PENGGUNAAN INTERNET DALAM PENGEMBANGAN USAHA KONVEKSI

(Studi Kasus Pengusaha Konveksi Aur Kuning Bukittinggi)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Strata Satu (S1)
pada Program Studi Ekonomi Islam

Disusun Oleh:

Syafri Assaleh Tito

NIM.3220135

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

2024

DAFTAR ISI

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 4

C. Batasan Masalah 4

D. Rumusan Masalah..... 5

E. Tujuan penelitian dan Kegunaan Penelitian 5

F. Manfaat penelitian 5

G. Penjelasan Judul 6

H. Landasan Teori 8

I. Penelitian Terdahulu 19

J. Metode Penelitian..... 22

1. Jenis Penelitian..... 22

2. Lokasi dan Waktu Penelitian..... 23

3. Subjek dan Objek Penelitian 23

4. Jenis dan Sumber Data..... 24

5. Informan Peneliti 25

6. Teknik Pengumpulan Data 25

7. Metode Analisis Data 27

DAFTAR PUSTAKA..... 29

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi merupakan sebuah pengetahuan yang ditujukan untuk menciptakan alat, tindakan pengolahan, dan ekstraksi benda. Selama dua dasawarsa terakhir perekonomian dunia telah mengalami revolusi dengan hadirnya apa yang disebut Don Tappscots sebagai digital economy atau ekonomi digital. Ekonomi digital sepenuhnya disokong oleh lahirnya internet sekaligus mengubah pola berbelanja masyarakat,[1]

Layanan internet yang saat ini mudah diakses oleh siapapun dan kapanpun membuat kegiatan jual beli secara digital banyak diminati baik oleh penjual maupun pembeli. Penjual tidak harus memiliki tempat khusus seperti ruko, memiliki pelayan toko dan memajang barang dagangannya di waktu-waktu tertentu. Demikian pula pembeli tidak perlu lagi keluar rumah untuk membeli barang yang ia inginkan. Melainkan penjual dan pembeli dapat bertransaksi dengan mudah menggunakan komputer atau gadget melalui internet dari mana saja. Penjual dapat menggunakan bermacam fitur dalam berbagai macam layanan aplikasi yang tersedia untuk memasarkan produknya yang setiap saat bisa dilihat oleh pembeli. Pembeli sendiri bisa memilih barang yang ingin dibeli di waktu yang dikehendaki.[2]

---

[1] Carin Latycia,dkk. *Penggunaan teknologi dalam rangka mengembangkan usaha kuliner di tiban*, 2019.

[2] Muhammad nur salim, *Penerapan E-Commerce dalam meningkatkan daya saing produk konveksi UMKM*", jurnal ekonomi syariah dan akuntansi,vol, 1. No.2, (2020), Hlm 42.

Karena pesatnya perkembangan teknologi dalam beberapa puluh tahun belakangan ini, telah membuat perubahan yang amat dahsyat dalam segala aspek kehidupan di dunia, baik secara politik, social, ekonomi, budaya, dan pergaulan antar bangsa. Model sistem perekonomian juga berubah, menjadi model bisnis yang menggabungkan sumber daya melalui kemajuan teknologi informasi, sehingga dengan era digital tersebut membentuk suatu proses bisnis yang menjangkau wilayah dan waktu yang nyaris tak terbatas. Memasuki era digital banyak aktivitas yang dilakukan melalui internet. Internet sebagai alat yang mutlak harus ada dalam segala aspek kehidupan. Bersosialisasi, mengirim informasi, melakukan transaksi bisnis, melakukan pemasaran dan lain-lain, tak lepas dari alat digital yang terhubung dengan internet.

Seiring dengan kemajuan teknologi, maka banyak media yang dapat digunakan manusia untuk menjadi alat dalam berkomunikasi, demikian diakses melalui internet. Pada dasarnya kegunaan dari media sosial diantaranya yaitu untuk berbagi pesan dengan salah pengguna media sosial lainnya, bisa berupa berita (informasi), gambar (foto) dan juga tautan link video. Media sosial tidak hanya bisa dibuka dengan computer, akan tetapi dengan menggunakan aplikasi yang ada di smarthphone atau telepon pintar, maka semakin mudah digunakan masyarakat untuk mengakses media sosial secara mobile sehingga dapat di akses kapanpun dan dimanapun

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% atau sekitar 5,6 juta

orang dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Bila dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02%. Sebagai informasi, tren penetrasi internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2018, penetrasi internet di Tanah Air mencapai 64,8% dan levelnya naik menjadi level 73,7% pada 2019-2020.[3]

Dari uraian di atas jelas menggambarkan bahwa internet dan media digital yang berbasiskan internet, telah merambah sebagian besar masyarakat Indonesia. Hal ini tidak hanya terjadi di kota kota besar, tapi juga ke daerah yang kecil seperti Kota Bukittinggi. Bukittinggi adalah salah satu kota di Provinsi Sumatera Barat, juga telah mengalami perkembangan dalam pemanfaatan internet, baik di lingkungan masyarakat, instansi swasta, maupun instansi pemerintah. Bukittinggi sebagai Kota Perdagangan dan Jasa, mempunyai salah satu pasar grosir yang cukup terkenal dan sejak tahun 1982 hingga saat ini yaitu Pasar Simpang Aur Kuning yang terus tumbuh dan berkembang menjadi pasar pusat grosir pakaian jadi.

Jumlah pedagang pemilik izin usaha perdagangan resmi yang menggunakan fasilitas Pemerintah Kota Bukittinggi tercatat 5.907 orang terdiri dari Pedagang Toko Grosir Konveksi 889 orang. Pedagang pemakai toko sebanyak 588, pedagang yang menggunakan kios sebanyak 42 orang, 4

[3] Muhammad nur Salim *Penerapan E-comerce dalam meningkatkan daya saing produk konveksi UMKM*" journal ekonomi syariah dan akuntansi, vol, 1. No., 2020. Hlm 42.

pedagang pemakai los/ lapangan bulanan sebanyak 4.388 orang, dan beberapa toko lain nya yang dibangun sendiri dan milik swasta. Sejumlah pedagang grosir baik pedagang toko maupun konter/ lapangan, berdasarkan informasi awal dari Dinas Koperasi Usaha Menengah Kecil dan Perdagangan Kota Bukittinggi, sebagian telah memanfaatkan website, blog, maupun media online dan e-commerce untuk promosi danbertransaksi, memanfaatkan aplikasi perbankan seperti ATM, SMS Banking, E-Banking, Internet Banking, dan Financial Technologi (Fintech) lainnya, serta berkomunikasi dengan media sosial dan membicarakan bisnis konveksi mereka. Berdasarkan indikasi tersebut, para pedagang grosir konveksi di Pasar Simpang Aur Kuning, telah terlibat dalam Ekonomi Digital yang sedang trend dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi dan bisnis, serta telah berpengaruh terhadap sistem ekonomi dan perdagangan.

Hasil wawancara dengan beberapa pengusaha konveksi memiliki permasalahan dalam penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usaha konveksi ialah pelaku konveksi mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi digital dikarenakan pengetahuan kami tentang itu kurang, ketidakpahaman pelaku konveksi dalam menggunakan teknologi diantaranya pelaku konveksi tidak begitu [4]mengetahui banyak akses yang bisa mereka gunakan untuk mempromosikan produk yang mereka punya.mereka juga mengatakan dikarenakan transaksi penjualan yang dilakukan melalui teknologi digital yang dilakukan secara virtual atau tidak langsung serta

[4] Hasil wawancara yogi aditya, april 2024.

adanya fitur pembayaran COD sering terjadi pembatalan pesanan yang mengakibatkan perputaran modal menjadi lambat,dengan adanya fitur COD juga membuat stok berkurang tapi pembayaran dilakukan setelah barang sampai.

Penulis meneliti lebih lanjut tentang adanya fenomena-fenomena dan dampak dari ekonomi digital kepada pedagang di Simpang Aur Kuning, karena adanya informasi awal dari berbagai sumber mengindikasikan : Adanya perubahan perilaku dan cara transaksi sesuai trend era digital saat ini dan pasar terlihat lebih sepi dibanding biasanya. Maka pedagang yang mengandalkan cara pemasaran, dan transaksi secara manual akan perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang akan disusun dalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi yang diberi judul: **PENGGUNAAN INTERNET DALAM PENGEMBANGAN USAHA KONVEKSI (STUDI KASUS PENGUSAHA KONVEKSI AUR KUNING BUKITTINGGI)**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian yaitu:

1. Masih kurangnya pengetahuan pengusaha konveksi terhadap cara penggunaan teknologi digital dalam memasarkan produk

2. Masih sering terjadinya pembatalan pesanan oleh konsumen dikarenakan adanya fitur pembayaran COD yang membuat peputaran modal menjadi lambat

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijelaskan dalam latar belakang dan identifikasi masalah sebelumnya, maka peneliti membatasi permasalahan penelitian ini, yakni pada usaha konveksi yang ada di Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana strategi pengembangan usaha konveksi melalui internet?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha konveksi melalui internet

F. Manfaat Penelitian

1. Akademis

   Untuk meneyelesaikan pembuatan skripsi untuk memperoleh gelar S1

2. Praktis

   Memberikan pengetahuan dan wawasan bagi pelaku konveksi tentang bagaimana melakukan penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usaha konveksi mereka.

