STRATEGI *HOME INDUSTRY* KONVEKSI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN FABIAN FASHION DI NAGARI BATU TABA DITINJAU DARI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

SKRIPSI

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (SE)Prodi Manajemen Bisnis Syariah Dalam fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Di Universitas Islam Negri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi



OLEH:

YONA SULASTRI

NIM: 3719202

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

TAHUN 2023/1444 H

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahhirabbil'alamin segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Strategi *Home Industry* Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Fabian Fashion Di Nagari Batu Taba Ditinjau Dari Manajemen Bisnis Syariah"**.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Kemudian shalawat beserta salam tidak lupa pula kita kirimkan buat Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam jahiliyah kepada alam yang penuh ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini.

Penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan bimbingan dengan penuh ketulusan dan keikhlasan dari berbagai pihak. Maka penulis mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga, pertama kali kepada Allah SWT dan juga kepada kedua orang tua tercinta yaitu Ayahanda **Syamsul Bahri** dan Ibunda **Itriani** yang telah melahirkan, mendidik, merawat, membesarkan dan menyekolahkan penulis dengan penuh kasih sayang, penuh kesabaran, pengorbanan, dan perjuangan yang tidak kenal lelah untuk masa depan kehidupan penulis. Selanjutnya atas bantuan dan arahan yang telah diberikan, penulis juga mengucapkan terimakasih tidak terhingga kepada:

1. Ibu **Prof. Dr. Ridha Ahida., M.Hum** selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Ibu **Dr. Hesi Eka Puteri, SE., M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

3.Bapak **Andis Febrian., MM** selaku Ketua Program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

4.Bapak **Dr. Rusyaida. D, M.Ag** selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini, yang telah bersedia meluangkan tenaga dan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan arahan dan masukan serta kesabaran dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5.Ibu **Nini Sumarni, S.E., M.Si** selaku dosen Penasehat Akademik yang telah berkenan meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan arahan dan nasehat kepada penulis dalam menjalani perkuliahan.

6.Bapak dan Ibu Dosen dan Staf Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

7.Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap dan berdoa kepada Allah semoga amal dan kebaikan kita semua diridhai oleh Allah SWT dan bernilai ibadah di hadapan Allah SWT.

Bukittinggi, 11 Juli 2023

Yang Menyatakan

Yona Sulastri

3719202

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Yona Sulastri NIM 3719202, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan judul "**STRATEGI *HOME INDUSTRY* KONVEKSI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN FABIAN FASHION DI NAGARI BATU TABA DITNJAU DARI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH"** atas bimbingan **Ibu Dr. Rusyaida. D, M.Ag.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *home industry* konveksi Fabian Fashion dalam meningkatkan pendapatan, mengetahui apa saja hambatan yang terjadi dalam pengelolaan *home industry* konveksi dinagari Batu Taba dan untuk mengetahui analisis SWOT strategi yang digunakan untuk peningkatan pendapatan Fabian Fashion di Nagari Batu Taba.

Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data adalah melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan ada empat jenis yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (*verification*) serta menggunakan alat penelitian berupa Analisis Matriks SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dilapangan dinyatakan bahwa strategi *home industry* yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan Fabian Fashion adalah dengan menerapkan strategi S-O semaksimal mungkin sehingga mampu meningkatkan pendapatan Fabian Fashion. Dengan cara meningkatkan sumber daya manusia yang sudah terlatih maka produk yang dihasilkan dapat diselesaikan dengan rapi dan tepat waktu sehingga dapat mengembangkan konveksi Fabian Fashion. Dengan adanya sampel pakaian untuk melakukan promosi maka dapat mencapai segmen pasar yang besar dan mampu mendistribusikan produk dengan maksimal. Dengan bahan baku yang terjamin kualitasnya dapat berdampak pada prospek usaha yang dijalankan dan mendapat perhatian dari pihak konsumen. Dengan selalu memenuhi permintaan konsumen maka usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan pesat.Yang dapat dilakukan pemilik usaha dalam menghadapi hambatan dalam proses produksi adalah dengan selalu berusaha menciptakan strategi yang baru bersifat kreatif dan inovatif. Diharapkan pemilik usaha untuk selalu memperbaharui sarana dan prasarana dengan mengikuti teknologi yang berkembang.

Produk yang dihasilkan Fabian Fashion adalah produk yang bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan dalam bidang pakaian dan sesuai dengan sayariat isalam. Etika dalam penetapan harga yaitu harga ditetapkan sesuai dengan modal pemilik usaha dalam membeli jenis bahan baku produk yang dijualnya. Pemilik memberikan harga sesuai dengan merek produk, dan sesuai jenis kualitas barang tersebut. pendistribusian pada usaha konveksi ini belum sesuai dengan bisnis syariah islam dikarenakan pendistribusian barang belum merata.

Kunci : Strategi, Home Industri, Analisis SWOT

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **i**
ABSTRAK ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi masalah 9
C. Batasan masalah 10
D. Rumusan masalah 10
E. Tujuan penelitian 10
F. Manfaat penelitian 11
G. Ruang lingkup penelitian 11
H. Penjelasan judul 11
BAB II LANDASAN TEORI **13**
A. Strategi dalam meningkatkan pendapatan 13
B. Home industry *26*
C. Teori pendapatan 32
D. Prinsip-prinsip manajemen bisnis syariah 41
E. Kajian terdahulu 44
BAB III METODE PENELITIAN **50**
A. Jenis penilitian 50
B. Lokasi dan waktu penelitian 50
C. Jenis dan sumber data 51
D. Informan penelitian 52
E. Teknik pengumpulan data 52
F. Metode analisis data 54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **59**
A. Deskripsi objek penelitian 59
B. Hasil penelitian 61
C. Analisis SWOT dan pembahasan 68
BAB V PENUTUP **92**
A. Kesimpulan 92
B. Saran 93
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pesatnya dunia bisnis untuk dapat meningkatkan pelayanan dan permintaan kepada konsumen pada segmen-segmen tertentu kini mulai banyak produsen yang mendesain produknya dengan menjalankan bisnis dengan prinsip manjemen bisnis syariah. Proses ini sangat berbeda dengan konvensional selain proses penyusun Syariah memiliki dasar yang kuat berdasarkan Quran dan hadis yang tidak bisa dibandingkan dengan pemikiran manusia. Manajemen bisnis Syariah juga harus mampu memberikan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat memberikan rasa adil kebersamaan dan keluarga serta mampu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada setiap pelaku usaha.

Islam telah mengatur tata cara etika bisnis yang ideal sehingga tidak merugikan salah satu pihak ataupun bagi keduanya, yang mana dalam hal ini Islam selalu mengedepankan prinsip keadilan dan keseimbangan hak dan kewajiban dalam setiap kegiatan bisnis dengan berpedoman pada Q.S. Al-Baqarah ayat 188 :

وَلَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ وَتُدْلُواْ بِهَآ إِلَى ٱلْحُكَّامِ لِتَأْكُلُواْ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu

membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui

Adapun dalam perspektif fiqh keuangan istilah bisnis dalam Islam secara lazim disebut dengan istilah tijarah yaitu pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan, yang mana dalam bisnis syariah pencarian keuntungan tersebut bukanlah semata-mata hanya terfokus pada sudut pandang materil saja, melainkan juga meliputi pada usaha untuk mendapatkan ridha dari Allah SWT dalam menjalankan bisnis tersebut, oleh karena itu bisnis syariah pada hakikatnya mengacu pada makna bisnis yang berpedoman pada Al-Quran yang tidak hanya memuat hal-hal yang bersifat materil namun justru juga mengarah pada hal-hal yang bersifat immateril.

Era yang berkembang mendorong para pelaku bisnis membuat usaha yang dijalankan semakin berkembang, dengan berkembangnya zaman mempengaruhi keberlangsungan hidup masyarakat. Mulai dari kebutuhan primer hingga tersier melihat fenomena tersebut membuat para pelaku bisnis mulai berlomba-lomba untuk menyediakan produk untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu bentuk bisnis memenuhi kebutuhan tersebut adalah bisnis *home industry* konveksi. Dimana dalam bisnis ini bergerak dibidang produksi pakaian.

Melihat perkembangan industri konveksi ini, adanya kebiasan masyarakat untuk berlomba-lomba memakai strategi ATM (Amati,Tiru dan Modifikasi) yang menyebabkan persaingan antar pelaku usaha konveksi semakin berlarut di Nagari Batu Taba. Yang mana usaha konveksi di Nagari

Batu Taba merupakan konveksi yang usaha dalam skala kecil, 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 daripada usaha besar pada umumnya yang biasanya disebut *home industry* konveksi.

Dalam kehidupan yang semakin lama semakin ketat kompetisi dalam bidang pekerjaan, kita di tuntut untuk dapat mengatur segala sesuatu dengan sistematis. Dalam menjalankan suatu proses kerja seseorang harus mempunyai pengetahuan tentang manajemen dari pekerjaannya tersebut. Tujuan manajemen sendiri adalah efisien dan efektif. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan. Sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada di laksanakan secara benar, terorganisir dan sesuai dengan jadwal.[1]

Industri kecil dan industri rumah tangga (home industri) dapat digolongkan 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

[1] Mudjarad Kuncoro, *Ekonomi Industri Indonesia Menuju Negara Industri 2030*, (Yogyakarta:Andi Offset, 2017), h.103

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.[2]

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.[3] Industri rumah tangga ini dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan mengurangi jumlah pengangguran terutama bagi negara-negara yang sedang berkembang. Oleh karena itu perlu adanya pembinaan terhadap industri kecil agar dapat menjadi usaha yang lebih efisien, berkembang secara mandiri, meningkatkan pendapatan masyarakat, mengembangkan usahanya dan memperluas perannya dalam penyediaan barang dan jasa.

Industri kecil juga merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia bila dibandingkan dengan kelompok usaha yang masuk dalam kategori usaha besar. *Home Industry* ini telah terbukti menjadi kunci untuk mengamankan perekonomian Indonesia disaat krisis ekonomi. Oleh karena itu, industri kecil ini dapat dijadikan sebagai pilar masa depan dan harus didukung oleh kebijakan yang kondusif bagi

---

[2] Jasa Ungguh Muliawa, *Manajemen Home Industri dan Peluang Usaha Di Tengah Krisis*, (Yogyakarta: Banyu Media, 2018), h.3

[3] Jasa Ungguh Muliawa, *Manajemen Home Industri dan Peluang Usaha Di Tengah Krisis*, (Yogyakarta: Banyu Media, 2018), h.10

perkembangannya, tidak hanya menjadi penyangga perekonomian negara, tetapi juga menjadi mesin pertumbuhan ekonomi.

Mengembangkan *home industry* erat kaitannya dengan kualitas sumber daya manusia. Peningkatan sumber daya manusia disini menjadi tantangan yang perlu diselesaikan bagi pemerintah untuk mendukung pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah untuk menciptakan efektifitas dan efisiensi kinerja industri kecil dengan tujuan untuk berkontribusi terhadapnya. Membantu perekonomian Indonesia berkembang serta menarik tenaga kerja dengan tujuan mengurangi pengangguran. Tenaga kerja yang bekerja di *home industry* biasanya terdiri dari pekerja informal seperti ibu rumah tangga yang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian rumah tangga dan mengurangi peningkatan pendapatan nasional.Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Agam dalam angka 2018, jumlah industri kecil sebanyak 6.746 unit, usaha tenaga kerja industri kecil sebanyak 26.984 orang.

Dalam penelitian ini peneliti menjadikan Nagari Batu Taba sebagai lokasi penelitian. Alasan menjadikan Batu Taba sebagai lokasi penelitian adalah karena industri sandang atau pakaian menjadi industri unggulan di Kabupaten Agam. Hal ini dapat terlihat dari tabel yang penulis sajikan dibawah ini.

Tabel 1.1
Potensi Industri Unggulan Di Kabupaten Agam

Jenis Industri	Jumlah Industri (unit)
1. Industri Sandang / Pakaian	2.621
2. Industri Pangan	2.285
3.Industri kimia dan bahan bangunan	434
4. Industri kerajinan	277
5. Industri logam	196

Sumber : Data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Agam Sumatera Barat tahun 2018-2019)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa ada 5 potensi industri unggulan di Kabupaten Agam pada tahun 2019 salah satunya adalah industri sandang atau pakaian dengan jumlah industri 2,621 unit industri. Data ini memperkuat bahwa industri sandang atau pakaian di Kabupaten Agam memiliki potensi yang baik dan dapat terus ditingkatkan untuk mendukung peningkatan usaha industri kecil di Kabupaten Agam sehingga dapat berdampak baik dalam meningkatkan rumah tangga masyarakatnya.Untuk memperkuat data dari tabel 1.1 maka peneliti menyajikan data berupa Hasil-hasil industri unggulan Kecamatan Ampek Angkek.. Hal ini dapat terlihat dari tabel yang penulis sajikan dibawah ini :

Tabel 1.2
Potensi Industri Kecil Unggulan di Kecamatan IV Angkek

Jenis Industri	Jumlah Industri tahun 2018 (unit)	Jumlah industri tahun 2019 (unit)
1. Konveksi	424	470
2. Sulaman Bordir	332	340
3. Perabot	24	28
4. Makanan	57	78

Sumber : Data Resmi Kecamatan Ampek Angkek

Bisa dilihat dari tabel diatas, bahwa dikecamatan Ampek Angkek terdapat 4 potensi produk unggulan pada tahun 2018 dan 2019 salah satunya adalah industri konveksi di Kecamatan Ampek Angkek dengan jumlah industri tahun 2018 sebanyak 424 industri konveksi dan meningkat pada tahun 2019 sebanyak 36 industri konveksi. Data ini memperkuat bahwa usaha konveksi di Ampek Angkek Angkek memiliki potensi yang baik dan dapat berkembang untuk mendukung peningkatan usaha *home industri* di Kecamatan Ampek Angkek yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan pengusaha *home industri* konveksi juga. Selanjutnya peneliti akan menyajikan usaha home industri konveksi yang terdapat di Nagari Batu Taba untuk mengidentifikasi perkembangan usaha ditinjau dari usaha konveksi, pendapatan dan jumlah tenaga kerja. Adapun data tersebut disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 1.3
Identifikasi Perkembangan Usaha Home Industri Konveksi Nagari Batu Taba

Identifikasi	SS Mode	A&K Busana	Fabian Fashion
Usia usaha	8 tahun	6 tahun	≤ 9 Tahun
Tenaga Kerja	15 Orang	10 Orang	9 orang
Pendapatan 2019	Rp.180.000.000	Rp.130.000.000	±Rp.90.000.000-Rp.150.000.000
Pendapatan 2020	Rp.160.000.000	Rp.115.000.000	±Rp.70.000.000-Rp. 100.000.000
Pendapatan 2021	Rp.175.000.000	Rp.145.000.000	±Rp.50.000.000-Rp80.000.000
Pendapatan 2022	Rp.210.000.000	Rp.175.000.000	±Rp75.000.000-Rp.105.0000.000
Pendapatan 2023	Rp.100.000.000/ bulan mei 2023	Rp.60.000.000/ bulan mei	±Rp.18.000.000/ bulam mei 2023

Sumber: Wawancara Pelaku usaha Konveksi Nagari Batu Taba, Kecamatan Ampek Angkek

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa ada ketimpangan ketiga usaha, dimana SS Mode 5 tahun terakir ini lebih unggul dari A&K Busana dan Fabian Fashion. Dimana Fabian Fashion sudah lebih lama berdiri yaitu ≤ 9 tahun namun tenaga kerja dan pendapatan yang dihasilkan jauh tertinggal dari 2 usaha lainnya. Yang mana Fabian Fashion ini harusnya bisa bersaing dengan usaha lain karena telah lebih dahulu menjalankan usaha. Akan tetapi kenyataannya 5 tahun terakir ini pendapatan Fabian Fashion tidak stabil.

