

Analisis Dinamika Industri Konveksi di Aceh Barat: Tantangan dan Peluang

Sahirman

Fakultas Ekonomi, Universitas Teuku Umar, Kota Meulaboh, Indonesia

*Email Korespondensi: sahir.mbo099@gmail.com

Diterima: 15-12-2024 | Disetujui: 16-12-2024 | Diterbitkan: 17-12-2024

ABSTRACT

The convection industry in West Aceh has a significant role in the local economy by utilizing the potential of raw materials and local culture. This study analyzes the challenges and opportunities faced by the industry, using a qualitative approach with in-depth interviews with business owners. The research results show that this industry faces obstacles in the form of limited capital, lack of skilled labor, and less than optimal marketing strategies. However, there are great opportunities through the use of digital technology, collaboration with creative communities, and sustainability trends. SWOT analysis identifies strengths in the form of unique products and growing markets, as well as weaknesses such as dependence on certain raw materials. Recommendations include product diversification, improving digital marketing, and strengthening brand identity to increase competitiveness. Implementation of this strategy is expected to support local economic growth and improve the welfare of the people of West Aceh.

Keywords: Convection Industry, West Aceh, SWOT Analysis, Digital Marketing, Product Diversification

ABSTRAK

Industri konveksi di Aceh Barat memiliki peran signifikan dalam perekonomian lokal dengan memanfaatkan potensi bahan baku dan budaya lokal. Studi ini menganalisis tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri tersebut, menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri ini menghadapi kendala berupa keterbatasan modal, kurangnya tenaga kerja terampil, dan strategi pemasaran yang kurang optimal. Namun, terdapat peluang besar melalui pemanfaatan teknologi digital, kolaborasi dengan komunitas kreatif, dan tren keberlanjutan. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan berupa keunikan produk dan pasar yang berkembang, serta kelemahan seperti ketergantungan pada bahan baku tertentu. Rekomendasi mencakup diversifikasi produk, peningkatan pemasaran digital, dan penguatan identitas merek untuk meningkatkan daya saing. Implementasi strategi ini diharapkan dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Aceh Barat.

Kata Kunci: Industri Konveksi, Aceh Barat, Analisis SWOT, Pemasaran Digital, Diversifikasi Produk

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Sahirman, S. (2024). Analisis Dinamika Indsutri Konveksi di Aceh Barat : Tantangan dan Peluang. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 1923-1931. <https://doi.org/10.62710/0d57y291>

PENDAHULUAN

Industri konveksi di Aceh Barat telah menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian lokal. Seiring dengan pertumbuhan permintaan akan produk fashion dan tekstil, banyak pelaku usaha konveksi bermunculan, memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat setempat. Aceh Barat, yang kaya akan sumber daya alam dan budaya, memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri konveksi, terutama dengan memanfaatkan bahan baku lokal dan desain yang mencerminkan kearifan lokal. Usaha konveksi ini tidak hanya melayani pasar lokal, tetapi juga berpotensi untuk menjangkau pasar nasional dan internasional, berkat kemajuan teknologi dan pemasaran digital.

Industri konveksi di Aceh Barat telah muncul sebagai salah satu sektor yang vital dalam perekonomian lokal. Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan akan produk fashion, baik dalam bentuk pakaian sehari-hari, busana muslim, maupun produk-produk khusus, mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini tidak hanya menciptakan peluang bisnis bagi para pengusaha, tetapi juga berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja di tingkat lokal. Dengan demikian, industri konveksi tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai penyokong sosial dan ekonomi masyarakat.

Aceh Barat, dengan kekayaan budaya dan sumber daya alam yang melimpah, memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri konveksi. Banyak pengusaha lokal yang mulai memanfaatkan bahan baku tekstil dari daerah sekitar, serta menerapkan desain yang mencerminkan kekayaan budaya Aceh. Hal ini memberikan nilai tambah pada produk yang dihasilkan dan memperkuat identitas lokal di pasar yang semakin kompetitif. Namun, industri konveksi di Aceh Barat tidak tanpa tantangan. Beberapa di antaranya termasuk keterbatasan akses modal, kurangnya keterampilan tenaga kerja yang sesuai, serta tantangan dalam pemasaran produk. Banyak pelaku usaha menghadapi kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, baik secara nasional maupun internasional. Di sisi lain, dengan adanya teknologi digital, peluang untuk memasarkan produk secara online semakin terbuka, meskipun masih banyak yang perlu dipelajari untuk memaksimalkan potensi tersebut.

