

ANALISIS TINGKAT PERSAINGAN PENJAHIT DI KELURAHAN PASAR SIBORONGBORONG

Amenya Virgin Sitinjak¹, Kiki Tristiawanti Simbolon²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion, STKIP Pangeran Antasari
Jl. Veteran No.1060/19, Helvetia, Kec. Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara

amenyas13@gmail.com , kikitristiawanti20@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai tingkat persaingan antar penjahit di Desa Pasar Siborongborong menggunakan metrik terkait promosi, kualitas produk, harga, serta persaingan sehat dan tidak sehat. Sepuluh orang dipilih sebagai sampel penelitian ini, yang menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Wawancara dan observasi digunakan untuk mengumpulkan data. Kredibilitas, Ketergantungan, Keteralihan, dan Konfirmabilitas digunakan untuk menilai validitas data. Analisis deskriptif, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan merupakan beberapa pendekatan analisis data yang digunakan.

Kata kunci: Tingkat persaingan, Usaha Penjahit

ABSTRACT

The purpose of this study was to assess the level of competition among tailors in Pasar Siborongborong Village using metrics related to promotion, product quality, price, and healthy and unhealthy competition. Ten individuals were selected as samples for this study, which employed a qualitative descriptive methodology. Interviews and observations were used to collect data. Credibility, Dependability, Transferability, and Confirmability were used to assess data validity. Descriptive analysis, data reduction, data presentation, and conclusions were some of the data analysis approaches used.

Keywords: Level of competition, Tailoring Business.

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Bisnis adalah salah satu kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang sebanyak-banyaknya. Setiap pelaku usaha juga menjalankan bisnis karena setiap manusia memiliki kebutuhan hidup yang harus dipenuhi dan juga dengan jumlah yang tidak ada batasannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai perusahaan niaga yang bergerak di bidang perdagangan, sektor bisnis, dan perniagaan. Menurut (Aritonang, 2023) Pada era globalisasi, produk maupun jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam karena keterbukaan pasar. Persaingan antar pelaku usaha untuk bisa memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada konsumen dengan maksimal, karena tujuan dari suatu usaha adalah untuk menciptakan rasa puas pada konsumen. Menurut (Lailatun Nafisa, SE., M.SA, 2022) Profesi penjahit adalah salah satu profesi yang memiliki penghasilan tanpa mengharapkan pekerjaan dari pihak lain. Berwirausaha adalah salah satu pekerjaan yang produktif dan tidak memiliki kebijakan-kebijakan khusus dari pihak lain. Persiapan yang diperlukan di sini adalah kemampuan untuk mengartikan keinginan konsumen untuk membuat busana yang sesuai dengan keinginan konsumen. Jasa jahit adalah salah satu bisnis yang memiliki peluang besar dalam menarik minat konsumen. Hal tersebut dikarenakan ada beberapa konsumen yang menyukai kebaya ditoko tetapi tidak sesuai dengan ukuran konsumen, selain itu juga banyak konsumen yang tidak menginginkan jika menggunakan kebaya yang tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Sehingga konsumen lebih memilih untuk menjahit kebaya kepada penjahit kebaya yang dapat mengerjakan kebaya sesuai dengan keinginan konsumen tersebut. Sebagai pemilik bisnis jahit, Anda perlu meningkatkan kualitas pekerjaan Anda sambil tetap mengikuti tren mode kebaya terkini. Umumnya, pelanggan menyukai kebaya yang diproduksi dengan model terbaru. Kepuasan pelanggan dapat membantu promosi bisnis jahit Anda. Pelanggan jasa jahit dapat bekerja sama dengan organisasi tertentu melalui pemesanan seragam, selain menggunakan iklan dari mulut ke mulut. Akibatnya, penyedia jasa jahit dapat mengalami peningkatan pendapatan. Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan, maka penelitian ini diangkat dengan judul “**Analisis Tingkat Persaingan Penjahit Di Kelurahan Pasar Siborongborong**”.

2. Perumusan Masalah

Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu : bagaimana penelitian dengan judul Analisis Tingkat Persaingan Penjahit Di Kelurahan Pasar Siborongborong dapat dilakukan sesuai prosedur dan tepat waktu.

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :mendapatkan hasil penelitian dari judul Analisis Tingkat Persaingan Penjahit Di Kelurahan Pasar Siborongborong

4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu kesehatan, dari judul penelitian Analisis Tingkat Persaingan Penjahit Di Kelurahan Pasar Siborongborong dan berguna bagi Masyarakat.