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pemilik usaha Fabian Fashion yaitu Bapak Gunawan diketahui bahwa usaha ini telah berdiri semenjak tahun 2015 hingga sekarang. Kendala yang sering dihadapi selama beroperasi diantaranya pertama yaitu adanya kesulitan dalam mencari bahan baku yang berkualitas sehingga menyebabkan kualitas produk yang dihasilkan tidak memenuhi permintaan konsumen. Kedua, adanya perubahan arah fashion atau mode pakaian yang selalu berubah-ubah mengakibatkan Fabian Fashion harus selalu meningkatkan kualitas produk yang dihasilkannya secara berkala.[4]

Melihat masalah ini, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana cara strategi *Home Industry* Konveksi ini mampu membuat usaha Fabian fashion ini tetap bertahan ditengah banyaknya usaha sejenis maupun tidak sejenis yang bermunculan saat ini. Penelitian ini berjudul **"Strategi *Home Industry* Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Fabian Fashion Di Nagari Batu Taba Ditinjau Dari Manajemen Bisnis Sysriah".**

B.Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang diuraikan di latar belakang maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1.Persaingan usaha sejenis yang terus tumbuh di Nagari Batu Taba.

2.Susahnya mencari bahan baku yang berkualias, menyebabkan kualitas produk yang dihasilkan tidak sesuai permintaan konsumen.

[4] Gunawan, *Wawancara Langsung dengan pemilik usaha Fabian Fashion* pada tanggal 25 November 2022 Pukul 16.30 WIB.

3.Adanya perubahan arah fashion atau mode pakaian yang terjadi secara berkala.

C.Batasan Masalah

Dalam penelitian diperlukan adanya pembatasan masalah agar pengertian yang timbul tidak terlalu luas,. Peneliti membatsai masalah dalam penelitian ini dengan cara peneliti hanya akan meneliti home industry konveksi yang ada di Nagari Batu Taba, Kecamatan Angkek Angkek, Kabupaten Agam. Khususnya usaha Fabian Fashion.

D.Rumusan Masalah

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

1.Bagaimana strategi yang digunakan *home industry* konveksi dalam meningkatkan pendapatan Fabian Fashion di Nagari Batu Taba?

2.Apa saja hambatan yang mungkin dihadapi dalam pengelolaan *home industry* konveksi Fabian Fashion di Nagari Batu Taba?

E.Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa tujuan penelitian sebagai berikut :

1.Untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang digunakan *home industry* konveksi dalam meningkatkan pendapatan Fabian Fashion di Nagari Batu Taba.

2.Untuk mengetahui hambatan yang mungkin dihadapi dalam pengelolaan

home industry konveksi Fabian Fashion di Nagari Batu Taba.

F.Manfaat Penelitian

1.Manfaat Penelitian :

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut :

a.Akademik

Penelitian ini bermanfaat sebagai prasyarat unruk menyelesaikan Sarjana 1 (S1) program studi Manajemen Bisnis Syariah dari fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN M DJAMIL JAMBEK BUKITTINGGI.

b.Penulis

Sebagai studi perbandingan antara pengetahuan teoritis yang di peroleh diperkualiahan dengan prakteknya di dunia usaha, khususnyatentang potensi dari home industri dalam meningkatkan pendapatan masyarakat.

G.Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini mempunyai arahan yang jelas serta tidak keluar dari pokok permasalah, maka penelitian ini dibatasi pada Strategi home industri konveksi dalam meningkatkan kualitas produksi dan pendapatan masyarakat di Nagari Batu Taba, Kecamatan Ampek Angkek, Kabupaten Agam.

H.Penjelasan Judul

Strategi :Sebuah alat dari usaha individu atau kelompok dalam memanfaatkan kemampuan dan sumber

daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang telah diharapkan.[5]

Home industri :Unit usaha rumahan yang memanfaatkan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi,pemasaran dan administrasi yang dilakukan secara bersamaan.[6]

Konveksi :Sebuah usaha produksi pakaian atau industri kecil skala rumah tangga yang merupakan tempat pembuatan pakaian jadi.

Pendapatan :Kemampuan suatu usaha dengan seluruh modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan keuntungan.

Nagari Batu Taba :Objek usaha konveksi yang berlokasi di Nagari Batu Taba, Kecamatan Ampek Angkek.

Jadi secara keseluruhan maksud judul diatas adalah bagaimana strategi home industri konveksi dilakukan dalam meningkatkan kualitas produks dan pendapatan rumah tangga masayarakat Nagari Batu Taba.

[5] Wayan Ruspendi Junaedi Dkk, Manajemen Pemasaran Implementasi Strategi Pemasaran di Era Soeciety 5.0, (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, Maret 2022) Hal.13.

[6] Tulus Tumbunan, *UmKm di Indonesia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia,2016),h, 5.

BAB II

LANDASAN TEORI

A.Strategi dalam Meningkatkan Pendapatan

1.Pengertian Strategi

Menurut Umar Husen, strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan.[7]

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.[8]

Strategi diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah

---

[7] Husein Umar, *Strategic Manajemen in Action : Konsep Teori dan Teknik Menganalisa Manajemen Strategis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019), hlm. 31

[8] Fredy Rangkuti, *Teknik Pembedahan Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama,2015), h. 3.

tertentu untuk mencapai tujuan tertentu menurut Tjiptono.[9]

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.

Strategi juga dapat diartikan sebagi suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.[10]

---

[9] Onny Sitorus, Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan : 2017), hal4.

[10] Onny Sitorus, Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan : 2017), hal4.

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.serta menjadi alat untuk mencapai tujuan atau keunggulan bersaing dengan melihat faktor eksternal dan internal perusahaan.Perusahaan melakukan tindakan yang dapat menjadikan keuntungan baik untuk perusahaan maupun pihak lain yang berada dibawah naungan perusahaan. Strategi juga dapat memberi jawaban bagi pihak manajemen mengenai bagaimana cara mencapai tujuan perusahaan danbagaimana caranya untuk mencapai visi dan misi perusahaan.Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana pemimpin puncakberfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara/upaya bagaimana agar tujuan dapat dicapai.[11]

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. Berkenaan dengan hal itu islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan harus berorientasi bagipencapaian ridha Allah SWT. Tolak ukur syariah

[11] Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), h. 2.

digunakan untuk membedakanaktivitas yang halal dan yang haram. Sebagai sebuah proses islami, manajemen strategis bagi suatu organisasi memiliki 9 karakter khas yang membedakannya

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 kerlangsungan
Visi dan Misi organisasiterkait erat dengan misipenciptaan 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,
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 danberkepribadian Islam	Strategi Fungsional SDM	SDM professional yangbertanggung jawab pada diri sendiri dan majikan
Halal	Sumber Daya	Halal dan Haram
SDM profesional, berkepribadian Islam, bertanggung jawab padadiri, atasan, dan Allah SWT.	Manajemen SDM	SDM professional bertanggung jawab padadiri sendiri dan atasan.

[6] Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjaja Kusuma, *Manajemen StrategisPerspektif Syariah*, (Jakarta: Khairul Bayan, 2019), h. 41

[7] Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjaja Kusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2018), h.5

2.Perumusan Strategi

Perumusan strategi dilakukan secara baik dan memperhatikan berbagai macam faktor, baik yang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Secara lebih rinci tahap-tahap perumusan menejemen strategi adalah:

a.Pengembangan Misi Bisnis

Misi bisnis berkaitan dengan gambaran perusahaan yang bergerak dalam sebuah bidang dengan tujuan tertentu. Misi tersebut harus dikembangkan terlebih dahulu sebelum merumuskan strategi. Misi bisnis perusahaan merupakan dasar dari perumusan strategi itu sendiri.

b.Mengidentifikasikan peluang dan juga ancaman lingkungan eksternal perusahaan

Setelah mengemabangkan misi bisnis selanjutnya mengidentifikasi lingkungan luar perusahaan. Lingkungan luar perusahaan akan mendatangkan peluang juga ancaman. Perumusan strategi harus merinci peluang dan ancaman yang ada dan mungkin terjadi disekitar perusahaan.

c.Mengidentifikasikan kekuatan dan juga kelemahan lingkungan internal perusahaan

Selain faktor eksternal, perumusan strategi juga memerlukan data tentang lingkungan internal perusahaan.

Lingkungan internal perusahaan sebagai data perumusan strategi yaitu kekuatan dan kelemehannya. Jika perumus strategi dapat mengidentifikasi dengan baik maka akan terjadi salah satu dasar strategi yan akan diterapkan. Strategi tersebut nantinya akan membuat kekuatan perusahaan akan menjadi lebih optimal dan kelemahan perusahaan juga akan dikelola dengan baik.

d. Menetapkan tujuan jangka panjang

Setelah mengetahui tentang kelemahan dan kekuatan internal perusahaan, selanjutnya adalah menetapkan tujuan jangka panjang.

e. Menentukan Alternatif Strategi

Strategi diperlukan untuk mendapatkan pilihan strategi yang banyak dan bisa dipilih. Setiap strategi tentunyamemiliki keunggualan dan kelemahan masing-masing.

f.Memilih strategi untuk dilaksanakan

Tahap terakhir dalam perumusan strategi adalah memilih strategi yang terbaik yang bisa diterapkan dalam perusahaan. Pembuat strategi tentu memiliki alasan tersendiri dalam memilih strategi yang cocok bagi perusahaan. Pilihan tersebut tentunya telah melalui proses sebelumnya dengan memperhatikan berbagai macam faktor.[12]

[12] Senja Nilasari, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Dunia Cerdas, 2014), hlm. 14-15

3.Tipe-tipe Strategi

Pembahasan mengenai strategi sangatbanyak, namun dalam strategi bidang ekonomi terdapat beberapa tipe :

1)Strategi Fokus

Strategi fokus adalah strategi yang berfokus pada memproduksi produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan kelompok kecil. Strategi fokus dapat dikatakan sebagai strategi perusahaan yang berfokus pada peningkatan jumlah produk yang di produksi untuk memenuhi pangsa pasar. Pada strategi fokus perusahan terdapat duat ipe yaitu strategi fokusbiaya rendah yang menawarkan produk dan jasa dalam jumlah kecil, dan strategi fokus nilai terbaik yang menawarkan produk dan jasa ke Sebagian kepada konsumen yang skalanya kecil dengan harga terbaik di pasar.[13]

2)Strategi Kepemimpinan Biaya

Strategi kepemimpinan biaya adalah serangkaian Tindakan integratif yang dirancang untuk menghasilkan atau mengirimkan barang atau jasa dengan biaya terendah dibandingkan dengan pesaing, dengan karakteristik yang dapat diterima oleh pelanggan.[35]

Strategi kepemimpinan biaya dapat dikatakan sebagai strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam

[13]Muhammad Gafur Kadar, dkk, *ManajemenStrategik dan Kepemimpinan.* (Medan: Yayasan Kita Menulis. 2021), hal. 53

memproduksi barang dan jasa atau mengirimkan produk dengan biaya seminimal mungkin. Dalam strategi kepemimpinanbiaya, perusahaan harus mencapai biaya yang lebih rendah dibandingkanpesaingnya.

3)Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah merupakan strategi yang diterapkan oleh perusahaan yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah produk maupun jasa yang berbeda dengan produk atau jasa dari perusahaan lain atau dapat dikatakan produk dari perusahaan mempunyai identitas sendiri. Dengan berfokus pada jumlah pelanggan dibanding pada biaya.[14]

Strategi diferensiasi merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan jumlah pelanggan dibandingkan biaya yang dihabiskan dalam pemproduksian barang atau jasa, dengan membuat sebuah produk yang berbeda dengan perusahaan lain dengan cara menginovasi produk, menjaga kualitas produk, dan mengikuti permintaan konsumen.

4.Tahapan Strategi

Tahapan dalam strategi :[15]

---

[14] Muhammad Yusuf Saleh, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV Sah Media 2019), hal,95

[15] Nanang Fattah, Manajemen Stratejik berbasis Nilai (Value Based Strategic Management), (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2015), hal.86

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 utnuk dilaksanakan. Dalam perumusn 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 berkutnya adalah melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unti, 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 dilakaksanakan kembali oleh suatu

organisasi dan evaluasi sangat diperlukann untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.