TINJAUAN LITERATUR

Usaha konveksi merupakan jenis bisnis yang berfokus pada produksi pakaian secara massal atau dalam jumlah besar sesuai dengan pesanan. Produk yang dihasilkan meliputi berbagai jenis seperti jaket, kemeja, seragam, kaos, polo shirt, dan lainnya. Perkembangan industri konveksi ini mencakup berbagai skala, mulai dari usaha kecil seperti produksi kaos distro hingga skala besar seperti kaos promosi, kaos partai, dan kaos kampanye. Kemajuan bisnis konveksi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, terutama dua hal utama. Pertama, pakaian yang dihasilkan oleh industri konveksi termasuk dalam kebutuhan dasar manusia, yaitu sandang, yang merupakan salah satu dari tiga kebutuhan pokok selain pangan dan papan. Hal ini menjadikan pasar untuk bisnis konveksi selalu ada dan terus berkembang. Dengan pangsa pasar yang terus tersedia, bisnis ini cenderung ramai peminat, sehingga persaingan di industri ini semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk mengelola sumber daya yang dimiliki secara optimal agar dapat mempertahankan eksistensinya (Widayanto, 2020 dalam Akbar Saleh S 2023). Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan untuk memaksimalkan potensi bisnis konveksi. Strategi pemasaran adalah pendekatan logis yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan sekaligus membangun hubungan yang saling menguntungkan (Kotler dan Armstrong, 2016 dalam Ikhwan Y 2021).

Strategi pemasaran merupakan rangkaian tujuan, sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberikan panduan bagi upaya pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, mencakup setiap tingkatan, referensi, serta alokasinya. Strategi ini dirancang untuk membantu perusahaan beradaptasi dengan lingkungan dan persaingan yang terus berubah (T. Prasetyo Hadi Atmoko, 2018). Menurut Kurz (2016), strategi pemasaran memengaruhi seluruh program perusahaan yang bertujuan menentukan target pasar serta memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini dicapai melalui pengelolaan elemen marketing mix, yaitu produk, distribusi, dan harga, yang secara langsung berdampak pada peningkatan atau penurunan penjualan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah desain deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell & Clark (2016), penelitian kualitatif berfokus pada fenomena atau kejadian yang terjadi secara alami. Jenis penelitian ini bersifat kontekstual dan alami, yang berarti penelitian tidak dilakukan di laboratorium, melainkan di lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini sering disebut sebagai penyelidikan naturalistik atau studi lapangan. Bogdan & Taylor (1973) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini menekankan pemahaman konteks dan individu secara menyeluruh. Kirk & Miller (1986) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu tradisi dalam ilmu sosial yang mengutamakan pengamatan manusia dalam lingkungan mereka, serta menggunakan bahasa dan istilah yang mereka gunakan.

Dalam penelitian ini, salah satu metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam secara langsung oleh penulis kepada pemilik industri konveksi Aceh Barat yang bertempat di jalan Alue Peunyareng, Ujong Tanoh Darat, Kecamatan Meureubo, Kabupaten Aceh Barat. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi secara langsung dari partisipan melalui percakapan yang terstruktur, semi-terstruktur, atau bebas, tergantung pada kebutuhan penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami pengalaman, pandangan, serta makna yang diberikan oleh partisipan terhadap fenomena yang sedang dikaji. Wawancara juga memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memperoleh data yang lebih kaya dan mendalam, serta untuk menangkap nuansa dan konteks dari respon partisipan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha konveksi di Aceh Barat merupakan penyedia layanan pakaian berkualitas dan terpercaya sejak berdiri pada tahun 2019. Berkomitmen menghadirkan berbagai produk pakaian, seperti kaos, kemeja, celana, seragam perusahaan, hingga produk custom lainnya, menggunakan bahan baku berkualitas tinggi serta menerapkan proses produksi modern. Hal ini bertujuan untuk memastikan setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas terbaik. Menurut Heizer dan Render (2009), sebagaimana dijelaskan oleh American Society for Quality, kualitas merujuk pada keseluruhan fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang mampu memenuhi kebutuhan, baik yang jelas maupun tersirat. Sementara itu, W. Edwards Deming, seperti yang diterjemahkan oleh Yamit (2011), mendefinisikan kualitas sebagai segala sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (. Didukung oleh tim berpengalaman dan kreatif dan siap membantu pelanggan dalam merancang dan memproduksi pakaian sesuai kebutuhan dan desain yang diinginkan. Dengan visi menjadi pemimpin dalam industri konveksi yang dikenal atas inovasi, kualitas, dan pelayanan unggul, serta misi memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan dengan

