



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

Imsar
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
imsar@uinsu.ac.id

Abstract

This study aims to determine how the potential and empowerment role of the convection home industry in increasing community household income, and to determine the SWOT analysis of strategies used to increase household income in Binjai city. The background of this research is that in the 2020-2024 RPJMN, one of the macro targets is to improve the processing industry, one of the agendas is to strengthen quality economic defense by encouraging MSMEs. This research method is descriptive qualitative accompanied by a SWOT analysis. The analysis technique used is descriptive method and SWOT analysis, the formulation of a strategy that is processed from the weight of the identification results of the SWOT factor. The results of the calculation of the SWOT analysis of the total IFAS are higher than the total EFAS. The strategy to increase the business of the research object is in cell I Growth is namely the Backward integration or Forward integration strategy. In order to increase its business strength or competitive position, Burn Ash Convection must make efforts to minimize costs and inefficient operations to control the quality and distribution of products.

Keywords: *Strategy, Home Industry, SWOT Analysis*

1. PENDAHULUAN

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. (LAKIP UMKM, 2018)

Meninjau sasaran makro RPJMN 2020-2024 yang ingin dituju adalah peningkatan industri pengolahan dari 20,0 ke 21,2% Melalui 2 agenda RPJMN, agenda pertama memperkuat pertahanan ekonomi untuk pertumbuhan yang berkualitas dengan upaya afirmasi untuk mendorong UMKM dan agenda kedua meningkatkan SDM berkualitas dan daya saing dengan melakukan peningkatan produktifitas dan daya saing, ini juga merupakan sebuah latar belakang yang menjadikan topik ini hangat untuk diperbincangkan (Naskah RPJMN, 2020-2024)

Studi yang dilakukan oleh Todaro, 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 lain. (Todaro, 2002)

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. Industri kecil dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan mengurangi jumlah pengangguran yang banyak dihadapi oleh negara-negara yang 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. (Marzuki, 2004)

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. (Marliyah, 2016)

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
 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 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. 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. 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. (LAKIP UMKM, 2018)

Penelitian tentang potensi serta peran home industri dalam meningkatkan pendapatan masyarakat atau ekonomi sudah banyak dilakukan. Hasil penelitian Siti Lailatul Muthoharoh (2013) dengan metode deskriptif kualitatif dikemukakan hasil bahwa dampak dari keberadaan usaha home industri yang diteliti dapat meningkatkan perekonomian keluarga juga memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitarnya yang sebelumnya tidak punya pekerjaan dengan adanya usaha ini ada peluang untuk bekerja walaupun dengan segala keterbatasan namun home industri mampu meningkatkan perekonomian keluarga. Penelitian Akmal Ihsan (2016) Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, Secara parsial hasil analisis regresi menunjukkan industri rumahan berkontribusi signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Dimana jika pendapatan dari industri yang diteliti meningkat akan diikuti dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Penelitian Arief Rahman Susila dan Supartomo (2014), Hasil SWOT diketahui bahwa strategi yang bisa dilakukan Home industri yang menjadi objek penelitian peneliti adalah memaksimalkan potensi dari sektor industri pengolahan produk, memperbaiki kualitas SDM, dan memberikan payung hukum mengenai jenis produk unggulan dan posisi usaha tergolong dalam posisi usaha sedang berkembang.

Penelitian Nur Inayati (2019), bahwa dengan adanya home Industri yang menjadi objek penelitian mampu membawa perubahan yang positif bagi ibu rumah tangga menjadi lebih produktif, kreatif dan dapat meningkatkan taraf 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.

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. (Perda Kota Binjai No.11, 2011) Kemudian peneliti memilih objek penelitian pada Abu Bakar Konveksi Mencirim, Binjai Timur hal ini diputuskan melalui teknik purposive sampling yang peneliti dapatkan dari hasil riset, yang mana objek penelitian tersebut merupakan pelaku usaha senior dengan jumlah tenaga kerja terbanyak yang diikuti pendapatan yang tinggi jika dibandingkan Konveksi lain yang ada di sekitar Binjai Timur.

Konveksi merupakan salah satu produk unggulan yang ada di Kota Binjai. 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. (BPS Kota Binjai, 2017)

Dewasa ini, sejak merebahnya COVID 19 di Indonesia secara keseluruhan kondisi UMKM di Sumut saat ini tidak baik. Mulai dari omset yang menurun hingga merumahkan karyawannya bahkan tidak sedikit UMKM yang akhirnya bangkrut, selain itu para pelaku UMKM mendapat tantangan dari serbuan produk asing, ini adalah masalah yang dihadapi UMKM di Sumut saat ini. (Diskop Sumut, 2020). Namun peneliti temui fakta menarik bahwa Abu Bakar Konveksi mengalami peningkatan pendapatan dibandingkan dari bulan sebelum memasuki fase pandemi. Berikut peneliti sajikan tabel peningkatan pendapatan Abu Bakar Konveksi :

Tabel 2
 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 di atas 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 bulan Maret april bertepatan saat Pandemi merebah dan memasuki masa karantina. Ini merupakan sebuah fakta yang menarik untuk diulas.

Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. (Fredy Rangkuti, 2015). Strategi memiliki hirarki tertentu. Yang 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. Lalu kedua 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*). (Imsar, 2018)

Strategi yang dibuat oleh perusahaan dapat dibedakan kedalam tiga kelompok strategi yaitu: 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. 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. Functional 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. (Ismail Solihin, 2009)

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 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. (UU RI NO. 20 Tahun 2008)

Dalam sebuah industri kecil sangat dibutuhkan manajemen pengelolaan yang baik untuk kelangsungan industri dimasa yang akan datang yaitu 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 pertama, menurut waktu pengeluaran Modal investasi adalah modal yang digunakan dalam jangka panjang, namun dapat dipakai secara berulang kali. Biasanya dilakukan pada awal pendirian usaha tersebut. Diantaranya berupa tanah, bangunan, mesin, ataupun peralatan, kemudian 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. Kedua menurut Sumber Dana Modal sendiri, modal didapatkan dari pendanaan yang diperoleh dari diri sendiri. Misalnya pihak pelaku usaha mendapat modal dari harta kekayaan sendiri dan Modal dari luar, modal dari luar ini biasanya diperoleh dari bank, kerabat dekat atau rekan bisnis (M. Manullang, 2012)

Pendapatan

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. (Suhar dan Kristina, 2020)

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. Jika dilihat dari objeknya *Ijarah* ada dua, yaitu, *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. Kedua, *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*. (Abdul Aziz Dahlan, 2001)

2. METODE

Pendekatan Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. 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 generalisasi. Hasil penelitian ini selain akan dianalisis secara deskriptif kualitatif penulis juga menggunakan analisis SWOT. (Sugiyono, 2012)

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan dan mengolah data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi lapangan atau *field research* yaitu pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, kuesioner atau angket kepada para stakeholder, dan perangkat yang berperan penting dalam home industri ini yang disertai dokumentasi.

Sumber data yang digunakan adalah primer, yaitu data yang dihasilkan dari kuesioner dan wawancara mendalam juga *Focus Group Discussion* (FGD) guna menganalisis faktor internal dan eksternal yang akan merumuskan strategi pada home industri ini dan juga data sekunder dari jurnal-jurnal ilmiah, kearsipan home industri, buku-buku yang

berkaitan dengan penelitian, skripsi dan disertasi. Kemudian dari sejumlah literatur yang telah peneliti pilih, peneliti menelaah, menganalisis data dan informasi yang telah dikumpulkan untuk dituangkan kedalam penelitian ini guna menjawab persoalan yang diangkat dalam penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. 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 (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*).

1) Abu Bakar Konveksi

a) Kekuatan (*Strength*) Abu Bakar Konveksi

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

1. Menjaga Kepuasan Konsumen
2. Memiliki hubungan kerjasama yang baik serta mendapat perhatian lebih dari penampung terbesar.
3. Memiliki sumberdaya manusia yang sudah terlatih bekerjasama dalam tim, sigap, mahir dalam penguasaan skill dibidang masing-masing.

b) 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.

1. Para pekerja masih sering melalaikan waktu masuk/kurang disiplin.
2. Saat ini usaha konveksi ini sedang mengalami kekurangan tukang potong pola
3. Kekurangan Mesin untuk produksi dikarenakan harga mesin yang cenderung tinggi.



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

1) Abu Bakar Konveksi

a) Peluang (*Opportunities*) Abu Bakar Konveksi

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

1. Prospek usaha yang baik karena konveksi ini sudah mendapat perhatian lebih dari pihak konsumen/penampung
2. Segmen pasar yang besar
3. Dengan kualitas SDM yang sudah terlatih untuk mengeluarkan output dengan kualitas yang terjaga dalam waktu pengerjaan efisien.

b) Ancaman (*Threats*) Abu Bakar Konveksi

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

1. Tumbuhnya bibit-bibit Konveksi yang baru dilingkungan tempat Abu Bakar Konveksi beroperasi
2. Adanya persaingan upah secara diam diam dari konveksi lain
3. Terjadinya wabah penyakit Karena faktor alamiah contohnya seperti saat ini yaitu wabah Covid 19 yang mengakibatkan menurunnya pereekonomian.

