

**STRATEGI HOME INDUSTRI KONVEKSI DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN RUMAH TANGGA MASYARAKAT KOTA BINJAI**

(Studi Kasus Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur)

OLEH :

MUPIDAH HANDAYANI R

NIM. 0501161029



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

**STRATEGI HOME INDUSTRI KONVEKSI DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN RUMAH TANGGA MASYARAKAT KOTA BINJAI**

(Studi Kasus Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi
Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Oleh :

MUPIDAH HANDAYANI RANGKUTI

NIM. 0501161029



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mupidah Handayani Rangkuti
NIM : 0501161029
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Jln. Taduan, Gang. Dame, Medan Perjuangan.

Menyatakan Skripsi yang berjudul **“Strategi Peningkatan Home Industri Konveksi dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat Kota Binjai”** (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi) adalah benar asli karya atau penelitian saya sendiri dan bukan karya orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dan akan saya pertanggung jawabkan keasliannya.

Medan, 24 Agustus 2020

Menyatakan,



Mupidah Handayani R

Nim: 0501161029

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI HOME INDUSTRI KONVEKSI DALAM PENINGKATAN
PENDAPATAN RUMAH TANGGA MASYARAKAT KOTA BINJAI**

(Studi Kasus Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur)

Oleh :

MUPIDAH HANDAYANI RANGKUTI

NIM. 0501161029

Dapat disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 22 Agustus 2020

Pembimbing I



Dr. Marliyah, M.Ag
NIDN. 2026017602

Pembimbing II



Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Dr. Marliyah, M.Ag
NIDN. 2026017602

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “STRATEGI HOME INDUSTRI KONVEKSI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN RUMAH TANGGA MASYARAKAT KOTA BINJAI (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi, Mencirim Binjai Timur)” an. Mupidah Handayani Rangkuti, NIM 0501161029, Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 16 September 2020. Skripsi ini telah diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 24 November 2020 Panitia
Sidang Munaqasyah
Program Studi Ekonomi Islam
UIN Sumatera Utara

Ketua,


Dr. Marliyah, M.Ag
NIDN. 2026017602

Sekretaris,


Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701

Anggota


Dr. Marliyah, M.Ag
NIDN. 2026017602


Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701


Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN. 2007057602


Sri Ramadhani, MM
NIDN. 2015107502

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN. 2007057602

ABSTRAK

Mupidah Handayani Rangkuti, 2020. Strategi Peningkatan Home Industri Konveksi dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat Kota Binjai (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur) Dibawah bimbingan Pembimbing I Dr. Marliyah, M.Ag dan Pembimbing II Bapak Imsar, M.Si. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana potensi dari home industri konveksi dalam peningkatan pendapatan rumah tangga masyarakat, mengetahui bagaimana peran home industri konveksi dalam memberdayakan rumah tangga masyarakat di Kota Binjai dan untuk mengetahui analisis SWOT strategi yang digunakan untuk peningkatan pendapatan rumah tangga masyarakat di Kota Binjai. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif penulis juga menggunakan Analisis SWOT. Abu Bakar Konveksi memiliki potensi usaha yang baik untuk terus dikembangkan hal tersebut dapat terlihat dari tingkat pendapatan ataupun omset usaha yang besar dan terus meningkat dengan diikuti jumlah tenaga kerja yang tidak sedikit. Kehadiran Abu Bakar Konveksi juga merupakan salah satu langkah yang efektif untuk memberdayakan ibu rumah tangga yang memiliki kecenderungan dirumah tanpa penghasilan dengan adanya konveksi ini para ibu rumah tangga tersebut dapat melatih skill menjahit mereka dan mampu memiliki penghasilan tambahan. Berdasarkan perhitungan analisis SWOT pada penelitian ini total IFAS adalah 3.000150 dan total EFAS adalah 3.256876 strategi peningkatan usaha home industri Konveksi Abu Bakar berada pada sel I *Growth* konsentrasi melalui integrasi vertical yaitu strategi dengan cara *Backward integration* (Mengambil alih fungsi *supplier*) atau dengan cara *Forward integration* (mengambil alih fungsi distributor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan atau usaha yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industry yang berdaya tarik tinggi. Agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, Abu Bakar Konveksi harus melakukan upaya meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien untuk mengontrol kualitas serta distribusi produk. Hal ini merupakan cara terbaik bagi perusahaan yang kuat dalam rangka meningkatkan *competitive advantage* di dalam industry yang atraktif.

Kunci : Strategi, Home Industri, Analisis SWOT

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt atas segala limpahan karunia dan nikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Home Industri Konveksi dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat”** dengan menggunakan Metode Analisis SWOT”.

Shalawat dan salam kita hadiahkan kepada junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman *jahilliyah* menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang di sinari iman dan taqwa. Skripsi ini disusun untuk diajukan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, dengan penuh rasa syukur dan terima kasih kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan kelancaran dan kemudahan dalam keridhoannya. Teristimewa dan terkhusus penulis ucapkan terima kasih yang begitu besar kepada Ayahanda Tercinta Almarhum **Iskandar Rangkuti Bin H. Nukman Lombang Rangkuti beserta keluarga besar sekalian, Ibunda Tercinta Suastina Binti Kusni Asma beserta keluarga besar sekalian, Abangda Guntur Damora Rangkuti, Abangda Eko Ramadhona Rangkuti, Abangda Ade Yudo Nanda Rangkuti, Kakanda Rumiyani, Kakanda Wiwit Epenty, dan Sahabat until Jannah Maya Zuraida** yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang dan do'a serta dukungan baik

moril ataupun materi, serta motivasi dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan di UINSU. Semoga Allah senantiasa memberikan Kebahagiaan dunia akhirat untuk kita sekeluarga. Aamiin Ya Rahman Ya Rahim..

Selanjutnya Penulis sampaikan untuk pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus penulis sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra MA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M. Ag. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr.Chuzaimah Batubara, MA. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Ibu Nurlaila, MA. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Marliyah, MA. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara serta Sekretaris Jurusan Bapak Imsar, Msi.
7. Bapak M. Syahbudi, MA, Selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan masukan akademik kepada saya.

8. Ibu Dr. Marliyah, MA. Selaku Pembimbing Skripsi I yang telah memberikan masukan, nasehat dan saran selama saya bimbingan.
9. Bapak Imsar, M.si Selaku Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan masukan dan saran selama saya bimbingan.
10. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
11. Bapak dan Ibu Abu Bakar Pemilik usaha Abu Bakar Konveksi yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian skripsi saya.
12. Terimakasih kepada sahabat-sahabat SMA tersayang, Terkhusus Hikmiatul Mawaddah Nasution, Aulia Fathanah, Ade Elza Anjhani, Tika Rahayu, Yeken Yezu Karila yang sudah mensupport dan mendoakan saya dalam perkuliahan dan setia menjadi sahabat sejak SMA, Semoga kita dapat sukses bersama, aamiin.
13. Terimakasih kepada Kakak dan abang senior saya, Terkhusus Kakanda Opi Chanty Mahendra, Kakanda Ningsih, Kakanda Ayudya Utami, Abangda Agustian Randa dan Abangda Sandi Amaldi Siregar. Yang telah membantu saya memberikan masukan dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Terimakasih kepada Sahabat-sahabat Kuliah saya yang tersayang, terkhusus kepada, Mahliza Afrida Zainudin, Gavinella Aulia, Nurul Azizah Lubis, Hanifa Suwita, Melly Zahara, Mia Amalia, Nabila Humaira,

Putri Fahnisa yang telah selalu menemani saya dan mendukung saya hingga saya menyelesaikan skripsi ini.

15. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan EKI-F stambuk 2016 Jurusan Ekonomi Islam Dan rekan-rekan KKN 34 BINJAI BARAT LIMAU SUNDAI Dan juga Terima kasih kepada Organisasi tercinta KSEI UIE UIN Sumatera Utara.

16. Terimakasih kepada Adik-adik saya, Terkhusus Ade Kisty, Dian Novita, Lailan, Fauziah, Fazar, Eva Ayu, Dhea Ayuni Rahmah, Nurhalisa, Siti Khadijah dan seluruhnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

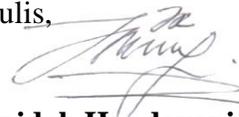
17. Semua pihak yang telah membantu dan memebrikan masukan serta arahan dalam penyelesaian skripsi ini.

Tiada kata yang indah selain ucapan terima kasih, semoga Allah SWT ,memberikan balasan kebaikan atas segala bantuan yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pihak pembaca sangat penulis harapkan. Akhirnya kepada Allah Swt penulis memohon ampun dan perlindungannya. Semoga skripsi ini bermafaat bagi kita semua, aamiin.

Wassalammu'alaikumWr. Wb

Medan, 22Agustus 2020

Penulis,



Mupidah Handayani R

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| PERSETUJUAN | i |
| PENGESAHAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 13 |
| C. Rumusan Masalah | 13 |
| D. Tujuan Penelitian | 13 |
| E. Manfaat Penelitian | 14 |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN | |
| A. Landasan Teori | 15 |
| 1. Strategi | 15 |
| a. Definisi Strategi | 15 |
| b. Jenis-Jenis Strategi | 19 |
| c. Tahapan Strategi | 20 |
| 2. Strategi Pengembangan Sektor UMKM | 21 |
| 3. Home Industri | 25 |
| a. Definisi Home Industri | 25 |
| b. Klasifikasi Home Industri | 26 |
| c. Landasan Hukum Home Industri (Usaha Kecil) | 27 |
| d. Manajemen dalam Industri Kecil | 30 |
| 4. Teori Pendapatan | 31 |
| a. Definisi Pendapatan | 31 |

| | |
|---|-----------|
| b. Pendapatan dalam Perspektif Islam | 32 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 33 |
| C. Kerangka Pemikiran | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 41 |
| A. Pendekatan Penelitian | 41 |
| B. Lokasi Penelitian | 42 |
| C. Subjek dan Objek Penelitian | 42 |
| D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data | 43 |
| E. Teknik Analisis Data | 45 |
| F. Teknik Pengolahan Data..... | 52 |
| G. Analisis SWOT..... | 53 |
| BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 56 |
| B. Temuan Penelitian..... | 58 |
| 1. Potensi Home Industri Konveksi dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat(RTM) Di Kota Binjai | 58 |
| 2. Peran Home Industri Konveksi Dalam Memberdayakan Rumah Tangga Masyarakat Di Kota Binjai | 60 |
| 3. Strategi Yang Digunakan Home Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat Kota Binjai | 64 |
| C. Pembahasan | 66 |
| 1. Analisis Faktor-faktor Internal Home Industri Konveksi di Kota Binjai..... | 65 |
| 2. Analisis Faktor-faktor Eksternal Home Industri Konveksi di Kota Binjai..... | 67 |
| 3. Strategi Home Industri Konveksi Di Kota Binjai Berdasarkan Analisis Matriks SWOT | 69 |
| 4. Hasil Matriks Internal Eksternal (IE) | 75 |
| 5. Diagram Cartecius Analisis SWOT..... | 76 |

| | |
|----------------------|----|
| 6. Matriks SWOT..... | 77 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 81 |
| B. Saran-saran | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA | 83 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| Tabel | | Hal |
|-------|---|-----|
| 1 | Persentase Kontribusi Koperasi dan UMKM dalam Pembentukan PDB | 4 |
| 2 | Distribusi Persentase PDRB Menurut LapanganUsaha 2010-2018 | 6 |
| 3 | Potensi Produk Unggulan di Kota Binjai 2017 | 9 |
| 4 | Identifikasi Perkembangan Usaha Home Industri Konveksi di Mencirim Binjai Timur..... | 10 |
| 5 | Pendapatan Bersih Abu Bakar Konveksi Periode Desember 2019-April 2020..... | 11 |
| 6 | Karakteristik Manajemen Strategis Islam dan Konvensional..... | 17 |
| 7 | Jumlah Industri Menurut Klasifikasi dan Kelurahan di Kecamatan Binjai Timur 2017 | 58 |
| 8 | Faktor Lingkungan Internal Kekuatan..... | 67 |
| 9 | Faktor Lingkungan Internal Kelemahan..... | 67 |
| 10 | Faktor Lingkungan Eksternal Peluang | 69 |
| 11 | Faktor Lingkungan Eksternal Ancaman | 69 |
| 12 | Hasil Penilaian Skor Faktor Internal | 70 |
| 13 | Hasil Penilaian Skor Faktor Eksternal..... | 70 |
| 14 | Penentuan Bobot dengan Perbandingan Berpasangan Faktor Internal... | 71 |
| 15 | Normalisasi Faktor Bobot Internal Abu Bakar Konveksi | 71 |
| 16 | Penentuan Bobot dengan Perbandingan Berpasangan Faktor Eksternal Abu Bakar Konveksi | 72 |
| 17 | Normalisasi Bobot Faktor Eksternal..... | 73 |
| 18 | Matriks IFAS Abu Bakar Konveksi | 74 |
| 19 | Matriks EFAS Abu Bakar Konveksi | 74 |
| 20 | Matriks SWOT Abu Bakar Konveksi..... | 78 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Hal |
|---|-----|
| 1 Kerangka Pemikiran | 39 |
| 2 Matriks SWOT | 50 |
| 3 Diagram Cartesius Analisis SWOT | 51 |
| 4 Hasil Matriks Internal Eksternal (IE) | 75 |
| 5 Diagram Cartesius Analisis SWOT Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur | 77 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan nasional merupakan usaha peningkatan kualitas manusia dan masyarakat Indonesia yang dilakukan secara berkelanjutan, berlandaskan kemampuan nasional, dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta memperhatikan tantangan perkembangan global. Untuk itu pembangunan ekonomi rakyat seharusnya menjadi prioritas utama pembangunan ekonomi nasional, karena tujuan pembangunan ekonomi rakyat sesuai dengan amanat konstitusi yaitu: “meningkatkan kesejahteraan dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”.

Reformasi dalam sistem ekonomi nasional harus diarahkan kepada sistem ekonomi kerakyatan yang memberikan prioritas pembangunan ekonomi pada Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya dalam rangka mencapai salah satu tujuan negara dan bangsa Indonesia yang tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yaitu “untuk memajukan kesejahteraan umum”. Implementasinya berlandaskan pada azas kekeluargaan (pasal 33 ayat 1) dan penyelenggaraan perekonomian nasional yang berdasar pada demokrasi ekonomi (pasal 33 ayat 4). Arah kebijakan pembangunan koperasi dan UMKM sesuai Rencana pembangunan jangka menengah nasional (RPJMN) 2015-2019, yaitu Peningkatan daya saing UMKM dan Koperasi sehingga mampu tumbuh menjadi usaha yang berkelanjutan dengan skala yang lebih besar (naik kelas atau *scaling-up*) dalam rangka untuk mendukung kemandirian perekonomian nasional. Sedangkan strategi pembangunan yang diterapkan meliputi:

1. Peningkatan kualitas sumber daya manusia
2. Peningkatan akses pembiayaan dan perluasan skema pembiayaan
3. Peningkatan nilai tambah produk dan jangkauan pemasaran
4. Penguatan kelembagaan usaha

5. Peningkatan kemudahan, kepastian dan perlindungan usaha¹

Studi yang dilakukan oleh Todaro pada 2002, dikatakan bahwa sektor informal pada umumnya ditandai oleh beberapa karakteristik seperti sangat bervariasinya bidang kegiatan produksi barang dan jasa, berskala kecil, unit-unit produksinya dimiliki secara perorangan atau keluarga, banyak menggunakan tenaga kerja (padat karya), dan teknologi yang dipakai relatif sederhana. Para pekerja yang menciptakan sendiri lapangan kerjanya di sektor UMKM biasanya tidak memiliki pendidikan formal. Pada umumnya mereka tidak mempunyai ketrampilan khusus dan sangat kekurangan modal kerja. Oleh sebab itu, produktivitasnya dan pendapatan mereka cenderung lebih rendah dari pada kegiatan-kegiatan bisnis lainnya. Selain itu, mereka yang berada di sektor tersebut juga tidak memiliki jaminan keselamatan kerja dan fasilitas-fasilitas kesejahteraan seperti yang dinikmati rekan-rekan mereka di sektor lain².

Salah satu efek pembangunan adalah perkembangan industri. Industri tidak bisa lepas dari konsep industrialisasi, yakni upaya manusia untuk memanfaatkan lingkungan dan sumber-sumber alam yang terkandung didalamnya untuk dapat mempertahankan hidup dan mengembangkannya. Industrialisasi juga merupakan proses pertambahan nilai dari bahan-bahan mentah yang terkandung atau terdapat dilingkungan yang diproses, dan menjadi barang jadi atau setengah jadi. Selanjutnya tinggal dipergunakan dan diperdagangkan oleh pembeli atau pemakai. Industri dalam perekonomian Indonesia semakin besar dan penting dari tahun ke tahun. Kontribusi sektor industri semakin meningkat. Peranan sektor industri sangat mempengaruhi kesinambungan pertumbuhan ekonomi Indonesia.³ Pertumbuhan industri tersebut

¹Laporan Kinerja Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2018, h.1

²Arief Rahman Susila dan C.B Supartomo, *Potensi Ekonomi daerah dan Peran UMKM dalam penanggulangan kemiskinan kabupaten Lebak*, (Disertasi, Universitas Terbuka Tangerang, 2014), h. 1-2.

³Mudjarad Kuncoro, *Ekonomi Industri Indonesia Menuju Negara Industri 2030*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), h.103

didukung oleh tingginya tingkat konsumsi masyarakat, dan meningkatnya investasi di sektor industri secara sangat signifikan sehingga menyebabkan tetap terjaganya kinerja sektor industri manufaktur hingga saat ini. Beberapa investasi yang menonjol pada Januari-September 2012 nilai investasi pada Industri Non Migas mencapai sekitar US\$ 8,6 milyar, atau meningkat 65,9% terhadap nilai investasi pada periode yang sama tahun 2011.

Industri kecil dan industri rumah tangga (home industri) dapat digolongkan kedalam Industri skala kecil. Industri skala kecil yaitu suatu unit usaha yang mempekerjakan jumlah pekerja antara 1 sampai 19 orang. Industri skala kecil membuat berbagai macam produk yang dapat digolongkan kedalam 2 kategori: barang-barang untuk keperluan konsumsi (*final demand*) dan industri seperti barang-barang modal dan penolong (*Intermediate demand*). Industri rumah tangga yaitu suatu unit usaha/perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi, dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga kerja yang diserap tentu lebih sedikit dari pada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya.⁴ Namun mengingat industri rumah tangga tidak membutuhkan dana yang besar sebagai modal usaha, ini yang akan mendorong dominasi kemunculan home industri dengan cepat, jika 1 unit usaha home industri mempekerjakan 3 orang dengan penghasilan 300 juta/tahun, maka ini sudah cukup membantu dalam PDRB dan penyerapan tenaga kerja di suatu sektor wilayah.