produk stylish, nyaman, dan tahan lama, konveksi Aceh Barat terus berupaya memberikan yang terbaik bagi pelanggan.

Dalam wawancara yang dilakukan penulis dengan pemilik industri konveksi Aceh Barat terdapat beberapa pertanyaan yang sudah di ajukan. Hal menunjukkan seberapa besar dinamika industri konveksi Aceh Barat.

1. Pengalaman Industri Konveksi Aceh Barat.
2. Tantangan Industri Konveksi Aceh Barat.
3. Peluang Industri Konveksi Aceh Barat.
4. Harapan Industri Konveksi Aceh Barat.

Dalam wawancara yang dilakukan pemilik industri konveksi Aceh Barat, hasil pembahasannya dirangkum dalam tabel berikut.

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Pengalaman dan tantangan	Usaha konveksi di Aceh Barat didirikan oleh pemilik konveksi Aceh Barat dengan tujuan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan ekonomi lokal. Banyak dari mereka memiliki keterampilan menjahit sejak kecil, baik melalui pengalaman pribadi maupun pelatihan informal. Usaha ini umumnya dimulai dengan memproduksi pakaian untuk keluarga dan teman, yang kemudian berkembang menjadi bisnis resmi setelah melihat potensi pasar yang lebih luas. Dengan modal terbatas, yang sering kali berasal dari tabungan pribadi atau dukungan keluarga, maka dari itu pemilik bertahap membangun reputasi dan mendapatkan pelanggan tetap, baik di pasar lokal maupun melalui pesanan khusus. Namun, pemilik industri konveksi Aceh Barat menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usaha ini. Keterbatasan modal menjadi hambatan utama, karena sulitnya mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan akibat kurangnya jaminan atau pengalaman. Selain itu, mencari tenaga kerja yang terampil juga menjadi masalah, karena tidak semua pekerja memiliki kemampuan menjahit yang memadai, sehingga memengaruhi kualitas produk. Persaingan yang semakin ketat di industri konveksi juga menuntut para owner untuk terus berinovasi agar produk mereka tetap menarik bagi konsumen. Untuk mengatasi tantangan tersebut, para owner berusaha berinovasi dengan mendengarkan masukan pelanggan, mengikuti tren terbaru, dan meningkatkan kualitas produk serta layanan. Dengan semangat wirausaha dan pembelajaran dari pengalaman, mereka berkomitmen untuk terus mengembangkan bisnis ini sehingga usaha konveksi di Aceh Barat dapat tumbuh dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.
2.	Peluang dan harapan	Kemajuan teknologi digital memberikan peluang besar bagi pengusaha konveksi Aceh Barat untuk memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial dalam memasarkan produk

		mereka. Hal ini memungkinkan akses ke konsumen di luar wilayah lokal. Owner berharap dapat meningkatkan pemahaman tentang pemasaran digital agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Kolaborasi dengan desainer lokal dan komunitas kreatif juga membuka peluang untuk menghasilkan produk yang inovatif, memperkuat branding, dan posisi pasar. Selain itu, program dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait, seperti pelatihan keterampilan, memberikan peluang untuk mengembangkan produk ramah lingkungan. Tren keberlanjutan, seperti penggunaan bahan baku berkelanjutan dan proses produksi yang bertanggung jawab, menjadi fokus untuk memposisikan usaha konveksi sebagai pelopor industri fashion yang bertanggung jawab di Aceh Barat. Dengan memanfaatkan teknologi, kolaborasi, dan tren keberlanjutan, industri konveksi Aceh Barat memiliki potensi besar untuk tumbuh pesat, memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
--	--	---