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

Didalam Matriks IFAS ini data yang diperoleh adalah data yang berasal dari tabel normalisasi bobot faktor internal juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian skor faktor internal Abu Bakar Konveksi, Mencirim Binjai Timur. Sebagaiman pada tabel di bawah ini :

Tabel 3
 Matriks IFAS Abu Bakar Konveksi
 Internal Factors
 Analysis
 (IFAS)

<i>Strength</i>	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 (<i>Strength</i>)	1.883490		
<i>Weakness</i>	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 (<i>Weakness</i>)	1.116660		
Total IFAS		1.00	3.000150

Berdasarkan data di atas 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*).

1) 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
 Matriks EFAS Abu Bakar Konveksi

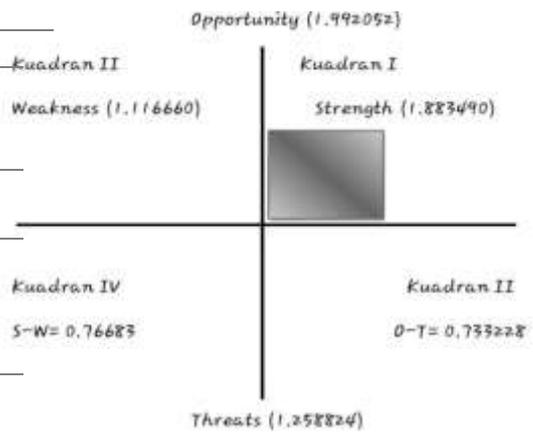


Eksternal Factors Analysis (EFAS)

<i>Opportunity</i>	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 (<i>Opportunity</i>)	1.992052		

<i>Threat</i>	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 (<i>Threats</i>)	1.258824		
Total EFAS	1.00		3.250876

Berdasarkan data di atas 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*), sehingga diperoleh nilai untuk faktor eksternal sebesar $1,992052 - 1,258824 = 0,733228$, sehingga keputusan strategi ditunjukkan pada gambar matriks SWOT dan Matriks IE dibawah ini :



Gambar 1 Diagram SWOT

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.

	KUAT (3.0-4.0)	BATA-RATA (2.0-2.99)	LEMAH (1.0-1.99)
Sangat (2.0-2.99)	I. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Vertikal	II. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal	III. GROWTH Turn around
Rendah (1.0-1.99)	IV. STABILITY Hati-Hati	V. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal STABILITY Tidak ada perubahan Profit strategi	VI. VETRENCHMENT Captive Company atau Divestment
	VII. GROWTH Diferensikasi konsentratik	VIII. GROWTH Diferensikasi Konglomerat	IX. RETRENCHMENT Bangkrut Likuiditas

Gambar 2 Hasil Matrik Internal Eksternal (IE)

Berdasarkan hasil perhitungan Matriks IFAS dan EFAS 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.

Tabel 5
Matrik SWOT Abu Bakar Konveksi

Sumber : Hasil Perhitungan, SWOT, 2018

Berdasarkan Tabel Matriks SWOT di atas 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.

EFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	S1 Bahan baku berkualitas	W2 Ketersediaan SDM
	S2 Hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen	W1 Kedisiplinan pekerja
	S3 SDM Terlatih dan berkualitas	W3 Ketersediaan Sumber Daya Mesin
IFAS	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<i>OPPORTUNITIES</i> (O)	a. Menjaga kualitas bahan baku dan Sumber Daya Manusia yang terlatih serta berkualitas sehingga berpotensi dalam pasar yang besar	<i>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</i>
O1 Menambah minat distributor		
O2 Segmentasi pasar yang besar		
O3 Berpotensi dalam mengembang kan usaha	b. Meningkatkan hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen untuk mempertahankan segementasi pasar yang besar agar terus mampu bertahan untuk mengembangkan usaha.(S2 O2 O1)	
	c. Dengan memiliki dan mempertahankan bahan baku yang berkualitas maka akan mampu menarik perhatian distributor baru atau menambah minat distributor untuk bekerjasama.(S1 O1)	
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
T1 Kehadiran pesaing dalam usaha sejenis	<i>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</i>	<i>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</i>
T2 Penetapan upah pekerja secara merata		
T3 Perubahan alamiah dalam jangka waktu tertentu		



- 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.