Industri rumah tangga yaitu suatu unit usaha dengan jumlah pekerja antara 1 sampai 4 orang. Tapi menurut Jasa Ungguh Muliawan dalam buku Manajemen Home Industri: peluang usaha di tengah krisis, ia mengatakan bahwa jumlah tenaga kerja rata-rata 5-10 orang.⁵ Industri kecil dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan mengurangi jumlah pengangguran yang banyak dihadapi oleh negara-negara yang

⁴Jasa Ungguh Muliawa, *Manajemen Home Industri dan Peluang Usaha Di Tengah Krisis*, (Yogyakarta: Banyu Media, 2008), h.3

⁵*Ibid.*,

sedang berkembang. Oleh karena, itu masih dibutuhkan adanya pembinaan terhadap industri kecil agar menjadi sebuah usaha yang semakin efisien dan mampu berkembang mandiri, meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka lapangan usaha dan mampu meningkatkan perannya dalam penyediaan barang dan jasa.⁶ Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia bila dibandingkan dengan kelompok usaha yang masuk dalam kategori usaha besar. UMKM telah terbukti menjadi kunci pengaman perekonomian nasional Indonesia dalam masa krisis ekonomi. Dengan demikian UKM dapat dijadikan andalan untuk masa yang akan datang dan harus didukung dengan kebijakan-kebijakan yang kondusif untuk perkembangannya. Selain sebagai penyangga perekonomian negara, UMKM juga berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi.⁷

Selanjutnya Potensi UMKM berdasarkan olahan data pada Laporan Kinerja Pemerintah UMKM 2018 secara Nasional, dapat terlihat dari realisasi UMKM terhadap pembentukan PDB. Dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Persentase Kontribusi Koperasi dan UMKM dalam Pembentukan PDB

| Indikator Kinerja: Persentase Kontribusi Koperasi dan UMKM dalam Pembentukan PDB | | | | | |
|---|------|-----------|--------|---------|---------|
| Target | | Realisasi | | Capaian | |
| 2017 | 2018 | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 |
| 7,5% | 7,5% | 9,90% | 11,30% | 132,30% | 173,50% |

Sumber: Laporan Kinerja Pemerintah Koperasi Usaha Kecil Menengah 2018

Berdasarkan tabel di atas kontribusi koperasi dan UMKM Indonesia dalam pembentukan PDB Nasional (PDB atas Dasar Harga Berlaku) pada tahun 2018 adalah sebesar 61,07% atau senilai Rp. 8.573.895,3 milyar dari total PDB Nasional sebesar Rp. 14.038.598,5 milyar. Sedangkan pada tahun 2017 kontribusi koperasi dan

⁶ Marzuki, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Penebar Swadaya, cet 7, 2004), h. 5

⁷ Marliyah, “*Strategi Pembiayaan Mudharabah Sektor Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) studi kasus Perbankan Syariah Di Sumatera Utara*” (Disertasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2016) h. 5

UMKM tercatat sebesar 60,00% atau senilai Rp. 7.704.635,9 milyar dari total PDB Nasional sebesar Rp. 12.840.859,0 milyar. Secara keseluruhan, kontribusi koperasi dan UMKM Indonesia dalam pembentukan PDB Nasional tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 11,28% atau sebesar Rp. 869.259,6 milyar dibandingkan tahun 2017.⁸ Melihat dari angka ini, berarti potensi UMKM dalam peningkatan pendapatan masyarakat seharusnya sangat membantu, baik dari penyerapan tenaga kerja ataupun sumbangsih dalam meningkatkan perekonomian keluarga. Upaya-upaya *Afirmasi* yang dilakukan masih diperlukan khususnya untuk meningkatkan kapasitas dan nilai tambah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Hal ini penting mengingat UMKM mempekerjakan sekitar 97,0 persen tenaga kerja di Indonesia.⁹ Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia ditunjukkan oleh populasinya sebagai pelaku usaha terbesar, serta kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto (PDB), ekspor dan penciptaan modal tetap/investasi. Produktivitas sektor UMKM per unit usaha mengalami peningkatan dari sebesar Rp. 27,93 juta pada tahun 2015 menjadi sebesar Rp. 86,22 juta pada tahun 2017. Sedangkan produktivitas per tenaga kerja meningkat dari Rp. 13,43 juta pada tahun 2015 menjadi Rp. 46,50 juta pada tahun 2017. Dari paparan ini dapat disimpulkan bahwa realisasi kontribusi Koperasi dan UMKM di Indonesia dalam pembentukan PDRB berhasil melebihi target yang ditentukan dan seharusnya sudah cukup membantu peningkatan pendapatan masyarakat. Untuk memperkuat latar belakang masalah pada penelitian ini, akan peneliti sajikan tabel distribusi PDRB di Kota Binjai menurut lapangan usaha.

⁸Laporan Kinerja Pemerintah Koperasi Usaha Kecil Menengah 2018

⁹Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional IV 2020-2024, h.38

Tabel 1.2

Distribusi Persentase PDRB Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah)
2010-2018

| Kategori | Uraian | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) | (9) | (10) | (11) |
| A | Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan | 4.84 | 4.74 | 4.55 | 4.14 | 3.85 | 3.64 | 3.45 | 3.24 | 3.11 |
| B | Pertambangan dan Penggalian | 3.69 | 3.60 | 3.64 | 3.62 | 3.35 | 3.21 | 3.33 | 3.11 | 2.97 |
| C | Industri Pengolahan | 12.47 | 12.68 | 12.10 | 11.84 | 11.73 | 11.71 | 11.33 | 11.45 | 11.34 |
| D | Pengadaan Listrik dan Gas | 0.15 | 0.14 | 0.13 | 0.12 | 0.11 | 0.11 | 0.11 | 0.11 | 0.11 |
| E | Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang | 0.09 | 0.10 | 0.10 | 0.11 | 0.12 | 0.12 | 0.13 | 0.13 | 0.12 |
| F | Konstruksi | 9.93 | 10.15 | 10.49 | 11.30 | 11.95 | 12.48 | 12.33 | 12.35 | 12.55 |
| G | Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor | 28.07 | 27.32 | 27.07 | 26.55 | 26.47 | 26.20 | 26.86 | 27.71 | 28.57 |
| H | Transportasi dan Pergudangan | 7.23 | 7.27 | 7.37 | 7.58 | 7.86 | 8.08 | 8.19 | 8.18 | 8.00 |
| I | Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum | 7.15 | 6.76 | 6.44 | 6.09 | 5.85 | 5.74 | 5.63 | 5.54 | 5.47 |
| J | Informasi dan Komunikasi | 2.10 | 2.09 | 2.17 | 2.16 | 2.17 | 2.24 | 2.33 | 2.38 | 2.38 |
| K | Jasa Keuangan dan Asuransi | 3.66 | 3.68 | 4.00 | 4.07 | 3.97 | 3.86 | 3.79 | 3.63 | 3.48 |
| L | Real Estate | 7.00 | 7.27 | 7.08 | 7.39 | 7.40 | 7.43 | 7.43 | 7.47 | 7.64 |
| M,N | Jasa Perusahaan | 0.81 | 0.84 | 0.83 | 0.86 | 0.88 | 0.88 | 0.88 | 0.88 | 0.85 |
| O | Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib | 6.17 | 6.65 | 7.22 | 7.46 | 7.64 | 7.79 | 7.79 | 7.54 | 7.23 |
| P | Jasa Pendidikan | 5.06 | 5.12 | 5.21 | 5.11 | 5.07 | 4.91 | 4.78 | 4.63 | 4.58 |
| Q | Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial | 0.99 | 1.00 | 1.00 | 1.02 | 1.01 | 1.04 | 1.08 | 1.06 | 1.06 |
| R,S,T,U | Jasa lainnya | 0.59 | 0.59 | 0.58 | 0.58 | 0.57 | 0.58 | 0.58 | 0.57 | 0.55 |
| | | | | | | | | | | |

Sumber : Data diolah dari Badan Pusat Statistik Kota Binjai

Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa kontribusi dari industri pengolahan dalam pembentukan PDRB menurut lapangan usaha di Kota Binjai dari tahun 2010-2018 menduduki angka tertinggi dan usaha konveksi merupakan bagian dari industri pengolahan. Seperti yang diterangkan bahwa industri pengolahan adalah suatu

kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi/setengah jadi, dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, dan sifatnya lebih dekat kepada pemakai akhir. Termasuk dalam kegiatan ini adalah jasa industri/makloon dan pekerjaan perakitan (*assembling*). Kemudian Klasifikasi industri yang digunakan dalam survei industri pengolahan adalah klasifikasi yang berdasar kepada *International Standard Industrial Classification of all Economic Activities (ISIC) revisi 4*, yang telah disesuaikan dengan kondisi di Indonesia dengan nama Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) tahun 2009. Kode baku lapangan usaha suatu perusahaan industri ditentukan berdasarkan produksi utamanya, yaitu jenis komoditi yang dihasilkan dengan nilai paling besar. Apabila suatu perusahaan industri menghasilkan 2 jenis komoditi atau lebih dengan nilai yang sama maka produksi utama adalah komoditi yang dihasilkan dengan kuantitas terbesar, Adapun tekstil termasuk kedalam golongan pokok klasifikasi industri pengolahan.¹⁰

Namun kemudian rendahnya produktivitas menjadi kendala bagi UMKM untuk berkembang dan mencapai skala ekonomi yang semakin besar. Kondisi ini menyebabkan fenomena *missing middle*, dimana perekonomian mengalami kekurangan jumlah usaha kecil dan menengah yang sebenarnya dibutuhkan untuk menopang industrialisasi dan ekspor. Selain itu, kondisi tersebut juga mempengaruhi sejauh mana UMKM dapat berpartisipasi dalam jaringan produksi dan pemasaran global. Namun terlepas dari produktivitas yang rendah, UMKM memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap krisis, yang terbentuk karena struktur organisasi dan tenaga kerja UMKM yang lebih fleksibel dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar. Daya tahan dan fleksibilitas ini menjadikan UMKM digunakan oleh sebagian besar masyarakat sebagai sumber utama penghidupan¹¹

¹⁰Badan Pusat Statistik, Kota Binjai tahun 2018

¹¹Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional IV 2020-2024, h.39

Dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi nasional ke depan serta mengurangi pengangguran dan sekaligus untuk mampu bersaing dalam pasar global dan dinamika perubahan situasi dalam negeri, maka pengembangan UMKM perlu mempertimbangkan aspek potensial yang ada, yaitu: ¹²

1. Seyogyanya Pemerintah mulai meningkatkan pengembangan UMKM untuk lebih proporsional dalam menerapkan perpaduan antara tenaga kerja terdidik dan terampil dengan mengadopsi penerapan teknologi.
2. UMKM dalam sektor Agribisnis dan Agroindustri, dalam prospeknya yang sangat menarik, perlu didukung oleh meningkatnya kemudahan dalam pengelolaan usaha, seperti status kepemilikan tanah, ketersediaan bahan baku (jumlah dan kualitas), teknologi, informasi pasar dan SDM serta berkembangnya wadah organisasi usaha bersama yang sesuai dengan kebutuhan dan efisien, seperti antara lain asosiasi produsen dan koperasi.
3. Sumber permodalan UMKM harus semakin berkembang dengan meluasnya akses terhadap sumber permodalan yang memiliki kapasitas dukungan lebih besar seperti perbankan.
4. Pengembangan usaha menengah yang kuat merupakan pilihan strategis yang dapat diandalkan untuk mendukung proses industrialisasi, perkuatan keterkaitan industri, percepatan pengalihan teknologi, dan peningkatan kualitas SDM. Peran, ini juga diharapkan dapat mengurangi ketergantungan industri besar nasional terhadap impor input antara.
5. Penyederhanaan prosedur pendaftaran usaha dan penyediaan insentif bagi usaha informal, khususnya yang berskala mikro, diprioritaskan dalam rangka perlindungan, kesetaraan berusaha dan kontinuitas peningkatan pendapatan.

¹² Arief Rahman Susila, dan C.B. Supartomo, *“Potensi Ekonomi Daerah Dan Peran UMKM dalam Usaha Penanggulangan Kemiskinan Di Kabupaten Lebak”* (Disertasi, Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka Tangerang, 2014), h. 22

6. Pengintegrasian pengembangan usaha dalam konteks pengembangan regional. Tujuannya selain untuk menyesuaikan dengan karakteristik pengusaha dan jenis usaha di setiap daerah dan setiap sektor usaha, juga untuk memperluas kegiatan ekonomi yang lebih merata.

Perkembangan UMKM sangat erat kaitannya dengan kualitas SDM. Perbaikan SDM disini merupakan tantangan dan masalah yang harus diselesaikan oleh Pemerintah untuk menunjang perkembangan UMKM agar terciptanya keefektifan dan efisiensi kinerja UMKM dengan tujuan memberikan sumbangsih yang dapat membantu memajukan perekonomian Indonesia dengan terlebih dulu menunjukkan eksistensinya dalam penyerapan tenaga kerja yang berarah pada pengurangan pengangguran. Biasanya tenaga kerja yang bekerja pada UMKM terdiri dari tenaga kerja informal seperti ibu rumah tangga yang mana diharapkan dapat meningkatkan perekonomian keluarga kemudian berdampak pada peningkatan pendapatan nasional. Dalam penelitian ini peneliti menjadikan Kecamatan Binjai Timur Kelurahan Mencirim sebagai lokasi penelitian. Alasan menjadikan Binjai Timur sebagai lokasi penelitian adalah karena Pemerintah daerah telah menetapkan Kecamatan Binjai Utara dan Binjai Timur sebagai kawasan pembangunan industri besar, Kecamatan Binjai Barat dan Binjai Selatan sebagai kawasan pembangunan industri pertanian dan peternakan, dan semua lokasi (Kecamatan) untuk pembinaan industri skala sedang. Hasil-hasil industri yang menjadi unggulan Kota Binjai adalah industri anyaman bambu, konveksi, kerupuk, mebel bambu, selai, tepung, manisan buah, terasi, sepatu/sandal, dan tahu/tempe¹³

Konveksi merupakan salah satu produk unggulan yang ada di Kota Binjai. Hal ini dapat terlihat dari tabel yang penulis sajikan dibawah ini :

¹³Peraturan daerah kota binjai nomor 11 tahun 2011. Tentang rencana tata ruang wilayah kota binjai

Tabel 1.3
Potensi Produk Unggulan Di Kota Binjai, 2017

| Jenis Produksi | Satuan | Jumlah Produksi |
|------------------------|--------|-----------------|
| 1. Anyaman Bambu | Buah | 354 685 |
| 2. Sulaman Bordir | Potong | 64 497 |
| 3. Mebel Bambu | Set | 24 320 |
| 4. Barang dari Tekstil | Helai | 353 698 |
| 5. Kerupuk/Opak | Kg | 151 172 228 |

Sumber: Data diolah dari Badan Pusat Statistik Kota Binjai

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa ada 5 Potensi Produk unggulan di Kota Binjai pada tahun 2017 salah satunya adalah Barang-barang dari Tekstil atau juga di kenal dengan usaha Konveksi dengan jumlah produksi 353.698 helai. Data ini memperkuat bahwa usaha Konveksi di Kota Binjai memiliki potensi yang baik dan dapat terus ditingkatkan untuk mendukung peningkatan usaha UMKM di Kota Binjai yang diharapkan dapat berdampak baik dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga masyarakatnya juga. Selanjutnya peneliti akan menyajikan jumlah usaha home industri konveksi yang terdapat di Kecamatan Binjai Timur, Kelurahan Mencirim untuk mengidentifikasi perkembangan usaha ditinjau dari usia konveksi, omset penjualan dan jumlah tenaga kerja. Adapun data tersebut disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 1.4
Identifikasi Perkembangan Usaha Home Industri Konveksi
Mencirim, Binjai Timur

| Nama Usaha | Usia Usaha | Tenaga Kerja | Omset Penjualan |
|-----------------------|------------|--------------|--------------------------------------|
| Abu Bakar Konveksi | 22 Tahun | 27 orang | Rp. 45.000.000 s/d Rp. 52.000.000 |
| Yasnin Konveksi | 20 Tahun | 8 Orang | Rp. 15.000.000 |

Sumber: Wawancara Pelaku usaha Konveksi Mencirim, Binjai Timur.

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa Abu Bakar Konveksi lebih unggul dibandingkan usaha konveksi yang tumbuh di daerah ini. Abu Bakar Konveksi juga memiliki pekerja terbanyak dengan usia berdiri yang paling lama yaitu 22 tahun. Dibandingkan dengan Yasnin Konveksi yang juga sudah berdiri selama 20 tahun terlihat jauh tertinggal dari segi jumlah tenaga kerja dan pendapatan, yang mana sepantasnya Yasnin Konveksi tidak terlalu jauh tertinggal karena meninjau usia usaha yang juga sudah 20 Tahun. Artinya Abu Bakar sudah menjadi pelaku usaha senior dan memiliki kekuatan tersendiri, yang mana kehadirannya diharapkan dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat yang menjadi pekerjanya sejalan dengan keunggulan yang ada pada Abu Bakar Konveksi ini brerarti usaha ini memiliki kelebihan dan strategi untuk bertahan dalam industri Konveksi.

Selain itu penulis memperoleh data pendapatan Abu Bakar Konversi selama 5 bulan terkhir, adapun data tersebut telah disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1.5
Pendapatan Bersih Abu Bakar Konveksi
Periode Desember 2019-April 2020

| Bulan | Pendapatan |
|----------|----------------|
| Desember | Rp. 23.800.000 |
| Januari | Rp. 26.000.000 |
| Februari | Rp. 24.000.000 |
| Maret | Rp. 27.500.000 |
| April | Rp. 26000.000 |

Sumber : Wawancara dengan Bapak Abu Bakar Konveksi

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa Abu Bakar Konveksi mengalami kenaikan pendapatan ketika memasuki masa Pandemi *Covid-19* . Di bulan Desember pendapatan Abu Bakar Konveksi atas hasil produksi sebesar Rp. 23.800.000 dan mengalami kenaikan pendapatan pada saat Pandemi di bulan Maret dan April. Sementara menurut penuturan Ketua Kewirausahaan UKM Diskop Sumut, ibu

Syahrani Devi mengakui, secara keseluruhan kondisi UMKM di Sumut saat ini tidak baik. Mulai dari omset yang menurun hingga merumahkan karyawannya adalah masalah yang dihadapi UMKM di Sumut saat ini.¹⁴ Namun jika melihat tabel 1.5 diatas kita mendapatkan informasi bahwa Abu Bakar Konveksi mengalami kenaikan pendapatan usahanya nya, berbanding terbalik dengan pernyataan Ketua Kewirausahaan UKM Diskop Sumut.

Maka dari itu Peneliti tertarik ingin meneliti bagaimana Strategi peningkatan home industri konveksi yang ada di masyarakat dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga yang mana studi dilakukan pada home industri konveksi yang ada di Kota Binjai Sumatera Utara. Dengan judul **“Strategi Home Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat di Kota Binjai.”**

¹⁴<https://www.liputan6.com/regional/read/4252808/pentingnya-memperkuat-umkm-dalam-menghadapi-pandemi-corona-covid-19>. Diakses pada 9 agustus 2020, 11.20 WIB

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang penelitian maka penulis membuat identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Abu Bakar Konveksi hanya memiliki 1 distributor atau penampung hasil produksi.
2. Persaingan usaha sejenis yang terus tumbuh di Mencirim, Binjai Timur.
3. Tingkat upah pekerja bergantung pada banyaknya output yang diproduksi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, maka penulis membuat beberapa rumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana potensi home industri konveksi dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga masyarakat (RTM) di Kota Binjai?
2. Bagaimana peran home industri konveksi dalam memberdayakan rumah tangga masyarakat di Kota Binjai?
3. Bagaimana strategi yang digunakan untuk peningkatan usaha UMKM home industri konveksi di Kota Binjai?

D. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian :
 - a. Untuk Mengetahui besar potensi home industri konveksi dalam meningkatkan Pendapatan RTM di Kota Binjai
 - b. Untuk Mengetahui peranan home industri konveksi dalam memberdayakan RTM di Kota Binjai. .
 - c. Untuk Mengetahui Strategi yang digunakan home industri konveksi untuk meningkatkan usaha UMKM home industri di Kota Binjai.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Penelitian :

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, diharapkan penelitian ini mampu berguna untuk :

a. Peneliti

Sebagai studi perbandingan antara pengetahuan teoritis yang di peroleh diperkualiahkan dengan prakteknya di dunia usaha, khususnya tentang potensi dari home industri dalam meningkatkan pendapatan Rumah tangga masyarakat.

b. Akademisi

Sebagai bahan motivasi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya serta sebagai bahan masukan, pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya.

c. Praktisi

Dapat memberikan bahan informasi dan referensi kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, mahasiswa dan para pembaca dapat membantu pihak yang berkepentingan. Menambah pengetahuan dan memperkaya pustaka ilmu-ilmu sosial terutama mengenai potensi home industri dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga masyarakat. Menambah wawasan tentang pengembangan sumber daya manusia sebagai tenaga kerja pada unit usaha home industri sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi nasional.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Strategi

a. Definisi Strategi

Kata “Strategi” berasal dari bahasa Yunani yaitu “Strategas” yang berarti “Generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Konsep ini relevan pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin sesuatu angkatan perang.¹

Menurut Fredy Rangkuti dalam bukunya yang berjudul teknik pembedahan kasus bisnis analisis SWOT, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.²

Manajemen strategi adalah apa yang dilakukan manajer untuk mengembangkan strategi organisasi. Untuk dapat mengetahui lebih rinci mengenai pengertian strategi, berikut ini merupakan beberapa dari pengertian strategi menurut para ahli, yakni:

1) *Bussinesdictionary*

Strategi merupakan metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan dan solusi untuk masalah.

2) *Glueck dan Jauch*

Strategi adalah program yang luas untuk mencapai tujuan organisasi, berarti bagaimana cara melaksanakan misi organisasi. Kata “program” dalam definisi tersebut mencerminkan peranan yang aktif, sadar, rasional yang dilakukan

¹Hendrawan Supratikno, *Advanced Strategic. Manajemen: Bact To Basic Approach*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2003), h. 19.