G. Penjelasan Judul

Untuk mempermudahkan dalam memahami proposal ini dan memperoleh gambaran yang jelas, maka penulis perlu memberikan penjelasan terhadap istilah yang dimaksud dalam judul "PENGGUNAAN INTERNET DALAM PENGEMBANGAN USAHA KONVEKSI (STUDI KASUS PENGUSAHA KONVEKSI AUR KUNING BUKITTINGGI)". Maka dari itu, perlu diuraikan satu persatu istilah-istilah penting yang terkandung pada judul tersebut sebagai berikut:

1. Penggunaan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia penggunaan diartikan sebagai proses, cara perbuatan memakai sesuatu, pemakaian, penggunaan sebagai aktivitas memakai sesuatu atau membeli sesuatu berupa barang dan jasa. Pembeli dan pemakai yang disebut pula sebagai konsumen barang dan jasa.[5]
2. Internet. Internet adalah kumpulan yang luas dari jaringan komputer besar dan kecil yang saling berhubungan menggunakan jaringan telekomunikasi yang ada di seluruh dunia dan seluruh manusia yang secara aktif beradaptasi sehingga menjadi sumber informasi yang sangat berharga.[6]

---

[5] Muhajir efendy, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* edisi ke 5 (Jakarta: kementerian pendidikan dan kebudayaan republik Indonesia) 2016, Hlm. 478.

[6] Daryanto, *Memahami Kerja Internet,* (Bandung: Yrama Widia, 2004), hlm 22.

3. Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan melalui pelatihan[7]
4. Usaha menurut KBBI adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu. [8]

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan arti judul secara keseluruhan penggunaan teknologi digital computer dan hp dalam pengembangan usaha konveksi melalui penjualan di berbagai platfom media sosial.

[7] Abdul majid, *Perencanaan Pembelajaran*,(bandung :remaja rosda karya,2005), Hlm. 24.

[8] Norhikmah, *Usaha Pemberantasan Buta Aksara Dalam Menciptakan Masyarakat Gemar Membaca*. Hlm 15.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Internet

1. Pengertian Internet

Menurut Syamsul Hadi, *internet* merupakan kepanjangan dari *interconnection networking. Internet* adalah jaringan komputer yang terhubung ke seluruh dunia tanpa ada mengenal batas teritorial hukum dan budaya. Internet diibaratkan seperti jaring laba-laba (the web) yang terdiri dari titik-titik (node) yang terhubung antara satu sama lainnya.[9] Dalam perkembangannya, internet menjadi sebuah jaringan (network) komputer terbesar di dunia. Sesuai dengan namanya, internet bukan jaringan tunggal tetapi lebih merupakan jaringan dari jaringan. Internet mengandung sejumlah standar untuk melewatkan informasi dari satu jaringan ke jaringan lainnya, sehingga jaringan-jaringan di seluruh dunia dapat berkomunikasi.[10]

Menurut Daryanto internet adalah kumpulan yang luas dari jaringan komputer besar dan kecil yang saling berhubungan menggunakan jaringan telekomunikasi yang ada di seluruh dunia dan seluruh manusia yang secara aktif beradaptasi sehingga menjadi sumber informasi yang sangat berharga.[11] Sedangkan Mac Bride mengatakan, internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi (pemerintah maupun swasta).

---

[9] Syamsul Hadi, *Panduan Berinternet Bagi Pemula,* (Surabaya: Tiara Aksa, 2008), hlm 1.
[10] Clay Shirky, *Internet Lewat E-mail,* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 1995), hlm 2
[11] Daryanto, *Memahami Kerja Internet,* (Bandung: Yrama Widia, 2004), hlm 22.

Secara individual, jaringan komponennya dikelola oleh agen-agen pemerintah, universitas, organisasi komersial, maupun sukarelawan. Internet dapat menghubungkan komputer dan jaringan komputer yang dikelola, baik oleh pemerintah maupun swasta, dan perseorangan yang berada di berbagai negara.

Melalui internet siapa pun dan kapan pun dapat leluasa mengakses berbagai macam informasi dari berbagai tempat, informasi yang dapat diakses tampak lebih hidup karena tersaji berupa teks, grafik, animasi, audio, maupun video. Dengan begitu berarti internet merupakan jaringan komputer yang menghubungkan sebuah komputer dengan komputer lain yang ada di seluruh dunia.[12] Sebuah komputer yang terhubung dengan komputer lainnya memiliki suatu ikatan penghubung untuk dapat mengirim atau menerima pesan dari penguna lainnya.

2. Fungsi Internet

Internet sebagai media informasi dan komunikasi memiliki beberapa fungsi terhadap para penggunanya, Internet telah mengubah pola layanan dalam bentuk pembangunan hubungan yang lebih komunikatif serta kemudahan layanan administrasi, transaksi, dan penyajian informasi. Pola kehidupan sehari-hari berangsur-angsur mengalami perubahan sejak teknologi tercipta. Dengan adanya internet, seolah-olah bumi menyusut menjadi seperti sebuah desa kecil. Para warganya dapat saling berjumpa, bertegursapa, berdagang, berbelanja, sekolah, dan berwisata setiap saat,

[12] Jasmadi, *Panduan Praktis Menggunakan Fasilitas Internet,* (Yogyakarta: Andi, 2004), hlm 1

secara leluasa hanya melalui sebuah komputer.[13] Aji Supriyanto mengatakan, ada delapan fungsi dan manfaat internet dalam kehidupan sehari-hari, antara lain:[14]

a. Sebagai media melakukan transfer file, transfer file yang dimaksud adalah untuk melakukan akses pada server lain yang jaraknya jauh, baik secara Anonymous FTP (File Transfer Protokol) maupun yang bukan Anonymous FTP.
b. Sebagai sarana mengirim surat (email), surat yang dikirim atau yang diterima melalui jaringan internet lebih dikenal dengan nama email atau surat elektronik. Surat elektronik juga banyak mengandung kelebihan di antaranya adalah: email akan lebih cepat sampai tujuan, lebih aman, fleksibel, sederhana dan format lengkap.
c. Sebagai pusat pembelajaran dan pendidikan, pusat pembelajaran internet sangat kaya akan informasi tentang ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi lainnya, sehingga internet sangat terkenal pula sebagai perpustakaan digital.
d. Sebagai sarana untuk penjualan atau pemasaran, banyak penyedia jasa informasi internet yang bersifat komersial, dimana situs yang dibangunadalah untuk tujuaan bisnis. Salah satunya adalah untuk sarana promosi atau pemasaran sebuah produk. Sebagai contoh Yahoo.com yang sangat populer, kemudian Msn.com, Astalavista.com, di Indonesia

[13] Budi Sutedjo Dharma Oetomo, *Pengantar Teknologi Informasi Internet; Konsep dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm 10

[14] Aji Supriyanto, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta: Salemba Infotek, 2005), hlm 337-340.

seperti Detik.com, Astaga.com, dan sebagainya. Pada halaman page tertentu biasanya di depan (Index), terdapat ruang yang berisi klan sebuah produk. Bahkan kita juga bisa melakukan penjualan suatu produk secara on-line, dan bentuk seperti ini lebih dikenal dengan nama E-commerce (Elektronik commerce).

e. Melakukan mailing list, newsgroup dan konferensi, Mailing list dan Newsgroup digunakan untuk melakukan diskusi on-line dalam sebuah forum tertentu untuk membahas permasalahan tertentu bagi pengguna internet yang memiliki masalah dan topik yang sama. Sedangkan konferensi digunakan apabila kita ingin menggunakan komunikasi langsung dengan orang lain yang jaraknya jauh misalnya antar negara.
f. Chatting, yaitu sarana internet yang digunakan untuk komunikasi langsung dengan menggunakan tulisan atau kata-kata.
g. Mesin pencari, mesin pencari (Search Engine) merupakan fasilitas yang disediakan oleh situs tertentu untuk mempermudah pencarian atau pelacakan informasi yang kita butuhkan secara cepat. Contohnya Google.com dan Yahoo.com.
h. Sarana entertainment dan permainan, dengan menggunakan internet kita bisa bermain games secara online, banyak fasilitas permainan yang menarik bisa kita gunakan. Kita juga bisa melihat video, atau mendownloadnya, memutar lagu dan mendownloadnya ataupun sekedar melihat berita film.

Menurut Kenji Kitao, fungsi internet yang dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu:[15]

a. Fungsi Alat Komunikasi

Internet berfungsi sebagi alat komunikasi, karena internet dapat kita gunakan sebagai sarana komunikasi kemana saja secara cepat. Komunikasi yang dimaksud dapat berupa e-mail, atau berdiskusi melalui chatting maupun mailing list.

b. Fungsi Akses Informasi

Seseorang dapat mengakses berbagai referensi, baik yang berupa hasil penelitian, maupun artikel hasil kajian dalam berbagai bidang. Tidak lagi harus secara fisik pergi ke perpustakaan untuk mencari berbagai referensi sebab internet merupakan perpustakaan yang terbesar dari perpustakaan yang ada dimanapun.

3. Dampak Penggunaan Internet Bagi Pelaku Usaha

Penggunaan internet memiliki banyak dampak positif bagi pelaku usaha.[16] Diantaranya yaitu, lebih mudah memperoleh informasi dalam jangka waktu singkat, memudahkan dalam mengirim data, sebagai media komunikasi untuk jangkauan yang luas, dan sebagai sumber penghasilan. Internet juga bisa digunakan untuk berdialog, berdiskusi, dan kosultasi dengan konsumen secara online. Dengan begitu konsumen dapat dilibatkan secara proaktif dan interaktif dalam perancangan,

[15] Munir, *Kurikulum Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm 196.