5.Pentingnya Strategi

1)Untuk memberikanarah yang jelas pada semua jajaran manajemen dalam perusahan.

2)Supaya manajer berpikir jauh kedepan dengan kreatif (bukan hanya hal-hal yang bersifat rutin sehingga melupakan pemikiran jangka panjang).

3)Untuk mengantisipasi dan meramalkan faktor eksternal yang rumit dan tidak pasti.

4)Dengan adanya strategi para manajer dapat berkomunikasi dengan jelas satu dengan yang lain. Sehingga strategi dapat menyatukan pikiran yang berbeda dari setiap manajer dan departemen yang ada dalam suatu perusahaan.

5)Setiap perusahaan pasti dihadapkan dengan situasi persaingan. Kalu tidak mampu dalam mengantisipasinya kedepan maka akan ketinggalan dengan para pesaing perusahaan.[16]

6.Strategi Peningkatan Pendapatan

Adapun strategi pengembangan usaha sebagai berikut:

[16] Rahayu Suci, *Esensi Manajemen Strategi*, (Sidoarjo : Zifatama : 2015), Hal 2.

1)Strategi produk

Menurut Kotler dalam buku Buhari Alma manajemen pemasaran dan pemasaran jasa menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide. Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntikan bagi pemuasan kebutuhan dan keinginan dari konumen, karena konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan, akan tetapi juga bertujuan untuk memuaskan keinginan.[17]

Sedangkan strategi produksi merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.[18]

Dalam pemasaran produk, pelanggan akan memilih porduk yang menawarkan mutu, kinerja terbaik dan inovatif dalam hal

[17]Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemsaran Jasa*, (Bandung: CV Alfabeta, 2016), hal.139

[18] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, Rajawali Perss, 2017), hal. 174

ini memuaskan perhatian untuk membuat produk yang lebih baik dan terus menyempurnakannya.[19]

2)Harga

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu penyebab lakutidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Jika salah menentukan harga maka akan berakibat tidak lakunya produk yang ditawarkan.

3)Lokasi dan distribusi

Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan. Untuk mendorong penjualan malalui saluran distribusi dapat dilakukan dengan memberikan diskon khusus, bonus dan periklanan.

Lokasi *(place)* adalah gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi (berhubungan dimana lokasi yang strategis dan bagaimana cara penyampaian jasa pada pelanggan). Lokasi berarti diamana perusahaan harus bermarkas dan melakukan oprasai. Ada 3 jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi yaitu sebagai berikut.

[19] Ngatno, *Manajemen Pemasaran,* (Seamarang : EF Press Digimedia, 2018), Hal.88.

a)Pelanggan mendatangi perusahaan: bila keadanya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilh tempat yang dekat dengan pelanggan sehingga mudah dijangkau.

b)Pemberi jasa mendatangi pelanggan: dalam hal ini lokas tidak terlalu penting, tapi yang harus dipentingkan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.

c)Pemberi jasa dan pelanggan tidak bertemu secara langsung: berarti *service provider* dan pelanggan berinteraksi melalui sarana tertentu, seperti telepon, computer, dan surat. Dalam hal ini, lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi kedua belah pihak dapat terlaksana.[20]

4)Promosi

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikab penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan menyakinkan calon konsumen.

Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan produknya, baik barang maupun jasa, yakni:

[20]Didin Fatimudin, M. Anang Fimansyah, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta : Deepublish Publisher, Februari 2019), hal. 91.

1.Periklanan (*Adversiting*)

Periknalanan merupakan komunikasi impersonal. Terdapat beberapa tujuan periklanan, yaitu: Pertama, iklan yang bersifat memberikan informasi adalah iklan yang secara panjang lebar menerangkan produk jasa dalam tahap perkenalan untuk menciptakan permintaan atas produk tersebut. Kedua, iklan membujuk adalah iklan yang digunakan dalam situasi persaingan untuk menciptakan permintaan produknya melawan merek yang lain. Ketiga, iklan pengingat adalah iklan diluncurkan saat produk mencapai kedewasaan, tujuannya agar pelanggan selalu ingat akan produk tersebut. Keempat, iklan pemantapan adalah iklan yang berusaha menyakinkan pembeli bahwa mereka telah mengambil pilihan yang tepat.

2.Penjualan pribadi (*personal selling*),

Mempunyai peran penting dalam pemasaran jasa, disebabkan hal seperti interaksi secara personal antara penyedia jasa dan pelanggan sangat penting, Jasa tersebut disediakan oleh orang, bukan oleh mesin, Orang merupakan bagian dari produksi. Sifat personal selling dikatakan lebi luwes, karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan dan prilaku masing-masing calon pembeli. Selain itu, tenaga penjual juga dapat segera mengetahui reaksi calon pembeli terhadap

penawaran penjualan, sehingga dapat mengadakan penyesuaian-penyesuaian di tempat saat itu juga.

3.Promosi penjualan (*sales promotion*)

Semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang dan jasa dari produsen dan sampai pada penjualan akhir.

4.*Public Relation* (PR)

Merupakan kiat pemasaran penting lainnya, dimana perusahaan tidak harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur, tetapi ia juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan public yang lebih besar.[21]

B.Home Industry

1.Definisi *Home Industry*

Industri rumah tangga atau home industri tergolong dalam usaha kecil yang dikelola keluarga. Usaha kecil menurut UU No.20 2008 bahwasannya 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

[21]Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemsaran Jasa*, (Bandung: CV Alfabeta, 2016), hal.179-181

dimaksudkan dalam Undang-undang ini.[22]

Menurut Muliawan *Home Industry* adalah perusahaan dalam skala kecil, biasanya perusahaan 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 daripada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya.

Industri kecil adalah kegiatan yang dikerjakan dirumah penduduk yang pekerja-pekerjanya merupakan anggota keluarga sendiri yang tidak terikat jam kerja dan tempat. Industri kecil merupakan industri yang berskala kecil dan idustri rumah tangga yang diusahakan untuk menambah pendapatan keluarga.[23]

Sedangkan *home industry* dapat dijelaskan, home berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampung halaman. Sedangkan industri diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang ataupun perusahaan. Jadi, home industri yaitu rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan perusahan kecil karna jenis kegiatan ekonomi dipusatkan dirumah.

Industri rumah tangga (*Home Industry*) atau yang lebih sering diistilahkan industri kecil merupakan suatu usaha mencari manfaat atau faedah bentuk fisik dari suatu barang sehingga dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga dan

[22] UU RI No.20 Tahun 2008 *Tentang UMKM (USAHA Mikro Kecil Menengah*, Jakarta : Sinar Grafika,2009,Cet. Ke-2,h. 3.

[23] Tulus Tumbunan, *UmKm di Indonesia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia,2016),h, 3.

dapat dikerjakan dirumah karena tidak memerlukan lahan yang begitu luas. Dalam pengertian ini termasuk juga kegiatan kerajinan tangan seperti produk makanan, souvenir, atau furniture. Sehingga industri kecil dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk memproduksi dimana didalamnya terdapat perubahan bentuk atau sifat dari suatu barang yang diproduksi.

Ciri-ciri usaha kecil adalah:[24]

1)Umumnya dikelola oleh pemiliknya

2)Struktur organisasi yang sederhana

3)Pemilik mengenal karyawan-karyawannya

4)Persentase kegagalan perusahan tinggi

5)Kekurangan manger-manager ahli

6)Modal jangka panjang sulit diperoleh

7)Jumlah karyawan yang relatif sedikit

Ciri-ciri yang sering digunakan sebagai ukuran suatu usaha tergolong kecil adalah :[25]

1)Usaha dimiliki secara bebas, terkadang tidak berbadan hukum

2)Operasinya tidak memperlihatkan keunggulan yang mencolok

3)Usaha dimiliki dan dikelola oleh satu orang

4)Usaha hanya memiliki sedikit karyawan

5)Modalnya dikumpulkan dari tabungan pemilik pribadi

---

[24] Irma Nila Sari dan Sri Wihadjeng, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu,2016), h, 48

[25]Irma Nila Sari dan Sri Wihadjeng, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu,2016), h, 48

6)Wilayah pasarnya bersifat lokal dan tidak terlalu jauh dari pusat usahanya.

2.Karakter *Home Industry*

Karakterristik dari home industri yaotu : [26]

a.Industri yang bersifat ekstraktif yang cenderung menggunakan barang setengah jadi menjadi barang jadi.

b.Industri yang dikelompokkan pada industri dengan jumlah tenaga kerja 1-19 orang. Batasan jumlah pekerja terkait dengan kompleksitas organisasi apabila jumlah tenaga semakin banyak yang juga membutuhkan pembiayaan.

c.Industri yang tidak tergantung pada kondisi tertentu seperti bahan baku, pasar dan tenaga kerja yang kecil. Manajemen pengelola teknologi yang rendah serta tidak membutuhkan tenaga kerja yang ahli membuat karakter industri ini tidak tergantung persyaratan lokasi. Dalam arti lokasi industri kecil dan rumah tangga sangat fleksibel.

d.Industri yang menggunakan barang setengah jadi menjadi barang jadi. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat kemudahan pengolahannya dibandingkan dengan industri menengah dan besar.

---

[26] Khairil Hamdi dan Dorris Yadewani, *Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif*, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.3 (STMIK Jayanusa:2019), h. 112

e.*Home Industry* termasuk pada industri ringan. Dalam hal ini ditinjau dari barang yang dihasilkan merupakan barang yang sederhana, tidak rumit serta tidak membutuhkan proses yang rumit dan teknologi yang tinggi.

f.Sebagian besar pemilik *Home Industry* adalah masyarakat menengah kebawah yang tidak mempunyai modal serta asset untuk mendapatkan bantuan dari bank, sehingga sistem permodalan adalah mandiri/swa-dana.

g.Ditinjau dari subyek pengelola, *Home Industry* merupakan industri yang dimiliki oleh pribadi (rakyat) dengan sistem pengelolaannya, industri ini merupakan industri yang mempunyai struktur manajemen dan sistem keuangan yang sederhana. Hal ini disebabakan industri ini lebih banyak bersifat kekeluargaan.

3.Manajemen dalam Home Industri

Dalam sebuah industri kecil sangat dibutuhkan manajemen pengelolaan yang baik untuk kelangsungan industri dimasa yang akan datang diantaranya:

1)Permodalan

Permodalan dalam kegiatan usaha untuk mengahasilkan 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 dilakukan pada awal pendirian usaha tersebut. Diantaranya berupa tanah, bangunan, mesin, ataupun peralatan lainnya.

(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

usaha.[27]

4.Manfaat Home Industry

Home Industry sangat bermanfaat bagi masyarakat, khususnya golongan ekonomi lemah karena sebagian besar pelaku *Home Industry* dari kalangan lemah yang berusaha memperbaiki prekonomiannya melalui usaha dalam sekala kecil, *Home Industry* mempunyai manfaat dan peran yaitu diantaranya sebagai berikut :

1) Home Industry sebagai Alternatif penghasilan bagi keluarga kegiatan ekonomi rumah tangga ini membantu meningkatkan pendapatan keluarga karena merupakan usaha sampingan yang tidak banyak menyita waktu.

2) Home Industry berpeluang untuk mengurangi angka kemiskinan kegiatan ekonomi *Home Industry* secara tidak langsung membuka lapangan kerja bagi anggota keluarga ataupun tetangga yang berada di sekitar tempat tinggal, oleh karena itu *Home Industry* dapat membantu mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan.

C.Teori Pendapatan

1.Definisi Pendapatan

Menurut Hansen dan Mowen pendapatan pada ilmu ekonomi didefinisikan sebagai hasil berupa uang atau hal materi lainnya yang

---

[27] John Septihanto, *Manajemen Modal Kerja*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2009), h.9.

dicapai dari pengunaan kekayaan atau jasa manusia.[28]

Berdasarkan PSAK No. 23 pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal suatu perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.[29]

Menurut Raharja dan manurung bahwa pendapatan merupakan total penerimaan berupa uang maupun bukan uang oleh seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu.[30]

Pendapatan adalah penerimaan yang baik berupa uang maupun brang, baik dari pihak lain maupun pihak sendiri dari pekerjaan atau aktivitas yang dilakukan dinilai dengan uang atas harga yang berlaku saat ini. Pendapatan juga dapat diartikan sebagai semua hasil yang didapatkansetelah bekerja.[31]

Pendapatan juga diartikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu, pendapatan terdiri dari upah hasil penerimaan kerja, pendapatan dan kekayaan seperti sewa, bunga dan deviden serta pembayaran transfert atau penerimaan dari pemerintah seperti

---

[28]Ade Khadijatul Z. Harahap, *Pengaruh Home Industri Tempe Terhadap Pendapatan Perekonomian Masyarakat Desa Hapesong Baru Kecamatan Batangtoru Kabupaten Tapanuli Selatan,* Jurnal LPPM UGN, Vol.7 No.2 (Universitas Graha Nusantara: 2016), h. 7

[29]Agus dkk, *Analisis Keuntungan Industri Rumah Tangga Roti Anugerah Di Pancoran Mas Kota Depok*, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.15 No.1 (STIE Fajar Depok: 2019), h.47

[30] Iskandar, *Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin Di Kota Langsa*, Jurnal Samudra Ekonomika, Vol.1 No.2 (Universitas Samudra Langsa Kota Aceh: 2017), h. 128

[31]Abid Zamzami, *Pengembangan Desa Industri Dalam Mengembangkan Produk Unggulan,* Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat, Vol.1 No.1 (Universitas Islam Malang: 2020), h. 44

tunjangan sosial atau asuransi pengganggguran. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.

a.Sumber-sumber Pendapatan

Pendapatan adalah sebuah hasil yang telah dicapai oleh seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu yang berbentuk uang.

Adapun sumber penerimaan rumah tangga yaitu :[32]

1)Gaji atau upah

Gaji atau upah merupakan sebuah balas jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan atau lembaga kepada para pekerjanya (karyawan) dalam melakukan produktivitas kerja.[33]Gaji atau upah bagi karyawan menjadi pedapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari- sehari, sedangkan pendapatan bagi perusahaan menjadi keuntungan.