²Fredy Rangkuti, *Teknik Pembedahan Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 3-4.

oleh para manajer dalam merumuskan strategi organisasi. Strategi menetapkan arah yang terpadu dari berbagai tujuan dan membimbing penggunaan sumber daya yang diperlukan untuk menggerakkan organisasi ke arah tujuan tersebut.³

3) *Griffin*

Mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan berlangsungnya organisasi di lingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya.⁴

Strategi memiliki hirarki tertentu. Pertama adalah strategi tingkat korporat. Strategi korporat, menggambarkan arah pertumbuhan dan pengelolaan berbagai bidang usaha dalam sebuah organisasi untuk mencapai keseimbangan produk dan jasa yang dihasilkan. Kedua adalah strategi tingkat unit usaha (bisnis). Strategi unit usaha biasanya menekankan pada usaha peningkatan daya saing organisasi dalam satu industri atau satu segmen industri yang dimasuki organisasi yang bersangkutan. Ketiga strategi tingkat fungsional. Strategi pada tingkat ini menciptakan kerangka kerja bagi untuk manajemen fungsional seperti produksi dan operasi, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, dan penelitian dan inovasi (research and innovation). Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi tersebut.⁵

³Agus Sabardi, *Manajemen Pengantar*, Edisi Revisi (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2001), h.58.

⁴Ernie Tosnawati Sule & Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2010), h. 132.

⁵Imsar. M.Si, “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan*” (dalam Laporan Penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2018), h. 9-10

Dalam perspektif islam, manajemen strategis dapat dinyatakan sebagai rangkaian proses aktifitas manajemen islami yang mencakup tahapan formulasi, implementasi, dan evaluasi keputusan-keputusan strategis organisasi yang memungkinkan pencapaian tujuan di masa mendatang.⁶ Berkenaan dengan hal itu islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan harus berorientasi bagi pencapaian ridha Allah SWT. Tolak ukur syariah digunakan untuk membedakan aktivitas yang halal dan yang haram. Sebagai sebuah proses islami, manajemen strategis bagi suatu organisasi memiliki 9 karakter khas yang membedakannya dengan manajemen strtategis Konvensional (non islami)⁷

Tabel 2.1

Karakteristik Manajemen Strategis Islam dan Konvensional

| ISLAM | KARAKTER | KONVENSIONAL |
|---|-----------------------------|---|
| Aqidah Islam (nilai-nilai transendental) | Asas | Sekularisme (nilai-nilai material) |
| Dunia Akhirat | Motivasi | Dunia |
| Profit dan Benefit (non materi), pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan | Orientasi | Profit, Pertumbuhan dan keberlangsungan |
| Visi dan Misi organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia | Strategi Induk | Visi dan Misi organisasi ditetapkan berdasarkan kepentingan material belaka |
| Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan | Strategi Fungsional Operasi | Tidak ada jaminan Halal bagi setiap masukan, |

⁶Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjaja Kusuma, *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*, (Jakarta: Khairul Bayan, 2003), h. 41

⁷Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjaja Kusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002), h. 22

| | | |
|--|----------------------------------|---|
| keluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor syariah | | proses, dan keluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat. |
| Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan | Strategi Fungsional Pemasaran | Pemasaran menghalalkan segala cara |
| SDM professional dan berkepribadian Islam | Strategi Fungsional SDM | SDM professional yang bertanggung jawab pada diri sendiri dan majikan |
| Halal | Sumber Daya | Halal dan Haram |
| SDM profesional, berkepribadian Islam, bertanggung jawab pada diri, atasan, dan Allah SWT. | Manajemen SDM | SDM professional bertanggung jawab pada diri sendiri dan atasan. |

Menurut *webster's new world dictionary* strategi adalah sebuah keterampilan dalam mengelola atau merencanakan suatu taktik atau cara yang cerdas untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut Michael E. Porter, strategi adalah menciptakan penyesuaian diantara aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dimana keberhasilan suatu strategi tergantung pada melakukan banyak hal yang baik, tidak hanya beberapa dan menintegrasikannya.⁸

⁸Usi Usmara, *Implementasi Manajemen Strategi: Kebijakan dan Proses*, (Yogyakarta: Amara Book, 2013), h.143.

Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana pemimpin puncak berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara/upaya bagaimana agar tujuan dapat dicapai.⁹

Jadi, yang dimaksud dengan strategi disini adalah suatu rencana yang cermat mengenai suatu kegiatan atau alat yang digunakan oleh perusahaan agar dapat memprioritaskan fungsi sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan jangka panjang yang telah dirumuskan oleh perusahaan.

b. Jenis-Jenis Strategi

Strategi yang dibuat oleh perusahaan dapat dibedakan kedalam tiga kelompok strategi yaitu:

- 1) Corporate Strategy menunjukkan arah keseluruhan strategi perusahaan dalam arti apakah perusahaan akan memilih strategi pertumbuhan , strategi stabilitas, atau strategi pengurangan usaha serta bagaimana pilihan strategi tersebut disesuaikan dengan pengelolaan berbagai bidang usaha dan yang terdapat di dalam perusahaan.
- 2) Bussines strategy merupakan strategi yang dibuat pada level *bussines unit*, divisi atau *product-level* dan strateginya lebih dikenakan untuk meningkatkan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan didalam suatu industri atau segmen pasar tertentu.
- 3) Funcional strategy merupakan strategi yang dibuat oleh masing-masing fungsi organisasi perusahaan dengan tujuan menciptakan kompetensi yang lebih baik dibandingkan pesaing sehingga akan meningkatkan keunggulan bersaing.¹⁰

⁹Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), h. 2.

¹⁰Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 86.

c. Tahapan Strategi

Strategi melalui berbagai tahapan dalam prosesnya, secara garis besar strategi melalui tiga tahapan, yaitu:¹¹

1) Perumusan Strategi

Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah merumuskan strategi yang akan dilakukan. Sudah termasuk di dalamnya adalah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi untuk dilaksanakan. Dalam perumusan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari atau melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

2) Implementasi Strategi

Setelah kita merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat, dan anggota organisasi.

3) Evaluasi Strategi

Tahap akhir dari strategi ini adalah evaluasi strategi diperlukan karena diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai. Ada tiga macam kegiatan mendasar untuk mengevaluasi strategi, yakni:

- a) Meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi. Adanya perubahan yang akan menjadi satu hambatan dalam pencapaian tujuan, begitu pula dengan faktor internal yang diantaranya

¹¹Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), h. 30.

strategi tidak efektif atau hasil implementasi yang buruk dapat berakibat buruk pula bagi hasil yang akan dicapai.

- b) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan). Prosesnya dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individu dan menyimak kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Kriteria untuk mengevaluasi strategi harus dapat diukur dan mudah dibuktikan. Kriteria yang meramalkan hasil lebih penting daripada kriteria yang mengungkapkan apa yang terjadi.
- c) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti bahwa strategi yang ada yang ditinggalkan atau harus merumuskan strategi yang baru. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang dibayangkan semula atau pencapaian yang diharapkan.

2. Strategi Pengembangan sektor UMKM

Pengembangan dunia usaha khususnya industri kecil merupakan komponen penting dalam perencanaan pembangunan ekonomi daerah karena dapat memberdayakan masyarakat melalui penyerapan tenaga kerja dan peluang lapangan kerja, daya tahan industri kecil merupakan cara terbaik untuk mengembangkan perekonomian daerah yang sehat. Selanjutnya Suryana, menyatakan bahwa, pertumbuhan industri yang menggunakan sumberdaya lokal, termasuk tenaga kerja dan bahan baku untuk diekspor, akan menghasilkan kekayaan daerah dan penciptaan peluang kerja. Asumsi ini memberikan pengertian bahwa suatu daerah akan mempunyai sektor unggulan apabila daerah tersebut dapat memenangkan persaingan pada sektor yang sama dengan daerah lain sehingga menghasilkan ekspor. Dalam

kaitannya dengan pengembangan usaha kecil dapat dilihat dari teori basis. Menurut Glasson basis ekonomi membagi perekonomian menjadi dua sektor, yaitu:¹²

- a) Sektor basis adalah sektor yang mengeksport barang dan jasa ke tempat di luar batas perekonomian masyarakat yang bersangkutan atas masukandari luar perbatasan perekonomian masyarakat yang bersangkutan.
- b) Sektor bukan basis yaitu sektor yang menjadikan barang yang dibutuhkan oleh orang yang bertempat tinggal di dalam batas perekonomian masyarakat yang bersangkutan.

Menurut Suryana bahwa Teori Dinamik dan Teori Resource-Based Strategy sesuai jika diterapkan pada pengembangan UMKM di Indonesia. Model dasar resourcebased strategy adalah strategi perusahaan yang memanfaatkan sumber daya internal yang superior (potensial) untuk menciptakan kemampuan inti (keunggulan) dalam menciptakan nilai tambah untuk mencapai keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Akibatnya, keberadaan UMKM tidak tergantung pada strategi kekuatan pasar melalui monopoli dan fasilitas pemerintah. Dalam strategi ini, UMKM mengarah pada keahlian khusus secara internal yang bisa menciptakan produk inti yang unggul untuk memperbesar pangsa pasar manufaktur. Teori tersebut dapat memanfaatkan sumber daya lokal. UMKM termasuk industri kecil mampu berkembang bukan karena fasilitas dari pemerintah melainkan karena kreativitasnya. Dalam prakteknya, para pelaku UMKM cenderung menggunakan model perilaku pasar yang bersifat non-price competition melalui pengembangan pola dan desain produk unggulan baru yang lebih inovatif dan sulit ditiru dari pada model persaingan harga. Kluster industri termasuk UMKM mengidentifikasi bahwa jenis baru daerah industri telah muncul. Teori ini dikenal *New Industrial District* (NID). Dalam

¹²Arif Rahman Susila, "Potensi Ekonomi Daerah Dan Peran UMKM dalam Usaha Penanggulangan Kemiskinan Di Kabupaten Lebak" (Disertasi, Universitas Terbuka Tangerang, 2014), h. 18

Teori daerah industri tradisional mengabaikan kerja sama antara Industri Besar Dan Menengah (IBM) dengan Industri Kecil Kerajinan Rumah Tangga (IKRT). Teori ini menilai kisah sukses kluster IKRT (UMKM) terlalu tinggi, dan menilai terlalu rendah kekuatan perusahaan besar, serta gagal dalam membedakan tahap-tahap industrialisasi awal dan lanjut. Ada tiga jenis industrial district, menurut Kuncoro, dapat dijelaskan sebagai berikut:¹³

- 1) Kawasan industri yang terspesialisasi (*specialized industrial district*). Sesuai dengan garis teori tersebut, selanjutnya kluster yang terspesialisasi merupakan konsentrasi geografis subsektor manufaktur yang sama. Model ini cocok untuk kluster industri di Italia.
- 2) Daerah industri diturunkan dari model kompleks industri yang muncul dari Teori klasik dan neoklasik. Ciri utama dalam model ini adalah ada sekumpulan hubungan yang dapat diidentifikasi dan stabil, serta minimisasi biaya transaksi dan biaya spasial. Model ini dikembangkan di Amerika dan Jepang.
- 3) Model jaringan sosial (*social network model*). Model ini dikembangkan literatur sosiologis dan neo institusionalis. Kluster ini hanya menggambarkan respon ekonomi terhadap peluang yang tersedia dan melengkapinya, tetapi tingkat kelekatan dan integrasi sosial yang tidak biasa. Karena adanya bentuk modal sosial, yang dihasilkan dan dilestarikan melalui kombinasi sejarah sosial dan tindakan bersama yang menerus, merupakan faktor kunci, selanjutnya kluster ini sering disebut kluster dewasa.

Teori *Industrial District* lebih menonjolkan pada daerah-daerah industri di Eropa dan Amerika. Teori ini telah mengalami evolusi yang cukup lama dan berakar dalam konteks tradisional, institusional, serta kultural bukan didirikan melalui intervensi pemerintah. Teori industrial district tersebut memiliki daya penjas yang

¹³*Ibid, h.19*

lebih baik dalam menganalisis kluster UMKM dibandingkan dengan model Teori *New Economic Geography* (NEG). Karena dalam Teori NEG, sebenarnya mengabaikan peran dan keberadaan industri kecil rumah tangga (IKRT) dalam kluster industri secara regional, sehingga ciri-ciri dan peran dari UMKM menjadi kurang diperhatikan.¹⁴

Pada era otonomi daerah paradigma dalam pembangunan daerah, keberhasilan pembangunan tidak lagi hanya diukur dari kemajuan fisik yang diperoleh atau berapa besar Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang dapat diterima. Keberhasilan pembangunan harus dapat diukur dengan parameter yang lebih luas dan lebih strategis yang meliputi semua aspek kehidupan baik materiil maupun non materiil. Agar dapat memenuhi kriteria luas dan strategi tersebut, maka pelaksanaannya harus diawali berdasarkan prioritas dan pemilihan sasaran-sasaran yang mempunyai nilai strategis dan memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan citra Kabupaten Lebak dengan membangun sektor-sektor ekonomi yang memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.¹⁵

Berkaitan dengan pembangunan ekonomi daerah, pembangunan ekonomi wilayah hingga saat ini masih menghadapi masalah, diantaranya adalah keterbelakangan ekonomi. Upaya masyarakat dalam memanfaatkan atau mengelola sumber daya belum berhasil sepenuhnya, hal ini disebabkan karena sebagian penduduk masih terbelakang secara ekonomi, artinya kualitas penduduk adalah rendah yang tercermin dalam produktivitas yang rendah Padahal tingkat produktivitas berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan. Sektor ekonomi unggulan pada dasarnya adalah motor penggerak perekonomian di suatu wilayah. Melalui sektor ekonomi unggulan, suatu wilayah secara tidak langsung menggantungkan diri pada kontribusi hasil penjualan dari sektor ekonomi unggulan tersebut bagi pembentukan PDRB wilayahnya digunakan sebagai salah satu sarana pelaksanaan pembangunan daerah. Potensi ekonomi daerah adalah kemampuan ekonomi yang ada didaerah yang

¹⁴*Ibid, h.19*

¹⁵*Ibid, h.19*

mungkin dan layak dikembangkan sehingga akan terus berkembang menjadi sumber penghidupan rakyat bahkan pendorong perekonomian daerah secara keseluruhan untuk berkembang dengan sendirinya dan berkesinambungan. Sebelum sebuah strategi pengembangan disusun sebaiknya diketahui dahulu kekuatan dan kelemahan daerah. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan tersebut akan lebih tepat dalam menyusun strategi guna mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan dengan diketahuinya tujuan dan sasaran maka strategi pengembangan lebih terarah dan strategi tersebut akan menjadi pedoman bagi siapa saja yang melaksanakan usaha di daerah yang bersangkutan. Oleh karena itu dalam mempersiapkan strategi ada langkah-langkah yang dapat ditempuh:¹⁶

- 1) Mengidentifikasi sektor-sektor yang mempunyai potensi untuk dikembangkan dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan masing-masing sektor.
- 2) Mengidentifikasi sektor-sektor yang potensinya rendah untuk dikembangkan dan mencari faktor penyebabnya.
- 3) Mengidentifikasi sumber daya yang siap digunakan untuk mendukung pengembangan
- 4) Dengan menggunakan pembobotan terhadap variabel kekuatan dan kelemahan maka akan ditemukan potensi yang menjadi unggulan dan patut dikembangkan.
- 5) Menentukan strategi untuk mengembangkan sektor yang dapat menarik sektor lain untuk tumbuh sehingga perekonomian dapat berkembang.

3. Home Industri

a. Definisi Home Industri

Home Industri atau biasa disebut industri rumah tangga tergolong dalam kategori usaha kecil yang di kelola keluarga. Dimana usaha kecil menurut UU No. 20

¹⁶*Ibid, h.20*

Tahun 2008 bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksudkan dalam Undang-undang ini.¹⁷

Home industri pada umumnya memusatkan kegiatan di sebuah rumah keluarga tertentu atau salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggalnya dan mengajak beberapa orang yang ada disekitarnya dan para karyawan biasanya berdomisili di tempat yang tak jauh dari rumah produksi tersebut. Karena secara geologis dan psikologis hubungan mereka sangat dekat (pemilik usaha dengan karyawan) memungkinkan untuk menjalin komunikasi dengan sangat mudah. Dari kemudahan berkomunikasi ini diharapkan dapat memicu etos kerja yang tinggi, karena masing-masing merasa bahwa kegiatan ekonomi ini adalah milik keluarga, kerabat, juga warga merupakan tanggung jawab bersama dalam upaya meningkatkan perusahaan mereka.

b. Klasifikasi Home Industri

Terdapat perbedaan dalam mengklasifikasikan usaha kecil dalam mengukur skala usaha kecil ini diantaranya :

- 1) “Dalam Undang-undang No.9 tahun 1995 tentang usaha kecil menyebutkan bahwa usaha ini merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki omset atau hasil penjualan tahunan maksimal Rp1 miliar dan memiliki asset atau kekayaan bersih tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, paling banyak Rp 200 juta. Serta dalam UU ini disebutkan bahwa usaha kecil bersifat independen dan tidak

¹⁷UU RI No. 20 Tahun 2008 *Tentang UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009,Cet. Ke-2, h.3.

terafiliasi dengan usaha menengah-besar serta dapat berbadan hukum dan boleh tidak.”¹⁸

- 2) “Biro Pusat Statistik (BPS) Biro Pusat Statistik mengklasifikasikan usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan, yaitu (1) usaha mikro atau industri rumah tangga dengan pekerja kurang dari 5 orang, (2) usaha atau industri kecil dengan jumlah tenaga kerja 5-19 orang, (3) usaha atau industri menengah dengan pekerja 20-99 orang, dan (4) usaha atau industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih. Karena itu, usaha kecil identic dengan industri kecil dan industri rumah tangga.”
- 3) “Menteri Negara Koperasi Menteri Negara Koperasi dan PKM, selain mengacu pada UU Nomer 9/1995 tentang usaha kecil, juga memiliki batasan sendiri untuk kategori usaha menengah, yaitu asset yang dimiliki antara Rp 200 juta hingga Rp 10 miliar. Begitu juga dengan bank Indonesia, institusi ini mengacu UU itu untuk mendefinisikan usaha kecil, namun untuk skala usaha mikro dan menengah, terdapat batasan yang khusus. Sedangkan Bank dunia (World Bank) mendefinisikan usaha makro sebagai usaha denga jumlah pekerja sama atau kurang dari 20 orang, sementara usaha menengah adalah usaha dengan pekerja 20 hingga 150 orang dan asset, diluar tanah dan bangunan, sama atau kurang dari US \$ 500 ribu.”¹⁹

c. Landasan Hukum Home Industri (Usaha Kecil)

Adapun landasan hukum usaha kecil menengah diantaranya:

- 1) UU RI No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil

Dalam undang-undang ini tujuan pemberdayaan usaha kecil sesuai pasal 4 yaitu:

¹⁸Undang-undang Republik Indonesia *tentang usaha kecil*, no.9, tahun 1995

¹⁹Yusuf CK Arianto, *Rahasia Dapat Modal dan Fasilitas Dengan Cepat dan tepat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 8-9

- a) Menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah.
 - b) Meningkatkan peranan usaha kecil dalam pembentukan produk nasional, perluasan kesempatan kerja dan berusaha, meningkatkan ekspor, serta peningkatan dan pemerataan pendapatan untuk mewujudkan dirinya sebagai tulang punggung serta memperkuat struktur perekonomian nasional.²⁰
- 2) PP (Peraturan Pemerintah) No. 32 Tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Dalam undang-undang ini pembinaan dan pengembangan usaha kecil sesuai pasal 5 dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:
- a) Identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh usaha kecil.
 - b) Penyiapan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi oleh usaha kecil.
 - c) Pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan.
 - d) Pemantauan dan pengendalian pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan bagi usaha kecil.²¹
- 3) Keppres (Keputusan Presiden) No.99 Tahun 1998 tentang bidang/jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil dan bidang/jenis usaha yang terbuka untuk usaha menengah atau usaha besar dengan syarat kemitraan Sesuai keputusan presiden yang terdapat pada pasal 1 bahwa yang di maksud dengan:

²⁰Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1995, tentang Usaha Kecil Pasal 4

²¹Peraturan Pemerintah No. 32 Tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil

- a) Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria sebagaimana dimaksudkan dalam undang-undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.
 - b) Bidang/jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil adalah bidang/jenis usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.
 - c) Kemitraan adalah kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.²²
- 4) Inpres (Instruksi Presiden) No. 10 Tahun 1999 tentang pemberdayaan usaha menengah.