[16] Alfiyatun Nimah, *Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar Mata Pendidikan Agama Islam* (tesis universitas Muhammadiyah purwekota, 2016)

pengembangan, pemasaran dan penjualan produk. Keunggulan strategi bisnis yang dapat diperoleh dari internet yaitu komunikasi global dan interaktif, menyediakan informasi dan pelayanan sesuai kebutuhan konsumen, meningkatkan kerjasama, memungkinkan untuk membuka pasar, produk, atau pelayanan baru, serta mengintegrasikan aktivitas secara online.[17]

Adapun dampak negatif dari penggunaan teknologi digital bagi pelaku usaha salah satunya adalah penipuan. Banyaknya kasus penipuan membuat para donatur masih belum percaya untuk melakukan pembayaran melalui teknologi digital, sehingga para donatur berfikir adanya permainan untuk mengatasnamakan lembaga zakat untuk meraup keuntungan secara individu. Dengan demikian donatur yang ingin berdonasi agar mencari lembaga zakat yang terpercaya. Di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri bagi para donatur yang melakukan pembayaran melalui transfer bank untuk melakukan konfirmasi kepada Contact Person yang sudah teretera untuk mengantisipasi terjadinya penipuan.

B. Pengertian dan Konsep Pengembangan Usaha

1. Pengertian Pengembangan usaha

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Pada umumnya pemilik usaha dalam

[17] Elsaday Teresa Tiwa, dkk, *Pemanfaatan Internet Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Desa Tumpuaan Kecamatan Tumpaan*, Jurnal Ilmiah Society, Vol. 2, No. 2, 2022, hlm. 5

mengembangkan usahanya harus mampu melihat suatu peluang dimana orang lain tidak mampu melihatnya, menangkap peluang dan memulai usaha (bisnis), dan menjalankan bisnis dengan berhasil.

Usaha adalah suatu kegiatan yang didalamnya mencakup kegiatan produksi, dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu tujuan. Pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

2. Konsep Tujuan Pengembangan Usaha

Tujuan kegiatan perusahaan pada dasarnya bertujuan untuk mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan. Dengan adanya kegiatan tersebut akan memberi dampak positif bagi sebuah pengembangan usaha.[18]

3. Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

a. Faktor Peluang

Peluang secara sederhana dapat dikatakan sebagai kesempatan. Dengan kata lain, peluang adalah suatu kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Di dalam dunia

[18] Novembri Dul, *"Strategi Pengembangan Kopi Di Koperasi Solok Radjo"*. Jurnal Ilmiah Bareh Solok Vol . 04 No. 01. 2019

usaha, peluang sangatlah diperlukan untuk mendukung perkembangan usaha.[19] Oleh karena itu, seorang wirausaha harus mampu membuat dan menemukan peluang yang tepat untuk usahanya. Peluang yang tepat dalam usaha harus memiliki keserasian dengan kemampuan wirausaha. Dengan kata lain, pelaku usaha harus mampu menciptakan peluang yang tidak hanya bersifat momentum, tetapi juga harus mampu menciptakan peluang usaha yang bersifat kontinyu. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa peluang yang tepat adalah rangkaian yang kuat antara kemampuan wirausaha, usaha dan pasar. [20]Peluang usaha mencakup beberapa hal yaitu kondisi transportasi, kondisi pesaing, lokasi usaha dan kondisi masyarakat sekitar tempat usaha.

Berdasarkan hal tersebut, maka faktor peluang dapat mempengaruhi perkembangan usaha. Karena adanya peluang usaha yang baik dan sesuai dengan rangkaian kemampuan antara wirausaha-usaha-dan pasar, maka akan mempermudah perkembangan suatu usaha.

b. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. Sumber daya manusia juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan. Sumber daya manusia yang bermutu semakin dibutuhkan setiap perusahaan untuk mencapai sasaran perusahaan, karena semakin baik kualitas sumber daya manusia dalam

[19] Suryana, *kewirausahaan" pedoman praktis,kiat dan proses menuju sukses*" (Bandung: Salemba Empat,2003) Hlm. 56.

[20] Hendro, Dasar-Dasar Kewirausahaan, Hlm. 47.

sebuah perusahaan maka daya saing perusahaan tersebut akan semakin baik. Dalam hal ini Mudjiarto menjelaskan bahwa:[21]

"Indikator usaha dikatakan berkembang apabila:

a) Bertambahnya jumlah tenaga kerja dalam perusahaan, terhitung dari awal pendirian usaha;

b) Mempunyai tenaga kerja yang berkualitas, handal, dan bertanggung jawab;

c) SDM bekerja sesuai dengan perencanaan dan target yang dibutuhkan (quality control)."Berdasarkan hal tersebut, maka sumber daya manusia dapat mempengaruhi perkembangan usaha.[22] Dengan kata lain, segala potensi sumber daya yang dimiliki manusia yang dapat dimanfaatkan sebagai usaha untuk meraih perkembangan suatu usaha. Oleh sebab itu, peran sumber daya manusia pada suatu perusahaan sangat diperlukan sebagai unsur perkembangan usaha.

c. Faktor Laporan Keuangan dan Administrasi

Laporan keuangan dan administrasi yang baik merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha.[23] Melalui laporan keuangan, dan pecatatan administrasi wirausaha dapat menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan secara akurat dan sistematis. Laporan keuangan dan administrasi yang meragukan dianggap sebagai hambatan utama dalam mengembangkan usaha. Hal ini disebabkan karena laporan

[21] Yuyus suryana,dkk, *Kewirausahaan* (Jakarta:kencana,2011), Hlm. 34.

[22] Mudjiarto, dkk. *Membangun karakter dan kepribadian kewirausahaan* (Yogyakarta: graha ilmu'2006) Hlm. 148.

[23] Mujiarto, dkk. Hlm. 156

keuangan dan administrasi adalah rujukanutama bagi calon investor atau pemilik sumber dana dalam memberikan pinjaman atau modal usaha Laporan keuangan dan administrasi yang baik bukan hanya dilakukan oleh perusahaan yang besar saja, tetapi juga harus dilakukan oleh usaha kecil dan menengah. Karena, semakin baik laporan keuangandan administrasi maka akan semakin besar kemungkinan suatu perusahaaan untuk berkembang.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengukur keberhasilan laporan keuangan dan administrasi yaitu sumber modal, bentuk modal, pembagian modal, catatan administrasi, sistem evaluasi pembukuan, sistem pembayaran dan penotaan pembelian dan penjualan Menurut David Bang, tanpa pencatatan dan dokumentasi yang baik dan pengumpulan serta pengelompokan data administrasi dan keuangan,maka strategi, perencanaan, dan arah perusahaan menjadi tidak berjalan sesuai harapan karena hanya dilakukan berdasarkan feeling wirausaha. Kondisi ini sangat berbahaya dan akan menjadi penghalang kesuksesan wirausaha. Berdasarkan pembahasan diatas Maka dapat dipahami bahwa laporan keuangan dan admistrasi menjadi suatu hal yang penting yang dapat memperngaruhi perkembangan usaha.[24]

d. Faktor Organisasi

Organisasi merupakan kelompok kerja sama antara beberapa orang untuk mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, untuk mencapai

[24] Sonny sumarsono, *Kewirausahaan* , Hlm. 50.

kemajuan/perkembangan dalam menjalankan suatu kegiatan usaha yang dikelola oleh beberapa orang harus ada pembagian tugas yang jelas yang dituangkan didalam struktur organisasi. Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan antara fungsi, bagian, atau posisi.Kompleksitas struktur organisasi suatu usaha tergantung pada lingkup atau cakupan usaha yang akan dimasuki. Semakin kecil lingkup usaha, makasemakin sederhana pulastruktur organisasinya. Sebaliknya,semakin besar suatu usaha semakin kompleks pula struktur organisasinya. Pada lingkup usaha kecil, organisasi usaha pada umumnya dikelola sendiri oleh pemilik usaha. Meskipun pengusaha kecil identik dengan"owner business manager", jika lingkup usahanya semakin besar, maka pengelolaannya tidak bisa dikerjakan sendiri, akan tetapi harus melibatkan orang lain. Dengan kata lain, semakin besar/berkembang suatu usaha semakin besar pula tuntutan untuk memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi sangat penting bagi pengusaha dan para karyawan karena dengan keberadaan struktur organisasi dapat mempertegas pembagian tugas dan lain sebagainya.[25]

Adapun hal-hal yang perlu diketahui dan dilaksanakan oleh karyawan dengan adanya struktur organisasi adalah:

1) jenis pekerjaan yang harus dilakukan karyawan;
2) batasan uraian tugas, wewenang, hak, dan tanggung jawab;
3) hubungan pekerjaan dengan karyawan-karyawan lain;dan

[25] Mujiarto, Hlm 119.

4) terjalinnya hubungan yang berkeseimbangan dan kedekatan satu dengan yang lain.