Faktor yang mempengaruhi produktivas kerja seseorang terdapat pada dua hal yaitu pengetahuan dan keterampilan dari para pekerja atau karyawan. Para pekerja sangat membtuhkan mengenai pengetahuan seputar yang dikerjakan olehnya agar produktivitas kerjanya lancer dan mampu mengembangkan lebih baik. Dan keterampilan bagi seorang pekerja wajib untuk diterapkan dalam melakukan produktivitas kerja.

---

[32] Karl E Case, dan Ray. C Fair, *Prinsip-prinsip Ekonomi Edisi Kedelapan*. Terj. Y. Andri Zaimur. (Surabaya: Erlangga. 2016), hal. 445

[33] Senja Nilasari, *Panduan Praktis Menyusun Sistem Penggajian & Benefit*. (Jakarta: Raih Asa Sukses. 2016), hal. 3

2)Pendapatan dari *Asset* Produktif

Asset produktif adalah asset yang memberikan pemasukan atas balas jasa kepada penggunanya. Terdapat dua jenis *asset* produktif, *pertama* yaitu asset finansial yang berupa asset yang terdapat di pasar saham yang mendapatkan keuntungan saham deviden dan keuntungan atas modal. *Kedua*, asset non finansial berupah rumah yang di sewakan.[78]*Asset* produktif merupakan asset yang dimiliki oleh seseorang dalam memanfaatkan pendapatannya.

3)Pendapatan dari Pemerintah

Pendapatan pemerintah merupakan pendapatan yang bukan balas jasa. Pendapatan pemerintah merupakan pendapatan yang diberikan oleh pemerintah sebagai tunjangan dana yang diberikan kepada perusahaan atau perseorangan untuk melakukan produktivitasnya dengan lebih baik dari sebelumnya.[34]

2.Konsep Pendapatan

Konsep dasar pendapatan merupakan adalah pendapatan merupakan proses arus, yaitu penciptaan barang dan jasa selama waktu tertentu. Konsep pendapatan dapat dikatakan sebagai konsep yang dibuat oleh perusahaan dalam mendapatkan hasil berupa keuntungan. Dalam perusahaan terdapat konsep yaitu:

---

[34] Pratama Rahardja, dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Mikro, Suatu Pengantar*. (Jakarta: LP, DE-UI. 2010), hal. 294

1)Konsep pendapatan yang memusatkan arus masuk (inflow) aktiva sebagai hasil dari kegiatan perusahaan. Pendekatan ini menganggap pendapatan sebagai inflow of net asest. Pendapatan perusahaan yang berasal dari kas masuk adalah pendapatan yang diterima dari pelanggan, peminjam, dan investor.

2)Konsep pendapatan yang memusatkan perhatian kepada penciptaan barang dan jasa perusahaan serta penyerahan barang dan jasa. Pada konsep pendapatan ini dapat dikatakan sebagai *outflow of good and service*. Jika pendapatan dirumuskan dengan cara lain maka pengecualian harus dinyatakan secara jelas.[35]

Pada dasarnya konsep pendapatan adalah pendapatan yang berasal dari arus masuk berupa pembelian pelanggan terhadap produk perusahaan, dan pendapatan yang berasal dari kerja sama yang yang dilakukan antar perusahaan. Sedangkan arus keluar adalah pendapatan yang berasal dari pembuatan produk ataupun jasa untuk dipasarkan.

3.Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Dalam pendapatan terdapat faktor yang mempengaruhi jumlah banyak atau sedikit pendapatan yang diterima diantaranya:

[35] Agus Ismaya Hasanudin, *Teori Akuntansi*. (Yogyakarta: Cetta Media. 2018), hal. 183

1)Permintaan

Permintaan merupakan berbagai jumlah barang yang diinginkan dalam waktu periode tertentu dan berbagai tingkat harga tertentu. Teori permintaan menjelaskan hubungan antara barang yang diminta dengan harga yang diinginkan yang patuh pada hukum permintaan. Hukum permintaan adalah jika harga pada barang naik, maka jumlah barang yang diminta oleh konsumen akan turun. Begitu sebaliknya jia harga pada produk turun maka permintaan akan barang menaik.[36]

2)Penawaran

Penawaran adalah kebalikan dari permintaan. Permintaan merupakan banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada pasar tertentu, periode tertentu, dan pada tingkat harga tertentu. Penawaran dalam ilmu ekonomi adalah banyaknya barang atau jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap harga selama periode tertentu.[37]Penawaran dapat dikatakan sebagai banyaknya barang yang beredar atas dasar penawaran produk yang dibuat oleh perusahaan dengan harga tertentu.

3)Perubahan Penawaran

[36] Tri Kunawangsih Pracoyo, dan Antyo Pracoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro.* (Jakarta: Grasindo. 2016), hal. 29

[37] Bachrudin Sjaroni, dkk, *Ekonomi Mikro.* (Yogyakarta: Deepublish: 2019), hal. 35

Perubahan penawaran adalah perubahan dalam jumlah yang ditawarkan sebagai akibat dari perubahan salah satu atau dengan kata lain pada tingkat harga yang tetap maka jumlah barang yang ditawarkan di pasar akan dapat berubah. Perubahan penawaran dipegaruhi oleh tingkat teknologi, harga sumber daya yang relevan, harga barang alternatif, ekspetasi, dan jumlah produsen di pasar.[38]

4)Modal

Modal adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menjalankan bisnis perusahaan agar dapat melakukan operasional kerja perusahaan. Modal dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang dapat dialokasikan dan diberikan dalam suatu usaha.

Modal dapat berbentuk uang (*money*) adalah salah satu faktor produksi dalam perusahaan, manusia (*men*) adalah orang yang menjalankan usaha, bahan baku (*material*) adalah bahan yang digunakan untuk membuat produk, mesin adalah teknologi atau alat yang digunakan untuk memproduksi barang, dan prosedur adalah metode yang ada dalam perusahaan.[39]

---

[38]Mohammad Khusaini, *Ekonomi Mikro Dasar-dasar Teori*. (Malang: UB Press: 2013), hal. 18

[39] M. Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konsep).* (Yogyakarta: Deepublsih. 2018), hal. 34

5)Biaya Produksi

Biaya produksi adalah sebagian keseluruhan dari faktor produksi yang dikorbankan dalam proses produksi untuk menghasilkan produk. Biaya produksi dapat dikatakan biaya yang dikorbankan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk hingga produk tersebut sampai ke pasar atau tangan konsumen.[40]

6)Pasar

Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemaun untuk membelanjakannya. Pasar dapat dikatakan sebagai tempat yang digunakan oleh perusahaan dalam memasarkan barang yang tujuannya mencari keuntungan dan memperoleh konsumen.[41]

4.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.

---

[40] Bambang Widjayanta, dan Aristanti Widyaningsih, *Mengasah Kemampuan Ekonomi Untuk Kelas X Sekolah Menengah Atas/Madrasah Aliyah*. (Citra Praya: Bandung. 2017), hal. 35

[41] M. Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. (Yogyakarta: Deepublsih. 2018), hal. 34

Ijarah dilihat dari objeknya ada dua :

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 jasayang 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 mendapatkanimbalan tertentu dari musta’jir mendapatkan manfaat dari benda tersebut.

b)Ijarah amal, yaitu ijarah terhadap perbuatan atau tenaga manusia atau upah-mengupah. Ijarah ini digunakan untuk memperoleh jasa dari sesorang dengan membayar upah atau jasa dari pekerjaan yang dilakukannya. Ijarah ini berusaha mempekerjakan seseorang unuk melakukan sesuatu. Mu’jir adalah orang yang memiliki keahlian, tenaga, jasa dan lainlain kemudian musta’jir adalah pihak yang membutuhkan keahlian, tenaga atau jasa tersebt 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 tukangbatu.[42]

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

فَاِنْ لَّمْ تَفْعَلُوْا فَأْذَنُوْا بِحَرْبٍ مِّنَ اللّٰهِ وَرَسُوْلِهٖۚ وَاِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوْسُ اَمْوَالِكُمْۚ لَا تَظْلِمُوْنَ وَلَا تُظْلَمُوْنَ

"Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertobat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan)"

D.Prinsip-prinsip Manajemen Bisnis Syariah

Beberapa prinsip atau kaidah dan teknik manajemen yang ada relevasinya dengan al-Qur‟an atau al-Hadist antara lain sebagai berikut :[43]

1.Prinsip *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*

Setiap muslim wajib melakukan perbuatan yang ma‟ruf, yaitu perbuatan yang baik dan terpuji seperti perbuatan tolong-menolong (*taawun*), menegakkan keadilan diantara manusia,

[42]Abdul, aziz dahlan, et. al, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: ichtiar baru van hoeve, 2019),h.662-663

[43] Jurnal Istiqro : Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis VOL.4 / No.2: 114-129, juli 2018, ISSN : 2460=0083 (cetak)

meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mempertinggi efisiensi, dan lain-lain. Sedangkan perbuatan *munkar* (keji), seperti korupsi, suap, pemborosan dan sebagainya harus dijauhi dan bahkan harus diberantas. Menyeru kepada kebajikan (*amar ma'ruf*) dan mencegah kemunkaran (*nahi munkar*) adalah wajib. Untuk melaksanakan prinsip tersebut, ilmu manajemen harus dipelajari dan dilaksanakan secara sehat, baik secara bijak maupun secara ilmiah.

2.Kewajiban Menegakkan Kebenaran

Ajaran Islam adalah metode *Ilahi* untuk menegakkan kebenaran dan menghapuskan kebatilan, dan untuk menciptakan masyarakat yang adil, sejahtera serta diridhai Tuhan. Kebenaran (*haq*) menurut ukuran dan norma Islam. Manajemen sebagai suatu metode pengelolahan yang baik dan benar, untuk menghindari kesalahan dan kekeliruan dan menegakkan kebenaran. Menegakkan kebenaran adalah metode Allah yang harus ditaati oleh manusia. Dengan manajemen yang disusun oleh manusia Hukum syariah mewajibkan kita menegakkan keadilan, kapan dan dimanapun. Semua perbuatan harus dilakukan dengan adil. Adil dalam menimbang, adil dalam bertindak, dan adil dalam menghukum. Adil itu harus dilaksanakan dimanapun dan dengan keadaan apapun, baik diwaktu senang maupun diwaktu susah. Sewaktu sebagai orang kecil harus berbuat adil, sewaktu sebagai

orang berkuasapun harus adil. Setiap muslim harus adil kepada dirinya sendiri maupunkepada orang lain.

3.Kewajiban Menyampaikan Amanah

Allah dan Rasul-Nya memerintahkan kepada setiap muslim untuk menyampaikan amanah. Allah memerintahkan agar untuk menegakkan kebenaranitu menjadi wajib.

4.Kewajiban Menegakkan Keadilan

Selalu menyampaikan amanat dalam segala bentuknya, baik amanat perorangan, seperti dalam jual- beli, hukum perjanjian yang termaktubdalam *Kitab al Buyu'* (hukum dagang) maupun amanat perusahaan, amanat rakyat dan Negara, seperti yang dipikul oleh seorang pejabat pemerintah, ataupun amanat Allah dan ummat, seperti yang dipikul oleh seorang pemimpin Islam. Mereka tanpa terkecuali memikul bebanuntuk memelihara dan menyampaikan amanat.

Dengan demikian jelaslah bahwa hak dan kewajiban seseorang dalam manajemen secara tegas diatur didalam hukum syariah. Pengaturannya antara lainterdapat dalam Hukum Syariah, Bab *al buyu'*, Hukum Perjanjian, atau Bab *Imarah* dan *Khalifah* yang dinyatakan dengan dalil dan *nash* dalam al-Qur"an dan al- Hadist. Semua hokum tersebut wajib dilaksanakan dan dikembangkan seperti hokum-hukum lain. Demikian pula prinsip-prinsip manajemen yang terdapat di dalam al- Qur"an dan al-Hadist, yang selalu segar, tidak menemui kejanggalan,

sehingga sewajarnya diterapkan dalam peraktek. Islam memberi keluwesan untuk der-*ijtihad.* Dengan peralatan dalil *nash* al- Qur‟an dan al-Hadist yang ditunjang olehilmu pengetahuan modern, seorang manajer akan dapat ber-*ijtihad* sehingga dapat mendapatkan hasil (*natijah*) yang memuaskan.

E.Kajian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini, penulis terlebih dahulu mengambil hasil penelitian dahulu yang relevan, kajian terdahulu dalam penelitian ini dapat dilihat dari

Tabel 5.1
Kajian Terdahulu

NO	**Nama Peneliti (Tahun)**	**Judul Penelitian**	**Hasil Penelitian**	**Persamaan dan perbedaan**
1.	Novia Sridevi (2020)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat	Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan oleh rumah makan sukma rasa adalah menambah varian produk,meningkatkan kualitas sumber daya manusia, memberikan kualitas pelayanan yang baik, dan menggunakan konsep penjualan yang baru. Dengan menggunakan strategi tersebut pendapatan yang diperoleh rumah makan sukma rasa	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah membahas strategi yang digunakan dalam mengembangkan usaha dalam meningkatkanpendapatan perusahaan dan metode penelitian

			mengalami peningkatan walaupun belum maksimal karena pendapatan perbulannya masih bersifat fluktuatif. Faktor penghambat perkembangan usaha rumah makan sukma rasa adalah kurangnya manajemen operasional dan rendahnya sumber daya manusia.	yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Perbedannya adalah terletak pada objek penelitian. Pada penelitian terdahulu objek penelitian yang diambil dalam penelitian adalah rumah makan, sedangkan penelitian ini objek penelitian mengambil industri konveksi.
2.	Ridho Agrinata (2018)	Prospek Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan keluarga Menurut Tinjauan Ekonomi Islam	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 penggadaan	Persamaan dalam penelitian ridho dan Penelitian penulis meneliti bagaimana home industri dapat membantu meningkatkan pendapatan usahanya.