Analisis Swot Industri Konveksi Aceh Barat

Analisis SWOT adalah metode analisis yang mencakup evaluasi lingkungan internal untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta analisis lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan (Nuary, 2016). Dalam menghadapi perubahan lingkungan, kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan kondisi tersebut menjadi aspek yang sangat krusial (Widayanto, 2020). Menurut David (2006), setiap organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan di berbagai area fungsional bisnis, yang dapat dijadikan dasar dalam penetapan tujuan dan strategi organisasi. Sementara itu, Sutojo dan Kleinsteuher (2012) menjelaskan bahwa analisis SWOT bertujuan untuk menetapkan sasaran bisnis yang realistis dan sesuai dengan kondisi perusahaan, sehingga lebih mudah untuk dicapai. Oleh karena itu, analisis SWOT merupakan alat yang berguna dalam menyusun strategi, khususnya dalam artikel ini difokuskan pada pengembangan strategi pemasaran di industri konveksi.

Melalui analisis SWOT, diharapkan kelemahan yang dihadapi oleh pengusaha, terutama pemula, dapat diminimalkan, serta dampak dari ancaman yang mungkin muncul dapat ditekan. Analisis SWOT melibatkan penilaian komprehensif terhadap kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dari suatu perusahaan (Kotler & Armstrong, 2008). Penerapan analisis SWOT pada Industri Konveksi Aceh Barat yaitu sebagai berikut :

1. Kekuatan (strengths)

Banyak tenaga kerja memiliki keterampilan menjahit yang baik dan pengalaman dalam industri konveksi. Produk yang dihasilkan seringkali mencerminkan budaya dan kearifan lokal, memberikan daya tarik tambahan bagi konsumen. Pasar yang Kelemahan Keterbatasan modal yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan modal untuk memperluas usaha. Keterampilan tenaga kerja yang variatif tidak semua tenaga kerja memiliki keterampilan yang sama, sehingga memengaruhi kualitas produk.

2. Kelemahan (weaknesses)
Keterbatasan modal yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan modal untuk memperluas usaha. Keterampilan tenaga kerja yang variatif tidak semua tenaga kerja memiliki keterampilan yang sama, sehingga memengaruhi kualitas produk.
3. Peluang (opportunities)
Pertumbuhan Pasar E-commerce meningkatnya tren belanja online membuka peluang baru untuk memasarkan produk konveksi secara lebih luas. Kerjasama dengan Desainer dan Komunitas Kreatif kolaborasi ini dapat menghasilkan produk inovatif yang lebih menarik bagi konsumen.
4. Ancaman (threats)
Persaingan yang ketat banyaknya pelaku usaha konveksi membuat persaingan semakin sengit. Fluktuasi harga bahan baku ketergantungan pada bahan baku tertentu dapat menyebabkan masalah jika terjadi kenaikan harga. Rekomendasi untuk pengembangan usaha diversifikasi produk para owner dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan variasi produk, seperti aksesoris atau pakaian anak, untuk menarik lebih banyak segmen pasar.

Interpretasi Temuan

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat berbagai strategi yang dapat diterapkan untuk mendukung pengembangan usaha konveksi di Aceh Barat. Temuan menunjukkan bahwa diversifikasi produk merupakan langkah strategis untuk memperluas pangsa pasar. Dengan menambahkan lini produk seperti aksesoris, pakaian anak, atau produk berbasis budaya lokal, usaha konveksi dapat menarik segmen pasar yang lebih luas sekaligus mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk. Selain itu, peningkatan kualitas produksi menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing. Pelatihan keterampilan secara berkala bagi karyawan, baik melalui kerja sama dengan lembaga pelatihan lokal maupun penyelenggaraan workshop, dapat meningkatkan kemampuan menjahit dan desain sehingga hasil produksi lebih unggul.