Hal ini selaras dengan yang disebutkan oleh Hendro, bahwa: “Struktur organisasi merupakan salah satu faktor pendukung perkembangan dan keberhasilan usaha, karena:

1) Adanya jalur komunikasi antar karyawan dan atasan;
2) Sistem pertanggungjawaban yang jelas;
3) Penentuan varian pekerjaannya
4) Hubungan yang jelas antar karyawan;
5) e)Mengetahui tugas masing-masing karyawan; dan
6) Menciptakan keteraturan dalam bekerja.

e. Faktor Perencanaan

Perencanaan dapat didefinisikan sebagai sebuah patokan untuk adalah suatu proses menentukan apa yang ingin dicapai dimasa yang akan datang. Kesadaran yang rendah terhadap kebutuhan rencana usaha atau bussines plan diidentifikasi sebagai salah satu masalah yang dihadapi UKM pada masa awal berdiri. Banyak perusahaan kecil yang tidak membuat perencanaan usaha dan rencana untuk menghadapi keadaan darurat, dalam bisnis hal tersebut dapat mengantarkan usaha pada kegagalan. Menurut Musrofi suatu usaha sangat perlu untuk mempunyai visi bagi perusahaan. Banyak sekali perusahaan kecil dan menengah yang tidak pernah tahu mengenai visi dari perusahaan yang didirikan, visi tersebut harus dibarengi dengan adanya rencana jangka panjang bagi perusahaan. Suatu

perencanaan yang dibuat tertulis dan resmi untuk menjalankan perusahaan (business plan) merupakan perangkat tepat untuk memegang kendali perusahaan dan menjaga agar fokus usaha Perusahaan tidak menyimpang. Bekerja tanpa rencana berarti berjalan tanpa tujuan yang jelas,maka perenacaan adalah faktor penting dalam sebuah usaha.[26]Yuyun dan Kartib menyebutkan bahwa: "Faktor perencanaan penting untuk perkembangan usaha jika: a)Memiliki perencanaan visi, misi, strategi jangka panjang, dan strategi jangka pendek; b) Memiliki perencanaan pemasaran; c.Memiliki perencanaan produk; dan d) Memiliki perencanaan jumlah produk yang akan dijual.

"Berdasarkan hal tersebut, dapat dipahami bahwa perencanaan adalah salah satu faktor yang membimbing jalannya perkembangan usaha, dan dapat meningkatkan kemampuan manajerial untuk mengembangkan usaha. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam perencanaan usaha yaitu orientasi lokasi, desain tempat kerja, pengadaan bahan baku, rencana sebelum melakukan produksi. Dari beberapa hal tersebut maka dapat kita ketahui bahwa faktor perencanaan sangat berpengaruh pada perkembangan suatu usaha.[27]

[26] Muhammad musrofi, *Kunci Sukses Berwirausaha* (Jakarta:PT alex medi komputindo,2002), Hlm 23.

[27] Buchari alam, *Kewirausahaan*, Hlm 217.

4. Indikator Pengembangan Usaha

Indikator dari pengembangan usaha menurut Fathorrahman

a. Peningkatan pendapatan, dengan mencapai keuntungan yang maksimal dapat meningkatkan juga pendapatan usaha dari hasil operasi/kegiatan usaha dan akan mengalami perkembangan yang positif.
b. Peningkatan jumlah pelanggan, meningkatkan jumlah pelanggan akan berimbas pada meningkatnya jumlah penjualan produk.
c. Peningkatan kualitas produk, peningkatan kualitas produk yang dihasilkan maka akan mengakibatkan meningkatnya keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.
d. Peningkatan kualitas SDM, dengan menciptakan SDM yang berkualitas serta mampu bekerja secara efektif dan efisien dan memberikan kinerja dan prestasi kerja yang memuaskan bagi perusahaan sehingga mampu mewujudkan visi dan misi perusahaan.[28]

5. Pengembangan Usaha Melalui Teknologi Digital

Seperti yang kita ketahui bahwa saat ini bisnis di Indonesia didominasi digitalization dari bisnis offline ke online. Pelaku usaha memadukan keduanya untuk memasarkan produk mereka. Banyak pengusaha yang sukses dalam mendirikan bisnis digital, yang sering disebut start up atau usaha rintisan. Memang pertumbuhan start up di Indonesia tidak dapat

[28] Kusumadewi rita, dkk. *Pengaruh Pelatihan Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembnagan UMKM*. 2022.

terbendung. Rata-rata yang mendirikannya generasi muda milenial. Mereka memanfaatkan media sosial sebagai pusat pemasaran, apalagi di zaman teknologi canggih saat ini. Kaum muda banyak yang menggunakan sosial media, bahkan hampir setiap jam mereka memainkan sosial media mereka. Ada yang mengatakan bisnis digital di Indonesia muncul sejak internet sudah masuk ke Indonesia. Potensi bisnis digital tentunya sangat menjanjikan. Hal ini terlihat dari bagaimana perkembangan bisnis digital ini tumbuh pesat.[29]

Perkembangan ekonomi Indonesia sudah mulai memberikan tempat bagi dunia kreatif berbasis digital dengan munculnya berbagai macam start up. Para ahli memandang bahwa potensi peluang bisnis digital di Indonesia akan terus tumbuh seiring dengan meningkatnya pengguna internet, semakin membaiknya infrastruktur komunikasi, dan semakin terjangkaunya harga smartphone. Pada data yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia sudah mencapai angka 132,7 juta orang. Sebagian besar pengguna internet berasal dari pengguna smartphone. Jumlah tersebut bisa menjadi acuan para pelaku UKM di Indonesia untuk memulai usaha melalui bisnis digital. Karena peluangnya masih terbuka lebar, apalagi banyak konsumen yang lebih memilih untuk belanja online dan melakukan aktivitas di dunia online. Hingga untuk pemesanan kamar hotel, tiket pesawat, kereta api, dan lainnya sudah banyak yang memilih melalui jalur online. Dari data yang dirilis oleh

[29] Ginting ginta,dkk. perkembangan dunia usaha diera digital. Hlm 9-11.

Kementerian Komunikasi dan Informas (Kemenkominfo), Indonesia kini menjadi salah satu raksasa bisnis online di wilayah Asia Pasifik. Dalam lima tahun terakhir, terhitung sejak tahun 2011, bisnis online terus berkembang.

Kondisi ini menyebabkan transaksi di toko ritel yang ikut menurun. Karena banyak masyarakat yang lebih memilih belanja online melalui media sosial. Selain belanja online, transportasi online juga menjadi pilihan mudah masyarakat namun menjadi masalah yang tidak ada penyelesaiannya sampai sekarang. Banyak pengendara konvensional yang protes akan kehadiran kendaraan online karena menurut mereka penghasilan pasti akan turun. Ratarata masyarakat lebih memilih transportasi online karena lebih praktis dan murah serta nyaman. Kontroversi pesatnya transportasi versus transportasi konvensional sempat menimbulkan kerusuhan dan demonstrasi. Sehubungan dengan hal tersebut, Kementerian Perhubungan telah mengeluarkan aturan tentang taksi online, tercantum dalam peraturan Menteri Nomor 108 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan[30]

C. Usaha Konveksi

Usaha konveksi adalah salah satu bisnis di bidang pakaian yang memiliki fokus utama yaitu memproduksi pakaian dalam jumlah yang besar sesuai dengan permintaan konsumen atau dengan kata lain make to

[30] Ginting ginta,dkk. *Perkembangan dunia usaha di era digital*,Hlm 9-11.

order. Usaha konveksi merupakan usaha yang cukup menjanjikan bagi para pelaku bisnis dan banyak diminati oleh masyarakat khususnya di kota Yogyakarta. Kepopuleran usaha konveksi disebabkan karena beberapa faktor diantaranya produk baju / pakaian merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia sehingga pasar untuk usaha konveksi akan selalu ada, memiliki permintaan pasar tinggi serta memiliki pangsa pasar yang jelas. Beberapa jenis produk yang dapat diproduksi oleh usaha konveksi yaitu, baju kaos, kemeja, jaket, celana, seragam, topi, dan sebagainya.Fokus utama usaha konveksi yaitu memproses kain sebagai bahan baku utamanya menjadi produk yaitu pakaian.

Pada usaha konveksi terdapat beberapa kegiatan antara lain yaitu proses pemotongan sesuai dengan pola pakaian, proses bordir / sablon, proses menjahit, proses finishing (merapikan), melakukan pemasangan kancing, dsb. Proses yang terdapat didalam usaha konveksi merupakan proses yang berkesinambungan karena apabila terdapat produk cacat di akhir proses pasti disebabkan oleh proses sebelumnya. Oleh karena itu pada usaha konveksi diperlukan quality control yang baik agar produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen. Adanya produk cacat dapat disebabkan oleh berbagai macam hal yaitu kondisi bahan baku yang [31]diterima, mesin yang digunakan, human error, lingkungan dan lain sebagainya.Berdasarkan hasil wawancara usaha konveksi ini menghadapi permasalahan mengenai quality control yang berdampak pada munculnya

[31] Ginting ginta,dkk. *Perkembangan Dunia Usaha Di Era Digital*, Hlm 9-11.

produk cacat yang diketahui melalui adanya komplain dari konsumen dalam tiga bulan terakhir yang dimana produk cacat tersebut harus dilakukan rework ataupun reject, selain itu perusahaan juga belum melakukan identifikasi faktor penyebab dari kecacatan yang dialami selama ini.Pengendalian kualitas merupakan salah satu cara dan usaha dalam mempertahankan mutu dari suatu produk yang dihasilkan, agar sesuai dengan spesifikasi dan standar produk yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Tujuan utama dari pengendalian kualitas adalah untuk menjamin kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan spesifikasi dan standar yang ada serta ekonomis dalam artian bahwa biaya yang dikeluarkan dapat seminimum mungkin. Pengendalian kualitas merupakan bagian dari pengendalian produksi baik secara kualitas maupun kuantitas yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena seluruhkegiatan produksi yang ada nantinya akan dikendalikan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan spesifikasi dan standar yang telah ditetapkan serta untuk meminimalisir terjadinya penyimpangan / kesalahan dalam proses kerja.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian Pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Mutmainah(2022) yang berjudul Pengaruh ekonomi digital terhadap daya saing UMKM pada sektor konveksi dikota Bukittinggi menurut ekonomi syariah. Adapun hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tujuan ekonomi syariah terhadap bagaimana pelaku usaha konveksi tersebut. Adapun yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah judul Penggunaan Teknologi Digital Dalam Pengembangan Usaha Konveksi (Studi Kasus Aur Kuning Bukittinggi). Penelitian ini hanya bertujuan untuk mengetahui tujuan usaha sedangkan penelitian sekarang bukan hanya memanfaatkan akan tetapi juga mengembangkan kepada masyarakat agar meningkatkan perekonomian dan harga jual menjadi lebih naik.[32]
2. Penelitian yang dilakukan oleh Setia Rahendra(2020) yang berjudul Pengaruh ekonomi digital terhadap usaha perdagangan konveksi di pasar simpang aur. Hasil Dalam penelitian ini menjelaskan tentang defenisi usaha konveksi dalam digital. .adapun yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah Perbedaannya yaitu pada penelitian ini mencari tahu bagaimana cara pengembangannya, berapa pendapatan masyarakatnya setelah berdirinya perusahaan tersebut dan fokus kepada perusahaan tersebut[33]

[32] Mutmainah. ‘ *pengaruh ekonomi digital terhadap daya saing umkm pada sektor konveksi di kota bukittinggi menurut ekonomi syariah*”, 2022.