Para menteri dan menteri Negara, seluruh pimpinan lembaga pemerintahan non departemen, gubernur serta bupati/walikota, sesuai dengan ruang lingkup tugas, kewenangan dan tanggung jawab masing secara bersama-sama atau secara sendiri-sendiri, melaksanakan pemberdayaan usaha menengah yang meliputi bidang-bidang diantaranya pembiayaan, pemasaran, teknologi, sumberdaya manusia, perizinandan menyusun skala prioritas dalam pemberdayaan usaha menengah, terutama yang berkaitan dengan pengembangan ekspor, penyerapan tenaga kerja serta pemenuhan kebutuhan pokok.²³

²²KEPUTUSAN PRESIDEN No.99 Tahun 1998 tentang bidang/jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil dan bidang/jenis usaha yang terbuka untuk usaha menengah atau usaha besar dengan syarat kemitraan pasal 1

²³INTRUKSI PRESIDEN No. 10 Tahun 1999 tentang pemberdayaan usaha menengah

- 5) UU RI No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah. Adapun tujuan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah sesuai pasal 5 yaitu :
- a) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan
 - b) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro kecil dan menengah menjasi usaha yang tangguh dan mandiri.
 - c) Meningkatkan peran usaha mikro kecil dan menengah dan pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

d. Manajemen dalam Industri Kecil

Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan sumberdaya untuk mencapai tujuan yang sudah diterapkan.²⁴ Dalam sebuah industri kecil sangat dibutuhkan manajemen pengelolaan yang baik untuk kelangsungan industri dimasa yang akan datang, adapun diantaranya:

1) Permodalan

Permodalan dalam kegiatan usaha untuk menghasilkan profit sangat dibutuhkan karena modal merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha. Modal ini nantinya yang akan digunakan untuk membiayai operasional usaha seperti belanja bahan baku, membayar gaji karyawan, periklanan, dan lainnya. Adapun modal dibagi menjadi 2 yaitu:

a) Menurut waktu pengeluaran

- (1) Modal investasi adalah modal yang digunakan dalam jangka panjang, namun dapat dipakai secara berulang kali. Biasanya

²⁴M. Manullang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Yogyakarta: Gajah Mada University perss, 2012), h.5.

dilakukan pada awal pendirian usaha tersebut. Diantaranya berupa tanah, bangunan, mesin, ataupun peralatan

- (2) Modal kerja adalah modal yang akan digunakan untuk melakukan pendanaan terhadap biaya operasional dari usaha yang dijalankan. Modal kerja ini akan digunakan dalam jangka waktu yang lebih pendek.

b) Menurut Sumber Dana

- (1) Modal sendiri, modal didapatkan dari pendanaan yang diperoleh dari diri sendiri. Misalnya pihak pelaku usaha mendapat modal dari harta kekayaan sendiri.
- (2) Modal dari luar, modal dari luar ini biasanya diperoleh dari bank, kerabat dekat atau rekan bisnis.²⁵

4. Teori Pendapatan

a. Definisi Pendapatan

Pengertian pendapatan menurut KBBI adalah perhitungan banyak uang yang akan diterima, sedangkan rumah tangga adalah segala yang berkenaan dengan urusan kehidupan dalam keluarga seperti belanja.²⁶ Menurut Afrida pendapatan rumah tangga adalah penghasilan seluruh anggota keluarga yang disambungkan untuk memenuhi kebutuhan bersama ataupun perorangan dalam rumah tangga. Sedangkan menurut Junandar pendapatan rumah tangga adalah pendapatan/penghasilan yang diterima oleh rumah tangga bersangkutan baik yang berasal dari pendapatan kepala rumah tangga maupun pendapatan anggota-anggota rumah tangga. Maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan rumah tangga/keluarga adalah pendapatan yang diperoleh dari seluruh anggota rumah tangga yang bekerja baik kepala keluarga maupun anggota keluarga yang lain.

²⁵John Septihanto, *Manajemen Modal Kerja*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1997), h.9.

²⁶Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

b. Pendapatan dalam Perspektif Islam

Pendapatan menurut Islam dapat dikatakan sebagai *Ijarah*, *Ijarah* secara bahasa berarti upah, sewa, jasa atau imbalan. Adapun *ijarah* berasal dari kata *al-ajru*, berarti *al-iwadh* (upah atau ganti). Wahbah al-zuhaily menjelaskan *ijarah* menurut bahasa, yaitu *ba'I al-manfaah* yang berarti jual beli manfaat. Sementara itu *ijarah* secara istilah adalah akad yang lazim atas suatu manfaat pada waktu tertentu dengan harga tertentu. Ada beberapa mazhab yang berpendapat tentang pengertian *ijarah* diantaranya:

- 1) *Ijarah* menurut Hanafiyah adalah “Akad terhadap suatu manfaat dengan adanya ganti.
- 2) *Ijarah* menurut Malikiyah “Pemilikan terhadap manfaat suatu barang yang dibolehkan sampai waktu tertentu dengan adanya ganti.
- 3) Sedangkan menurut Syafi’iyah *ijarah* adalah “Akad atas manfaat yang dibolehkan dengan imbalan yang diketahui.²⁷

Jika dilihat dari objeknya *Ijarah* ada dua, yaitu:

- a) *Ijarah ain*, yaitu *ijarah* yang berhubungan dengan penyewaan benda yang bertujuan untuk mengambil manfaat dari benda tersebut tanpa adanya pemindahan hak milik. Hal ini berhubungan dengan sewa jasa, yaitu mempekerjakan jasa seseorang dengan upah sebagai imbalan jasa yang disewa. Contoh implementasi *ijarah ain* dalam kehidupan sehari-hari yaitu: “misalnya sewa menyewa rumah, kendaraan, pakaian dll. Dalam hal ini mu’jir mempunyai benda-benda tertentu dan musta’jir butuh benda tersebut dan terjadi kesepakatan antara keduanya, dimana mu’jir mendapatkan imbalan tertentu dari musta’jir mendapatkan manfaat dari benda tersebut.

²⁷Yazid afandi, *Fiqih Muamalah dan Implementasinya dalam lembaga keuangan syariah*,(Bandung: Logung pustaka, 2009) h.188

- b) Ijarah amal, yaitu ijarah terhadap perbuatan atau tenaga manusia atau upah-mengupah. Ijarah ini digunakan untuk memperoleh jasa dari seseorang dengan membayar upah atau jasa dari pekerjaan yang dilakukannya. Ijarah ini berusaha mempekerjakan seseorang untuk melakukan sesuatu. Mu'jir adalah orang yang memiliki keahlian, tenaga, jasa dan lainlain kemudian musta'jir adalah pihak yang membutuhkan keahlian, tenaga atau jasa tersebut dengan imbalan tertentu. Mu'jir mendapatkan upah (ujrah) atas tenaga yang ia keluarkan untuk musta'jir dan musta'jir mendapatkan tenaga atau jasa dari mu'jir. Misalnya yang mengikat bersifat pribadi adalah menggaji seorang pembantu rumah tangga, sedangkan yang bersifat serikat yaitu sekelompok orang yang menjual jasanya untuk kepentingan orang banyak. Seperti buruh bangunan, tukang jahit, buruh pabrik dan tukang batu.²⁸

Penentuan Upah menurut islam, upah harus ditetapkan dengan cara yang layak dan patut tanpa merugikan kepentingan pihak yang manapun, sesuai firman Allah QS Al-Baqarah (2): 279

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِنَّكُمْ لَفِي رُءُوسِ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ
وَلَا تُظْلَمُونَ

*“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa Riba) maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan)”*²⁹

²⁸ Abdul, aziz dahlan, et. al, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: ichtiar baru van hoeve, 2001), h.662-663

²⁹ Al-Qur'an dan Terjemahan Surah Al-Baqarah

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang strategi manajemen sumber daya manusia dan hubungannya dengan kinerja karyawan telah banyak dilakukan, di antaranya penelitian Nur Inayati³⁰, Siti Lailatul Muthaharoh³¹, Ridho Agrinata³², Arief Rahman Susila, S.E, M.Si dan Drs. C.B. Supartomo, M.Si³³, Akmal Ihsan³⁴.

- 1) Penelitian Nur Inayati dengan judul “Peran Home Industri dalam peningkatan pendapatan Ibu rumah tangga (study kasus di home industri el-lisa hijab desa pendosawalan kecamatan kalinyamatan kabupaten jepara)”. Hasil penelitiannya penulis memfokuskan pada ibu rumah tangga yang bekerja di ellisa hijab dengan ketentuan sebagai karyawan tetap dengan lamanya kerja mulai dua tahun hingga lebih. Sehingga dapat diketahui hasil dari Peran Home Industri dalam Peningkatan Pendapatan Ibu Rumah Tangga yaitu bahwa dengan adanya home Industri El-Lisa Hijab Jepara mampu membawa perubahan yang positif bagi ibu rumah tangga menjadi lebih produktif, kreatif dan dapat meningkatkan taraf

³⁰Nur Inayati, “Peran Home Industri Dalam Peningkatan Pendapatan Ibu Rumah Tangga, studi kasus di home industri el-lisa hijab desa pendosawalan kecamatan kalinyamatan kabupaten jepara” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019)

³¹Siti Lailatul Mutaharoh, “Usaha Home Industri Kerupuk Kiloan Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga Ditinjau Dari Ekonomi Islam, Studi Kasus Kerupuk Bawang Di Kecamatan Rengat” (Skripsi, Fakultas Ekonomi islam Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2013)

³²Ridho Agrinata, “Prospek Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan keluarga Menurut Tinjauan Ekonomi Islam, Studi Pada Industri Rumah Tangga Pembuatan Kerupuk Bayam Di Kecamatan Mandau-Duri” (Skripsi, Fakultas Ekonomi islam Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2012)

³³Arief Rahman Susila, dan C.B. Supartomo, “Potensi Ekonomi Daerah Dan Peran UMKM dalam Usaha Penanggulangan Kemiskinan Di Kabupaten Lebak” (Disertasi, Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka Tangerang, 2014)

³⁴Akmal Ihsan, “Kontribusi Industri Rumahan dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Kota Watampone studi kasus usaha kue dan roti Ainun Jaya” dalam Jurnal Ilmiah Al Tsarwah, April 2016

hidup keluarganya hingga memenuhi indikator kesejahteraan keluarga serta dapat merubah anggapan masyarakat atas keberadaan seorang ibu rumah tangga yang hanya bisa diam dirumah tanpa bisa melakukan kegiatan untuk meningkatkan pendapatan keluarga.

Adapun perbedaan penelitian Nur Inayati ini dengan penelitian saya adalah pada penelitian Nur inayati hanya menggunakan metode deskriptif kualitatif sementara penelitian penulis menggunakan data kualitatif dengan analisis SWOT.

Selanjutnya Persamaan dalam penelitian Nur Inayati dan Penelitian penulis meneliti bagaimana home industri dapat membantu meningkatkan pendapatan Rumah Tangga.

- 2) Penelitian Siti Lailatul Muthoharoh dengan judul “Usaha Home Industri Kerupuk Kiloan Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga Ditinjau Dari Ekonomi Islam(Studi Kasus Kerupuk Bawang Di Kecamatan Rengat)” hasil penelitian dari penelitian ini dihasilkan suatu temuan bahwa Usaha Home Industri Kerupuk Bawang kiloan di Kecamatan Rengat merupakan usaha home industri yang dikelola dengan cara sederhana atau masih secara tradisional. Dampak usaha ini dapat meningkatkan perekonomian keluarga juga memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitarnya yang sebelumnya tidak punya pekerjaan dengan adanya usaha ini ada peluang untuk bekerja. Tinjauan ekonomi Islam usaha ini hukumnya halal, karena dalam pengelolaanya bersih dari bahan-bahan yang berbahaya.Sedangkan dalam hal pemasaran masih ada beberapa kendala seperti modal, promosi, dan sarana pendistribusian. Walaupun demikian dengan segala keterbatasan dan kendala yang dihadapi, keberadaan usaha home industri kerupuk bawang kiloan telah berhasil meningkatkan perekonomian keluarga dan sejalan dengan ekonomi Islam.

Adapun persamaan antara penelitian Siti Mutharoh dengan penelitian penulis adalah meneliti keberadaan home industri sebagai peningkat pendapatan ekonomi rumah tangga atau ekonomi keluarga

Sementara perbedaannya terletak pada temuan penelitian, dimana pada penelitian Siti Mutharoh terdapat penjabaran tentang kendala promosi, sarana pendistribusian dan modal, sementara penelitian yang penulis lakukan tidak memuat kendala-kendala dalam promosi dan modal.

- 3) Penelitian Ridho Agrinata dengan judul “Prospek Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan keluarga Menurut Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Rumah Tangga Pembuatan Kerupuk Bayam Di Kecamatan Mandau-Duri).” Hasil penelitian dari penelitian ini ditemukan bahwa industri rumah tangga pembuatan kerupuk bayam di Kecamatan Mandau-Duri merupakan usaha yang sudah lama berdiri. Industri rumah tangga kerupuk bayam ini masih bekerja sama dengan pihak lain dalam pengadaan bahan baku, tetapi industri rumah tangga ini memiliki peningkatan keuntungan dalam tiap tahunnya. Walau demikian industri rumah tangga ini memiliki faktor penghambat seperti: modal yang kurang, bahan baku yang harus di pasok dari Sumatera Barat, kemasan produksi yang kurang menarik dan modern, label dan tanda pengenal usaha yang sudah rusak bahkan hilang, tetapi industri rumah tangga ini juga memiliki faktor pendukung seperti: telah mendapatkan sertifikat MUI, BPOM, Diskes Disperdag, mendapatkan dukungan dari pemerintah kecamatan, bekerja sama dengan toko/swalayan/supermarket/rumah makan hingga usaha catering.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada sisi peningkatan pendapatan rumah tangga atau peningkatan pendapatan keluarga.

Selanjutnya perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pada penelitian ini memuat sisi tinjauan ekonomi islam sedangkan penelitian penulis tidak ditinjau dari sudut pandang ekonomi islam.

- 4) Penelitian Arief Rahman Susila, S.E, M.Si dan Drs. C.B. Supartomo, M.Si dengan judul “Potensi Ekonomi Daerah Dan Peran UMKM dalam Usaha Penanggulangan Kemiskinan Di Kabupaten Lebak”. Hasil penelitian Dari hasil kajian penelitian ini, Hasil dari LQ diketahui bahwa di Kabupaten Lebak terdapat 6 sektor yang merupakan sektor basis, yaitu sektor pertanian, pertambangan dan penggalian, bangunan, perdagangan hotel dan restoran, keuangan persewaan dan jasa perusahaan, serta jasa. Tingkat penyerapan tenaga kerja sektor dominan berada dalam dalam sektor industri pengolahan. Hasil SWOT diketahui bahwa strategi yang bisa dilakukan adalah memaksimalkan potensi dari sektor industri pengolahan produk hortikultura, memperbaiki kualitas SDM, dan memberikan payung hukum mengenai jenis produk unggulan.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pada bagaiman metodologo penelitian menggunakan data kualitatif dengan analisis SWOT.

Sementara perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada bagian focus pembahasan. Penelitian ini memfokuskan penelitian pada Potensi dan Peran UMKM dalam penanggulangan kemiskinan, sementara penelitian penulis membahas Strategi peningkatan home industri pada usaha Konveksi.

- 5) Penelitian Akmal Ihsan dengan judul “Kontribusi Industri Rumahan dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Kota Watampone (studi kasus usaha kue dan roti Ainun Jaya)” Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, Secara parsial hasil analisis regresi menunjukkan industri rumahan berkontribusi signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kota Watampone, lalu industri rumahan usaha kue dan roti

Ainun Jaya memberikan kontribusi yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Dimana jika pendapatan dari industri rumahan kue dan roti Ainun Jaya meningkat akan diikuti dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Namun sebaliknya jika pendapatan industri rumahan kue dan roti Ainun Jaya mengalami penurunan maka pertumbuhan ekonomi juga mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa industri rumahan memberikan kontribusi yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi.

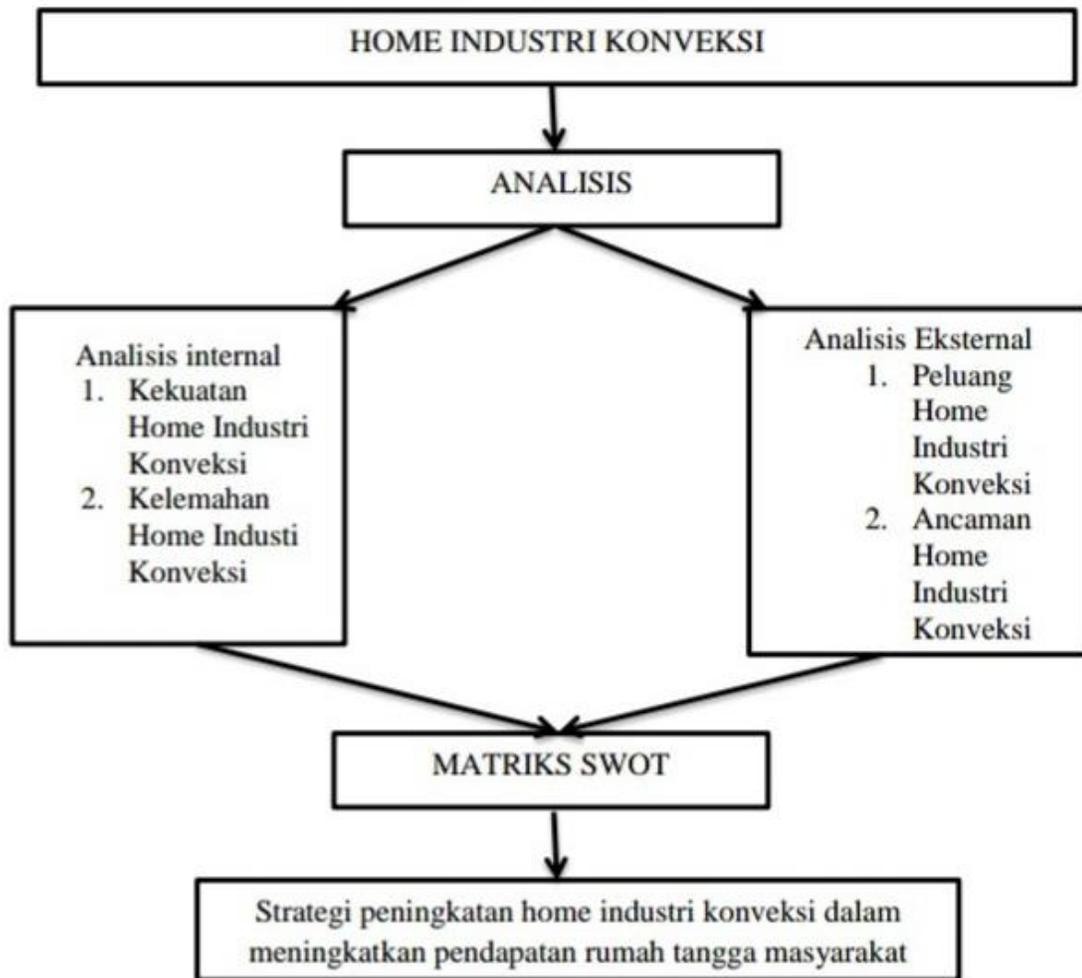
Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulisa adalah hasilnya sama-sama memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi.

Sementara perbedaannya terletak pada metode penelitian yang mana penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi dan penelitian penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka teori merupakan sistem hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa yang berhubungan dengan variabel selanjutnya digunakan sebagai perumusan hipotesa untuk mengetahui masalah apa yang akan dibahas. Untuk mendekati masalah yang akan dianalisis pada permasalahan penelitian, maka perlu dibuat kerangka teoritis sebagai dasar pemikiran penelitian ini. Kerangka yang dimaksud akan lebih mengarahkan penulis untuk menemukan data dan informasi dalam penelitian ini guna memecahkan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya³⁵. Kerangka teoritis pada penelitian ini dapat dijelaskan pada bagan di bawah ini:

³⁵Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. (Bandung: Alfabeta, 2009), hal 30



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka teori pada penelitian ini dimulai dengan penggalian informasi yang diolah dari hasil wawancara riset tentang bagaimana potensi usaha Abu Bakar Konveksi dan Yasnan Konveksi. Tingkat pendapatan usaha Abu Bakar konveksi, penyerapan tenaga kerja pada usaha tersebut, pengembangan sumber daya manusia, dan pendapatan tenaga kerja yang bekerja di Konveksi tersebut. elemen yang peneliti sebutkan ini kemudian akan menjadi acuan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan sebagai sumber informasi utama dari penelitian ini dalam penggunaan analisis SWOT.

Lalu kemudian, pertanyaan yang diajukan dibagi atas 2. Pertama, pertanyaan seputar faktor internal usaha konveksi tersebut, yaitu bagaimana pertumbuhan Usaha konveksi dilihat dari potensi usaha, tingkat Omset dan pendapatan, strategi-strategi yang dijalankan serta kualitas tenaga kerja pada usaha konveksi tersebut dan kelemahan yang terdapat pada usaha konveksi ini lalu yang kedua, pertanyaan yang meliputi faktor eksternal yaitu, peluang usaha yang tergambar, keadaan ekonomi tenaga kerja sebelum dan sesudah bekerja pada konveksi tersebut, dan ancaman yang dihadapi pada konveksi tersebut.