II. METODE PENELITIAN

A. Waktu penelitian

Penelitian ini direncanakan pada bulan Agustus - September 2025

B. Tempat penelitian

Lokasi penelitian berada di Jl. Sadar, Kelurahan Pasar Siborongborong, Kabupaten Tapanuli Utara, Provinsi Sumatera Utara. Alasan pemilihan lokasi di Kelurahan Pasar Siborongborong adalah pasar terbesar di Kecamatan Siborongborong

C. Metode dan pendekatan penelitian

Penelitian ini merupakan investigasi lapangan yang menggunakan metodologi deskriptif; bersifat kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti dipandang sebagai instrumen sentral, data dikumpulkan melalui kombinasi teknik yang dikenal sebagai triangulasi, dan hasilnya lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Metode-metode ini didasarkan pada filsafat post-positivisme dan digunakan untuk mempelajari kondisi objek alami, alih-alih eksperimen.

D. Data dan sumber data

1. Data yang dihasilkan oleh peneliti untuk memecahkan masalah yang sedang dibahas dikenal sebagai data primer. Peneliti sendiri mendapatkan data langsung dari item penelitian atau sumber asli. Gambaran akurat mengenai kondisi internal dan eksternal perusahaan jahit yang berlokasi di Jl. Sadar, Desa Pasar Siborongborong, Kecamatan Siborongborong, merupakan tujuan dari data primer penelitian ini.
2. Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan untuk tujuan lain selain memecahkan masalah yang sedang dibahas. Informasi ini mudah diakses. Literatur, makalah, jurnal, buku terkait, internet, dan situs web resmi yang menyediakan informasi terkait materi penelitian berfungsi sebagai sumber data sekunder untuk penelitian ini.

E. Teknik pengambilan subjek penelitian

1. Penjahit berperan sebagai perantara dalam hal ini. Mengingat semakin banyaknya perusahaan penjahit setiap tahunnya, terutama di Kabupaten Siborongborong, peneliti akan berfokus pada industri penjahitan di Desa Pasar Siborongborong, Kabupaten Siborongborong, dalam penelitian ini.
2. Para pemilik toko jahit di Jl. Sadar, Desa Pasar Siborongborong, Kabupaten Siborongborong, diidentifikasi sebagai subjek penelitian.
3. Klien dan masyarakat yang memiliki data yang diperlukan. Dalam hal ini, terdapat dua atau tiga konsumen yang datang untuk melakukan penjahitan.

F. Teknik pengambilda data

1. Teknik pengumpulan data primer

Metode pengumpulan data ini diperoleh langsung dari lokasi penelitian. Peneliti menggunakan observasi dan wawancara sebagai metode pengumpulan data primer. Saat melakukan penelitian pendahuluan untuk menentukan topik yang akan diteliti, serta ketika jumlah responden sedikit dan jumlah peneliti terbatas, wawancara digunakan sebagai strategi pengumpulan data. Untuk mendapatkan gambaran umum tentang lokasi penelitian dan objek yang diamati, di sisi lain, observasi lebih berfokus pada pengamatan langsung di area penelitian.

2. Teknik pengumpulan data sekunder

Dokumentasi dan bibliografi merupakan contoh metode pengumpulan data sekunder. Studi dokumentasi mencakup dokumentasi dan bibliografi. Catatan kejadian masa lalu disebut dokumentasi. Kata-kata tertulis, gambar, atau karya-karya besar dapat dianggap sebagai dokumen. Dalam hal ini, peneliti menggunakan foto-foto yang diambil di lapangan sebagai pendekatan dokumentasi.

G. Teknik Uji Coba Validitas Data

1. Uji Creadibility (Kepercayaan)

Kriteria ini digunakan untuk menunjukkan bahwa informasi yang dikumpulkan dari banyak sumber lapangan benar-benar mengandung nilai kebenaran.

2. Dependability (Reliabilitas)

Dengan memeriksa apakah penelitian telah dilakukan dengan cukup hati-hati dan apakah peneliti membuat kesalahan dalam merencanakan penelitian,

mengumpulkan data, dan menafsirkannya, uji reliabilitas ini menentukan apakah prosedur tersebut berkualitas tinggi atau tidak.