			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 Disperidag, mendapatkan dukungan dari pemerintah kecamatan, bekerja sama dengan toko /swalayan /supermarket/ rumah makan hingga usaha cathering.	Adapun perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian saya adalah pada penelitian terdahuluan hanya menggunakan metode deskriptif kualitatif sementara penelitian penulis menggunakan data kualitatif.
3.	Nur Hayati (2020)	Peran Home Industri dalam peningkatan pendapatan	Hasil penelitiann enulis memfokuskan pada ibu rumah tangga yang bekerja di	Persamaan dalam penelitian Nur Inayati

		Ibu rumah tangga (study kasus di home industri el-lisa hijab desa pendosawalan kecamatan kalinyamatan kabupaten jepara	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 hidup keluarganya hingga memenuhi indikator kesejahteraan keluarga serta dapat merubah anggapan masyarakan atas keberadaan seorang ibu rumah tangga yang hanya bisa diam dirumah tanpa bisa melakukan kegiatan untuk meningkatkan pendapatan keluarga.	dan Penelitian penulis meneliti bagaimana home industri dapat membantu meningkatkan pendapatan Rumah Tangga. 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.
4.	Siti Lailatur Muthoharo	Usaha Home Industri Kerupuk	Hasil penelitian dari penelitian ini dihasilkan suatu	Persamaan dalam

	h (2019)	Kiloan Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga Ditinjau Dari Ekonomi Islam	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	penelitiansiti lailatur dan Penelitian penulis meneliti bagaimana home industri dapat membantu meningkatkan pendapatan usaha. Adapun perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian saya adalah pada penelitian terdahulu hanya menggunakan metode deskriptif kualitatif sementara penelitian penulis menggunakan data kualitatif.

			kerupuk bawang kiloan telah berhasil meningkatkan perekonomian keluarga dan sejalan dengan ekonomi	

BAB III

METODE PENELITIAN

A.Jenis Penelitian

Peneliti memilih menggunakan metode penelitian jenis kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang lebih memfokuskan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Penelitian ini mencoba untuk meminta kepada orang-orang untuk mengungkapkan berbagai pikiran mereka tentang suatu topik banyak arahan atau pedoman sehingga dapat mengungkapkan dengan kata-kata yang berasal langsung dari pendapat mereka. Pendekatan penelitian menggunakan studi kasus, Studi kasus merupakan penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan situasi atau kejadian yang terjadi

B.Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Nagari Batu Taba, Kecamatan Ampek Angkek, Kabupaten Agam. Dilakukan pada tanggal Oktober 2022 – Juli 2023

C.Jenis dan Sumber Data

a.Data Primer

Data primer yaitu data suatu penelitian diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran dalam bentuk observasi dan wawancara.[44]

Data diperoleh dari survey dan wawancara langsung ke lokasi dengan narasumber pemilik usaha home industri konveksi di Batu Taba. Dalam hal ini peneliti akan memberikan beberapa pertanyaan untuk diwawancarai kepada narasumber.

b.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 tertulis.[45]

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 di Nagari Batu Taba, buku, jurnal, skripsi penelitian terdahulu, Disertasi dan dari internet atau artikel.

---

[44] Hardani Dan Dkk, Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup, 2020), Hal. 247

[45] Hardani Dan Dkk, Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup, 2020), Hal. 249

D.Informan Penelitian

Informan penelitian meliputi tiga jenis yaitu, pertama informan kunci adalah orang-orang yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian ini. Kedua informan pendukung yaitu orang-orang yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Terakhir yaitu informan tambahan, adalah mereka yang dapat memberilan informasi walaupun tidak langsung terlibat interaksi sosial yang sedang diteliti. Pada penelitian ini informan kunci yaitu pemilik dari usaha home industri konveksi di Nagari Batu Taba yatu Bapak Gunawan selaku pemilik usaha Fabian Fashion serta Bapak Doni Chandra selaku Wali Jorong Sungai Rotan dan Bapak Rahmad Hidayat selaku Wali Nagari Batu Taba. Informan pendukung yaitu pekerja home industri konveksi dalam interaksi yang diteliti.

E.Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, oenelitian yang digunakan adalah :

a.Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dan diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.[46]

[46] Hardani Dan Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup, 2020), Hal. 203

Dimana peniliti datang langsung ke *Home Industry* Masyarakat di Batu Taba 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

b.Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik penggumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahulaun untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengettahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondenya sedikit. Pada penelitian ini wawancara yang dilakukan adalah dengan terstruktur. Wawancara terstruktur adalah teknik penumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.

Metode ini di gunakan peneliti untuk menengetahui sejauh mana peran home industry masyarakat nagari Batu Taba terhadap pendapatan ibu rumah tangga. Untuk mendapatkan informasi yang akurat dalam wawancara peneliti mewawancarai pemilik Home Industri, bagian administrasi, dan karyawan ibu rumah tangga.

c.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 daripenggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Dengan demikian maka dapat dikumpulkan data-data dengan 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 di Nagari Batu Taba.

F.Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penyususnan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan dari hasil lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menyusun serta menjabarkan data ke dalam pola dan membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan dapat diinfokan ke orang lain.

Untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi tersebut, peneliti menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai objek penelitian sesuai

dengan fakta yang ditemukan di lapangan. Setelah itu data dirangkum, memilih dan menentukan hal-hal pokok dan memfokuskan pada hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan pada rencana selanjutnya, langkah berikutnya yaitu data analisis dan ditarik kesimpulan

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah yaitu analisis SWOT, analisismatriks IFE dan EFE, analisis matriks SWOT dan analisis Tabel Bobot Skor.

1. Analisis SWOT

Analsisis SWOT adalah identifikasi sebagai suatu faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analsisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(Strenght)* dan peluang *(Opportunity)*. Namun secara kebersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(Weakness)* dan ancaman *(Treats)*. Analisis SWOT bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan suatu perusahaan.

a.Analisis Matriks IFE *(Internal Factor Evalution)*

Merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi faktor- faktor yang berbeda dedalam lingkungan internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

Tabel 3.1
Analisis IFE (*Internal Factor Evalution*)

NO	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Variabel Kekuatan (S)				
Total Skor Kekuatan (S)				
Variabel Kelemahan (W)				
Total Skor Kelemahan (W)				
Total Kekuatan-Total Kelemahan				

*b.*Analisis EFE *(External Factor Evalution)*

Merupakan alata yang digunakan untuk menguji lingkungan ekksternal perusahaan dan juga untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada.

Tabel 3.2
Analisis EFE (*External Factor Evalution*)

NO	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Variabel Peluang (O)				
Total Skor Peluang (O)				
Variabel Ancaman (T)				
Total Skor Ancaman (W)				
Total Peluang-Total				

Ancaman			

2. Matriks SWOT

Menurut David Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang dapat membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO (kekuatan- peluang), strategi WO (kelemahan- peluang), Strategi ST (kekuatan- ancaman), dan Strategi WT (kelemahan- Ancaman).

Tabel 3.1
Matriks SWOT

Faktor Internal / **Faktor Eksternal**	**Kekuatan (*Strengthens*) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal**	**Kelemahan (*Weakness*) Tentukan 5-10 kelemahan internal**
Peluang (*Opportunity*) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Strategi **S – O** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi **W – O** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Kendala/Ancaman (*Threat*) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Strategi **S-T** Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk Mengatasi ancaman	Strategi **W – T** Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

3. Analisis Tabel Bobot Skor

Setelah dilakukan analisis pada setiap strategi yang ada, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah memilih salah satu dari ke empat strategi yang telah ada sebelumnya.Untuk memilih strategi yang telah ditetapkan tersebut, sebelumnya perusahaan dapat memakai pendekatan metode bobot skor, dimana perusahaan dapat menilai manakah yang mempunyai skor tertinggi dari keempat strategi yang telah ditetapkan tersebut. Dimana nantinya strategi yang memiliki nilai skor tinggi akan dipakai oleh perusahaan dalam membuat kebijakan dan keputusan yang mempengaruhi performan perusahaan.[32]

Tabel 3.4
Analisis Tabel Bobot Skor

Internal **Eksternal**	**Kekuatan (S)**	**Kelemahan (W)**
Peluang (O)		
Ancaman (T)		

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

A.Deskripsi Singkat Objek Penelitian

1.Gambaran Umum Objek Penelitian



Logo Fabian Fashion

Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, manusia memerlukan pakaian. Seperti yang kita ketahui bahwa kebutuhan akan pakaian merupakan kebutuhan pokok bagi manusia yang harus dipenuhi. Pada saat ini sudah banyak sekali usaha dengan beragam jenis model pakaian. Usaha konveksi Fabian Fashion merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang dijalankan Bapak Gunawan dari tahun 2015 sampai sekarang yang beralamat di Nagari Batu TABA. Usaha ini dilakukan oleh bapak gunawan di rumah yang mana dari proses menggelar kain, memotong kain, dan finishingnya. Setelah itu dipasarkan langsung ke pasaran terdekat dengan rumah seperti pasar Aur. Dalam usaha konveksi

ini , bapak gunawan memiliki 10 orang pekerja, yang mana pembagian kerjanya 2 orang yang bekerja untuk menggelar kain dan memotong kain, 6 orang yang bekerja dalam proses menjahit dan 2 orang yang bekerja sebagai finishing. Usaha ini memproduksi berbagai jenis pakaian wanita dewasa seperti gamis syar'i, setelan baju wanita dewasa, kemeja wanita dewasa dll. Berikut data omzet pendapatan usaha konveksi Fabian Fashion di Batu Taba tahun 2018- 2022

Tabel 4.1
Data Pendapatan Usaha Home Industry Konveksi Fabian Fashion Di Nagari Batu Taba

Tahun	Jumlah Pendapatan	Kenaikan/ Penurunan
2019	**±Rp.90.000.000-Rp.150.000.000**	**-**
2020	**±Rp.70.000.000-Rp.110.000.000**	**20.000.000**
2021	**±Rp.50.000.000-Rp.80.000.000**	**1.440.000**
2022	**±Rp.75.000.000-Rp.105.000.000**	**960.000**
2023	**±Rp.18.000.000/ bulan mei 2023**	**2.400.000**

Sumber: Wawancara dengan Bapak Gunawan pemilik usaha konveksi Fabian Fashion

2.Keberadaan Lokasi Usaha Konveksi Fabian Fashion

Keberadaan lokasi usaha konveksi Fabian Fashion beralamat di Simpang Tiga Jorong Sungai Rotan Nagari Batu Taba, Kecamatan Ampek Angkek, Kabupaten Agam, Sumatera Barat.

B.Hasil Penelitian

1.Strategi Yang digunakan Home industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Fabian Fashion

a.Strategi Produksi

Strategi yang digunakan oleh Fabian Fashion dalam meningkatkan pendapatan adalah dengan beberapa cara :

Setiap pelaku usaha yang berorientasi termasuk usaha konveksi Fabian Fashion yang ada di Nagari Batu Taba ini ingin mempertahankan dan meningkatkan produk yang dijual. Pelaku usaha ini perlu mengadakan beberapa upaya dan usaha penyempurnaan produk yang dihasilkan agar menjadi lebih baik, sehingga dapat menarik banyak pelanggan dan konsumen yang lebih banyak.

Usaha konveksi ini diproduksi dengan bahan baku yang berkualiatas, dengan tidak memakai bahan yang transparan. yang mana proses produksinya masih dilakukan dengan mesin yang belum berteknologi tinggi sehingga proses produksinya masih membutuhkan waktu sedikit lama. usaha ini juga memiliki varian model pakaian seperti, gamis syar'i, setelan muslimah wanita dewasa, baju tunik dewasa. Produk konveksi ini dibuat sesuai permintaan konsumen/penampung. Pernyataan ini sejalan dengan pernyataan bapak Gunawan bahwa.

"*Saat ini strategi produk yang telah bapak lakukan diantaranya adalah dengan selalu memproduksi konveksi dengan bahan baku yang berkualitas ,dengan tidak menggunakan bahan yang transparan.* "[47]

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 ini mendapatkan pendapatan yang merata, sehingga tidak muncul rasa kecemburuan sosial antar pekerja konveksi di daerah ini. Adapun besar nya upah yang diterima oleh setiap pekerja sesuai dengan keahlian dan pembagian tugas dalam proses produksi. Sehingga proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan sesuai target yang telah ditentukan[48]

Strategi lain yang di terapkan dalam perekrutan pekerja pada konveksi ini juga tidak memiliki persyaratan khusus, syarat yang terpenting adalah pekerja memiliki skil menjahit dan memotong kain sesuai bagian yang dibutuhkan, misalkan penjahit kerah 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.

[47] Gunawan, pemilik usaha Fabian Fashion, wawancara pribadi, Batu Taba, 10 Juni 2023, pukul 13.00 WIB

[48] Endang, penjahit baju di usaha Fabian Fashion, wawancara pribadi, Batu Taba, 12 Juni 2023, pukul 14.00 WIB

b.Strategi Harga

Strategi harga yang diterapkan oleh pemilik usaha Fabian Fashion ini adalah menjual produk dengan harga yang murah akan tetapi dengan produk yang berkualitas, hal ini dilakukan agar dapat menarik banyak pelanggan setia dan mampu dibeli oleh setiap kalangan masyarakat. Pernyataan diatas didukung dengan hasil wawancara dengan pemilik usaha konveksi Fabian Fashion pertama, pernyataan dari bapak Gunawan sebagai berikut:

"*saya menerapkan penetapan harga dimana harga yang ditawarkan murah dengan keuntungan yang sedikit namun produk yang diproduksi bisa laku dan habis terjual dipasaran diharapkan dapat menarik minat banyak konsumen dan dapat dijangkau oleh setiap kalangan masyarakat dan saya sebagai pemilik usaha juga ingin mendapatkan keberkahan dan ridho dari Allah SWT.'*"[49]

c.Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh para pelaku usaha untuk memperkenalkan dan menawarkan produk yang diproduksi kepada para masyarakat banyak dengan tujuan untuk menarik minat calon pembeli. Adapun stategi promosi yang diterapkan oleh pemilik usaha konveksi Fabian Fashio adalah :

1)Menggunakan sistem mulut ke mulut (*mouth to mouth),* yaitu sistem promosi yang mengandalkan pelanggan setia untuk

[49] Gunawan, pemilik usaha Fabian Fashion, wawancara pribadi, Batu Taba, 10 Juni 2023, pukul 13.00 WIB

memberitahukan, serta merekomendasikan produk yang diproduksi kepada khalayak banyak.