Jawaban dari pertanyaan itu kemudian diolah menggunakan analisis SWOT yang berujung pada lahirnya strategi-strategi untuk masing-masing matriks. Strategi matriks yang menjadi hasil akhir dari penelitian itu yang nantinya diharapkan dapat menjadi solusi untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Penelitian Kualitatif umumnya bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif, dilakukan dalam situasi yang wajar (*natural setting*) dan data dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif. ¹Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang mana data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, gambar, dan dinyatakan dengan berdasarkan angket, mendiskripsikan serta melakukan analisis strategi home industri dalam peningkatan pendapatan rumah tangga masyarakat serta kontribusi apa saja yang telah diberikan home industri kepada pekerjanya dan bagaimana pemberdayaan home industri di Binjai lalu strategi peningkatan home industri konveksi dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga masyarakatnya. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi²

Karena mengandalkan hasil wawancara pada Pemilik usaha Konveksi dan pekerja dari usaha Abu Bakar Konveksi dan Yasnan Konveksi yang ada di Kecamatan Binjai Timur, Kota Binjai, Studi Dokumentasi pada arsip-arsip berupa hasil laporan wawancara, serta dokumentasi lainnya yang terkait dengan permasalahan ini. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan, menyajikan, serta menganalisis jawaban dari hasil wawancara serta data berdasarkan hasil penyebaran angket yang dapat memberikan gambaran yang jelas atas objek yang diteliti, untuk kemudian di proses dan dianalisis untuk kemudian menarik kesimpulan.

¹Tim Penyusun Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, *Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi DanBisnis Islam Uin Sumatera Utara*, (Medan, 2015), h. 31

²Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 1

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara langsung dengan mendatangi lokasi penelitian Usaha Abu Bakar Konveksi yang berada di Jalan Nuri Lingkungan II Amal, Kelurahan Mencirim, Kecamatan Binjai Timur, Kota Binjai, Sumatera Utara 20733. Adapun Penelitian dilaksanakan pada Desember sampai dengan selesai. Lokasi ini peneliti pilih sesuai dengan peraturan daerah Kota Binjai Tentang rencana tata ruang wilayah kota binjai ditetapkan bahwa Kecamatan Binjai Utara dan Binjai Timur sebagai kawasan pembangunan industri besar, Kecamatan Binjai Barat dan Binjai Selatan sebagai kawasan pembangunan industri pertanian dan peternakan, dan semua lokasi (Kecamatan) untuk pembinaan industri skala sedang. Terkecuali, kawasan Binjai Kota untuk kawasan industri.³

Sentra-sentra perdagangan hampir merata terdapat di setiap kecamatan, dengan pusat perdagangan terdapat di Kecamatan Binjai Kota. Jumlah usaha perdagangan di kota ini mencapai 2.064, dengan dominasi usaha perdagangan kecil sebanyak 1.729 usaha (83,7%). Sementara, jumlah usaha industri mencapai 462 unit industri non formal dan 305 unit industri formal. Hasil-hasil industri yang menjadi unggulan adalah industri anyaman bambu, konveksi, kerupuk, mebel bambu, selai, tepung, manisan buah, terasi, sepatu/sandal, dan tahu/tempe.⁴

C. Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah beberapa informan yang dipercaya dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dengan akurat yaitu Pemilik usaha Abu Bakar Konveksi dan Yasnan Konveksi, Pekerja atau Karyawan dari kedua Usaha Konveksi tersebut, baik laki-laki ataupun perempuan yang mana jumlah informan yang diambil sebanyak 8 orang.

³Peraturan daerah Kota Binjai nomor 11 tahun 2011. Tentang rencana tata ruang wilayah Kota Binjai

⁴*Ibid*

D. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan realistis. Teknik pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan data dan mengolah data, Untuk memperoleh pengumpulan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sebagai berikut: ⁵

1. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Inti dari observasi adalah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Perilaku yang tampak dapat berupa perilaku yang dapat dilihat langsung oleh mata, dapat didengar, dapat dihitung dan dapat diukur.⁶ Dimana peneliti datang langsung ke Home Industri Masyarakat Kota Binjai serta meminta data responden untuk dapat diwawancarai secara langsung untuk mengetahui secara detail tentang beberapa hal yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian seperti kegiatan, dan hasil kerja selama ibu rumah tangga itu menjadi karyawan.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik.⁷ Metode ini di gunakan peneliti untuk menengetahui sejauh mana peran home industry masyarakat kota Binjai terhadap pendapatan ibu rumah tangga. Untuk mendapatkan informasi

⁵ Muhammad Syahbudi dan Muhammad Arif, “Strategi Pengembangan Program Studi Akuntansi Syariah Dalam Meningkatkan Akreditasi” (dalam Jurnal Al-Masharif Januari-Juni 2019) , h. 46

⁶ Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Ilmu-Ilmu Sosial)*, Jakarta: Salemba Humanika 2012, Cetakan Ketiga, h. 131

⁷ Imam Gunawan, S.Pd.,M.Pd, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, Cetakan Pertama, 2013, h. 160

yang akurat dalam *interview* peneliti mewawancarai Pemilik Home Industri, bagian administrasi, dan karyawan ibu rumah tangga.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa sumber data tertulis, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁸ Dengan demikian maka dapat dikumpulkan data-data dengan katagorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen, buku-buku, jurnal ilmiah, koran, majalah, website dan lain-lain. Selain wawancara, peneliti juga menggunakan dokumentasi yang berkaitan dengan Potensi home industry Masyarakat Kota Binjai.

Tahap berikutnya adalah metode pengumpulan data yang merupakan cara untuk memperoleh tujuan. Cara pertama ini digunakan setelah peneliti memperhitungkan kemajuan yang ditinjau dari tujuan serta situasi penelitian⁹ Data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah :

a. Sumber Data Primer

Data Primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek penelitian.¹⁰Data primer dalam penelitian ini berupa data yang diperoleh secara langsung melalui observasi lapangan pada Abu Bakar Konveksi. Dalam hal ini peneliti akan memberikan beberapa pertanyaan untuk diwawancarai kepada narasumber dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu

⁸Prof. Dr. Sugiyono., *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Alfabeta, 2012, hal 82

⁹Winarno Surahmad, *Dasar dan Teknologi Reseach; pengantar metodologi ilmiah* (Bandung: Tarsito, 1992), h.27

¹⁰M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, danKebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, Cet. 1, 2004, hal. 122

teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Karyawan home industri baik laki-laki ataupun perempuan dan merupakan karyawan tetap home industry
- 2) Sudah Bekerja lebih dari 1 tahun

Maka dari itu peneliti mengambil sebanyak 8 orang informan yang bekerja di Abu Bakar Konveksi di Kota Binjai berdasarkan kualifikasi diatas. Selain hasil wawancara mendalam peneliti juga mengumpulkan data dari kuesioner atau angket yang dikhususkan tertuju kepada pemilik usaha atau stake holder atau pimpinan bagian pada Abu Bakar Konveksi.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah tulisan ilmiah, penelitian atau buku-buku yang mendukung tema penelitian. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis data bersumber dari data tertulis¹¹ Data sekunder sendiri data yang tidak dapat diperoleh langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari pihak lain misalnya dokumen laporan, artikel, jurnal, Berita online terpercaya dan majalah ilmiah yang terkait dengan materi peneliti. Maka dari hal ini sumber data sekunder nantinya akan diperoleh dari data maupun dokumen kearsipan dari home industry yang ada dikota Binjai, buku, jurnal, skripsi penelitian terdahulu, Disertasi dan dari internet atau artikel.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan yang harus dilalui dari serangkaian tahap dalam sebuah penelitian yang mempunyai fungsi yang sangat penting. Hasil penelitian harus melalui proses analisis data terlebih dahulu agar dapat

¹¹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakary, 2002), h.112

dipertanggungjawabkan keabsahannya.¹² Analisis data dalam hal ini penulis menggunakan analisis metode deskriptif yakni mendeskripsikan data yang diperoleh melalui sumber data primer maupun sekunder. Karena penelitian ini kualitatif maka disebut dengan penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini selain akan dianalisis secara deskriptif kualitatif penulis juga menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan logika yang dapat memaksimalkan *strength* (kekuatan) dan *opportunity* (peluang), namun secara bersamaan dapat meminimalkan *weakness* (kelemahan) dan *threat* (ancaman). *Strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman) merupakan faktor-faktor strategis perusahaan yang perlu dianalisis dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut pula analisis situasi dengan model analisis SWOT. Model yang populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT dengan menggunakan *Matrix External Factor Evaluation* dan *Matrix Internal Factor Evaluation*.

1. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Ada lima tahap penyusunan *Matriks Eksternal Factor Evaluation* (EFE):

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- c. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat baik), 3 (respon diatas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon dibawah rata-rata). Rating ini

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, cet 10, 2010), h. 312

berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.

- d. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e. Jumlahkan semuanya score untuk mendapatkan total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.¹³

Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

2. *Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE)*

Ada lima tahap penyusunan *Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE)*:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting)
- c. Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relative dari factor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor-faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberi bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating=1), kelemahan yang kecil (rating=2), kekuatan yang kecil (rating=3) dan kekuatan yang besar (rating=4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan itu berada.

¹³David dan Fred R. *Manajemen Strategi: konsep-konsep*, (Jakarta:INDEKS Kelompok Gramedia, 2006), h. 143.

- d. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e. Jumlahkan total score masing-masing variabel.

Berapapun faktor yang dimasukkan dalam matriks IFE, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengidentifikasi posisi internal yang kuat.

3. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Ada lima tahap penyusunan matriks *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS):

- 1) Tentukan factor-factor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting), sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3) dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- 5) Jumlahkan total skor masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matriks IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5.

Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkam total nilai diatas 2,5 mengidentifikasi posisi internal yang kuat.

4. Matrik EFAS(*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Ada lima tahap penyusunan *Matriks Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS):

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut memungkinkan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon diatas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon dibawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan kondisi perusahaan.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- 5) Jumlahkan semua score untuk mendapatkan nilai total score perusahaan.

Sudah tentu bahwa dalam EFAS Matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah 1,0. Total score 4,0 mengidentifikasi bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

5. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki

Matrik SWOT

| | | |
|--|--|--|
| EFAST IFAS | STRENGTH (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki | WEAKNESSES (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki |
| | STRATEGI SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada | STRATEGI WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada |
| OPPORTUNITIES (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi | THREATS (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi | STRATEGI ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari semua ancaman |
| | | STRATEGI WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman |

Gambar 3.1 Matrik SWOT

Sumber : Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis oleh: Freedy Rangkuti.¹⁴

1) Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk membuat dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2) Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman

3) Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki

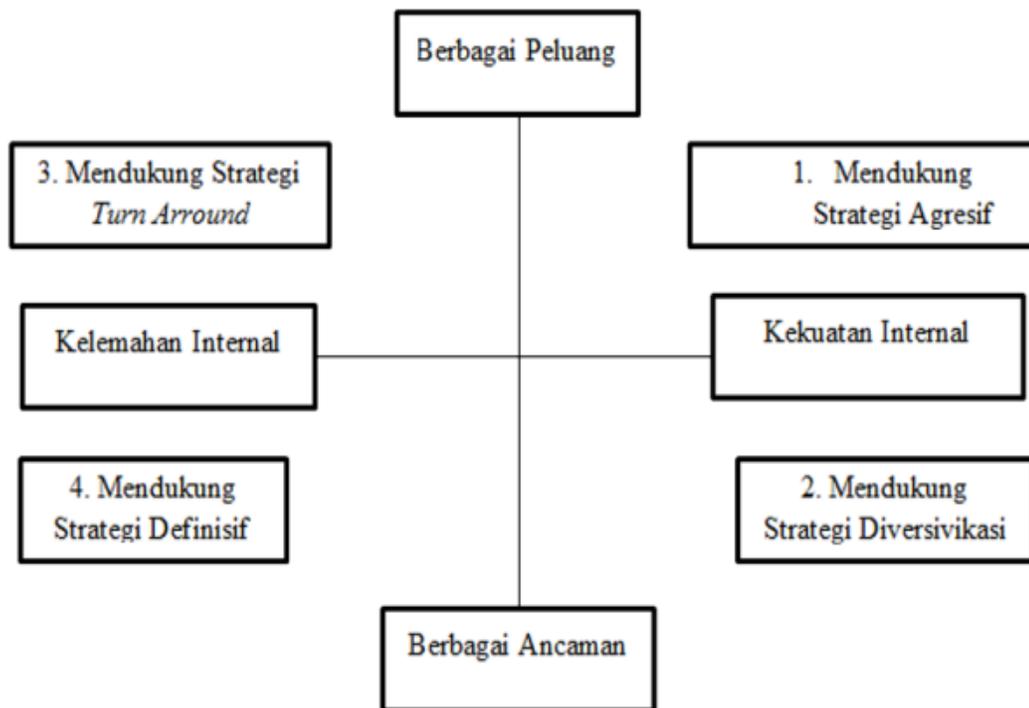
4) Strategi WT

¹⁴David dan Fred R. *Manajemen Strategi: konsep-konsep*, (Jakarta: INDEKS Kelompok Gramedia, 2006), h. 31.

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defenisif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari anacaman.

6. Diagram SWOT

Langkah selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X di dapat dari selisih antara total *Strength* dan total *Weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara *Opportunities* dan total *Threat*. Dibawah ini gambar diagram analisis SWOT sebagai berikut:



Gambar 3.2 Diagram Cartesius Analisis SWOT

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kuadran 1 : kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam

kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih onset yang maksimal.

- b. Kuadran 2: kuadran ini menandakan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diverifikasi (produk/pasar).
- c. Kuadran 3: kuadran ini jelas memperlihatkan bahwa kondisi perusahaan sangat lemah namun memiliki peluang yang besar untuk berkembang. Untuk perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya, karena dikhawatirkan perusahaan akan sulit menangkap peluang yang ada, serta perusahaan harus memperbaiki kinerja dari pihak internal.
- d. Kuadran 4: kuadran ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena jelas terlihat bahwa dari pihak internal maupun eksternal sangat lemah, untuk ini diharapkan perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, dengan kinerja internalnya agar tidak semakin terpuruk.¹⁵

F. Teknik Pengolahan Data

- a. Editing, yaitu penulis meneliti kembali data-data yang sudah terkumpul dan mengoreksi sehingga kelengkapan data dan kejelasan serta kesempurnaannya dapat diketahui.
- b. Deskripsi, yaitu menguraikan data dan menyusun kembali data yang telah terhimpun dalam uraian yang sistematis.
- c. Kategorisasi, penulis mengelompokkan data penelitian berdasarkan jenis permasalahan sehingga tersusun secara sistematis

¹⁵*Ibid*, h. 21.

G. Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari Strength, Weakness, Opportunities dan Threats (Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman), sedangkan analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (opportunities) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).¹⁶

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Analisis SWOT menyediakan kerangka yang baik untuk meninjau ulang strategi, arah dan posisi suatu perusahaan, produk, orang atau proyek. Analisis SWOT juga dapat dilakukan pada satu produk, jasa, dan layanan suatu perusahaan atau bahkan perorangan.

Yang dimaksud dengan Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah sumber daya yang memberikan suatu keunggulan kompetitif dan kemampuan kepada perusahaan/perorangan mempertahankan posisinya dengan melakukan aktivitas pada tingkat yang sama. Indikator kekuatan dapat dilakukan sebagai berikut:

- 1) Kepemilikan produk (proprietary products)
- 2) Pemimpin pasar (market leader)

¹⁶Freddy Ranguti, *Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 19.

- 3) Sumber daya keuangan (financial resources)
- 4) Kedalaman manajemen (manajemen depth)
- 5) Persediaan proses rantai (Supply chain processes)
- 6) Skala ekonomi (economies of scale)

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah suatu yang tidak dilakukan dengan baik oleh perusahaan, atau perusahaan tidak memiliki kapasitas untuk melakukannya, sementara para pesaingnya memiliki kapasitas tersebut. Indikator kelemahan (*weaknesses*) dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Reputasi yang buruk (bad reputation)
- 2) Arah strategi yang tidak jelas (strategic direction not clear)
- 3) Arah dan skala ekonomis (no economies scale)
- 4) Kelemahan dalam memasarkan, keuangan (*weaknesses in marketing, finance*)¹⁷

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah kecenderungan lingkungan yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja suatu organisasi, divisi perusahaan, fungsi-fungsi perusahaan, serta produk dan jasa perusahaan. Indikator peluang dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Pasar baru (new markets)
- 2) Relung (niches)
- 3) Integrasi vertikal atau horizontal (vertical or horizontal integration)
- 4) Peningkatan pertumbuhan pasar (oncreased market growth)
- 5) Peningkatan kekuatan dengan penyalur (increasing power with supplier)¹⁸

¹⁷*Ibid*, h. 117.

¹⁸*Ibid*, h. 118.

d. Ancaman (*threats*)

Ancaman adalah suatu kecenderungan lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat merugikan posisi organisasi perusahaan, divisi perusahaan, produk dan jasa. Indikator ancaman dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Pesaing asing, lokal (competitors, foreign, domestic)
- 2) Rendahnya barries masukan (low barriers of entery)
- 3) Faktor teknologi (tecnology faktor)
- 4) Model bisnis baru (new bussines models)
- 5) Produk pengganti (subtitues products)
- 6) Para pembeli yang memperoleh kuasa (buyers gaining powers)¹⁹

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihay suatu topik ataupun suatu permasalahan dari 4 sisi yang berbeda. Hasil dari analisis biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis ini akan membantu untuk melihat sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini.

Analisis SWOT merupakan instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi. Analisis ini berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.²⁰

¹⁹*Ibid*, h. 151.

²⁰Irham Fahmi, *Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 347.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang peneliti pilih adalah Kelurahan Mencirim, Binjai Timur. Binjai Timur merupakan kecamatan dengan ketinggian rata-rata + 30 meter di atas permukaan laut, terletak pada posisi $3^{\circ} 31' 40''$ – $3^{\circ} 40' 2''$ Lintang Utara dan $98^{\circ} 27' 3''$ – $98^{\circ} 32' 32''$ Bujur Timur. Luas wilayah Kecamatan Binjai Timur adalah berupa daratan seluas 21,70 km². Secara administratif, wilayah Binjai Timur memiliki batas – batas area, dari Utara berbatasan dengan Kecamatan Binjai Kota dari Selatan berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang, dari Barat berbatasan dengan Kecamatan Binjai Utara dan Kabupaten Deli Serdang, dari Timur berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang. Kecamatan Binjai Timur adalah daerah yang beriklim tropis dengan 2 musim yaitu musim hujan dan musim kemarau. Pada Kota Binjai ini Sentra-sentra perdagangan hampir merata terdapat di setiap kecamatan, dengan pusat perdagangan terdapat di Kecamatan Binjai Kota. Jumlah usaha perdagangan di kota ini mencapai 2.064, dengan dominasi usaha perdagangan kecil sebanyak 1.729 usaha (83,7%). Sementara, jumlah usaha industri mencapai 462 unit industri non formal dan 305 unit industri formal. Hasil-hasil industri yang menjadi unggulan adalah industri anyaman bambu, konveksi, kerupuk, mebel bambu, selai, tepung, manisan buah, terasi, sepatu/sandal, dan tahu/tempe.¹

Kecamatan Binjai Timur terdiri dari 65 lingkungan yang tersebar di 7 kelurahan. Kelurahan yang memiliki lingkungan yang paling banyak yaitu kelurahan Tunggurono dengan 16 lingkungan, sedangkan Kelurahan Dataran Tinggi dan Tanah Tinggi hanya memiliki 5 lingkungan. Masing-masing kelurahan di Kecamatan Binjai

¹Peraturan Daerah Kota Binjai nomor 11 tahun 2011. Tentang rencana tata ruang wilayah Kota Binjai.

Timur sudah berada pada tahap swasembada, baik dalam sektor perekonomian, maupun dalam sektor wilayah.