[33] Rahendra setia, *Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Usaha Perdagangan Konveksi Dipasar Simpang Aur* , 2020.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Sinky Adella,dkk(2022) yang berjudul Model pengembangan usaha mikro industri pakaian jadi pada era pandemi di kota Bukittinggi. Dalam penelitian ini menyebutkan bahwa mereka meneliti usaha dalam keadaan pandemi.adapun yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah Perbedaannya pada penelitian ini mendasarkan kepada usaha konveksi tersebut .[34]
4. Penelitian yang dilakukan oleh Ferryan Nugraha,dkk(2023) yang berjudul Pengaruh promosi digital terhadap peningkatan penjualan bagi wirausaha di bidang konveksi melalui media sosial.Pada penelitian ini mencakup semua pedagang yang merasakan signifian memakai digital dalam berjualan. adapun yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah pada waktu sekarang pemasaran bukan hanya menggunakan secara offline saja tetapi sudah melalui online seperti whattshap, instagram, facebook, dan lain-lain dan sudah dikenal di berbagai mancanegara.[35]
5. Penelitian yang dilakukan oleh Isti Khomah, dkk(2022) yang berjudul Implementasi digital marketing sebagai upaya peningkatan daya saing UMKM. Hasil penelitian ini yaitu mengkaji tentang bagaimana marketing yang akan di lakukan UMKM untuk meningkatkan daya saing masyarakat sekitar. Adapun yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah penelitian ini lebih mementingkan bagaimana

[34]Sinky Adella," *journal Model Pengembanga Usaha Mikro Industri Pakaian Jadi Pada Era Pandemi Di Kota Bukittinggi'*, 2022.

[35] Ferriyan nugraha, "*journal pengaruh promosi digital terhadap peningkataan penjualan bagi wirausaha di bidang konveksi melalui media sosial*", 2023.

masyarakat agar bisa sejahtera dan bisa bekerja sedangkan yang sekarang fokus pada cara pengembangan dan pendapatan untuk lebih dikenal masyarakat luas.[36]

6. Penelitian yang dilakukan oleh Agnes Oktavia yang berjudul Peran pemasaran media online berbasis aplikasi untuk meningkatkan daya saing umkm di medan. Hasil penelitian ini yaitu dalam memproduksi dan pemasaran lebih cendrung ke media sosial dan tidak adanya turun ke masyarakat. Adapun yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah penelitian ini terfokus untuk bagaimana cara pengembangan selanjutnya yang dilakukan pengusaha untuk menghasilkan konveksi yang lebih baik.[37]

[36] Isti qomah, "journal implementasi digital marketing sebagai upaya peningkatan daya saing umkm", 2022.

[37] Agnes oktavia, "peran pemasaran media online berbasis aplikasi untuk meningkatkan daya saing umkm di medan", 2020.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitiannya, yakni penelitian yang bertujuan untuk menjalankan fenomena melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian kualitatif tidak selalu bertujuan untuk mencari sebab akibat terjadinya sesuatu, tetapi lebih berupaya memahami situasi tertentu untuk sampai pada saat suatu kesimpulan objektif, penelitian kualitatif berupaya mendalami dan menerobos gejalanya dengan menginterprestasikan masalah atau menyimpulkan kombinasi dari berbagai arti permasalahan sebagaimana disajikan oleh situasinya.

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan. Peneliti diharuskan terjun langsung ke lapangan atau lokasi penelitian untuk dapat melakukan observasi secara langsung keadaan lokasi penelitian yang akan diteliti untuk bisa memperoleh data yang ada dilapangan yang dilakukan secara sistematis dan mendalam.[38]

b. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifat penelitiannya, peneliti ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif (menggambarkan) secara sistematis,

[38] Suwaji, dkk, Metode Penelitian, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2021) Hlm. 4-5

faktual, dan akurat mengenai objek yang ada. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan objek tertentu dan menjelaskan hal-hal yang terkait dengan atau melukiskan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik populasi tertentu dalam bidang tertentu secara faktual dan cermat. Penelitian ini bersifat deskriptif karena penelitian ini semata mata menggambarkan suatu objek untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum.[39]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Pasar Simpang Aur Kuning Bukittinggi. Waktu yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dimulai dari penentuan topik sampai selesainya laporan penelitian ini

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pemilik usaha konveksi sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah pengembangan usaha untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder, antara lain :[40]

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil

[39] Maryam B. Gainau, Pengantar Metode Penelitian (Yogyakarta : PT Kanisius, 2021) Hlml.11

[40] S. Aminah, Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Ilmu Politik, (Jakarta Timur : Kencana, 2019) Hlm. 106-107

pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Selain data primer juga diartikan sebagai sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli atau tidak melalui media perantara. Dalam penelitian ini diperoleh data primer dari hasil wawancara dengan pedagang konveksi Pasar Simpang Aur Kuning Bukittinggi.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain misalnya dalam bentuk table-tabel atau diagram-diagram. Selain itu, data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan peneliti Dalam Penelitian ini diperoleh data sekunder dari jurnal, buku, foto, rekaman video, dan lain-lain yang dapat memperkaya data sekunder.

E. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan penelitian juga diartikan sebagai orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian[41].

Informan atau subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pengusaha konveksi yang terletak di Pasar Aur Bukittinggi.

[41] Suwaji, dkk, Metode Penelitian, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2021) Hlm. 18-19

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data penelitian. Adapun data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Pengamatan dalam istilah sederhana yaitu proses peneliti dalam melihat situasi penelitian. Teknik ini sangat relevan digunakan dalam penelitian kelas yang meliputi pengamatan kondisi interaksi pembelajaran, tingkah laku anak, interaksi anak dan kelompoknya. Pengamatan dapat dilakukan secara bebas dan terstruktur . alat yang bisa digunakan dalam pengamatan adalah lembar pengamatan, ceklist, catatan kejadian, dan lain-lain.[42]

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Wawancara menurut Masri Singarimbun adalah proses tanya jawab antara dua orang atau lebih secara langsung baik berhadapan maupun melalui media. Wawancara merupakan alat pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian

[42] Moh pabundu tika, *Metode Riset Bisnis,Bumi Aksara* (Jakarta:byuni aksara,2010).

kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relative lama.

c. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dokumentasi juga sebagai proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apa pun, baik itu yang berupa tulisan, lisan, gambar atau arkeologis. Jadi Dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang analisis dalam penelitian. Metode yang digunakan untuk menelusuri data dokumentasi berbentuk foto, catatan data berbentuk tulisan.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan model Miles dan Huberman. Yaitu aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Analisis data model Miles dan Huberman terdiri dari:[43]

[43] Sugyiono, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm. 246-253.

a. Reduksi Data (Data Reduction)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, kalau peneliti dalam. melakukan penelitian, menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data.

b. Penyajian Data (Data Display)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Data)

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Usaha Konveksi

1. Sejarah Berdirinya Usaha Konveksi

Ria Konveksi merupakan sebuah usaha konveksi yang ada di aur kuning. Ria Konveksi memproduksi pakaian seragam sekolah mulai dari TK, SD SMP, hingga SMA, kaos olahraga, almamater, seragam kantor, seragam PT, dan berbagai jenis busana pria dan wanita lainnya. Awal mula berdiri nya Ria Konveksi beroperasi di Kota Bukittinggi.Ria konveksi ini memiliki 5 orang karyawan. Awal berdirinya ria Konveksi mereka sudah menerima berbagai jahitan. Khususnya jahitan konveksi yang pada awalnya hanya menerima dengan kuantitas puluhan pieces sekarang sudah memasuki angka 2000 pieces.

2. Visi dan Misi Usaha Konveksi

Visi

Menjadi Konveksi Terbesar di Indonesia berbasis Online, serta Menumbuhkembangkan Potensi Tekstil.