2)Menggunakan media sosial, yaitu sistem promosi yang mengandalkan teknologi media sosial sehingga mampu memperkenalkan produk yang diproduksi ke ranah yang lebih luas jangkauannya.

Pernyataan diatas ini berasal dari observasi yang dilakukan oleh penulis ke lapangan dengan wawancara langsung dengan bapak gunawan bahwa " *bapak sudah mulai memasarkan produk pakaian ini dengan cara bekerjasama dengan para pelaku usaha konveksi yang ada dinagari Batu Taba dan juga menggunakan media sosial WhatsApp dengan cara open order sesuai permintaan dari konsumen sesuai model dan jenis pakaian yang akan diproduksi".* [50]

d.Strategi Distribusi

Pemilik usaha juga menuturkan bahwa strategi yang di terapkan nya sangat membantu mereka mengembangkan usahanya, seperti selalu memberikan pinjaman dana dan juga memeberikan bonus saat target terpenuhi kepada pekerja yang akhirnya menciptakan rasa loyal para pekerja terhadap usaha ini yang mana hal yang dilakukan pemilik usaha Fabian Fashion 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 dampak 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."[51]

Dari penerapan skill atau kemampuan secara berkelanjutan,

[50] Gunawan, pemilik usaha Fabian Fashion, wawancara pribadi, Batu Taba, 10 Juni 2023, pukul 13.00 WIB

[51] Gunawan, pemilik usaha Fabian Fashion, wawancara pribadi, Batu Taba, 10 Juni 2023, pukul 13.00 WIB

disini lah kita melihat bahwa hadirnya usaha konveksi ini sangat membantu pengembagan sumber daya manusia di daerah ini, karena semakin baik kualitas produktivitas mereka akan mengundang semakin banyak juga konsumen yang akan bekerjasama dengan konveksi mereka, itu artinya pendapatan mereka akan meningkat semakin tinggi pula.[52]

2. Hambatan yang dihadapi dalam meningkatan pendapatan usaha home industry konveksi Fabian Fashion

Dalam menjalankan dan menningkatakan pendapatan usaha akan ada jatuh bangunnya sehingga suatu usaha dikatakan sukses jika dapat melalui segala kendala yang dihadapi. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro kalamai di Nagari panampuang yaitu :

1.Adanya penjualan musiman (penjualan yang tidak stabil)

Kendala pertama yang dihadapi para pelaku usaha *home industry* konveksi ini adalah adanyan penjualan musiman, karena penjualan pakaian ini akan terus meningkat pada waktu-waktu tertentu seperti pada saat akan libur lebaran, libur akhir tahun, serta pada masa liburan semester. Dengan adanya penjualan musiman ini mengakibatkan penghasilan yang didapat oleh pelaku bisnis ini tidak stabil.

[52] Herli Narlis, penjahit baju di usaha Fabian Fashion, wawancara pribadi, Batu Taba, 12 Juni 2023, pukul 17.00 WIB

2.Kurangnya Manajemen Operasional

Manajemen operasional adalah suatu usaha pengelolaan secara maksimal menggunakan faktor produksi yang baik itu tenaga kerja, mesin, peralatan, bahan baku, dan faktor produksi lainnya dalam proses memproduksi barang jadi. Oleh sebab itu manajemen operasional ini sangat penting untuk diperhatikan. Begitupula konveksi Fabian Fashion kurang memperhatikan manajemen operasional atau bisa dikatakan kurang memeahami tentang manajemen operasional dalam suatu usaha.

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Gunawan

> *"hambatan yang paling saya rasakan adalah sistem manajemen operasionalnya, bisa dikatakan semuanya belum tersusun dengan baik, mulai dari segi pendapatannya, produk samapai dengan sumber daya manusianya, semuanya masih berjalan sendirinya. Tapi insyaalah kita akan terus meningkatkan pemahaman dan mengaplikasikan manajemen operasional ini di Fabian Fashion."*[53]

Pada hakikatnya manajemen operasional sangat berperan penting dalam sebuah organisasi, tak heran jika banyak usaha yang tidak berkembang bahkan dikatakan mati karena mereka tidak menjalankan manajemen operasioanalnya dengan baik. Seperti usaha home industry konveksi Fabian Fashion yang sudah bisa dikatakan memiliki perkembangan usaha tetapi dibalik itu semua manajemen operasional yang dilakukan tidak tersruktur dengan baik. Dalam operasionalnya, konveksi Fabian Fashion belum menerapkan pendataan seperti barang yang sudah habis, yang masih tersisa,

[53] Gunawan, pemilik usaha Fabian Fashion, wawancara pribadi, Batu Taba, 10 Juni 2023, pukul 13.00 WIB

3.Adanya tekanan dari luar (Tingginya Pesaing)

Menghadapi sebuah persaingan bisnis memang akan selalu membutuhkan sebuah strategi yang harus selalu dikembangkan. Menjalankan bisnis apapun pasti akan dihapkan pada sebuah persaingan bisnis. Untuk menghadapi tantangan dan menghindari kebangrutan, maka para pelaku bisnis membutuhkan strategi yang jitu untuk mampu bersaing dengan usaha lainnya. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Gunawan [54]

"*faktor penghambat lainnya dialami oleh home industry konveksi Fabian Fashion adalah banyaknya usaha konveksi yang sejenis disekitar usaha Fabian Fashion. Dan kebanyakan pesaingnya memiliki saran dan prasarana yang lebih bagus dan lokasi prosuksinya lebih luas"*

Faktor penghambat lain yang dihadapi oleh usaha konveksi Fabian Fashion banyak tingginya tingkat persaingan dipasar bidang pakaian, hal ini menjadi salah satu ketakutan tersendiri yang dihadapi oleh usaha konveksi Fabian Fashion apalagi para pesaingnya memiliki saran dan prasarana yang lebih bagus. Oleh sebab itu pemilik Fabian Fashion terus melakukan evaluasi dan menciptakan stratrgi- strategi yang baru.

Dalam menjalankan sebuah usaha, para pelaku usaha akan selalu berdampingan dengan pesaing usaha lainnya, tidak terkecuali dengan usaha *home industry* konveksi yang ada di Nagari Batu Taba, ditengah

[54] Gunawan, pemilik usaha Fabian Fashion, wawancara pribadi, Batu Taba, 10 Juni 2023, pukul 13.00 WIB

usaha yang dijalankan oleh para pelaku usaha konveksi ini banyak juga usaha pakaian kekinian yang bermunculan di tengah masyarakat. Hal ini mengakibatkan daya beli masyakarakat terhadap pakaian ini juga berkurang, dalam masalah ini para pelaku usaha konveksi ini dimintak untuk lebih evaluatif dan mampu menciptakan strategi-strategi yang terbarukan.

C.Analisi SWOT dan Pembahasan

1.Strategi Yang digunakan Home industri Konveksi Dalam Analisis SWOT

Analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT yang terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berupa daya tarik usaha yang meliputi kekuatan (*srenght*) dan kelemahan (*weaknesses*) dalam menarik pembeli. Berikut faktor-faktor internal yang terdapat pada usaha konveksi yang menjadi tempat penelitan penulis, yang mana faktor internal tersebut terdiri dari :

a. Kekuatan (*srenght*) Fabian Fashion

1) Menyelesaikan pekerjaan dengan rapi dan tepat waktu serta selalu melakukan pengiriman barang tepat waktu.

2) Membuat sampel pakaian yang bertujuan untuk mempromosikan barang kepada pihak distibutor

3) Penggunaan bahan baku yang berkualitas agar tidak mengecewakan pihak konsumen atau distributor

4) Selalu menyanggupi permintaan produksi dan tidak pernah menolak permintaan dari penampung berapa pun yang pihak penampung minta, bahkan dalam keadaan mendadak.

5) Penetapan harga barang yang cukup murah dan memiliki berbagai jenis variasi model pakaian muslim wanita dewasa

b. Kelemahan (*weaknesses*) Fabian Fashion

1) Para pekerja masih sering melalaikan waktu/ kurang disiplin dalam memulai pekerjaan yang akhirnya dapat menghambat proses produksi sehingga beberapa kali mengakibatkan *finishing* produksi tertunda.

2) Saat ini usaha konveksi ini sedang mengalami kekurangan pemotong pola, permintaan tinggi sementara tukang potong pola terbatas sehingga konveksi ini belum bisa menerima tambahan permintaan.

3) Kekurangan Mesin untuk produksi dikarenakan harga mesin yang cenderung tinggi sehinggan membutuhkan waktu yang lama untukmenambah jumlah mesin produksi.

4) Pelanggan cenderung banyak pada hari-hari tertentu seperti hari lebaran dan tahun baru sedangkan dihari-hari biasa kurang stabil dan cenderung lebih sedikit.

5) Tidak memiliki toko sendiri di lingkungan pasar untuk menarik

lebih banyakpelanggan sesuai prinsip bisnis syariah.[55]

Faktor eksternal terdiri dari faktor peluang (oportunity) dan ancaman (threat) dari strategi meningkatkan pendapatan usaha Konveksi Fabian Fashion berdasrkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha dan pekerja :

a. Peluang (opportunity) Fabian Fashion

1) Prospek usaha yang baik karena konveksi ini sudah mendapat perhatian dari pihak konsumen/penampung.

2) Segmen pasar yang besar, karena pelaku usaha bekerjasama dengan penampung yang mendistribusikan hasil produksi ke induk pasar.

3) Dengan kualitas SDM yang sudah terlatih dapat menghasilkan produk yang sesuai keinginan konsumen sehingga dapat mengembangkan Konveksi Fabian Fashion dengan cepat. [56]

4) Para pekerja loyal terhadapa pekerjaannya karena upah yang diberikan secara adil dan merata.

5) Berpotensi dalam mengembangkan usaha .

b. Ancaman

[55] Gunawan, pemilik usaha Fabian Fashion, wawancara pribadi, Batu Taba, 10 Juni 2023, pukul 13.00 WIB

[56] Gunawan, pemilik usaha Fabian Fashion, wawancara pribadi, Batu Taba, 10 Juni 2023, pukul 13.00 WIB

1) Tingginya pesaing dalam usaha yang sejenis.
2) Harga bahan baku yang cendrung berubah- ubah secara berkala.
3) Adanya perubahan perilaku konsumen dalam membeli pakaian muslim, (contoh: perubahan mode pakaian).
4) Pesaing lebih cepat dalam menyediakan produk serupa dan harga yang lebih murah sehingga konsumen cendrung selektif dalam berbelanja.
5) Adanya perubahan alamiah dalam jangka waktu tertentu, seperti usaha ini terdampak kebakaran dipasar aur kuning tahun 2017.

1. Internal Factor Evalution dan *External Factor Evalution*

a. (*Internal Factor Evalution*) IFE

Merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi faktor- faktor yang berbeda di dalam lingkungan internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahanyang dimiliki.

Tabel 4.2
Analisis IFE (*Internal Factor Evalution*)

NO	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Variabel Kekuatan (S)				
1	Menyelesaikan pekerjaan dengan rapi dan tepat waktu serta selalu melakukan pengiriman barang tepat waktu	0,08	3,00	0,24

2	Membuat sampel pakaian yang bertujuan untuk mempromosikan barang kepada pihak distibutor	0,08	4,00	0,32
3	Penggunaan bahan baku yang berkualitas agar tidak mengecewakan pihak konsumen atau distributor ,	0,07	4,00	0,28
4	Selalu menyanggupi permintaan produksi dan tidak pernah menolak permintaan dari penampung berapa pun yang pihak penampung minta, bahkan dalam keadaan mendadak	0,08	4,00	0,32
5	Penetapan harga barang yang cukup murah dan memiliki berbagai jenis variasi model pakaian muslim	0,06	3,00	0,24

	wanita dewasa			
Total Skor Kekuatan (S)		**0,37**		**1,40**
Variabel Kelemahan (W)				
1.	Para pekerja masih sering melalaikan waktu/ kurang disiplin dalam memulai pekerjaan yang akhirnya dapat menghambat proses produksi sehingga beberapa kali mengakibatkan *finishing* produksi tertunda.	0,06	2,00	0,12
2.	Saat ini usaha konveksi ini sedang mengalami kekurangan pemotong pola, permintaan tinggi sementara tukang potong pola terbatas sehingga konveksi ini belum bisa menerima tambahan permintaan’	0,06	2,00	0,12

3.	Kekurangan Mesin untuk produksi dikarenakan harga mesin yang cenderung tinggi sehinggan membutuhkan waktu yang lama untukmenambah jumlah mesin produksi	0,04	2,00	0,08
4.	Pelanggan cenderung banyak pada hari-hari tertentu seperti hari lebaran dan tahun baru sedangkan dihari-hari biasa kurang stabil dan cenderung lebih sedikit	0,05	2,00	0,10
5.	Tidak memiliki toko sendiri di lingkungan pasar untuk menarik lebih banyak pelanggan sesuai	0,04	2,00	0,08
Total Skor Kelemahan (W)		**0,25**		**0,50**

Total Kekuatan – Total Kelemahan	**0,62**		**1,9**

Berdasarkan tabel analisis diatas, diketahui bahwa total skor untuk kekuatan dan kelemahan adalah 1,40 dan 0,50 diketahui bahwa total skor kekuatan lebih besar dari total kelemahan. Sehingga, langkah pertama yang bisa dilakukan dalam merumuskan strategi *home industry* konveksi Fabian Fashion adalah dengan mengidentifikasi kekuatan faktor internal untuk dioptimalkan lebih lanjut agar dapat meningkatkan pendapatan konveksi Fabian Fashion DI Nagari Batu Taba dan mengidentifikasi sumber-sumber kelemahan.

b. (*External Factor Evalution*) EFE

Merupakan alat yang digunakan untuk menguji lingkungan eksternal perusahaan dan juga untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada.