Pada tahun 2017, jumlah penduduk Kecamatan Binjai Timur yaitu 59.910 jiwa terdiri dari 29.757 laki-laki dan 30.153 perempuan. Kelurahan Sumber Karya memiliki jumlah penduduk tertinggi di Kecamatan Binjai Timur yaitu 14.865 jiwa sedangkan Kelurahan Timbang Langkat memiliki jumlah penduduk paling sedikit yaitu 3.440 jiwa. Dilihat dari jumlah rumah tangga di Binjai Timur ada 13.700 rumah tangga dengan rata-rata jiwa per rumah tangga yaitu 4,37 jiwa. Atau dengan kata lain, setiap rumah tangga di Kecamatan Binjai Timur ada 4 sampai 5 orang. Berdasarkan data mutasi penduduk dari Kantor Camat Binjai Timur, ada 343 kelahiran dan 179 kematian di sepanjang tahun 2017 di Kecamatan Binjai Timur. Sedangkan dilihat dari penduduk datang dan pergi, ada 1.150 penduduk yang datang ke Kecamatan Binjai Timur dan 950 penduduk yang pergi atau keluar dari Kecamatan Binjai Timur.

Kecamatan Binjai Timur telah mengalami perkembangan cukup signifikan baik dari sector pertanian, infastruktur dan terlebih dari sektor industri. Sektor industri di Kecamatan Binjai Timur terdiri dari industri kecil dan indutri rumah tangga. Industri rumah tangga merupakan industri yang paling banyak terdapat di Kecamatan Binjai Timur yaitu ada 351 industri, kemudian industri kecil 49 industri.²

Selanjutnya, pada Kecamatan Binjai Timur ini, Kelurahan Mencirim merupakan Kelurahan yang paling banyak memiliki industri rumahan (home industri) dibandingkan dengan Kelurahan lain yang ada pada Kecamatan Binjai Timur ini.

Adapun pernyataan tersebut dapat di perkuat melalui tabel Jumlah Industri Menurut Klasifikasi dan Kelurahan di Kecamatan Binjai Timur pada 2018, sebagai berikut :

²Binjai Timur Dalam Angka 2018

Tabel 4.1

Jumlah Industri Menurut Klasifikasi dan Kelurahan di Kecamatan Binjai Timur 2017

| NO | Kelurahan | Industri Besar/Sedang | Industri Kecil | Industri Rumah Tangga | Jumlah Total |
|----|------------------|-----------------------|----------------|-----------------------|--------------|
| 1. | Mencirim | - | 10 | 265 | 275 |
| 2. | Tunggurono | 2 | 8 | 14 | 24 |
| 3 | Dataran Tinggi | - | 3 | 19 | 22 |
| 4. | Timbang Langkat | - | 7 | 28 | 35 |
| 5. | Tanah Tinggi | - | 13 | 10 | 23 |
| 6 | Sumber Mulyorejo | - | 5 | 11 | 16 |
| 7. | Sumber Karya | 1 | 3 | 4 | 8 |

Sumber: Binjai Timur Dalam Angka 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa Kecamatan Binjai Timur memang memiliki perkembangan yang baik khususnya dalam bidang industri, tabel tersebut juga memperlihatkan bahwa dari 7 Kelurahan yang tergabung di dalam Kecamatan Binjai Timur Kelurahan Mencirim yang menjadi lokasi penelitian merupakan daerah yang paling tinggi jumlah industri rumah tangga nya yaitu tercatat berjumlah 265 industri rumah tangga.

B. Temuan Penelitian

1. Potensi Home Industri Konveksi dalam meningkatkan pendapatan Rumah Tangga Masyarakat (RTM) di Kota Binjai.

Potensi dari Abu Bakar Konveksi ini memiliki potensi yang menjanjikan untuk dikembangkan sebab sudah memiliki pelanggan tetap. Konveksi ini memiliki pelanggan tetap yang setia selama 22 tahun bekerjasama sehingga hasil produksi selalu tersalurkan sesuai dengan pesanan pelanggan tersebut ini merupakan situasi yang menguntungkan bagi konveksi ini karena hasil produksi mereka tidak pernah

tertumpuk dan tertahan penyalurannya dikarenakan mereka memproduksi sesuai dengan permintaan pelanggan tersebut.

Dikutip dari hasil wawancara kami kepada pemilik Konveksi ini, pelanggan selalu puas dengan hasil kerja mereka dan sangat jarang mendapatkan kritik ketidakpuasan dari pelanggan. Kemudian konveksi ini mendapatkan *supply* bahan baku dari pelanggan yang bersangkutan, sehingga untuk ketentuan kualitas bahan baku ditentukan oleh pelanggan yang bersangkutan. Sehingga Abu Bakar Konveksi tidak pernah mengalami kesulitan dalam penyediaan bahan baku.

Abu Bakar Konveksi tidak gentar dengan pertumbuhan bibit-bibit baru konveksi yang lain, karena Abu Bakar Konveksi merupakan Konveksi senior di Mencirim, Binjai Timur. Mereka sudah memiliki nama baik yang dikenal oleh pasar dan masyarakat luas sehingga sudah mendapat perhatian yang lebih dari para distributor yang mana hal ini merupakan sebuah kondisi yang menguntungkan bagi usaha ini sehingga distributor baru juga pasti akan memilih konveksi yang sudah terkenal kualitas produksinya untuk diajak kerjasama. Selain itu kami temui pada bulan Desember 2019 lalu, pemilik usaha menyampaikan bahwa mereka akan memperluas usaha mereka dengan menambah mesin jahit yang baru, merekrut pekerja baru agar dapat menarik pasar dan distributor baru serta menambahkan tukang potong pola. Bukan hanya itu, mereka juga akan menambah jenis usaha baru yaitu mencetak spanduk juga baliho.

Omzet Abu Bakar Konveksi dari informasi yang kami terima dari pemilik usaha ini cukup besar perbulannya, yaitu Rp. 45.000.000- Rp. 52.000.000 Pendapatan Kotor yang diperoleh dari hasil produksi. Dengan gaji pekerja berkisar Rp. 500.000- Rp. 800.000 per 2 Minggu sesuai dengan bagian pada bidang masing-masing.

Dengan kondisi yang diuraikan seperti diatas, terlihat bahwa Abu Bakar Konveksi memiliki potensi untuk dapat berkembang dan bersaing di dunia bisnis didorong dengan kekuatan dan peluang yang ada. Menurut para pekerja pada konveksi ini yang kami wawancarai mereka mengaku bahwa kehadiran konveksi ini membantu mereka dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga mereka sebab

mereka bisa mendapatkan penghasilan yang cukup besar tanpa harus mengeluarkan biaya transport untuk menuju lokasi usaha dan dengan jam kerja yang fleksibel sehingga tidak memberatkan para ibu rumah tangga yang menjadi mayoritas pekerja pada konveksi ini.

2. Peran Home Industri Konveksi dalam memberdayakan Rumah Tangga Masyarakat Di Kota Binjai

Istilah pemberdayaan berasal dari kata daya yang berarti kekuatan atau kemampuan. Pemberdayaan adalah suatu upaya yang dilakukan guna meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki oleh suatu masyarakat sehingga mereka dapat mengaktualisasikan jati diri, hasrat, dan martabatnya secara maksimal untuk mampu bertahan dan mengembangkan dirinya secara mandiri.³

Shardlow Melihat bahwa berbagai pengertian yang ada mengenai pemberdayaan pada intinya membahas bagaimana individu, kelompok ataupun komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka. Dengan demikian, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat. Sebagai tujuan maka pemberdayaan menujuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial, yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, maupun menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya.⁴

Inti dari pemberdayaan adalah meliputi tiga hal yaitu pengembangan (*enabling*), memperkuat potensi atau daya (*empowering*) dan terciptanya kemandirian bertolak dari pendapat ini, berarti pemberdayaan tidak saja terjadi pada masyarakat

³Direktorat Pendidikan Tinggi Islam Depag RI, *Pemberdayaan Masyarakat Pendekatan RRA dan PRA*, (Malang: 2009), Cet 1, h. 17.

⁴Edi Suharto, *Memberdayakan Masyarakat*, (Bandung: PT.Refika Aditama, 2005),h. 58.

yang tidak memiliki kemampuan, akan tetapi pada masyarakat yang masih terbatas, dapat dikembangkan hingga mencapai kemandirian.⁵

Pemberdayaan Masyarakat selalu memposisikan masyarakat sebagai aktor utama baik sejak perencanaan maupun sampai proses evaluasi. Secara sederhana masyarakat dapat dikatakan berdaya apabila mampu mengidentifikasi masalahnya dan mengatasi secara mandiri. Manusia sebagai makhluk sosial, tidak akan terlepas dari aktivitas-aktivitas ekonomi sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhannya. Aktivitas-aktivitas tersebut sering juga disebut dengan faktor ekonomi. Faktor ekonomi sendiri adalah aktivitas manusia secara keseluruhan dari kegiatan ekonomi yang meliputi kegiatan produksi, konsumsi dan distribusi.⁶

Berdasarkan penjelasan di atas sangat menegaskan bahwa masyarakat merupakan penggerak yang berperan besar dalam pemberdayaan ekonomi dengan mengandalkan segala kemampuan potensial yang dimiliki dengan sempurna. Wirausaha merupakan modal pencarian usaha masyarakat kebanyakan karena itu pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) salah satunya Home Industri merupakan suatu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berbasis mengurangi jumlah pengangguran dan mengarah kepada proses penciptaan kemandirian yang mengurangi rasa kebergantungan dengan manusia lain dan juga berdaya saing untuk menghadapi era globalisasi serta melanjutkan kehidupan secara berkelanjutan.

Home industri konveksi merupakan salah satu wadah wirausaha yang memiliki potensi untuk dikembangkan di tengah-tengah lapisan masyarakat, sebab konveksi tergolong usaha yang tidak membutuhkan modal besar. Hal penting yang harus dimiliki adalah keahlian menjahit dan seni dalam memotong kain ini merupakan

⁵Ambar Teguh Sulustiani, *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan* (Yogyakarta: Gava Media, 2004), h. 79 .

⁶Silvi Novri Yanti, *Pemberdayaan EkonomiI Rumah Tangga Melalui Home Industri Sulam Usus Di Desa Margo Dadi Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2019), h. 43-44 .

keahlian dasar dan khusus yang harus mampu di berdayakan dalam usaha konveksi ini. Dengan kata lain home industri konveksi sebagai bentuk usaha pemberdayaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya dalam rumah tangga dengan meingkatkan stabilitas ekonomi sehingga dapat mengurangi permasalahan terkhusus dalam bidang ekonomi keluarga.⁷

Home industri konveksi yang dipilih dalam penelitian ini yakni Abu Bakar Konveksi yang berada di Kecamatan Binjai Timur. Usaha rumahan konveksi ini cukup menunjukkan peran pemberdayaan yang baik terhadap lingkungan sekitar terutama dalam mewujudkan kestabilan ekonomi rumah tangga masyarakat sekitar tempat usaha ini berdiri. Hal ini di tunjukkan dari keberlangsungan usaha yang sudah sangat lama bertahan sudah berusia diatas 20 tahun dengan para pekerja yang setia dan terus menghasilkan produk yang berkualitas baik selama kurun waktu tersebut tanpa Komplain negatif dari konsumen atau pelanggan setia yang berlangganan tetap selama bertahun tahun.⁸

Dari pernyataan diatas kita dapat melihat bahwa konveksi ini berhasil mempertahankan reputasi baik nya selama lebih dari 20 tahun, hal ini tentu di dorong dengan keahlian para pekerja yang sudah berkompeten dalam bidang konveksi ini dan juga cara pelaku usaha juga berhasil menjaga hubungan baik dengan para pekerja, hal ini di tunjuukan dari pernyataan pemilik usaha saat kami wawancarai bahwa mereka tidak sering mengeluarkan pekerja lama atau memasukkan pekerja baru dalam usaha mereka, artinya mereka menjaga hubungan baik dengan pekerja dan para pekerja memberikan kesetiaan kepada mereka.⁹

Selanjutnya peran pemberdayaan Abu Bakar Konveksi adalah konveksi ini pernah melatih masyarakat sekitar yang tidak memiliki skill menjahit sampai bisa menjahit dan sekarang sudah membuka jasa menjahit baju dirumahnya sendiri. Hal

⁷*Ibid.*,

⁸Ibu Abu Bakar, Pemilik Usaha Abu Bakar Konveksi, Wawancara pribadi, Binjai, 13 April 2020, Pukul 14.30 WIB.

⁹*Ibid*

ini adalah bentuk nyata dari peran pemberdayaan masyarakat yang dihadirkan melalui Home Industri Konveksi Abu Bakar di Mencirim Binjai Timur.¹⁰

Konveksi ini menjadikan ibu rumah tangga sebagai mayoritas pekerja nya. Adapun para pekerja merasa sangat diuntungkan dengan adanya usaha konveksi ini, mereka berpendapat bahwa usaha ini menjadikan waktu mereka lebih terarah dan bermanfaat, sebelumnya Lingkungan tempat berdirinya usaha ini memang lingkungan orang-orang yang memiliki kemahiran menjahit sejak dari generasi mereka sebelumnya, maka dari itu masyarakatnya kini pun terus mewarisi bakat-bakat para leluhurnya terdahulu dan adanya usaha konveksi ini sangat membantu mereka untuk terus melestarikan dan mengasah bakat mereka yang nantinya skill ini diharapkan akan dapat diteruskan kepada generasi berikutnya.¹¹

Para pekerja pada home industri konveksi ini yang merupakan mayoritas ibu rumah tangga juga menunjukkan rasa kepercayaan diri yang kuat karena mereka menganggap mereka mampu berperan dalam menciptakan kesejahteraan ekonomi keluarga dengan menjadikan hobi menjahit yang menghasilkan uang. Sehingga mereka sebagai wanita merasa lebih mandiri dan dapat diandalkan untuk menstabilkan ekonomi keluarga mereka sehingga tidak hanya bergantung kepada penacarian suami saja dan juga tetap menjalani peran sebagai ibu rumah tangga yang harus mengurus rumah dan anak-anak tanpa perasaan terganggu karena pekerjaan yang mereka geluti ini disebabkan jam kerja yang sangat fleksibel dan tidak mengikat.¹²

Hal-hal yang diuraikan diatas sejalan dengan tujuan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang di kemukakan oleh Baihaqi A Majdid yang merumuskan tujuan dari pemberdayaan mekonomi masyarakat ke dalam 4 hal yaitu, menciptakan pemerataan aset ekonomi produktif, menciptakan kemandirian dan mengurangi

¹⁰ *Ibid.*,

¹¹Buk Syamsiyah, Penjahit Baju Abu Bakar Konveksi, Wawancara pribadi, Binjai 13 April 2020, Pukul 14.20 WIB

¹²Leli, Penjahit Baju Abu Bakar Konveksi, Wawancara pribadi, Binjai 13 April 2020, Pukul 15.10 WIB.

ketergantungan masyarakat, menciptakan lapangan kerja sekaligus mengurangi pengangguran dan menciptakan daya saing dalam menghadapi era globalisasi.¹³

3. Strategi Yang digunakan Home industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat di Kota Binjai

Strategi yang digunakan oleh Abu Bakar Konveksi dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga masyarakat adalah dengan beberapa cara kekeluargaan yang terdengar sangat sederhana. Seperti berusaha untuk selalu menyamaratakan upah pekerja yang bekerja di konveksi mereka dengan upah para pekerja yang bekerja pada konveksi lain, sehingga menimbulkan rasa adil dan masyarakat yang menjadi pekerja pada konveksi-konveksi ini mendapatkan pendapatan yang merata, sehingga tidak muncul rasa kecemburuan sosial antar pekerja konveksi di daerah ini. Adapun besarnya upah yang diterima oleh setiap pekerja sesuai dengan keahlian dan pembagian tugas dalam proses produksi.¹⁴

Strategi lain yang diterapkan dalam perekrutan pekerja pada konveksi ini juga tidak memiliki persyaratan khusus, syarat yang terpenting adalah pekerja memiliki skill menjahit dan memotong kain sesuai bagian yang dibutuhkan, misalkan penjahit kera baju, badan, dan pembuat pola. Jika pun ada pekerja yang masih belum mahir dalam menjahit maka pemilik usaha akan melatih dan memberikan arahan kepada pekerja tersebut sampai yang bersangkutan mampu untuk menciptakan output yang berkualitas. Karena setiap bagian memiliki teknik dan metode yang berbeda dalam proses penjahitan nya sendiri. Mengingat wilayah ini merupakan wilayah konveksi sejak dahulu jadi para pelaku usaha konveksi dan pekerja yang sekarang berperan dalam proses konveksi ini sudah mewarisi kemampuan menjahit dari para orang tua mereka terdahulu, sehingga kehadiran konveksi yang marak pada wilayah ini menciptakan peluang yang sangat baik untuk mereka menjadikan kemampuan yang

¹³Lili baihaki, *Zakat Dan Wirausaha* (Bandung: Rosda, 2002), cet, ke2, h. 63 .

¹⁴Leli, Penjahit baju di usaha Abu Bakar Konveksi, Wawancara Pribadi, Binjai 13 April 2020, Pukul 15.15 WIB

mereka punya sebagai ladang yang menghasilkan dan tempat mengasah kemampuan menjahit mereka agar nantinya dapat juga diwarisi kembali kepada keturunan berikutnya.¹⁵

Pemilik usaha juga menuturkan bahwa strategi kekeluargaan yang di terapkan nya sangat membantu mereka mengembangkan usahanya, seperti selalu memberikan pinjaman dana dan juga memebrikan bonus saat target terpenuhi kepada pekerja yang akhirnya menciptakan rasa loyal para pekerja terhadap usaha ini yang mana hal yang dilakukan pemilik usaha Abu Bakar Konveksi ini tidak dilakukan oleh pemilik usaha pada Konveksi lain nya , menurut pengakuan pemilik usaha konveksi ini mendapatkan perhatian lebih dari pihak distributor disebabkan selalu mampu menyiapkan pesanan dalam kurun waktu yang relative cepat, ini juga membawa damapk positif kedalam usaha ini karena dengan begitu usaha ini tidak pernah berhenti memproduksi yang artinya para pekerja juga tidak pernah berhenti bekerja hal ini menciptakan kestabilan pendapatan para pekerja.¹⁶

Dari penerapan skill atau kemampuan secara berkelanjutan, disini lah kita melihat bahwa hadirnya usaha konveksi ini sangat membantu pengembagan sumber daya manusia di daerah ini, juga pelaku usaha merupakan senior yang memiliki keahlian jahit-menjahit dengan baik selama puluhan tahun, sehingga jika para pekerja mengalami kesulitan dalam proses produksi, para pelaku usaha tidak menjadikan hal tersebut sebagai masalah namun pelaku usaha memberi bimbingan kepada pekerja guna memberikan peningkatan pegetahuan dan keterampilan pekerja dalam meningkatkan produktivitas kerja, juga pengelolaan resiko dalam produktivitas. Karena semakin baik kualitas produktivitas mereka akan mengundang semakin

¹⁵Ibu Syamsiyah, Penjahit baju di usaha Abu Bakar Konveksi, Wawancara Pribadi Binjai, 13 April 2020, Pukul 14.30 WIB

¹⁶ Ibu Abu Bakar, Pemilik Usaha Abu Bakar Konveksi, Wawancara pribadi, Binjai, 13 April 2020, Pukul 14.30 WIB

banyak juga konsumen yang akan bekerjasama dengan konveksi mereka, itu artinya pendapatan mereka akan meningkat semakin tinggi pula.¹⁷

C. Pembahasan

1. Analisis Faktor-Faktor Internal Home Industri Konveksi Di Kota Binjai

Berikut faktor-faktor internal yang terdapat pada ke dua usaha konveksi yang menjadi tempat penelitian penulis, yang mana faktor internal tersebut terdiri dari kekuatan (*Strenght*) dan Kelemahan (*Weakness*).

a. Abu Bakar Konveksi

1) Kekuatan (Strength) Abu Bakar Konveksi

Kekuatan adalah kondisi internal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objectif yang diinginkan yang dimiliki adalah :

- a) Menjaga Kepuasan Konsumen seperti kemampuan dalam produksi yang sudah disepakati bersama dengan pihak penampung/konsumen yang telah bekerjasama dengan cara, selalu menyanggupi permintaan produksi dari pihak Konsumen dengan batas waktu yang telah disepakati dan penggunaan bahan baku yang berkualitas agar tidak mengecewakan pihak konsumen atau pelanggan.¹⁸
- b) Memiliki hubungan kerjasama yang baik serta mendapat perhatian lebih dari penampung terbesar dikarenakan kesigapan, ketepatan waktu pengerjaan yang diikuti kualitas hasil produksi yang tidak pernah mengecewakan, Abu bakar konveksi tidak pernah menolak permintaan dari penampung berapa pun yang pihak penampung minta, bahkan dalam keadaan mendadak, karena konveksi ini sangat menjaga kepercayaan dan hubungan baik dengan pihak penampung/konsumen yang sudah bekerja sama dengan mereka.