Penemuan juga menyoroti pentingnya pemasaran digital dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas. Pemanfaatan media sosial, website, dan platform e-commerce dinilai efektif untuk mempromosikan produk secara lebih luas. Kerjasama dengan influencer lokal, desainer, universitas, dan komunitas kreatif dapat memberikan nilai tambah melalui inovasi produk dan penguatan branding. Untuk mendukung strategi pemasaran yang lebih terstruktur, penting untuk memahami segmentasi pasar dan perilaku konsumen. Survei pelanggan dapat membantu mengidentifikasi preferensi konsumen, sehingga produk yang ditawarkan lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Penguatan identitas merek juga menjadi temuan yang signifikan, di mana merek harus mencerminkan nilai-nilai seperti kualitas, keunikan, dan keberlanjutan. Investasi dalam desain logo dan kemasan yang menarik menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Secara keseluruhan, penerapan strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing usaha konveksi, menciptakan produk yang berkualitas, dan memperluas jangkauan pasar. Pada akhirnya, pengembangan usaha konveksi ini berpotensi memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Aceh Barat secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Industri konveksi di Aceh Barat memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada perekonomian lokal, berkat keterampilan menjahit yang dimiliki masyarakat dan semakin meningkatnya permintaan akan produk fashion. Meskipun demikian, para pengusaha konveksi di daerah ini menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan modal, masalah tenaga kerja, serta strategi pemasaran yang belum optimal. Melalui analisis SWOT, teridentifikasi bahwa kekuatan seperti keunikan produk dan pasar yang berkembang dapat dimanfaatkan untuk mengejar peluang, sementara kelemahan dan ancaman harus diatasi dengan langkah-langkah strategis.

Rekomendasi yang diberikan, mulai dari diversifikasi produk hingga peningkatan pemasaran digital dan kolaborasi dengan komunitas kreatif, diharapkan dapat membantu pengusaha dalam mengembangkan usaha mereka. Dengan implementasi rekomendasi ini, industri konveksi di Aceh Barat dapat meningkatkan daya saing, beradaptasi dengan perubahan pasar, dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Keberhasilan usaha konveksi tidak hanya berdampak pada pengusaha itu sendiri, tetapi juga pada penciptaan lapangan kerja dan pengembangan ekonomi lokal secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvin Pratama, I., Zulfa Fahriani, F., & Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, F. (2023). Analisis Pendapatan Usaha dan Beban Operasional dalam Meningkatkan Laba... Analisis Pendapatan Usaha dan Beban Operasional dalam Meningkatkan Laba Bersih Pada Konveksi Pakaian Monika. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 347–362.
- Dani, S., & Fadlia, F. (2022). SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PRODUKSI PAKAIAN PADA CV KUMAHA KONVEKSI. *JUPITER : Jurnal Penelitian Mahasiswa Teknik Dan Ilmu Komputer*, 2(1), 35–42.
- Farhan, M., Raya, J., No, T., Gedong, K., Rebo, P., & Timur, J. (2020). PERANCANGAN SISTEM INVENTORI DAN PENJUALAN PAKAIAN DI KONVEKSI AULIA COLLECTION. *Jurnal Riset Dan Aplikasi Mahasiswa Informatika*, 01.
- Hanafi, B., Aprilani, D., & Damayanti Aprilia, H. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KONVEKSI DENGAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP). *Jurnal Perspektif Bisnis*, 6(1), 27–37.
- Haniif Novel, A., Victor Kamanda, S., & Kusumayanti, K. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (CFC BATUAJI BATAM). *Jurnal AL-AMAL*, 1(1), 26–32.
- Ramandini, N. (2023). Peranan Manajemen Operasional Dalam UMKM Manufaktur Konveksi Baju. In *Journal of Creative Power and Ambition* (Vol. 1, Issue 1). JCPA. <https://edujavare.com/index.php/jcpaWebsite:https://edujavare.com/>
- Segarwati, Y., & Patimah, S. (n.d.). *PENGEMBANGAN USAHA KONVEKSI DI KOTA BANDUNG*. <http://www.pabrikkaosbandung.com/konveksi/pengenalan-bisnis-dan->
- Strategi, A., Terhadap, P., Penjualan, P., Saleh, A., Fakultas Ekonomi, S., Bisnis, D., Bisnis, T., Muhammadiyah, K., & Barat, M. (2023). Licensed under a Creative Commons Attribution-

- NonCommercial 4.0 International License. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 87–100. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i1.56>
- Yunus Ikhwan. (2021). Strategi Pemasaran Industri Konveksi Menggunakan Analisis “SWOT.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 95–98.
- Zul Aida, S., Manajemen Bisnis Syariah, P., Ekonomi dan Bisnis Islam, F., Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, U., Timur, J., & Prodi Manajemen Bisnis Syariah, D. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KONVEKSI BAJU JAWAZ TANJUNGSARI BOYOLANGU DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI DAN LOYALITAS PELANGGAN. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 3, Issue 1).