Misi

a) Menciptakan Dan Menggali Peluang Pasar yang Potensial.
b) Membantu melayani pembuatan Produk Konveksi ke Instansi, Sekolah, Perusahaan.
c) Memacu Kreativitas dan Aktivitas Dalam Penjualan Online.

d) Memproduksi Produk Konveksi Yang Berkualitas.

e) Mendorong Berkembangnya Ekonomi Kreatif dan Sektor Usaha Kecil Dan Menengah

3. Jenis-Jenis Usaha Konveksi

Usaha konveksi dapat menghasilkan berbagai macam jenis pakaian seperti;

a. Konveksi seragam, seperti seragam sekolah, seragam kantor, seragam olahraga, seragam kesehatan, dan seragam industri. Mereka bekerja sama dengan institusi pendidikan, perusahaan, atau organisasi yang membutuhkan seragam untuk identitas dan kebutuhan operasional.
b. Konveksi pakaian olahraga, seperti kaos kaki, jersey, celana pendek, dan lain-lain.
c. Konveksi kaos polos
d. Konveksi jaket, seperti hoodie, boomber, jaket parka, dan sebagainya.
e. Konveksi celana, seperti jeans, celana panjang dan pendek

B. Hasil Penelitian

1. Peningkatan Pendapatan

Pendapatan adalah semua yang diterima dari hasil penjualan barang dan jasa yang didapat dari suatu usaha. Pendapatan berbeda dengan penghasilan, pendapatan adalah pendapatan yang belum dikurangi biaya dan beban, sedangkan penghasilan adalah pendapatan bersih yang sudah dikurangi beban

dan biaya.[44] Pendapatan seseorang dapat dikaitkan dengan jenis pekerjaan yang dilakukannya sesuai dengan profesi masing-masing, misalnya pengusaha , buruh, pegawai, tukang, dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Isra ayat 30 yaitu :

إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ ٱلرِّزْقَ لِمَن يَشَآءُ وَيَقْدِرُ ۚ إِنَّهُۥ كَانَ بِعِبَادِهِۦ خَبِيرًۢا بَصِيرًا ﴿٣٠﴾

Artinya : "Sesungguhnya Tuhanmu melapangkan rezki kepada siapa yang dia kehendaki dan menyempitkannya; Sesungguhnya dia Maha mengetahui lagi Maha melihat akan hamba-hamba-Nya".

Ayat tersebut mengandung arti bahwa kita harus berusaha dalam mencari rezeki, karena Allah SWT pasti akan melapangkan rezeki kepada hamba-Nya yang mau berusaha. Sama halnya seperti pendapatan, pendapatan kita tentu tidak akan meningkat jika tidak diiringi dengan upaya dan usaha.

Pendapatan dari suatu pekerjaan yang penulis teliti disini ialah pengusaha konveksi. Usaha konveksi merupakan suatu jenis usaha yang menawarkan jasa produksi pakaian dalam jumlah besar dengan model sesuai dengan permintaan pelanggan. Dalam upaya untuk meningkatkan pendapatannya, pengusaha konveksi tentunya perlu menjalankan berbagai strategi untuk mengetahui perubahan pasar agar dapat menghadapi persaingan yang ada. Perubahan pasar merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan, ketika pengusaha tidak mampu untuk mengikuti perubahan pasar yang terjadi maka akan berakibat pada pendapatan usaha nantinya.

[44] Nawal Ika Susanti, *"Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Pendapatan Nasabah Terhadap Pembiayaan Bermasalah (Studi Kasus USPSS Ausath Blokagung Banyuwangi)",* Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis Vol. 2, No.2, (2016);35).

Hasil wawancara dengan beberapa pengusaha konveksi tentang bagaimana cara mengetahui perubahan pasar yang dapat mempengaruhi pendapatan usaha, menyatakan :

> *"Memperhatikan perubahaan-perubahan dipasar seperti apa tren terbaru saat ini, apa yang diminati pelanggan , dan memantau kebijakan terbaru pemerintah dalam hal perdagangan ini.".*[45]

Hal ini juga dijelaskan oleh pengusaha konveksi lainnya yang menyatakan :

> *"Melihat tren apa yang sedang berkembang dipasar saat ini, selain itu juga menggunakan internet untuk memperoleh informasi terbaru tentang usaha konveksi, sehingga pelanggan tertarik untuk berbelanja di tempat saya"*[46]

Berdasarkan hasil wawancara diatas pengusaha konveksi melakukan berbagai cara untuk mengetahui perubahan pasar agar dapat meningkatkan pendapatannya diataranya yaitu, memperhatikan kondisi dan perubahan pasar untuk melihat tren apa yang terbaru saat ini, menanyakan selera atau minat pelanggan saat ini, dan ada juga pengusaha yang menggunakan internet untuk memperoleh informasi terbaru tentang tren yang berkaitan dengan usaha konveksi.

Selain itu penulis juga menanyakan tentang apakah penggunaan internet membuat usaha konveksi bapak/ibuk mengalami peningkatan pendapatan, inilah jawabannya :

> *"Penggunaan internet memang memberikan banyak keuntungan diantaranya bisa memperluas jangkauan pasar, memudahkan berbisnis secara online, dan menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan. Akan tetapi*

[45] Wawancara dengan Ibuk Dewi selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 29 Mei 2024.

[46] Wawancara dengan Bapak Samsul selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 29 Mei 2024.

peningkatan pendapatan tidak terlalu tinggi dikarenakan masih kurang paham cara menggunakan internet"[47]

Hal ini juga disampaikan oleh pengusaha konveksi lainnya yang menyatakan:

"Adanya internet membuat pendapatan mengalami peningkatan yang cukup stabil, hal ini karena menciptakan produk-produk baru sesuai dengan kebutuhan pasar dan mempromosikan produk menggunakan sosial media sehingga pelanggan lebih mudah memesan barang secara online".[48]

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa internet dapat memberikan berbagai manfaat dalam membantu meningkatkan pendapatan pengusaha konveksi. Adanya internet membuat pengusaha konveksi mempunyai jangkauan pasar yang lebih luas, memudahkan dalam berbisnis secara online, dapat menjalin komunikasi yang lebih efektif. Pengusaha konveksi juga dapat menciptakan produk-produk terbaru yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan mempromosikan produk menggunakan media sosial sehingga pelanggan bisa memesan barang secara online. Akan tetapi ada juga pengusaha yang masih kesulitan dalam memanfaatkan internet karena masih dalam tahap belajar seperti yang dialami Ibuk Rika. Hal ini tentunya menjadi salah satu penghalang bagi pengusaha konveksi dalam meningkatkan pendapatannya. Selain itu pengusaha konveksi tentunya juga harus dapat menjaga kepercayaan pelanggan dengan memberikan barang yang berkualitas.

[47] Wawancara dengan Ibuk Rika selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 29 Mei 2024.

[48] Wawancara dengan Ibuk Ija selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 29 Mei 2024.

2. Peningkatan Jumlah Pelanggan

Dalam hal peningkatan jumlah pelanggan, pengusaha berlombal-lomba dalam menyusun strategi untuk mengembangkan usahanya yang diharapkan akan mempengaruhi peningkatan jumlah pelanggan. Peningkatan jumlah pelanggan akan memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan pendapatan suatu usaha yang merupakan tujuan utama suatu usaha. Persaingan produk dipasar membuat para pengusaha dituntut untuk menyusun strategi agar bisa menghadapi persaingan tersebut. Setiap pengusaha harus bisa meningkatkan inovasi dan kreativitasnya dalam menciptakan suatu produk yang unik, berkualitas, dan berdaya saing. Apalagi diera teknologi yang sudah canggih saat ini membuat pengusaha lebih mudah untuk berbisnis.

Hasil wawancara dengan ibuk Dewi selaku pengusaha konveksi tentang apakah dengan adanya internet dapat meningkatkan jumlah pelanggan, berikut pernyataannya:

> *"Adanya internet mempermudah dalam memperbarui produk sesuai tren saat ini. Selain itu mempermudah mempromosikan produk ke jangkauan pasar lebih luas dan berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini membuat pelanggan bertambah karena saat ini kebanyakan orang lebih sering berbelanja online".*

Selain itu juga diperlukan cara-cara untuk meningkatkan jumlah pelanggan dalam usaha konveksi di era digital sekarang ini, berikut pernyataan dari bapak Edi dan Ibuk Rika selaku pengusaha konveksi:

> *"Mengikuti perkembangan pasar dengan memperhatikan tren dan persaingan di pasar, untuk menyesuaikan produk dan strategi apa yang*

harus dipakai. Serta memanfaatkan media sosial untuk bisa berkomunikasi dengan para pelanggan"[49]

Begitupun yang disampaikan oleh pengusaha konveksi lain yang menyatakan:

"Membuat logo yang menarik, mempromosikan produk dengan cara yang unik melalui media sosial, menyesuaikan produk dengan tren yang viral agar pelanggan tertarik untuk membelinya. Selain itu juga memberikan layanan-layanan diantaranya memberikan metode pembayaran yang sesuai, menjaga kualitas produk yang dijual, dan menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk".[50]

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka disimpulkan bahwa adanya internet mampu membantu meningkatkan pelanggan usaha konveksi. Internet memudahkan pengusaha konveksi dalam mengikuti perkembangan pasar, mengupgrade produk-produknya menjadi lebih menarik, dan mempromosikan produk-produknya kepada para pelanggan diluar sana. Dengan internet komunikasi dengan pelanggan juga lebih efektif dan efisien. Salah satu kunci dalam berbisnis online yang sangat penting adalah menjaga kepercayaan pelanggan, pengusaha diharapkan jujur dalam mengirim barang kepada pelanggan, barang yang dikirimkan haruslah yang kualitasnya bagus.

3. Peningkatan Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi, dan sifat suatu produk berdasarkan tingkat mutu yang bertujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci

[49] Wawancara dengan Bapak Edi selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 29 Mei 2024.

[50] Wawancara dengan Ibuk Rika selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 29 Mei 2024.

persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada pelanggan. Pelanggan tentunya selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat perbedaan pendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Indikator kualitas produk diantaranya yaitu : *performance,* daya tahan, reliabilitas, estetika dan juga kesan kualitas. Setiap pengusaha dituntut untuk meningkatkan kualitas produknya agar bisa bersaing dengan para pengusaha lainnya.