¹⁷Ibu Aina, Penjahit baju di usaha Abu Bakar Konveksi, Wawancara Pribadi, Binjai 13 April 2020, Pukul 14.35 WIB

¹⁸Indri, Penjahit Baju di usaha Abu Bakar Konveksi, Wawancara Pribadi, Binjai 13 April 2020, Pukul 15.20

- c) Memiliki sumberdaya manusia yang sudah terlatih bekerjasama dalam tim, sigap, mahir dalam penguasaan skill dibidang masing-masing. Selanjutnya konveksi ini sudah memiliki 25 pekerja tetap yang sudah diberikan pembagian kerja dan tanggung jawab nya masing-masing.¹⁹

2) Kelemahan (Weakness) Abu Bakar Konveksi

Kelemahan adalah kondisi internal yang menghambat organisasi untuk mendapat objektif yang diinginkan yang dapat menghambat peningkatan kinerja para pekerja pada usaha konveksi ini.

- a) Para pekerja masih sering melalaikan waktu masuk/kurang disiplin, atau waktu memulai pekerjaan yang akhirnya dapat menghambat proses produksi sehingga beberapa kali mengakibatkan jam kerja mereka jadi lebih panjang dan jam pulang jadi lebih tinggi dari seharusnya
- b) Saat ini usaha konveksi ini sedang mengalami kekurangan tukang potong pola, permintaan tinggi sementara tukang potong pola terbatas sehingga konveksi ini blm bisa menerima tambahan permintaan disebabkan hal ini, dan mencari ahli potong pola sangat sulit di masa saat ini dikarenakan itu adalah bidang tersulit dalam proses produksi konveksi.
- c) Kekurangan Mesin untuk produksi dikarenakan harga mesin yang cenderung tinggi sehinggaa membutuhkan waktu yang lama untuk menambah jumlah mesin produksi²⁰

¹⁹Ibu Mila, Penjahit baju di Usaha Abu Bakar Konveksi, Wawancara pribadi, Binjai 13 April 2020, Pukul 15.25

²⁰*Ibid*

Tabel 4.2
Faktor Lingkungan Internal Kekuatan

| | |
|----|---|
| | Strenght |
| S1 | Memiliki bahan baku yang berkualitas |
| S2 | Hubungan kerja sama yang baik dengan pihak konsumen |
| S3 | Sumber Daya Manusia yang terlatih dan berkualitas |

Tabel 4.3
Faktor Lingkungan Internal Kelemahan

| | |
|----|----------------------------------|
| | Weakness |
| W1 | Kedisiplinan para pekerja |
| W2 | Ketersediaan Sumber Daya Manusia |
| W3 | Ketersedian Sumber Daya Mesin |

2. Analisis Faktor-Faktor Eksternal Home Industri Konveksi Di Kota Binjai

a. Abu Bakar Konveksi

1) Peluang (Opportunities) Abu Bakar Konveksi

Peluang adalah kondisi eksternal yang menunjang suatu organisasi yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*treath*) yang dihadapi.

- a) Prospek usaha yang baik karena konveksi ini sudah mendapat perhatian lebih dari pihak konsumen/penampung sehingga banyak menarik distributor baru untuk dapat bekerja sama.
- b) Segmen pasar yang besar, karena pelaku usaha bekerjasama dengan penampung yang mendistribusikan hasil produksi ke induk pasar dan pasar-pasar lain sekitaran Medan.²¹

²¹Ibu Abu Bakar, Pemilk Abu Bakar Konveksi, Wawancara Pribadi, Binjai 13 April 2020, Pukul 15.35

- c) Dengan kualitas SDM yang sudah terlatih untuk mengeluarkan output dengan kualitas yang terjaga dalam waktu yang efisien Abu Bakar Konveksi akan dapat berkembang dengan cepat

2) Ancaman (Threats) Abu Bakar Konveksi

Ancaman (*Treath*) adalah kondisi eksternal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai objektifnya, yang dihadapi anantara lain :

- a) Tumbuhnya bibit-bibit Konveksi yang baru dilingkungan tempat Abu Bakar Konveksi beroperasi
- b) Adanya persaingan upah secara diam diam dari konveksi lain yang mengakibatkan para pekerjapada konveksi ini juga menuntut untuk kenaikan upah.²²
- c) Terjadinya wabah penyakit Karena faktor alamiah contohnya seperti saat ini yaitu wabah Covid 19 yang mengakibatkan menurun nya perekonomian, sehingga menurun juga produksi pelaku usaha konveksi.²³

Tabel 4.4

Faktor Lingkungan Eksternal Peluang

| | Peluang |
|----|--------------------------------------|
| O1 | Menambah minat Distributor |
| O2 | Segmentasi pasar yang besar |
| O3 | Berpotensi dalam mengembangkan usaha |

²²*Ibid*

²³Ibu Abu Bakar, Pemilik usaha Abu Bakar Konveksi, Wawancara pribadi, Binjai Timur 13 April 2020, Pukul 15.35

Tabel 4.5

Faktor Lingkungan Internal Ancaman

| | |
|----|---|
| | Ancaman |
| T1 | Kehadiran para pesaing dalam usaha yang sejenis |
| T2 | Penetapan upah pekerja secara merata |
| T3 | Terjadinya situasi atau perubahan lingkungan yang tidak dapat di prediksi dalam jangka waktu tertentu |

3. Strategi Home Industri Konveksi Di Kota Binjai Berdasarkan Analisis Matrik SWOT

a. Hasil Penilaian Skor Faktor Internal dan Faktor Eksternal Strategi Abu Bakar Konveksi

Langkah ini merupakan langkah terakhir dari tahap pengumpulan data, tahap ini adalah pemberian nilai skor terhadap faktor internal dan eksternal Abu Bakar Konveksi.

Tabel 4.6

Hasil Penilaian Skor Faktor Internal

Abu Bakar Konveksi

Kekuatan / Strength

| | Kekuatan | Bobot |
|----|--|-------|
| S1 | Bahan baku berkualitas | 4 |
| S2 | Hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen | 4 |
| S3 | SDM Terlatih dan berkualitas | 3 |

Kelemahan / Weakness

| | Kelemahan | Bobot |
|----|--------------------------------|-------|
| W1 | Kedisiplinan pekerja | 2 |
| W2 | Ketersediaan SDM | 3 |
| W3 | Ketersediaan Sumber Daya Mesin | 2 |

Tabel 4.7
Hasil Penilaian Skor Faktor Eksternal
Abu Bakar Konveksi

Peluang / Oportunity

| | Peluang | Bobot |
|----|--------------------------------------|-------|
| O1 | Menambah minat Distributor | 4 |
| O2 | Segmentasi pasar yang besar | 4 |
| O3 | Berpotensi dalam mengembangkan usaha | 3 |

Ancaman / Threats

| | Oportunity | Bobot |
|----|---|-------|
| T1 | Kehadiran para pesaing dalam usaha yang sejenis | 3 |
| T2 | Penetapan upah pekerja secara merata | 3 |
| T3 | Perubahan alamiah dalam jangka waktu tertentu | 2 |

- 1) Tahap 1 : Tahap input data Abu Bakar Konveksi, setelah data-data yang diperlukan terkumpul, tahap selanjutnya adalah menginput data-data tersebut kedalam penentuan bobot dengan perbandingan berpasangan baik untuk faktor internal maupun faktor eksternal Abu Bakar Konveksi. Kemudian hasil dari tabel penentuan bobot tersebut dinormalisasi agar diperoleh bobot akhir yang akan dipergunakan dalam Matriks IFAS dan EFAS.

Tabel 4.8

Penentuan Bobot dengan Perbandingan Berpasangan Faktor Internal

IFAS

| | | S1 | S2 | S3 | W1 | W2 | W3 | TOTAL |
|----|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------|-------|
| S1 | Bahan baku berkualitas | 1.00 | 0.33 | 0.33 | 0.50 | 4.00 | 0.50 | 6.67 |
| S2 | Hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen | 3.00 | 1.00 | 3.00 | 0.50 | 3.00 | 0.50 | 11.00 |
| S3 | SDM Terlatih dan berkualitas | 3.00 | 0.33 | 1.00 | 3.00 | 0.33 | 3.00 | 10.67 |
| W1 | Kedisiplinan pekerja | 2.00 | 2.00 | 0.33 | 1.00 | 0.33 | 2.00 | 7.67 |
| W2 | Ketersediaan SDM | 0.25 | 0.33 | 3.00 | 3.00 | 1.00 | 0.50 | 8.08 |

| | | | | | | | | |
|----|--------------------------------|-------|------|------|------|-------|-------------|--------------|
| W3 | Ketersediaan Sumber Daya Mesin | 2.00 | 2.00 | 0.33 | 0.50 | 2.00 | 1.00 | 7.83 |
| | Total | 11.25 | 6.00 | 8.00 | 8.50 | 10.67 | 7.50 | 51.92 |

Data diatas hasil perhitungan dengan penjumlahan bobot atas jawaban respon dengan fungsi IF sehingga dapat dijadikan acuan dalam menghitung normalisasi data internal sehingga dapat di hitung normalisasi faktor internal sebagai berikut :

Tabel 4.9

Normalisasi Faktor Bobot Internal

Abu Bakar Konveksi

NORMALISASI

| | | S1 | S2 | S3 | W1 | W2 | W3 | TOTAL | BOBOT |
|----|--|------|------|------|------|------|------|-------|-------------|
| S1 | Bahan baku berkualitas | 0.09 | 0.06 | 0.04 | 0.06 | 0.38 | 0.07 | 0.69 | 0.1144 |
| S2 | Hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen | 0.27 | 0.17 | 0.38 | 0.06 | 0.28 | 0.07 | 1.22 | 0.2025 |
| S3 | SDM Terlatih dan berkualitas | 0.27 | 0.06 | 0.13 | 0.35 | 0.03 | 0.40 | 1.23 | 0.2052 |
| W1 | Kedisiplinan pekerja | 0.18 | 0.33 | 0.04 | 0.12 | 0.03 | 0.27 | 0.97 | 0.1614 |
| W2 | Ketersediaan SDM | 0.02 | 0.06 | 0.38 | 0.35 | 0.09 | 0.07 | 0.97 | 0.1610 |
| W3 | Ketersediaan Sumber Daya Mesin | 0.18 | 0.33 | 0.04 | 0.06 | 0.19 | 0.13 | 0.93 | 0.1554 |
| | Total Bobot | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 6.00 | 1.00 |

Tabel 4.10
 Penentuan Bobot dengan Perbandingan Berpasangan faktor Eksternal
 Abu Bakar Konveksi

EFAS

| | | S1 | S2 | S3 | W1 | W2 | W3 | TOTAL |
|----|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| O1 | Menambah minat Distributor | 1.00 | 2.00 | 2.00 | 0.50 | 2.00 | 0.50 | 8.00 |
| O2 | Segmentasi pasar yang besar | 0.50 | 1.00 | 3.00 | 0.50 | 3.00 | 3.00 | 11.00 |
| O3 | Berpotensi dalam mengembangkan usaha | 0.50 | 0.33 | 1.00 | 3.00 | 0.33 | 3.00 | 8.17 |
| T1 | Kehadiran para pesaing dalam usaha yang sejenis | 2.00 | 2.00 | 0.33 | 1.00 | 0.33 | 2.00 | 7.67 |
| T2 | Penetapan upah pekerja secara merata | 0.50 | 0.33 | 3.00 | 3.00 | 1.00 | 0.50 | 8.33 |
| T3 | Perubahan alamiah dalam jangka waktu tertentu | 2.00 | 0.33 | 0.33 | 0.50 | 2.00 | 1.00 | 6.17 |
| | Total | 6.50 | 6.00 | 9.67 | 8.50 | 8.67 | 10.00 | 49.33 |

Tabel 4.11
 Normalisasi Bobot Faktor Eksternal
 Abu Bakar Konveksi

NORMALISASI

| | | S1 | S2 | S3 | W1 | W2 | W3 | TOTAL | BOBOT |
|----|--------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|--------------|
| O1 | Menambah minat Distributor | 0.15 | 0.33 | 0.21 | 0.06 | 0.23 | 0.05 | 1.03 | 0.1723 |
| O2 | Segmentasi pasar yang besar | 0.08 | 0.17 | 0.31 | 0.06 | 0.35 | 0.30 | 1.26 | 0.2098 |
| O3 | Berpotensi dalam mengembangkan usaha | 0.08 | 0.06 | 0.10 | 0.35 | 0.04 | 0.30 | 0.93 | 0.1546 |

| | | | | | | | | | |
|-------------|---|------|------|------|------|------|------|------|--------|
| T1 | Kehadiran para pesaing dalam usaha yang sejenis | 0.31 | 0.33 | 0.03 | 0.12 | 0.04 | 0.20 | 1.03 | 0.1719 |
| T2 | Penetapan upah pekerja secara merata | 0.08 | 0.06 | 0.31 | 0.35 | 0.12 | 0.05 | 0.96 | 0.1602 |
| T3 | Perubahan alamiah dalam jangka waktu tertentu | 0.31 | 0.06 | 0.03 | 0.06 | 0.23 | 0.10 | 0.79 | 0.1312 |
| Total Bobot | | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 6.00 | 1.0000 |

Hasil dari pembobotan ini adalah sebagai acuan perhitungan IFAS dan EFAS sebagai dasar penentuan strategi penentuan kebijakan analisis SWOT.

a) Matriks IFAS (*Internal Factor analysis Summary*)

Dalam matriks IFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari tabel normalisasi bobot faktor internal Abu Bakar Konveksi dan juga yang diperoleh dari kuesioner penilaian skor faktor internal Abu Bakar Konveksi.

Tabel 4.12

Matriks IFAS Abu Bakar Konveksi

Internal Factors Analysis (IFAS)

| Strength | Bobot | Rating | Bobot*Rating |
|--|-----------------|-------------|-----------------|
| Bahan baku berkualitas | 0.1144 | 4 | 0.457734 |
| Hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen | 0.2025 | 4 | 0.810049 |
| SDM Terlatih dan berkualitas | 0.2052 | 3 | 0.615707 |
| Sub Total (Strength) | 1.883490 | | |
| | | | |
| Weakness | Bobot | Rating | Bobot*Rating |
| Kedisiplinan pekerja | 0.1614 | 2 | 0.322781 |
| Ketersediaan SDM | 0.1610 | 3 | 0.483068 |
| Ketersediaan Sumber Daya Mesin | 0.1554 | 2 | 0.310812 |
| Sub Total (Weakness) | 1.116660 | | |
| Total IFAS | | 1.00 | 3.000150 |

Berdasarkan data diatas bahwa nilai kekuatan (*strength*) adalah nilai tertinggi untuk Matriks IFAS dengan jumlah **1.883490** dibandingkan dengan faktor

kelemahan (*weakness*) adalah **1.116660** maka nilai yang dapat disajikan dasar kebijakan adalah nilai kekuatan (*strength*).

b) Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Di dalam Matriks EFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari tabel normalisasi bobot faktor eksternal Abu Bakar Konveksi dan juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian faktor eksternal Abu Bakar Konveksi.

Tabel 4.13

Matriks EFAS Abu Bakar Konveksi

| Eksternal Factors Analysis (EFAS) | | | |
|---|----------|--------|-----------------|
| Oportunity | Bobot | Rating | Bobot*Rating |
| Menambah minat Distributor | 0.1723 | 4 | 0.689113 |
| Segmentasi pasar yang besar | 0.2098 | 4 | 0.839275 |
| Berpotensi dalam mengembangkan usaha | 0.1546 | 3 | 0.463665 |
| Sub Total (Oportunity) | 1.992052 | | |
| Threat | Bobot | Rating | Bobot*Rating |
| Kehadiran para pesaing dalam usaha yang sejenis | 0.1719 | 3 | 0.515808 |
| Penetapan upah pekerja secara merata | 0.1602 | 3 | 0.480575 |
| Perubahan alamiah dalam jangka waktu tertentu | 0.1312 | 2 | 0.262441 |
| Sub Total (Threats) | 1.258824 | | |
| Total E FAS | | 1.00 | 3.250876 |

Berdasarkan data diatas bahwa nilai kesempatan (*opportunity*) adalah nilai yang tertinggi untuk Matriks EFAS adalah dengan jumlah **1.992052** dibandingkan dengan faktor ancaman (*Threat*) adalah **1.258824**, maka nilai yang dapat di jadikan dasar kebijakan adalah nilai kesempatan (*opportunity*).

2) Tahap II: Tahap Pencocokan Data Abu Bakar Konveksi

Dalam tahap pencocokan ini, digunakan dua metode yaitu matriks internal eksternal dan diagram matriks SWOT. Hal ini dilakukan agar diperoleh strategi yang benar-benar dapat untuk dijalankan oleh Abu Bakar Konveksi.

4. Hasil Matriks Internal Eksternal (IE)

Kekuatan Eksternal

| | | | |
|--|--|---|---|
| | <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">KUAT</div> (3.0-4.0) | <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">RATA-RATA</div> (2.0-2.99) | <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">LEMAH</div> (1.0-1.99) |
| | <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Sedang</div> (2.0-2.99) | <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Rendah</div> (1.0-1.99) | |
| | <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Rendah</div> (1.0-1.99) | | |

| | | |
|--|---|---|
| I. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Vertikal | II. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal | III. GROWTH <i>Turn around</i> |
| IV. STABILITY Hati-Hati | V. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal STABILITY Tidak ada perubahan Profit strategi | VI. VETRENCHMENT <i>Captive Company</i> atau <i>Divestmen</i> |
| VII. GROWTH Difersifikasi konsentarsik | VIII. GROWTH Difersifikasi Konglomerat | IX. RETRENCHMENT Bangkrut Likuiditas |

Gambar 4.1 Hasil Matriks Internal Eksternal (IE)

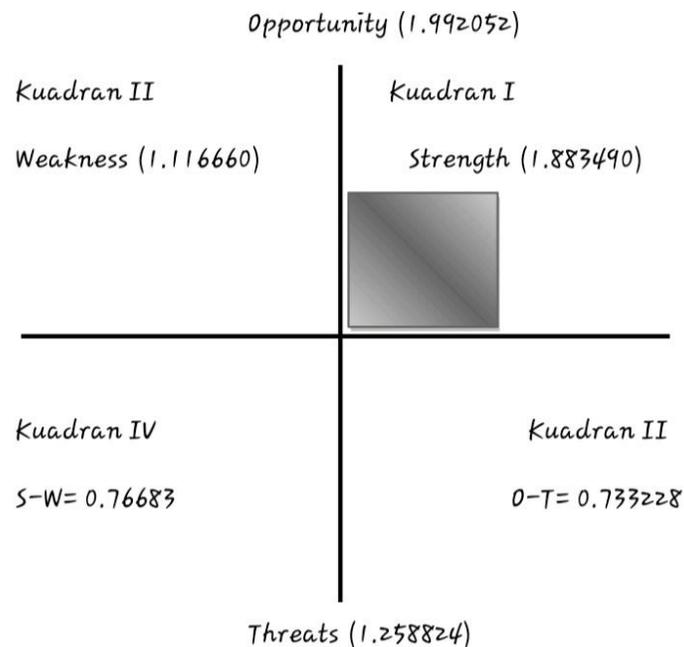
Berdasarkan hasil Tabel IFAS (Tabel 4.12) dan Tabel Matriks EFAS (4.13), diketahui bahwa nilai IFASnya adalah **3.00120** dan EFASnya adalah **3.250876**. Dengan demikian Abu Bakar Konveksi berada di sel I, yaitu suatu keadaan dimana posisi Abu Bakar konveksi berada pada *Growth* Sel I Konsentrasi melalui integrasi vertical, yaitu strategi dengan cara *Backward integration* (Mengambil alih fungsi *supplier*) atau dengan cara *Forward integration* (mengambil alih fungsi distributor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan atau usaha yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industry yang berdaya tarik tinggi. Agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, Abu Bakar Konveksi harus melakukan upaya meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien untuk mengontrol kualitas serta distribusi produk. Hal ini merupakan cara terbaik bagi perusahaan yang kuat dalam rangka meningkatkan *competitive advantage* di dalam industry yang atraktif.

5. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Dari hasil analisis tabel 4.12 IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor **3.000120** yang berarti bahwa Usaha Konveksi Abu Bakar Mencirim Binjai Timur berada pada titik tinggi rata-rata dalam usahanya menjalankan strategi memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan.

Dari hasil analisis pada tabel 4.13 EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor **3.250876** yang berarti bahwa Usaha Konveksi Abu Bakar Mencirim Binjai Timur berada pada titik rata-rata usahanya untuk menjalankan strategi pemanfaatan peluang dan menghindari ancaman.