Selanjutnya, Temuan penelitian mendeskripsikan bahwa Abu Bakar Konveksi memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan menuju usaha yang berdaya saing, mengingat Konveksi ini merupakan pelaku usaha senior di daerah nya, menguasai pasar konveksi didaerah nya dengan tingkat pendapatan yang tinggi serta di ikuti jumlah tenaga kerja yang banyak dibandingkan dengan usaha konveksi lain di sekitar nya, mengingat sampai saat ini konveksi ini sudah memiliki *brand image* yang baik dimata para distributor. Dengan uraian potensi tersebut kondisi ini merupakan sebuah peluang besar untuk terus mengembangkan usaha Abu Bakar Konveksi, menciptakan kombinasi usaha yang menarik perhatian sehingga menarik kesempatan kerja bagi para angkatan kerja yang memiliki kemampuan pada bidang yang dibutuhkan, dengan begitu kehadiran konveksi ini sangat membantu dalam peningkatan pendapatan rumah tangga masyarakat.

Selanjutnya Abu Bakar konveksi telah berhasil menjadi wadah pemberdayaan bagi pekerja nya, konveksi ini mendidik, membimbing dan melatih kemajuan skill para pekerja nya, mengingat pemilik usaha merupakan ahli dibidang nya. Bahkan beberapa pekerja dibantu untuk membuka usaha sendiri dari melatih skill hingga pendanaan untuk membuka usaha sendiri yang akhirnya usaha baru tersebut menyerap tenaga kerja baru yang lalu sejalan dengan peningkatan pendapatan rumah tangga masyarakat

daerah tempat usaha konveksi ini berdiri.

Adapun menjalankan hubungan searah dengan para pekerja termasuk strategi usaha yang baik yang diterapkan konveksi ini, peran pemberdayaan usaha dan skill parapekerja juga cukup membantu dalam kemajuan usaha ini, pemilik usaha menciptakan lingkungan kerja bernuansa kekeluargaan, tidak pernah memaksakan target produksi dan selalu memberikan bimbingan kepada pekerja yang mengalami kesulitan pada proses produksi, tidak hanya itu bahkan pemilik usaha tidak pernah sungkan memberikan bantuan dana untuk para pekerjanya meski untuk kebutuhan pribadi, hal ini diterapkan agar terjalin hubungan kerjasama yang harmonis dalam lingkungan kerja sehingga akan memberikan dampak baik kepada masa depan usaha, salah satu nya menciptakan etos kerja yang tinggi dan membangun loyalitas pekerja yang akan meningkatkan tingkat produktivitas secara efisien lalu berdampak pada peningkatan Omzet usaha yang akan berpengaruh pada peningkatan pendapatn rumah tangga masyarakat yang menjadi pekerja pada konveksi ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis dari penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa Potensi Home Industri Abu Bakar Konveksi sangat baik untuk dikembangkan di masa yang akan datang, hal ini terlihat dari jumlah Omzet yang tinggi, selanjutnya Abu Bakar Konveksi berhasil berperan sebagai wadah pemberdayaan para pekerjanya yang dimayoritasi ibu rumah tangga yang berhasil mengaplikasikan skill menjahitnya melalui Konveksi ini. Adapun strategi Abu Bakar Konveksi adalah 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*), Abu Bakar Konveksi harus melakukan upaya meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien untuk mengontrol kualitas serta distribusi produk. Strategi yang dapat dilakukan Abu Bakar Konveksi berdasarkan matriks SWOT adalah, pertama Menjaga kualitas bahan baku dan Sumber Daya Manusia yang terlatih serta berkualitas sehingga berpotensi dalam mengembangkan usaha. Kedua, Meningkatkan hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen untuk mempertahankan segementasi pasar yang besar agar terus mampu bertahan untuk mengembangkan usaha. Dan strategi ketiga, dengan memiliki dan mempertahankan bahan baku yang berkualitas maka akan mampu menarik perhatian distributor baru atau menambah minat distributor untuk bekerjasama.

5. REFERENSI

- Badan Pusat Statistika Kota Binjai, 2017
- Dahlan, Abdul Aziz, dkk, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: ichtiar baru van hoeve, 2001
- 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 Ucoc 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
- Laporan Kinerja Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2018
- 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
- Perspektif Wirausaha*, Jambi, Ahli Media Pers, 2020
- Rangkuti, Freedy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional IV 2020-2024
- Solihin Ismail, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Erlangga, 2009
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Suhar dan Kristina, *Pemberdayaan Ekonomi Dan Bisnis Muslim Jambi Dalam*
- Susila Arif Rahman dan Supartomo CB. *Potensi Ekonomi daerah dan Peran UMKM dalam penanggulangan kemiskinan kabupaten Lebak*, Laporan Penelitian Lanjut, 2014
- Todaro, Michael P, *Economic Development*, Pearson Education, 2002
- UU RI No. 20 Tahun 2008 *Tentang UMKM (Usaha mikro Kecil dan Menengah)*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009