offline dan online store</li> </ol>	<p><b>WEAKNESS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumber daya keuangan terbatas untuk produksi dalam skala besar.</li> <li>2. Ketergantungan pada tim kecil untuk desain dan produksi.</li> <li>3. Pengenalan merek yang terbatas.</li> </ol>
<p><b>OPPORTUNITIES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang strategis</li> <li>2. Ekspansi e-commerce.</li> <li>3. Kolaborasi dengan influencer atau pengecer lokal.</li> </ol>	<p><b>THREAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan yang intens dari merek fashion yang lebih besar.</li> <li>2. Fluktuasi harga bahan baku.</li> <li>3. Perubahan preferensi konsumen</li> </ol>

Gambar 3. SWOT UMKM Rare Fashion

Dengan memahami pentingnya SWOT kami membuat analisis SWOT untuk UMKM Rare Fashion seperti gambar diatas. Analisis SWOT tersebut akan membantu UMKM Rare Fashion memahami lingkungan bisnis mereka dengan lebih baik. Dengan mengidentifikasi kekuatan internal, kelemahan, peluang, dan ancaman eksternal, UMKM dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi tentang bagaimana mengelola bisnis mereka. Dengan memahami dan mengaplikasikan hasil analisis SWOT tersebut, UMKM Rare

Fashion dapat mengoptimalkan peluang yang tersedia dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang dinamis. Analisis ini memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis yang berdampak pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Matriks strategi TOWS merangkai perangkat pencocokan yang penting membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi SO (Strengths-Opportunities), strategi WO (Weakness-Opportunities), strategi ST (Strengths-Threaths) dan strategi WT (Weakness-Threaths). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal kunci merupakan bagian yang sulit dalam mengembangkan Matriks TOWS dan memerlukan penilaian yang baik (David, 2004).

TWOS	STRENGTHS	WEAKNESS
OPPORTUNITIES	<p><b>SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Manfaatkan Lokasi yang Strategis</b>, menggunakan lokasi yang strategis untuk meningkatkan visibilitas merek dan menarik lebih banyak pelanggan. Contohnya, dengan mengadakan acara pop-up store di lokasi yang ramai.</li> <li>2. <b>Mengembangkan E-commerce</b>, Manfaatkan desain unik dan layanan pelanggan personal untuk mengembangkan kehadiran online dan menjangkau pasar yang lebih luas.</li> <li>3. <b>Berkolaborasi dengan Influencer</b>, memanfaatkan koneksi online dan offline untuk berkolaborasi dengan influencer atau pengecer lokal guna meningkatkan eksposur merek dan produk.</li> </ol>	<p><b>WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Mencari sumber daya eksternal atau pendanaan</b> untuk mengembangkan usaha fashion yang berkelanjutan</li> <li>2. <b>menggunakan Kreativitas untuk Pengenalan Merek</b> Manfaatkan desain unik untuk meningkatkan pengenalan merek melalui kampanye pemasaran yang inovatif.</li> </ol>
THREAT	<p><b>ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Meningkatkan efisiensi dan produktivitas tim kecil</b> untuk tetap bersaing dengan merek fashion yang lebih besar dalam hal kecepatan dan inovasi.</li> <li>2. <b>Diversifikasi Sumber Bahan Baku</b></li> </ol>	<p><b>WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Menerapkan metode produksi yang hemat biaya</b> untuk mengatasi fluktuasi harga bahan baku.</li> <li>2. <b>Diversifikasi produk dan segmen pasar</b> untuk mengurangi risiko dari perubahan preferensi konsumen atau persaingan yang intens.</li> </ol>

Gambar 4. Matrix TWOS UMKM Rare Fashion

Matrix TWOS menunjukkan bagaimana kekuatan dan kelemahan berinteraksi satu sama lain, serta kelemahan dan ancaman. Ini memungkinkan UMKM Rare Fashion untuk menemukan strategi untuk memanfaatkan kekuatan internal mereka dan mengatasi kelemahan yang dapat memperburuk ancaman dari luar. Dengan menilai bagaimana kekuatan dapat dioptimalkan untuk memanfaatkan peluang, Matrix TWOS membantu fokus pada implementasi tindakan konkret. Sebaliknya, UMKM dapat merancang rencana tindakan yang praktis dan dapat dilaksanakan.

## KESIMPULAN

Lanskap global industri fashion telah mengalami transformasi yang signifikan, dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam membentuk dinamika sektornya. Saat UMKM fashion menavigasi kompleksitas pasar yang selalu berubah, pemahaman terhadap dinamika internal mereka menjadi sangat penting untuk memajukan keberlanjutan dan daya saing. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif, UMKM Rare fashion menghadapi berbagai tantangan, mulai dari akses terbatas terhadap sumber daya finansial hingga kebutuhan untuk terus beradaptasi dengan tren pasar yang muncul. Melalui eksplorasi mendalam terhadap organisasi UMKM Rare fashion, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada pengetahuan tentang faktor-faktor kritis yang memengaruhi kinerja dan keberlanjutan dari usaha-usaha tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kusdi. 2009. Teori Organisasi dan Administrasi. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- Gammahendra, F., Hamid, D., & Riza, M. F. (2014). Pengaruh struktur organisasi terhadap efektivitas organisasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2).
- David, F. R., 2004, Manajemen Strategis : Konsep-Konsep, Edisi Kesembilan, PT Indeks, Jakarta.
- Mohyi, Ach. 2012. Teori dan Perilaku Organisasi. Malang: UMM Press
- Retnowati, N. D. (2011). Analisis CSF, SWOT dan TOWS Studi Kasus: PT Intan Pariwara Klaten. *Jurnal Buana Informatika*, 2(1).