

**STRATEGI PENINGKATAN KINERJA PENJUALAN
PADA USAHA KONVEKSI
(STUDI KASUS USAHA KONVEKSI AL-AKBAR)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan oleh:

Nadra Nadila Hutasuhut

2110553005

Pembimbing:

Faisal Ali Ahmad, SP., M.Si

NIP: 197905132006041014

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH**

2026

ABSTRAK

Konveksi Al-Akbar adalah usaha konveksi yang didirikan oleh Ibu Zulfanisma pada tahun 2006. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja penjualan pada Konveksi Al-Akbar. Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods dengan analisis SWOT, IFAS, EFAS, Matriks IE, dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk merumuskan strategi prioritas. Hasil penelitian menunjukkan Konveksi Al-Akbar memiliki beberapa kekuatan seperti kualitas produk yang baik, harga yang bersaing, serta tenaga kerja yang berpengalaman, namun masih menghadapi kelemahan pada aspek pemasaran dan penjualan bergantung pada musim tertentu. Dari analisis QSPM diperoleh strategi prioritas yaitu melalui peningkatan pemahaman visi dan misi pada karyawan, memperluas segmen pasar dan variasi produk seperti menambahkan produk anak-anak untuk menghindari ketergantungan pada musim tertentu. Implikasi pada penelitian ini bisa dikatakan bahwa peningkatan penjualan pada konveksi ini dapat dicapai dengan meningkatkan pemahaman visi dan misi serta memperluas segmen pasar dan variasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.