

**PENGEMBANGAN BISNIS KONVEKSI “DIRGA KREATIF
PRATAMA” DENGAN PENDEKATAN STRATEGI GENERIK *FOCUS
COST LEADERSHIP***

Diaztomo Febrieanto
Universitas Islam Indonesia
Email: diaztomo22@hotmail.com

ABSTRAK

Bisnis konveksi bukan jenis bisnis musiman karena kebutuhan manusia akan barang-barang yang dihasilkan oleh industri konveksi merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi. Banyaknya jumlah universitas, perkantoran, sekolah, dan rumah sakit di Provinsi Yogyakarta menjadi target pasar Dirga Kreatif Pratama dalam menjalankan usaha ini, dan tidak menutup kemungkinan untuk mengambil pasar di luar Provinsi Yogyakarta. Meskipun sudah banyak persaingan di industri yang sama namun pasar yang tersedia masih sangat luas. Dengan berbagai analisis yang dilakukan strategi bisnis *focus cost leadership* diharapkan mampu mengambil 1% pasar dari jumlah populasi pasar yang ada. Usaha ini juga dilihat dari berbagai aspek seperti pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan agar perusahaan mampu bersaing dan terus berkembang sebagaimana mestinya.

Praktik Bisnis yang dijalankan saat ini merupakan bisnis jangka panjang yang akan dilakukan oleh pelaku usaha, sehingga strategi-strategi yang diterapkan mampu digunakan secara tepat sesuai dengan target pasar yang ingin dituju. Adapun kendala yang terjadi di lapangan merupakan ujian bagaimana perusahaan ini dapat terus maju dan berkembang kedepannya. Peluang pasar yang masih berpotensi luas menjadikan pelaku usaha yakin akan praktik usaha yang sedang dikembangkannya.

Kata Kunci – Konveksi, Strategi, Keunggulan Bersaing, Analisis Industri

**PENGEMBANGAN BISNIS KONVEKSI “DIRGA KREATIF
PRATAMA” DENGAN PENDEKATAN STRATEGI GENERIK *FOCUS
COST LEADERSHIP***

Diaztomo Febrieanto
Universitas Islam Indonesia
Email: diaztomo22@hotmail.com

ABSTRACT

Convection business is not a kind of seasonal business because human needs for goods produced by the convection industry are primary needs that must be met. The amount of Universities, offices, schools, and hospitals in Yogyakarta province become Dirga Kreatif Pratama's target market to running this business, and there is a possibility to take the target market outside of Yogyakarta province. Even though there are many competitors in this kind of industry, the available market is still very wide. By this strategy focus cost leadership analyzes is expected to be able to take 1% of the market form the amount of existing market population. This business is also seen from various aspects such as marketing, operational, human resources, and accounting so that the company is able to compete and continue to develop as it should.

Keywords – *Convection, Strategy, Competitive Advantage, Industrial Analysis*