Hasil wawancara dengan beberapa pengusaha konveksi tentang cara menghadapi persaingan kualitas produk di era digital sekarang ini dan apakah menggunakan bantuan internet, berikut penulis pernyataannya :

> *"Memanfaatkan internet bisa mengoptimalkan penjualan produk, membuat produk dan layanan yang berbeda, dan mengembangkan strategisi bisnis. Adanya internet memupermudah untuk meningkatkan kualitas produk"*[51]

Hal ini juga dipertegas oleh pengusaha konveksi lainnya yang menyampaikan:

> *" Memanfaatkan gadget untuk bisa menginovasi produk agar tetap bisa bersaingan dengan penjual lainnya, era digital mempermudah untuk melakukan apapun saat ini, kita bisa berkomunikasi dengan mudah serta mencari informasi-informasi terbaru tentang kualitas produk yang berkaitan dengan usaha "*[52]

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka disimpulkan bahwa di era digital saat ini para pengusaha konveksi sudah mulai memahami manfaat dari adanya internet. Pengusaha konveksi bisa melakukan browsing tentang bagaimana cara meningkatkan kualitas produk, produk seperti apa yang sedang tren saat ini sehingga mereka bisa menginovasi produknya. Pengusaha

[51] Wawancara dengan Ibuk Santi selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 5 Juni 2024.

[52] Wawancara dengan Ibuk Devi selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 5 Juni 2024.

konveksi bisa menerapkan tutor-tutor yang mereka peroleh diinternet agar bisa meningkatkan kualitas produknya, sehingga nanti akan menarik minat pelanggan untuk membelinya. Untuk meningkatkan kualitas produk, pengusaha konveksi tentunya harus menentukan kualitas produk yang akan dijual terlebih dahulu. Berikut ini pernyataan ibuk Fani tentang cara untuk menentukan kualitas produk yang dijual, yaitu:

> *"Memilih bahan-bahan yang berkualitas, menanyakan pendapat pembeli tentang kualitas produk, melakukan testing pada sebuah produk, mengawasi seluruh proses pembuatan produk, dan juga membandingkan dengan produk yang dijual oleh pesaing".*[53]

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diambil kesimpulan bahwa cara yang dapat dilakukan untuk menentukan kualitas produk yang dijual diantaranya yaitu, memilih bahan-bahan yang berkualitas, melakukan testing produk untuk mengatahui kualitas produk, mengawasi seluruh proses pembuatan produk, dan membandingkan produk sendiri dengan produk yang dijual oleh para pesaing. Dengan menjual produk-produk yang berkualitas akan menarik perhatian pelanggan untuk membeli produk kita. Peningkatan jumlah pelanggan akan berdampak terhadap pendapatan pengusaha konveksi. Semakin banyak pelanggan, semakin tinggi pendapatan yang akan didapat pengusaha konveksi.

[53] Wawancara dengan Ibuk Fani selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 5 Juni 2024.

4. Peningkatan Kualitas SDM (Sumber Daya Manusia)

Kualitas Sumber Daya Manusia merupakan kesanggupan tiap-tiap karyawan baik dalam menyelesaikan pekerjaannya, mengembangkan dirinya serta mendorong pengembangan diri rekan-rekannya. Kualitas Sumber Daya Manusia juga merupakan tenaga kerja yang memiliki kompetensi, pengetahuan, keterampilan dan moral yang tinggi. Sumber Daya Manusia sangat diperlukan dalam suatu organisasi atau usaha, dengan adanya Sumber Daya Manusia yang berkualitas baik berkemampuan dalam bidang fisik, intelektual, serta psikologinya akan sangat mempengaruhi maju mundurnya suatu organisasi atau usaha. Hal ini juga tercantum dalam Q.S Az-Zumar ayat 9 yaitu :

أَمَّنْ هُوَ قَٰنِتٌ ءَانَآءَ ٱلَّيْلِ سَاجِدًا وَقَآئِمًا يَحْذَرُ ٱلْءَاخِرَةَ وَيَرْجُوا۟ رَحْمَةَ رَبِّهِۦ ۗ
قُلْ هَلْ يَسْتَوِى ٱلَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَٱلَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ۗ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُو۟لُوا۟ ٱلْأَلْبَٰبِ ﴿٩﴾

Artinya: (apakah kamu Hai orang musyrik yang lebih beruntung) ataukah orang yang beribadat di waktu-waktu malam dengan sujud dan berdiri, sedang ia takut kepada (azab) akhirat dan mengharapkan rahmat Tuhannya? Katakanlah: "Adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?" Sesungguhnya orang yang berakallah yang dapat menerima pelajaran.

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT memberi perbedaan orang yang berilmu pengetahuan dengan orang yang tidak memiliki ilmu pengetahuan. Dengan berbekal ilmu pengetahuan tersebut, Sumber Daya

Manusia diharapkan mampu mengantarkan usahanya untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Usaha konveksi tentunya juga sangat membutuhkan karyawan yang berkualitas agar dapat mengembangkan dan memajukan usahanya. Diera digital saat ini, tentunya pengusaha konveksi membutuhkan karyawan yang paham akan penggunaan internet dan mampu memanfaatkannya untuk mengembangkan usaha konveksinya. Hasil wawancara dengan pengusaha konveksi tentang apakah karyawan bapak/ibuk juga menggunakan internet dalam bekerja, jelaskan seperti apa, beginilah jawabannya:

> *"Anak muda sekarang lebih memahami internet, sehingga sangat dibutuhkan dalam sebuah usaha yang menggunakan internet dalam usahanya. Karyawan bisa memanfaatkan Tiktok untuk live sambil mempromosikan produk jualan. Selain pandai memanfaatkan medsos, tentunya juga harus pandai dalam berkomunikasi agar bisa menarik pelanggan untuk membeli"*[54]

Hal serupa juga disampaikan oleh pengusaha konveksi lainnya yaitu:

> *"Karyawan biasanya memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk kepada para pelanggan, seperti melalui Whatsapp, Instagram dan Facebook dengan memasukkan detail produk ke Status sosial medianya tersebut."*[55]

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa para pengusaha konveksi memperkerjakan karyawan yang mampu memanfaatkan internet untuk mengembangkan usaha konveksinya, dan juga mempunyai publik speaking yang bagus agar dapat menarik perhatian pelanggan. Salah satu cara yang dilakukan oleh karyawan yaitu memanfaatkan sosial media

[54] Wawancara dengan Ibuk Riska selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 5 Juni 2024.

[55] Wawancara dengan Bapak Rinal selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 5 Juni 2024.

seperti whatsapp, instagram, facebook dan live streaming di tiktok. Dengan memanfaatkan sosial media yang ada, akan memperluas jangkauan pasar pengusaha konveksi.

Selain itu penulis juga menanyakan tentang pakah bapak/ibuk menggunakan internet untuk mengelola usaha, apa yang digunakan dan untuk apa saja. Berikut pernyataan dari para pengusaha konveksi di Aur Kuning :

> *"Salah satunya Whatsapp untuk bisa berkomunikasi dengan mudah bersama karyawan dan para pelanggan. Selain itu juga menggunakan Whatsapp untuk mempromosikan produk yang dijual ke dalam grup maupun Status Whatsapp."*[56]

> *"Sosial media yang digunakan yaitu Whatsapp dan Facebook. Hal ini mempermudah dalam mengelola usaha untuk berkomunikasi dengan karyawan dan pelanggan. Selain itu pertemanan di Facebook lebih mudah didapatkan, sehingga bisa mempromosikan produk yang dijual, karena adanya fitur Marketplacenya"*[57]

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa internet sangat bermanfaat bagi para pengusaha konveksi dalam mengelola usahanya. Diantaranya dengan memanfaatkan sosial media seperti whatsapp, instagram, facebobok, dan tiktok. Whatsapp berguna untuk menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan dan supplier. Sedangkan instagram, facebook dan tiktok berguna untuk mempromosikan produk kepada khalayak ramai, hal ini dikarenakan pada zaman sekarang masyarakat sudah banyak yang menggunakan gadget dan melakukan pembelian secara online. Selain itu di era teknologi yang semakin canggih saat ini, sosial media

[56] Wawancara dengan Bapak Samsul selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 5 Juni 2024.

[57] Wawancara dengan Ibuk Neli selaku Pengusaha Konveksi di Aur Kuning, Tanggal 5 Juni 2024.

sudah banyak yang fitur-fiturnya diupgrade, salah satunya facebook dan tiktok yang bisa dimanfaatkan untuk berbisnis online.

C. Pembahasan

Pengembangan Usaha Konveksi Melalui Internet

Bukittinggi adalah salah satu kota di Provinsi Sumatera Barat, juga telah mengalami perkembangan dalam pemanfaatan internet, baik di lingkungan masyarakat, instansi swasta, maupun instansi pemerintah. Bukittinggi sebagai Kota Perdagangan dan Jasa, mempunyai salah satu pasar grosir yang cukup terkenal dan sejak tahun 1982 hingga saat ini yaitu Pasar Simpang Aur Kuning yang terus tumbuh dan berkembang menjadi pasar pusat grosir pakaian jadi. Jumlah pedagang pemilik izin usaha perdagangan resmi yang menggunakan fasilitas Pemerintah Kota Bukittinggi tercatat 5.907 orang terdiri dari Pedagang Toko Grosir Konveksi 889 orang. Pedagang pemakai toko sebanyak 588, pedagang yang menggunakan kios sebanyak 42 orang, 4 pedagang pemakai los/ lapangan bulanan sebanyak 4.388 orang, dan beberapa toko lain nya yang dibangun sendiri dan milik swasta.