3. Transfertility (Keteralihan)

Jika pembaca laporan penelitian memiliki gambaran dan pemahaman yang jelas tentang lingkungan dan fokus penelitian, maka hasil penelitian kualitatif memiliki kualitas transferabilitas yang tinggi. Untuk memastikan mereka memahami arah temuan penelitian, peneliti biasanya mengundang sejumlah sejawatan untuk memeriksa draf laporan.

4. Confirmability (Objektivitas)

Karena penelitian dianggap objektif jika diterima secara luas, pengujian ini dilakukan dengan memeriksa apakah temuannya diterima secara luas atau tidak.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Bersamaan dengan interpretasi signifikansi dari apa yang diamati, analisis ini bertujuan untuk mengkarakterisasi atau menjelaskan kejadian-kejadian aktual yang terjadi. Pertanyaan penelitian pertama, yang berkaitan dengan subjek atau permasalahan penelitian, dijawab menggunakan metodologi deskriptif analitis. Tingkat persaingan antar penjahit di Desa Pasar Siborongborong, Kecamatan Siborongborn, kemudian akan dijelaskan melalui metodologi ini.

2. Reduksi Data

Merangkum catatan lapangan dengan mengidentifikasi poin-poin utama yang berkaitan dengan ciri-ciri bakat kewirausahaan dikenal sebagai reduksi data..

3. Display Data

Baik dalam bentuk matriks maupun kode, penyajian data bermanfaat untuk melihat gambaran besar temuan studi. Peneliti kemudian dapat membuat inferensi dan mengonfirmasi signifikansi data setelah direduksi dan ditampilkan. Tampilan data ini digunakan oleh peneliti untuk memvisualisasikan pekerjaan mereka

4. Kesimpulan dan Verifikasi

Verifikasi dilakukan selama proses penelitian, selain menyediakan pemeriksaan, triangulasi, dan jejak audit, untuk memastikan pentingnya temuan dan mencegah kesimpulan yang sewenang-wenang. Pendekatan ini digunakan oleh peneliti untuk mengonfirmasi temuan yang tepat dan tidak ambigu.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persaingan menjadi semakin ketat akibat perluasan perusahaan dan kemajuan ekonomi. Menurut Fauzia (2013), bisnis adalah pertukaran produk, jasa, atau uang tunai untuk keuntungan kedua belah pihak. Tingkat daya saing suatu industri tidak ditentukan oleh keberuntungan atau kebetulan. Lima faktor kompetitif mendorong persaingan dalam suatu industri: persaingan antar pesaing saat ini, ancaman produk pengganti, daya tawar pelanggan dan pemasok, serta kedatangan pendatang baru (Febriyanti, 2020). Studi tersebut menunjukkan bahwa persaingan yang sehat di antara perusahaan jahit didasarkan pada kualitas dan kemampuan untuk menghasilkan uang dengan menggunakan kecerdikan mereka sendiri tanpa berusaha mendiskreditkan perusahaan pesaing. Struktur pasar atau industri di mana terdapat banyak vendor dan pembeli dan tidak ada pihak yang dapat mengendalikan keadaan pasar dikenal sebagai persaingan komersial yang "sehat" atau "sempurna" (Febrina, 2017). Para pengusaha sering kali menggunakan persaingan komersial sebagai sarana untuk menghancurkan perusahaan satu sama lain dalam upaya menguasai pasar. Menurut Sadono (2016), pasar monopoli adalah pasar di mana beberapa produsen menciptakan barang-barang yang khas. Meningkatkan kualitas produk merupakan taktik kunci dalam persaingan. Kepuasan pelanggan akan meningkat seiring dengan