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirincikan *Strength* 1.883490, *Weakness* 1.116660, *Opportunity* 1.992052 dan *Treath* 1.258824, maka diketahui selisih total skor faktor *Strenght* dan *Weakness* (-) 0.76683. sedangkan selisih total skor faktor *Opportunity* dan *Treath* (-) 0.733228 dibawah ini merupakan gambar diagram Cartesius Analisis SWOT:



Gambar 4.2

Diagram Cartesius Analisis SWOT Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur

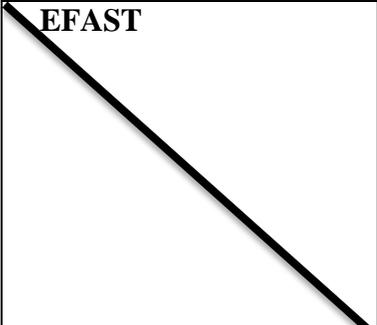
Dari gambar diagram cartesius di atas, sangat jelas menunjukkan bahwa Usaha Abu Bakar Konveksi di Mencirim Binjai Timur berada pada kuadran I *growth* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth oriented Strategy*). Strategy ini menandakan perusahaan atau usaha yang kuat dan mampu untuk berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omset yang maksimal.

6. Matriks SWOT

Ferrel dan Harline menyatakan bahwa fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).²⁴ Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi usaha. Untuk mendukung pencapaian tujuan dan sasaran usaha perlu adanya langkah-langkah alternative berdasarkan IFAS dan EFAS nilai dominan masing-masing sebagai landasan kombinasi strategi. Pada penelitian ini adalah strategi SO. Keterkaitan tujuan dan sasaran serta strategi dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.14

Matrik SWOT Abu Bakar Konveksi

| EFAST | STRENGHT (S) | WEAKNESS (W) |
|---|---|--|
|  | S1 Bahan baku berkualitas | W2 Ketersediaan SDM |
| | S2 Hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen | W1 Kedisiplinan pekerja W3 Ketersediaan Sumber Daya Mesin |
| | S3 SDM Terlatih dan | |

²⁴Rido Insan Raharjo, 2018, "*Strategi pemasaran melalui analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) pada usaha penyewaan lapangan futsal di Scudeto Futsal Banyuwangi*", Skripsi, Jurusan Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta

| | | |
|--|---|---|
| | berkualitas | |
| <p style="text-align: center;">IFAS</p> <p>OPPORTUNITIES (O)</p> <p>O1 Menambah minat distributor</p> <p>O2 Segmentasi pasar yang besar</p> <p>O3 Berpotensi dalam mengembangkan usaha</p> | <p>STRATEGI SO</p> <p>a. Menjaga kualitas bahan baku dan Sumber Daya Manusia yang terlatih serta berkualitas sehingga berpotensi dalam mengembangkan usaha. (S1 S3 O3)</p> <p>b. Meningkatkan hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen untuk mempertahankan segmentasi pasar yang besar agar terus mampu bertahan untuk mengembangkan usaha.(S2 O2 O1)</p> <p>c. Dengan memiliki dan mempertahankan bahan baku yang berkualitas maka akan mampu menarik perhatian distributor baru atau menambah minat distributor untuk</p> | <p>STRATEGI WO</p> <p><i>Ciptakan strategi yang meminimalka kelemahan untuk memanfaatkan peluang</i></p> |

| | | |
|---|--|--|
| | bekerjasama.(S1 O1) | |
| THREATS (T) T1 Kehadiran pesaing dalam usaha sejenis T2 Penetapan upah pekerja secara merata T3 Perubahan alamiah dalam jangka waktu tertentu | STRATEGI ST <i>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</i> | STRATEGI WT <i>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</i> |

Berdasarkan Tabel Matriks SWOT diatas terlihat bahwa Abu Bakar Konveksi yang berada di Mencirim Kota Binjai menjalankan strategi SO (*Strength Opportunities*) yaitu strategi dimana usaha memanfaatkan semua kekuatan dan merebut peluang dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dan strategi yang telah diperoleh berdasarkan perhitungan penulis adalah sebagai berikut:

- a. Menjaga kualitas bahan baku dan Sumber Daya Manusia yang terlatih serta berkualitas sehingga berpotensi dalam mengembangkan usaha.
- b. Meningkatkan hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen untuk mempertahankan segementasi pasar yang besar agar terus mampu bertahan untuk mengembangkan usaha.
- c. Dengan memiliki dan mempertahankan bahan baku yang berkualitas maka akan mampu menarik perhatian distributor baru atau menambah minat distributor untuk bekerjasama.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis dari penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa Strategi Home Industri Konveksi dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat Kota Binjai (Studi kasus pada Abu Bakar Konveksi Mencirim, Binjai Timur) adalah sebagai berikut :

1. Potensi Home Industri Abu Bakar Konveksi sangat baik untuk dikembangkan di masa yang akan datang, hal ini terlihat dari jumlah Omzet yang mencapai Rp. 52.000.000 perbulannya. Konveksi ini memiliki hubungan kerjasama yang sangat baik dengan distributor setianya, hal ini juga yang mendorong potensi usaha ini semakin baik untuk dikembangkan dimasa yang akan datang.
2. Peran Home Industri Konveksi Abu Bakar sebagai wadah pemberdayaan Ibu Rumah tangga yang berhasil di daerah nya terkhusus untuk para ibu rumah tangga sebagai mayoritas pekerjaanya, dengan adanya Konveksi ini para ibu rumah tangga mendapatkan pengembangan dan mengasah kemahiran skill mereka sehingga mereka merasa lebih percaya diri dengan bakat menjahit yang mereka miliki karena dengan bakat tersebut mereka dapat berperan membantu meningkatkan pendapatan Rumah tangga nya.
3. Strategi Abu Bakar Konveksi dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha menerapkan strategi kekeluargaan, seperti tidak pernah melepaskan pekerja apabila mereka mengalami kesulitan dalam proses produksi, pelaku usaha menerapkan strategi dengan membimbing para pekerja dalam mencapai peningkatan dan pengetahuan dan keterampilan pekerja guna mempertahankan kualitas produksi dan keberlangsungan usaha jangka panjang. Tidak hanya itu pemilik usaha Abu Bakar konveksi selalu memberikan bantuan dana apabila para pekerja membutuhkan dana untuk kebutuhan mereka, dengan begini para pekerja merasa dekat dengan pemilik usaha dan mengapresiasi kebaikan pemilik usaha sehingga terciptalah loyalitas pekerja.

Hasil analisis SWOT Usaha Abu Bakar Konveksi di Mencirim, Binjai Timur dalam melakukan strategi peningkatan pendapatan masyarakat Kota Binjai bahwa hasil dari tabel Matriks IFAS dan EFAS, diketahui IFASnya adalah **3.000150** dan EFASnya adalah **3.250876** dengan demikian Usaha Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur berada pada sel I yaitu keadaan dimana Abu Bakar Konveksi berada pada posisi *Growth* yaitu Konsentrasi melalui Integrasi Vertikal yang berarti strategi dengan cara *Backward integration* (Mengambil alih fungsi *supplier*) atau dengan cara *Forward integration* (mengambil alih fungsi distributor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan atau usaha yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industry yang berdaya tarik tinggi. Agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, Abu Bakar Konveksi harus melakukan upaya meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien untuk mengontrol kualitas serta distribusi produk

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam perkembangan usaha Konveksi di Kota Binjai sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan di masa depan, adalah sebagai berikut :

1. Memberikan perhatian terhadap tenaga kerja ibu rumah tangga atau pekerja yang masih pemula secara maksimal, supaya potensi mereka lebih tereksplor terus berkembang dan teraktualisasi untuk dapat membantu mereka mendapatkan penghasilan tambahan dengan begitu dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga. Menerapkan kerjasama yang lebih kokoh dan erat antar pekerja dan pemilik usaha, menyatukan ide-ide kreatif dan inovatif untuk memperluas jangkauan produksi dan menghadapi persaingan dari usaha konveksi lainnya.
2. Mengikuti perkembangan teknologi dan informasi untuk menambah mitra kerja baik secara offline ataupun online, dengan begitu usaha konveksi akan terus berkembang dan menyerap tenaga kerja lebih banyak yang nantinya dapat sangat membantu untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga masyarakat di Kota Binjai.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengidentifikasi perkembangan atau prospek usaha Konveksi di Kota Binjai dan menguraikan masalah-masalah yang ditemui dalam usaha Konveksi Di Kota Binjai untuk diteliti lalu memberi solusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Yazid. *Fiqih Muamalah dan Implementasinya Dalam Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: Logung Pustaka, 2008
- Agrinata, Ridho. “*Prospek Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan keluarga Menurut Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Rumah Tangga Pembuatan Kerupuk Bayam Di Kecamatan Mandau-Duri)*” Skripsi, Jurusan Ekonomi islam Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2012
- Agus, Subardi *Manajemen Pengantar*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2001
- Arianto, Yusuf CK. *Rahasia Dapat Modal dan Fasilitas Dengan Cepat dan tepat*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011
- Binjai Timur Dalam Angka 2018
- Bungin, Burhan Muhammad. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2004
- Dahlan, Abdul Aziz, dkk, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: iktiar baru van hoeve, 2001
- Direktorat Pendidikan Tinggi Islam Depag RI, *Pemberdayaan Masyarakat Pendekatan RRA dan PRA*, Malang: 2009
- Fahmi, Irham. *Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Fred R dan David. *Manajemen Strategi: konsep-konsep*, Jakarta: INDEKS Kelompok Gramedia, 2006
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013
- Herdiansyah, Haris. *Metode Penelitian Kualitatif (untuk ilmu-ilmu sosial)*, Jakarta: Salemba Humanika 2012
- Ihsan, Akmal. *Kontribusi Industri Rumahan dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Kota Watampone (studi kasus usaha kue dan roti Ainun Jaya)* dalam Jurnal Ilmiah Al Tsarwah Program Magister Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone
- Imsar. M.Si, “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan*” (dalam Laporan Penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2018), h. 9-10
- Inayati, Nur. *Peran home industri dalam peningkatan pendapatan ibu rumah tangga (studi kasus di home industri el-lisa hijab desa pendowosalan*

- kecamatan kalinyamatan kabupaten jepara*), Skripsi, Jurusan Ekonomi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019
- Instruksi Presiden No. 10 tentang pemberdayaan usaha menengah, tahun 1999
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)
- Keputusan Presiden, No.99, tentang bidang/jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil dan bidang/jenis usaha yang terbuka untuk usaha menengah atau usaha besar dengan syarat kemitraan, tahun 1998
- Kuncoro, Mudjarad. *Ekonomi Industri Indonesia Menuju Negara Industri 2030*, Yogyakarta: Andi Offset, 2007
- Laporan Kinerja Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2018
- Laporan Kinerja Koperasi Usaha Kecil Menengah, 2018
- Lili baihaki, *Zakat Dan Wirausaha* , Bandung: Rosda, 2002.
- Manullang, M. *Dasar-Dasar Manajemen*, Yogyakarta:Gajah Mada University perss, 2012
- Marliyah, “*Strategi Pembiayaan Mudharabah Sektor Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) studi kasus Perbankan Syariah Di Sumatera Utara*” (Disertasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, 2016) h. 5
- Marzuki, *Pengantar Bisnis*, Jakarta:Penebar Swadaya, 2004
- Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung:Remaja Rosdakary 2002
- Muhammad Syahbudi dan Muhammad Arif, “*Strategi Pengembangan Program Studi Akuntansi Syariah Dalam Meningkatkan Akreditasi*” dalam Jurnal Al-Masharif Januari-Juni 2019
- Muliawa, Jasa. *Manajemen Home Industri: Peluang Usaha Di Tengah Krisis*, Yogyakarta: Banyu Media, 2008
- Mutharoh Lailatul, Siti. “*Usaha Home Industri Kerupuk Kiloan Dalam MeningkatkanPerekonomian Keluarga Ditinjau Dari Ekonomi Islam(Studi Kasus Kerupuk Bawang Di Kecamatan Rengat)*” Skripsi, Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2013
- Peraturan Pemerintah No. 32 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil, 1998
- Raharjo Rido Insan, 2018, “*Strategi pemasaran melalui analisis Strenght Weakness Opportunity Threat (SWOT) pada usaha penyewaan lapangan futsal di Scudeto Futsal Banyuwangi*”, Skripsi, Jurusan Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta

- Rangkuti, Freedy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional IV 2020-2024
- Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula* Bandung: Alfabeta, 2009
- Saefullah, Kurniawan (ed) *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Pranadamedia Group, 2010
- Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, Bandung: Refika Aditama, 2014
- Septihanto, John. *Manajemen Modal Kerja*, Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 1997
- Solihin Ismail, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Erlangga, 2009
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Suharto Edi, *Memberdayakan Masyarakat*, Bandung: PT.Refika Aditama, 2005
- Sulustiani, Ambar Teguh, *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan* Yogyakarta: Gava Media, 2004.
- Supratikno, Hendrawan, *Advanced Strategic. Manajemen: Bact To Basic Approach*, Jakarta: Grafindo Persada, 2003
- Surahmad, Winarno. *Dasar dan Teknologi Reseach; pengantar metodologi ilmiah* Bandung: Tarsito, 1992
- Susila Arif Rahman dan Supartomo CB. *Potensi Ekonomi daerah dan Peran UMKM dalam penanggulangan kemiskinan kabupaten Lebak*, Laporan Penelitian Lanjut, 2014
- Tim Penyusun Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo, *Pedoman Penulisan Skripsi* Semarang, 2010
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1995, *tentang Usaha Kecil* Pasal 4
- Undang-undang Republik Indonesia *tentang usaha kecil*, no.9, tahun 1995
- Usmara, Usi *Implementasi Manajemen Strategi: Kebijakan dan proses*, Yogyakarta: Amara Book, 2013.
- UU RI No. 20 Tahun 2008 *Tentang UMKM (Usaha mikro Kecil dan Menengah)*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009
- Yanti Silvi Novri, *Pemberdayaan EkonomiI Rumah Tangga Melalui Home Industri Sulam Usus Di Desa Margo Dadi Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2019.

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

A. Strength

1. Kelebihan apa yang menjadikan usaha Abu bakar konveksi tetap bertahan selama lebih dari 20 tahun?
2. Apa cara Abu Bakar konveksi dalam pemberdayaan SDM?
3. Bagaimana Abu Bakar konveksi memperlakukan para pekerja?
4. Bagaimana bahan baku di dapatkan dan Bagaimana proses distribusi produk?
5. Bagaimana Pendistribusian hasil produksi?

B. Weakness

1. Apa kekurangan Abu Bakar Konveksi ?
2. Apa kendala saat proses produksi?
3. Bagaimana sistem penentuan harga dari pihak penampung?

C. Opportunity

1. Dengan kondisi usaha saat ini, peluang apa yg dapat di lihat untuk prospek usaha kedepan nya?
2. Apakah pemilik usaha ada rencana untuk mengembangkan usaha?
3. Bagaimana ketersediaan dan Kualitas SDM yang dimiliki serta minat pasar terhadap hasil produksi Abu Bakar Konveksi?

D. Threats

1. Bagaimana pertumbuhan usaha sejenis pada daerah tempat usaha ini berdiri?
2. Bagaimana situasi persaingan usaha di daerah tempat usaha ini berdiri?
3. Bagaimana Abu Bakar Konveksi dapat mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah wabah covid 19?

KUISIONER

FOCUS GROUP DISCUSSION

**STRATEGI HOME INDUSTRI KONVEKSI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN RUMAH
TANGGA MASYARAKAT KOTA BINJAI (STUDI KASUS ABU BAKAR KONVEKSI MENCIRIM
BINJAI TIMUR)**



PENELITI

**Mupidah Handayani Rangkuti
(0501161029)**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2020

EKSTERNAL

| No | Indikator PELUANG | Penilaian | | | |
|----|--------------------------------------|-----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Menambah minat pasar / Distributor | | | | ✓ |
| 2 | Segmentasi pasar yang besar | | | | ✓ |
| 3 | Berpotensi dalam mengembangkan usaha | | | ✓ | |

| No | Indikator ANCAMAN | Penilaian | | | |
|----|---|-----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Kehadiran para pesaing dalam usaha yang sejenis | | | ✓ | |
| 2 | Penetapan upah pekerja secara merata | | | ✓ | |
| 3 | Terjadinya situasi atau perubahan lingkungan yang tidak dapat di prediksi dalam jangka waktu tertentu | | ✓ | | |

KUISIONER RISET SWOT

Profil Responden

Nama Responden : Ibu Abu Bakar

Pekerjaan : Wirasaha / Ibu Rumah Tangga

Email dan Nomor HP : _____

Apakah anda bersedia dihubungi? (beri lingkaran pada satu diantara jawaban) :

(2) Ya

(2) Tidak

Riset SWOT

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

3. Kondisi Internal, Tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan Abu Bakar Konveksi
4. Kondisi Eksternal, Tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman Abu Bakar Konveksi

Cara Pengisian:

Penilaian Skor. Responden diminta untuk menilai tingkat (skor) faktor tersebut untuk di nilai. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam penentuan Strategi untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga masyarakat

Acuan Pengisian Kuisisioner ini adalah sebagai berikut :

- Angka 1 = Tidak Penting
Angka 2 = Kurang Penting
Angka 3 = Penting
Angka 4 = Sangat Penting

INTERNAL

| No | Indikator KEKUATAN | Penilaian | | | |
|----|---|-----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Memiliki bahan baku yang berkualitas | | | | ✓ |
| 2 | Hubungan kerja sama yang baik dengan pihak konsumen | | | | ✓ |
| 3 | Sumber Daya Manusia yang terlatih dan berkualitas | | | ✓ | |

| No | Indikator KELEMAHAN | Penilaian | | | |
|----|----------------------------------|-----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Kedisiplinan para pekerja | | ✓ | | |
| 2 | Ketersediaan Sumber Daya Manusia | | | ✓ | |
| 3 | Ketersediaan Sumber Daya Mesin | | ✓ | | |

EKSTERNAL

| No | Indikator PELUANG | Penilaian | | | |
|----|--------------------------------------|-----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Menambah minat Distributor | | | | ✓ |
| 2 | Segmentasi pasar yang besar | | | | ✓ |
| 3 | Berpotensi dalam mengembangkan usaha | | | ✓ | |

| No | Indikator ANCAMAN | Penilaian | | | |
|----|---|-----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Kehadiran para pesaing dalam usaha yang sejenis | | | ✓ | |
| 2 | Penetapan upah pekerja secara merata | | | ✓ | |
| 3 | Terjadinya situasi atau perubahan lingkungan yang tidak dapat di prediksi dalam jangka waktu tertentu | | ✓ | | |

KUISIONER RISET SWOT

Profil Responden

Nama Responden

: Syahfitri Islamiah

Pekerjaan

: Pekerja di Abu Bakar Konveksi

Email dan Nomor HP :

Apakah anda bersedia dihubungi? (beri lingkaran pada satu diantara jawaban) :

(3) Ya

(2) Tidak

Riset SWOT

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

5. Kondisi Internal, Tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan Abu Bakar Konveksi
6. Kondisi Eksternal, Tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman Abu Bakar Konveksi

Cara Pengisian:

Penilaian Skor. Responden diminta untuk menilai tingkat (skor) faktor tersebut untuk di nilai. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam penentuan Strategi untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga masyarakat

Acuan Pengisian Kuisisioner ini adalah sebagai berikut :

- Angka 1 = Tidak Penting
 Angka 2 = Kurang Penting
 Angka 3 = Penting
 Angka 4 = Sangat Penting

INTERNAL

| No | Indikator KEKUATAN | Penilaian | | | |
|----|---|-----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Memiliki bahan baku yang berkualitas | | | | ✓ |
| 2 | Hubungan kerja sama yang baik dengan pihak konsumen | | | | ✓ |
| 3 | Sumber Daya Manusia yang terlatih dan berkualitas | | | ✓ | |

| No | Indikator KELEMAHAN | Penilaian | | | |
|----|----------------------------------|-----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Kedisiplinan para pekerja | | ✓ | | |
| 2 | Ketersediaan Sumber Daya Manusia | | | ✓ | |
| 3 | Ketersedian Sumber Daya Mesin | | ✓ | | |

EKSTERNAL

| No | Indikator PELUANG | Penilaian | | | |
|----|--------------------------------------|-----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Menambah minat pasar | | | | ✓ |
| 2 | Segmentasi pasar yang besar | | | | ✓ |
| 3 | Berpotensi dalam mengembangkan usaha | | | ✓ | |

| No | Indikator ANCAMAN | Penilaian | | | |
|----|---|-----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Kehadiran para pesaing dalam usaha yang sejenis | | | ✓ | |
| 2 | Penetapan upah pekerja secara merata | | | ✓ | |
| 3 | Terjadinya situasi atau perubahan lingkungan yang tidak dapat di prediksi dalam jangka waktu tertentu | | ✓ | | |