Tabel 4.3
Analisis EFE (*External Factor Evalution*)

NO	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Variabel Peluang (O)				
1	Prospek usaha yang baik karena konveksi ini sudah mendapat perhatian dari pihak konsumen/penampung.	0,08	4,00	0,32

2	Segmen pasar yang besar, karena pelaku usaha bekerjasama dengan penampung yang mendistribusikan hasil produksi ke induk pasar.	0,08	3,00	0,24
3	Dengan kualitas SDM yang sudah terlatih dapat menghasilkan produk yang sesuai keinginan konsumen sehingga dapat mengembangkan Konveksi Fabian Fashion dengan cepat.	0,07	4,00	0,28
4	Berpotensi dalam mengembangkan usaha memberikan gambaran yang sesuai bentuk aslinya sudah memenuhi prinsip bisnis syariah	0,08	4,00	0,32
5	Minat masyarakat Meningkat karena banyaknya varian model pakaian yang ditawarkan	0,07	3,00	0,21
Total Skor Peluang (O)		**0,37**		**1.37**
Variabel Ancaman (T)				

1	Kehadiran para pesaing dalam usaha yang sejenis	0,06	2,00	0,12
2	Harga bahan baku cendrung berubah-ubah secara berskala	0,04	2,00	0,08
3	Adanya perubahan perilaku konsumen dalammembeli pakaian muslim, (contoh: perubahan mode pakaian)	0,03	2,00	0,06
4	Pesaing lebih cepat dalam menyediakan produk serupa dan harga yang lebih murah sehingga konsumen cendrung selektif dalam berbelanja	0,04	2,00	0,08
5	Adanya perubahan alamiah dalam jangka waktu tertentu, seperti usaha ini terdampak kebakaran dipasar aur kuning tahun 2017	0,03	2,00	0,06

Total Skor Ancaman (T)	**0,20**		**0,40**
Total Peluang-Total Ancaman	**0.57**		**1.77**

Berdasarkan tabel evaluasi faktor eksternal (EFE) bahwa total skor peluang dan ancaman adalah 1,37 dan 0,40 diketahui bahwa total skor peluang lebih besar dibandingkan dengan total skor ancaman. Sehingga langkah pertama yang bisa dirumuskan dalam strategi home industry konveksi Fabian Fashion adalah dengan mengidentifikasi peluang faktor eksternal untuk dioptimalkan lebih lanjut agar dapat meningkatkan omset pendapatan di usaha *home industry* konveksi Fabian Fashion dan mengidentifikasi sumbe-sumber ancaman.

2. Matrik SWOT

Menurut David Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang dapat membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO (kekuatan- peluang), strategi WO (kelemahan- peluang), strategi ST (kekuatan- ancaman), dan strategi WT (kelemahan- ancaman)

Tabel 4.4
Matrik SWOT

Faktor Internal	**Kekuatan (*Strengthens*)**	**Kelemahan (*Weakness*)**
	1)Menyelesaikan pekerjaan dengan rapi dan tepat waktu dan selalu melakukan pengiriman barang tepat waktu 2)Membuat sampel pakaian yang bertujuan untuk mempromosikan barang kepada pihak distibutor 3)Penggunaan bahan baku yang berkualitas agar tidak mengecewakan pihak konsumen atau distributor 4)selalu menyanggupi permintaan produksi dari pihak Konsumen dengan batas	1)Para pekerja masih sering melalaikan waktu/ kurang disiplin dalam memulai pekerjaan yang akhirnya dapat menghambat proses produksi sehingga beberapa kali mengakibatkan *finishing* produksi tertunda. 2)Saat ini usaha konveksi ini sedang mengalami kekurangan pemotong pola, permintaan tinggi sementara tukang potong pola terbatas sehingga konveksi ini belum bisa menerima tambahan permintaan' 3)Kekurangan Mesin untuk produksi dikarenakan harga mesin yang cenderung tinggi sehinggan

Faktor **Eksternal**	waktu yang telah disepakati 5)Penetapan harga barang yang cukup murah dan memiliki berbagai jenis variasi model pakaian muslim wanita dewasa	membutuhkan waktu yang lama untukmenambah jumlah mesin produksi 4)Pelanggan cenderung banyak pada hari-hari tertentu seperti hari lebaran dan tahun baru sedangkan dihari-hari biasa kurang stabil dan cenderung lebih sedikit 5)Tidak memiliki toko sendiri di lingkungan pasar untuk menarik lebih banyak pelanggan sesuai prinsip bisnis syariah.[57]
Peluang (*Opportunity*) 1. Dengan kualitas SDM yang sudah terlatih dapat menghasilkan produk yang sesuai keinginan konsumen sehingga	Strategi **S – O** 1.Dengan meningkatkan SDM yang sudah terlatih maka produk yang dihasilkan dapat	Strategi **W – O** 1.Dengan kualitas SDM yang sudah terlatih diharapkan adanya disiplin waktu para pekerja dalam

[57] Gunawan, pemilik usaha Fabian Fashion, wawancara pribadi, Batu Taba, 10 Juni 2023, pukul 13.00 WIB

dapat mengembangkan Konveksi Fabian Fashion dengan cepat 2. Segmen pasar yang besar, karena pelaku usaha bekerjasama dengan penampung yang mendistribusikan hasil produksi ke induk pasar. 3. .Prospek usaha yang baik karena konveksi ini sudah mendapat perhatian dari pihak konsumen/penampung 4. Berpotensi dalam mengembangkan usaha 5. Minat masyarakat meningkat karena banyaknya varian model pakaian yang ditawarkan	diselesaikan dengan rapi dan tepat waktu sehingga dapat mengembangkan konveksi Fabian Fashion. 2.Dengan adanya sampel pakaian untuk melakukan promosi maka dapat mencapai segmen pasar yang besar dan mampu mendistribusikan produk dengan maksimal. 3.Dengan bahan baku yang terjamin kualitasnya dapat berdampak pada prospek usaha yang dijalankan mendapat perhatian dari pihak konsumen. 4.Dengan selalu memenuhi permintaan konsumen maka usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan pesat. 5.Adanya penetapan harga yang murah pada berbagai	melakukan produksi pakaian. 2.Meningkatkan serta memaksimalkan pekerja pada bagian operasional dapat bekerjasama dalam mendistribusikan hasil produksi pada segmen pasar yang lebih besar. 3.Dengan memperbaharui alat dan sarana prasarana produksi sehingga mengembangkan prospek usaha dimata konsumen. 4.Dengan memaksimalkan dan meningkatkan prodksi pada hari-hari tertenju penjualan diharapkan mampu mengembangkan usaha yang dijalnkan. 5.Mengupayakan lokasi pendistribusian yang strategis agar memudahkan masyarakat dalam melakukan pembelian.

	variasai model pakaian maka menarik minat masyarakat luas dalam membeli pakaian.	
Kendala/Ancaman (*Threat*) 1.Tingginya pesaing dalam usaha yang sejenis 2. Harga bahan baku yang cendrung berubah- ubah secara berkala 3. Adanya perubahan perilaku konsumen dalam membeli pakaian muslim, (contoh: perubahan mode pakaian) 4. Pesaing lebih cepat dalam menyediakan produk serupa dan harga yang lebih murah sehingga konsumen cendrung selektif dalam berbelanja 5. Adanya perubahan alamiah dalam jangka waktu tertentu, seperti usaha ini terdampak kebakaran dipasar aur kuning tahun 2017	**Strategi S-T** a.Meningkatakan dan mempertahankan pekerjaan tepat waktu yang sudah ditentukan maka usaha yang dijalnkan mampu bersaing. b.Dengan gencar melakukan promosi dengan cara membuat sampel diharapkan dapat menutup biaya bahan baku yang sring berubah-ubah. c.Selalu meningkatkan bahan baku yang diproduksi dapat memenuhi perubahan perilaku konsumen yang terus berubah-ubah. d.Selalu menyanggupi permintaan produksi dalam keaadan mendesak sehingga dapat	**Strategi W – T** 1. Dengan adanya pendisiplinan waktu para pekerja maka usaha yang dijalankan mampu bersaing dengan pesaing yang sejenis. 2. Melatih dan mengembangkan tenaga kerja dalam bidang pemotong kain mampu memaksimalkan bahan baku yang harganya cenderung berubah-ubah dapat meaksimalkan pendapatan yang dihasilkan. 3. Dengan meningkatkan mesin produksi yang lebih modern dapat memenuhi permintaan konsumen yang terus berubah-ubah dalam membeli pakaian. 4. Memaksimalkan hasil produksi pada hari tertentu sehingga dapat bersaing dengan pesaing yang lebih cepat

	bersaing lebih cepat dengan pesaing lainnya. e.Walaupun terjadi perubahan alamiah usaha Fabian Fashion ini harus konsisten terhadap penetapan harga pakain yang diproduksi tetap murah dan terjangkau.	menyediakan produk. 5. Dampak dari perubahan alamiah Fabian Fashion harus mampu bangkit dengan menyediakan lokasi pendistribusian barang sehingga memudahkan pemasaran barang kekonsumen.

1. Strategi S-O

Strategi S-O diterapkan untuk memanfaatkan kekuatan usaha home industry konveksi Fabian Fashion guna menangkap peluang yang dimilikinya. Strategi ini dapat berjalan dengan baik jika usaha Fabian Fashion menerapkan strategi S-O sebagai berikut :

a.Dengan meningkatkan SDM yang sudah terlatih maka produk yang dihasilkan dapat diselesaikan dengan rapi dan tepat waktu sehingga dapat mengembangkan konveksi Fabian Fashion.

b.Dengan adanya sampel pakaian untuk melakukan promosi maka dapat mencapai segmen pasar yang besar dan mampu mendistribusikan produk dengan maksimal.

c.Dengan bahan baku yang terjamin kualitasnya dapat berdampak pada prospek usaha yang dijalankan mendapat perhatian dari pihak konsumen.

d.Dengan selalu memenuhi permintaan konsumen maka usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan pesat.

e.Adanya penetapan harga yang murah pada berbagai variasai model pakaian maka menarik minat masyarakat luas dalam membeli pakaian.

2. Strategi W-O

Strategi W-O diterapkan dengan mencari kekuatan yang dimiliki usaha Fabian Fashion ini yang digunakan untuk dapat menghindari ancaman tersebut dengan cara :

a.Dengan kualitas SDM yang sudah terlatih diharapkan adanya disiplin waktu para pekerja dalam melakukan produksi pakaian.

b.Meningkatkan serta memaksimalkan pekerja pada bagian operasional dapat bekerjasama dalam mendistribusikan hasil produksi pada segmen pasar yang lebih besar.

c.Dengan memperbaharui alat dan sarana prasarana produksi sehingga mengembangkan prospek usaha dimata konsumen.

d.Dengan memaksimalkan dan meningkatkan prodksi pada hari-hari tertenju penjualan diharapkan mampu mengembangkan usaha yang dijalnkan.

e.Mengupayakan lokasi pendistribusian yang strategis agar memudahkan masyarakat dalam melakukan pembelian.

3. Strategi S-T

Strategi S-T dilakukan pada saat peluang yang dimiliki usaha Fabian Fashion yang digunakan untuk mengurangi kelemahan dengan cara :

a. Meningkatakan dan mempertahankan pekerjaan tepat waktu yang sudah ditentukan maka usaha yang dijalnkan mampu bersaing.

b. Dengan gencar melakukan promosi dengan cara membuat sampel diharapkan dapat menutup biaya bahan baku yang sring berubah-ubah.

c. Selalu meningkatkan bahan baku yang diproduksi dapat memenuhi perubahan perilaku konsumen yang terus berubah-ubah.

d. Selalu menyanggupi permintaan produksi dalam keaadan mendesak sehingga dapat bersaing lebih cepat dengan pesaing lainnya.

e.Walaupun terjadi perubahan alamiah usaha Fabian Fashion ini harus konsisten terhadap penetapan harga pakain yang diproduksi tetap murah dan terjangkau.

4. Strategi W-T

Strategi W-T diterapkan pada saat usaha Fabian Fashion harus mampu mengatasi kelemahan yang dimiliki agar terhindar dari ancaman yang dihadapi dengan cara :

a.Dengan adanya pendisiplinan waktu para pekerja maka usaha yang dijalankan mampu bersaing dengan pesaing yang sejenis.

b.Melatih dan mengembangkan tenaga kerja dalam bidang pemotong kain mampu memaksimalkan bahan baku yang harganya cenderung berubah-ubah dapat meaksimalkan pendapatan yang dihasilkan.

c. Dengan meningkatkan mesin produksi yang lebih modern dapat memenuhi permintaan konsumen yang terus berubah-ubah dalam membeli pakaian.

d.Memaksimalkan hasil produksi pada hari tertentu sehingga dapat bersaing dengan pesaing yang lebih cepat menyediakan produk.

e.Dampak dari perubahan alamiah Fabian Fashion harus mampu bangkit dengan menyediakan lokasi pendistribusian barang sehingga memudahkan pemasaran barang kekonsumen

3. Tabel Bobot Skor

Setelah dilakukan analisis pada setiap strategi yang ada, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, strategi WT, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah memilih salah satu dari ke empat strategi yang telah ada sebelumnya. Untuk memilih strategi yang telah ditetapkan tersebut, sebelumnya perusahaan dapat memakai pendekatan metode bobot skor, dimana perusahaan dapat menilai manakah yang mempunyai skor tertinggi dari keempat strategi yang telah ditetapkan tersebut. Dimana nantinya strategi yang memiliki nilai skor tinggi akan dipakai oleh perusahaan dalam membuat kebijakan dan keputusan yang mempengaruhi performan perusahaan.

Tabel 4.6
Analisis Tabel Bobot Skor

Internal **Eksternal**	**Kekuatan (S)**	**Kelemahan (W)**
Peluang (O)	Total skor S+O 1,40+1,37=2,77	Total skor W+O 0,50+1,37=1,87
Ancaman (T)	Total skor S+T 1,40+0,40=1,80	Total skor W+T 0,50+0,40=0,90

Berdasarkan hasil dari tabel bobot skor pada matriks SWOT diatas dapat dilihat bahwa strategi SO memiliki skor yang paling tinggi yaitu 2,77 dibandingkan dengan strategi lainnya, maka usaha strategi *home industry* konveksi Fabian Fashion di Nagari Batu Taba dalam meningkatkan pendapatan dapat menggunakan strategi SO. Dimana strategi SO merupakan

strategi yang menggabungkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh usaha strategi *home industry* konveksi Fabian Fashion di Nagari Batu Taba.