peningkatan kualitas produk. Faktor utama yang menentukan kesuksesan perusahaan adalah kebahagiaan pelanggan. Dengan kata lain, kepuasan adalah reaksi pelanggan terhadap terpenuhinya tuntutan; artinya, ketika suatu produk memenuhi kebutuhan, meskipun produk tersebut kurang atau melebihi harapan, pelanggan menganggapnya nyaman. Peningkatan kepuasan pelanggan diharapkan akan meningkatkan profitabilitas dan kelangsungan perusahaan. Sebuah perusahaan dapat secara aktif mempromosikan dirinya dengan berfokus pada kebahagiaan pelanggan. Ini berarti bahwa ketika konsumen puas dengan kualitas suatu produk, mereka akan secara halus memberi tahu orang lain tentang hal itu, yang akan membangkitkan rasa ingin tahu dan keinginan mereka untuk mencobanya dan mendatangkan klien baru (Pitoy, 2016). Metode ini, yang menggabungkan rekomendasi dari klien saat ini kepada calon klien, disebut sebagai strategi bisnis dari mulut ke mulut. Efek dari mulut ke mulut, baik positif maupun negatif, sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan (Joesyiana, 2018). Bisnis yang bergerak di bidang penjahitan pakaian sangat memprioritaskan taktik penetapan harga, yang merupakan komponen krusial dalam penilaian pelanggan, selain meningkatkan kualitas produk. Harga akan semakin sering digunakan sebagai taktik bersaing seiring meningkatnya persaingan, dan para pesaing akan sering memangkas harga untuk menarik pelanggan (Gita Sudarmo, 2013). Menetapkan biaya yang terlalu rendah—jauh lebih rendah daripada pesaing—akan berdampak buruk pada kualitas layanan. Di sisi lain, menetapkan harga yang terlalu tinggi akan memberi kesan bahwa layanan tersebut mahal, yang berdampak buruk bagi bisnis. Oleh karena itu, penetapan harga harus dipikirkan dengan matang, wajar, dan didukung oleh informasi yang memadai (Firdaus, 2018). Proses persaingan bisnis melibatkan setiap perusahaan yang berusaha menarik pembeli untuk produknya. Perubahan harga, periklanan, dan diferensiasi produk adalah beberapa cara untuk melakukannya (Hofifah, 2020). Persaingan bisnis setidaknya terdiri dari tiga komponen: pihak pesaing, strategi pesaing, dan target persaingan, yang meliputi harga, lokasi, produk, layanan, dan purna jual (Cahyani, 2016). Harga, produk, dan iklan merupakan hal-hal yang diperebutkan oleh para penjahit di Desa Pasar Siborong-borong.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan studi dan diskusi, penulis menyimpulkan bahwa harga, produk, dan promosi merupakan tiga faktor yang dapat memengaruhi daya saing suatu perusahaan. Dalam industri penjahitan, terdapat sejumlah strategi untuk bersaing dalam hal harga: menurunkan harga standar, menegosiasikan biaya dengan klien, dan beradaptasi dengan harga standar. Para pemilik bisnis memberikan layanan terbaik selain barang. Selain itu, meskipun beberapa perusahaan menawarkan produk terbaik sesuai dengan visi dan tujuan mereka, yang lain menawarkan produk mereka dengan harga yang wajar. Promosi dari mulut ke mulut dan platform media sosial merupakan dua metode yang digunakan untuk promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini. (2024). Potensi Usaha Penjahit Pakaian Terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga (Studi Pada Usaha Menjahit Di 38b Banjar Rejo Batanghari Lampung Timur). *Ayan*, 4(02), 7823–7830.
- Aritonang, M. (2023). *Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen* Cv . *Mega Net*. 2(1), 48–58.
- Fauziah, R. (2022). Persaingan Pelaku Usaha Gorden Di Kabupaten Barru Analisis (Etika Bisnis Islam). *Persaingan Pelaku Usaha Gorden Di Kabupaten Barru Analisis (Etika Bisnis Islam)*, 33(8.5.2017), 2003–2005.
- Lailatun Nafisa, Se., M.Sa. (2022). Strategi Pengembangan Kualitas Jasa Jahit Pakaian Pada Persaingan Pasar Homogen. *Jurnal Transparan Stie Yadika Bangil*, 14(2), 1–8. <https://doi.org/10.53567/jtsyb.v14i2.23>
- Miswar, M. (2017). Analisis Pendapatan Penjahit Di Kota Kualasimpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(1), 44–52.
- Nasution, A. F. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. In *Journal Of Physics A: Mathematical And Theoretical* (Vol. 44, Issue 8). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Rahmasari, A. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Busana Muslim Di Elzatta Bandar Lampung. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Siti Hofifah. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37–44. [https://doi.org/10.25299/Syarikat.2020.Vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/Syarikat.2020.Vol3(2).6469)
- Wardani, K. N. (2021). Kontribusi Usaha Penjahit Pakaian Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Penjahit Pakaian Di Desa Lempuyang Bandar Kecamatan Way Pengubuan). *Excutive Summary*, 23, 57168.
- Widyasari, N. P. A. (2023). *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Pada Usaha Jahit Ayu Tailor Di Kelurahan Hanga-Hanga Kabupaten Banggai*. 01, 1–9

Accepted Date	Revised Date	Decided Date	Accepted to Publish
14 November 2025	22 November 2025	29 November 2025	Ya