2.Strategi *home industry* konveksi Fabian Fashion dalam Meningkatkan Pendapatan " Manajemen Bisnis Islam"

a. Produk

Penerapan manajemen bisnis Islam pada konveksi Fabian Fashion dikaitkan dengan strategi home industry konveksi dalam meningkatkan pendapatan, home industri memiliki produk dengan berbagai macam model pakaian dan juga berkualitas. Hal ini dapat dibuktikan dengan produk pakaian syar'i, gamis dewasa, baju setelan baju dan celana yang sesuai syariat islam.

Produk yang dijual adalah produk yang halal dan tidak dilarang dalam agama Islam. Dalam Islam menekankan bahwa produk yang dijual harus halal, tidak menyebabkan pemikiran yang negatif, tidak mengganggu kenyamanan diri sendiri ataupun orang lain, tidak mengandung unsur riba dan maysir, bermoral, produk dalam kepemilikan yang sah, dan karakteristik produk jelas. Selain itu produk yang dihasilakan Fabian Fashion adalah produk yang bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan dalam bidang pakaian.[58]

[58] Fadah, I., Vijonta, D. K., Sofianti, S. P. D., & Yuswanto, I. B. (2022). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran berdasarkan Prinsip Syariah* (Studi Kasus: Meryva Shop di Kulonprogo, Yogyakarta). E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, 9(1), 23

b. Harga

Etika dalam penetapan harga yaitu harga ditetapkan sesuai dengan modal pemilik usaha dalam membeli jenis bahan baku produk yang dijualnya. Seperti yang dikatakan beberapa para pekerja, pemilik memberikan harga sesuai dengan merek produk, dan sesuai jenis kualitas barang tersebut. Pokoknya harga yang ditetapkan tidak memberatkan konsumen, dan tidak menipu konsumen.

Dalam Islam untuk menetapkan harga harus sesuai dengan prinsip syariah. Aturan penetapan harga tersebut sebagai berikut : Harga yang diberikan harus sesuai batas wajar, harga yang diberikan kepada konsumen yang berbeda harus sama, dilarang melakukan penimbunan produk dan pembatasan produksi dan tentu harga tidak ada unsur riba dan maysir.[59]

c. Distribusi

Dalam Islam sebelum menentukan saluran distribusi, perusahaan harus mengutamakan tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efesien. Sehingga dalam menentukan marketing mix harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran dan juga harus terdapat kehati-hatian dalam menjalankan strategi.

[59] Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah), 2(1), 15-26.

Sedangkan fakta dilapangan ditemukan pada proses distribusi barang pada usaha konveksi Fabian Fashion belum memenuhi kriteria seperti diatas, dimana menurut penuturan pemilik usaha bahwa " *pada saat pendistribusian belum memiliki kepastian target pasar sehingga pendistribusian belum sesuai target"* Jadi dapat dilihat bahwa pendistribusian pada usaha konveksi ini belum sesuai dengan bisnis syariah islam dikarenakan pendistribusian barang belum merata.

d.Promosi

Dalam mempromosikan produk tidak pernah berlebih-lebihan. Disini promosi hanya dilakukan antar konsumen/penampung yang sudah memiliki pengalaman berbelanja ke Fabian Fashion. Promosi dilakukan apa adanya, sesuai dengan kualitas dan harga produk tersebut. Selain itu di home industry Fabian Fashion juga tidak pernah mengobral janji. Dengan melakukan promosi dengan benar maka konsumen/ penampung akan lebih percaya akan produk yang ada di dan ini sesuai dengan etika.

Sedangkan dalam temuan lapangan seperti yang dijelaskan oleh pemilik usaha konveksi ini promosi yang diterapkan pada usaha ini masih biasa saja padahal pada saat ini banyak cara untuk melakukan promosi sesuai dengan syariat islam seperti promosi dari mulut ke mulut, promosi dari media sosial, iklan.

Dalam Al-Qur'an tidak ada larangan dalam mempromosikan produk, baik barang atau jasa. Promosi dapat digunakan untuk mempromosikan kebenaran bagaimana seharusnya usaha bisnis dalam Islam. Namun, promosi yang berisi tentang pernyataan-pernyataan yang berlebihan termasuk kedalam bentuk penipuan, islam sangat menganjurkan untuk berpegang teguh kepada nilai-nilai kejujuran dalam melaksanakan kegiatan ekonomi.[60]

[60] Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah), 2(1), 15-26.

BAB V

PENUTUP

A.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1.Strategi home industry yang dilakukan oleh usaha konveksi Fabian Fashion dalam meningkatkan pendapatan adalah :

a.Strategi Produk. Strategi produk yang digunakan usaha konveksi ini diproduksi dengan bahan baku yang berkualiatas, dengan tidak memakai bahan yang transparan. usaha ini juga memiliki varian model pakaian seperti, gamis syar'i, setelan muslimah wanita dewasa, baju tunik dewasa.

b.Strategi Harga. Strategi harga yang diterapkan oleh pemilik usaha Fabian Fashion ini adalah menjual produk dengan harga yang murah akan tetapi dengan produk yang berkualitas, hal ini dilakukan agar dapat menarik banyak pelanggan setia dan mampu dibeli oleh setiap kalangan masyarakat.

c.Strategi Promosi. Strategi promosi Menggunakan sistem mulut ke mulut dan menggunakan media WhatsApp.

d.Strategi Distribusi. Strategi distribusi yang dilakukan pemilik usaha konveksi ini selalu mampu menyiapkan pesanan dalam kurun waktu yang relative cepat,sehingga barang dapat didistribusikan secara tepat waktu.

2.Hambatan yang dihadapi dalam meningkatkan pendapatan usaha konveksi

a.Adanya penjualan musiman (penjualan yang tidak stabil).

b.Pemasaran produk yang terbatas.

c.Adanya tekanan dari luar (Tingginya Pesaing).

B.SARAN

1.Memberikan perhatian secara khusus kepada para pekerja terutama pekerja pemula dengan cara memberikan pelatihan skill yang diminati. Menerapkan hubungan kerjasama yang baik antara pemilik usaha dengan para pekerja serta kepada para konsumen/penampung.

2.Hal yang perlu diperhatikan oleh pemilik usaha dalam mengurangi hambatan dan kendala yang dihadapi dengan selalu berusaha menciptakan strategi yang baru bersifat kreatif dan inovatif. Diharapkan pemilik usaha untuk selalu memperbaharui sarana dan prasarana dengan mengikuti teknologi yang berkembang.

3.Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengidentifikasi perkembangan atau prospek usaha konveksi di Nagari Batu Taba dan menguraikan masalah-masalah yang ditemui dalam usaha konveksi di Nagari Batu Taba untuk diteliti lalu memberi solusi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul, aziz dahlan, et. al, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: ichtiar baru van hoeve, 2019

Abid Zamzami, *Pengembangan Desa Industri Dalam Mengembangkan Produk Unggulan*, Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat, Vol.1 No.1 (Universitas Islam Malang: 2020)

Ade Khadijatul Z. Harahap, *Pengaruh Home Industri Tempe Terhadap Pendapatan Perekonomian Masyarakat Desa Hapesong Baru Kecamatan Batangtoru Kabupaten Tapanuli Selatan,* Jurnal LPPM UGN, Vol.7 No.2 (Universitas Graha Nusantara: 2016)

Agus dkk, *Analisis Keuntungan Industri Rumah Tangga Roti Anugerah Di Pancoran Mas Kota Depok*, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.15 No.1 (STIE Fajar Depok: 2019)

Agus Ismaya Hasanudin, *Teori Akuntansi*. (Yogyakarta: Cetta Media. 2018)

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 Tanggerang, 2014)

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 Tanggerang, 2014)

Bachrudin Sjaroni, dkk, *Ekonomi Mikro*. (Yogyakarta: Deepublish: 2019)

Bambang Widjayanta, dan Aristanti Widyaningsih, *Mengasah Kemampuan Ekonomi Untuk Kelas X Sekolah Menengah Atas/Madrasah Aliyah*. (Citra Praya: Bandung. 2017)

Didin Fatimudin, M. Anang Fimansyah, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta : Deepublish Publisher, Februari 2019)

Fadah, I., Vijonta, D. K., Sofianti, S. P. D., & Yuswanto, I. B. (2022). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran berdasarkan Prinsip Syariah* (Studi Kasus: Meryva Shop di Kulonprogo, Yogyakarta). E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, 9(1), 23

Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Prenhalindo, 2012)

Fredy Rangkuti, *Teknik Pembedahan Kasus Bisnis Analisis SWOT,* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama,2015)

Hardani Dan Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup, 2020)

Husein Umar, *Strategic Manajemen in Action : Konsep Teori dan Teknik Menganalisa Manajemen Strategis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019)

Irma Nila Sari dan Sri Wihadjeng, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu,2016)

Iskandar, *Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin Di Kota Langsa*, Jurnal Samudra Ekonomika, Vol.1 No.2 (Universitas Samudra Langsa Kota Aceh: 2017)

Jasa Ungguh Muliawa, *Manajemen Home Industri dan Peluang Usaha Di Tengah Krisis*, (Yogyakarta: Banyu Media, 2018)

John Septihanto, *Manajemen Modal Kerja*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2009)

Kabupaten Lombok Timur), Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidikan, Vol.1 No.1 (STIT Palapa Nusantara Lombok NTB: 2019)

Karl E Case, dan Ray. C Fair, *Prinsip-prinsip Ekonomi Edisi Kedelapan*. Terj. Y. Andri Zaimur. (Surabaya: Erlangga. 2016)

Khairil Hamdi dan Dorris Yadewani, *Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif*, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.3 (STMIK Jayanusa:2019)

M. Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. (Yogyakarta: Deepublsih. 2018)

Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah), 2(1), 15-26

Mohammad Khusaini, *Ekonomi Mikro Dasar-dasar Teori*. (Malang: UB Press: 2013)

Muchlisisn Riadi, *Home Industri (Fungsi, Manfaat, Jenis Usaha, Keunggulan dan Kelemahan)*, 2019

Muhammad Gafur Kadar, dkk, *ManajemenStrategik dan Kepemimpinan*. (Medan: Yayasan Kita Menulis. 2021)

Muhammad Yusuf Saleh, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV Sah Media 2019)

Ngatno, *Manajemen Pemasaran,* (Seamarang : EF Press Digimedia, 2018)

Onny Sitorus, Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan : 2017)

Pratama Rahardja, dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Mikro, Suatu Pengantar*.(Jakarta: LP, DE-UI. 2010)

Rahayu Suci, *Esensi Manajemen Strategi*, (Sidoarjo : Zifatama : 2015).

Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Refika Aditama, 2014)

Senja Nilasari, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Dunia Cerdas, 2014)

Senja Nilasari, *Panduan Praktis Menyusun Sistem Penggajian & Benefit*. (Jakarta: Raih Asa Sukses. 2016)

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, Rajawali Perss, 2017), hal. 174

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019)

Tri Kunawangsih Pracoyo, dan Antyo Pracoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*. (Jakarta: Grasindo. 2016)

Tri Susilowati dan M. Faruk Hidayatulloh, *Metode Analitical Hierarchy Proces (AHP) Dalam Penentuan Lokasi Home Industri Di Kabupaten Pringsewu*, Jurnal Managemen dan Sistem Informasi dan Teknologi, Vol.09 No.01 (Universitas Bandar Lampung: 2019)

Tulus Tumbunan, *UmKm di Indonesia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia,2009)

LAMPIRAN

1.Pedoman Wawancara

Peneliti **:Yona Sulastri (3719202)**

Program Studi **:Manajemen Bisnis Syariah**

Judul Skripsi **:Strategi *Home Industry* Konveksi Fabian Fashion Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Nagari Batu Taba Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Bisnis Syariah**

A.Informan utama pemilik FABIAN FASHION

1.Bagaimana strategi atau target produksi konveksi fabian fashion dalam meningkatkan pendapatan usaha ? Berapa banyak produksi konveksi pakaian milik bapak gunawan ini dalam 1 minggunya?

2.Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan konveksi bapak ini ?

3.Berapa banyak pekerja yang bekerja pada usaha konveksi bapak ini ? bagaimana kinerja para pekerja tersebut?

4.Bagaimana bahan baku di dapatkan dan bagaimana proses distribusi produk ?

5.Bagaimana strategi pendistribusian produk konveksi ini ? apakah sudah sesuai dengan perspektif manajemen syariah?

6. Bagaimana sistem penentuan harga produksi dari pihak penampung ?

7.Bagaimana Fabian Fashion dapat mempertahankan keberlangsungan usaha ditengah persaingan usaha sejenis yang terus berkembang ?

8.Apa saja langkah atau cara berbisnis dalam islam yang sudah diterapkan dikonveksi Fabian Fashion ini?

9.Jika terjadi return barang, bagaimana tindakan Fabian Fashion ?

B.Informan pendukung

1.Kapan bapak/ibu mulai bekerja di fabian fashion ?

2.Berapa kodi bapak/ibu menyelesaikan pakaian dalam 1 minggu? Lalu pada saat produksi meningkat bagaimana bapak/ibu dapat menyelesaikan pekerjaan tepat waktu ?

3.Apa saja kendala yang bapak/ibu alami pada saat produksi pakaian?

4.Apakah upah yang bapak/ibu terima sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan ?

5.Upaya apa yang bapak/ibu lakukan saat terjadi hambatan dalam bekerja agar pekerjaan selesai tepat waktu ?

6.Saat terjadiya return barang apakah berpengaruh penghasilan bapak ?

2.Dokumentasi Observasi ke Lapangan

a.Dokumentasi Wawancara dengan Pemilik Usaha dan karyawan





b.Dokumentasi proses produksi