Sejumlah pedagang grosir baik pedagang toko maupun konter/ lapangan, berdasarkan informasi awal dari Dinas Koperasi Usaha Menengah Kecil dan Perdagangan Kota Bukittinggi, sebagian telah memanfaatkan website, blog, maupun media online dan e-commerce untuk promosi dan bertransaksi, memanfaatkan aplikasi perbankan seperti ATM, SMS Banking, E-Banking, Internet Banking, dan Financial Technologi (Fintech) lainnya,

serta berkomunikasi dengan media sosial dan membicarakan bisnis konveksi mereka. Berdasarkan indikasi tersebut, para pedagang grosir konveksi di Pasar Simpang Aur Kuning, telah terlibat dalam Ekonomi Digital yang sedang trend dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi dan bisnis, serta telah berpengaruh terhadap sistem ekonomi dan perdagangan.

Setiap usaha tentunya perlu untuk melakukan pengembangan usaha. Pengembangan usaha adalah salah satu upaya yang dilakukan oleh pemilik bisnis guna meningkatkan profitabilitas bisnisnya atau kemampuan bisnis untuk dapat menghasilkan keuntungan lebih dengan menggunakan semua modal yang dimiliki. Pengusaha dapat melakukan berbagai cara untuk mengembangkan usahanya. Di era digital saat ini, pengusaha dapat memanfaatkan internet untuk bisa mengembangkan usahanya, karena internet merupakan jaringan komunikasi global yang menghubungkan jaringan di seluruh dunia. Internet memungkinkan para penggunanya untuk mendapatkan informasi terbaru dan berkomunikasi kapan saja, dimana saja dan dengan siapa saja.

Internet dalam bisnis digunakan untuk pertukaran informasi, katalog produk, media promosi, surat elektronik, dan mailing list. Internet juga bisa digunakan untuk berdialog, berdiskusi, dan konsultasi dengan konsumen secara online, sehingga konsumen dapat terlibat secara proaktif dan interaktif dalam perancangan, pemasaran, dan penjualan produk.[58] Keunggulan strategi bisnis yang dapat diperoleh dari internet adalah komunikasi global dan

[58] Femmy C.M Tasik, dkk, *Pemanfaatan Internet Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Kecamatan Tumpaan*, Jurnal Ilmiah Society, Vol. 2, No. 2, 2022, hlm 6

interaktif, menyediakan informasi dan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen, meningkatkan kerjasama, memungkinkan untuk membuka pasar, produk atau pelayanan baru, serta mengintegrasikan aktivitas secara online.

Al-Qur'an sebagai sumber fundamental dalam Islam banyak sekali memberikan dorongan untuk bekerja dan berusaha. Diantaranya dalam Q.S At-Taubah ayat 105, yaitu:

وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَٰلِمِ ٱلۡغَيۡبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ ١٠٥

Artinya : "Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan".

Ayat tersebut menunjukkan suatu anjuran bagi umat manusia dan kaum muslimin agar bekerja dan berusaha dalam mencari rezeki untuk mendapatkan pendapatan, kekayaan, dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup dalam bidang ekonomi.[59] Usaha yang dapat dilakukan salah satunya dengan mengikuti perkembangan zaman saat ini. Dengan mengikuti perkembangan zaman, kita dapat menyusun strategi untuk mengumpulkan rezeki.

Hasil penelitian menunjukkan penggunaan inernet memberikan manfaat dalam memperluas jaringan pasar, dengan kemampuan untuk mencapai konsumen yang lebih luas. Para pengusaha konveksi yang

[59] Departemen Agama RI, *Pusat Bahasa,* (Jakarta; Balai Pustaka, 2005), Edisi Ketiga, hal. 203

menggunakan internet fokus pada penyebaran produk kepada konsumen melalui sosial media, yang memungkinkan produk mereka dikenal secara luas. Dengan internet dan media online semua terasa begitu praktis, jarak bukan lagi menjadi alasan jika sudah terhubung dengan internet dibandingkan dengan sarana penjualan secara tradisional. Sifat penjualan secara online memungkinkan konsumen memeriksa dan membandingkan produk dengan nyaman. Oleh karena itu, penjualan menggunakan internet memiliki manfaat praktis bagi konsumen dan berkembang cepat bila kepercayaan sudah tumbuh.

Pada umumnya strategi pemasaran melalui sebuah aplikasi di internet sama seperti strategi pemasaran secara tradisional, yaitu meliputi penciptaan nilai pelanggan, merebut nilai pelanggan, dan mempertahankan nilai pelanggan. Namun, strategi pemasaran melalui penggunaan aplikasi mengubah konsep marketing mix yang ada sebelumnya. Hal ini karena sebuah aplikasi mempengaruhi pengembangan dan keputusan dalam strategi pemasaran. Dalam penelitian ini terlihat bahwa pengusaha menggunakan aplikasi di internet sebagai salah satu strategi untuk memasarkan produk. Produk yang akan dijual diposting pada sebuah aplikasi yang ramai dikunjungi orang dan ditambah dengan foto serta kata-kata menarik dan ajakan untuk membeli bagi para pembaca. Selain pemasaran produk, pengusaha tentunya juga bisa tetap memelihara pelayanan melalui media internet, dimana para penguasaha biasanya memberikan diskon-diskon atau bonus untuk para pembeli melalui sosial media. Memposting tempat usaha agar terlihat bahwa tempat usahanya bersih dan layak untuk dikunjungi calon pembeli, juga

merupakan salah satu cara memelihara hubungan dengan calon pembeli melalui layanan online tersebut.

Meskipun demikian, masih ada tantangan dalam penggunaan internet, seperti kurangnya pemahaman teknologi dan resiko yang dianggap tinggi terutama terkait dengan proses pengiriman dan kualitas produk. Walaupun ada perbedaan pendekatan antara pengusaha yang menggunakan internet dan yang tidak, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa internet memiliki potensi untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan bagi para pengusaha konveksi di Aur Kuning. Meskipun beberapa pengusaha masih belum beralih ke cara yang lebih modern dalam berdagang, tetapi internet tetap menjadi alternatif yang menjanjikan dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital.

Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Triton mengatakan, *e-commerce* adalah bentuk perdagangan elektronik di mana transaksi jual beli, baik dalam pembelian maupun penjualan, dilakukan secara elektronik melalui jaringan internet. *E-commerce* adalah proses yang melibatkan pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer. Melalui *e-commerce* dapat proses pembelian dan penjualan produk dan layanan melalui internet, yang sering disebut juga sebagai *online* marketing. Namun, konsep *e-commerce* tidak terbatas hanya pada transaksi jual beli *online*, melainkan juga mencakup pertukaran informasi dan layanan melalui media elektronik.

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan e-commerce sebagai strategi pemasaran produk usaha konveksi di Aur Kuning merupakan potensi yang signifikan yang masih perlu lebih dikembangkan oleh para petani demi meningkatkan hasil penjualan dan menghadapi tantangan pemasaran di era digital. Pemanfaatan *e-commerce* bagi para pengusaha konveksi membuat mereka sangat mudah untuk melakukan strategi pemasaran dan juga bermanfaat bagi semua konsumen dan pengusaha konveksi, karena bisa memperluas pasar dan melakukan transaksi lainnya pada setiap saat. Hal ini karena *e-commerse* dan media sosial mempunyai aksek tanpa batas, saat suatu bisnis memiliki situs di internet, apapun yang ditampilkan dalam internet tersebut dapat diakses oleh pengunjung di seluruh belahan dunia manapun selama didaerah tersebut memiliki akses internet. Semakin sering situs tersebut dikunjungi, semakin besar juga potensi pengusaha untuk memperoleh pendapatan.[60]

Dibalik banyaknya manfaat internet dalam mengembangkan usaha tentunya juga ada kekurangannya, yaitu pemahaman para pengusaha tentang penggunaan internet yang masih kurang, terjadinya miss communication saat melakukan transaksi dengan konsumen seperti ongkos kirim yang tidak sesuai atau pun barang yang tidak sesuai dengan yang dipasarkan. Hal ini menjadi salah satu kendala mengembangkan usaha konveksi para pengusaha konveksi. Akan tetapi masih bisa diatasi dengan adanya sosialisasi tentang internet.

[60] Alfrets Yohanes Kodoatie, *Penerapan Internet Dalam Efektivitas Proses Bisnis Dalam My Gallery*, Jurnal Conferences on Bussiness, Social Sciences and Innovation Technology, Vol. 1, No. 1, http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit, hlm 339.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis lakukan terhadap para pengusaha konveksi di Pasar Aur Bukittinggi maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan internet membawa dampak positif terhadap pengembangan usaha konveksi para pengusaha tersebut. Sebagian pengusaha memang sudah merasakan manfaat internet, diantaranya dengan peningkatan pendapatan walaupun belum signifikan, meningkatkan kreativitas dan ide-ide baru untuk menginovasi dan mengupgrade produknya, dapat memperluas jangkauan pasar para pengusaha konveksi karena bisa mempromosikan produknya di sosial media seperti *facebook, tiktok,* dan *whatsapp.*

Penggunaan internet membuat pengusaha konveksi lebih mudah untuk berkomunikasi dengan konsumen kapanpun dan dimanapun, dan memberikan pelayanan yang bagus untuk konsumen. Masyarakat juga bisa memesan produk lewat internet dan datang hanya untuk mengembil produk atau juga bisa diantarkan oleh karyawan. Dengan memanfaatkan internet secara maksimal tentunya akan memberikan dampak yang sangat positif untuk perkembangan usaha konveksi di masa yang akan datang.

B. Saran

Meskipun internet memiliki banyak manfaat bagi para pengusaha konveksi, penulis akan menyampaikan beberapa saran yaitu:

1. Diharapkan adanya sosialisasi tentang penggunaan internet dalam perdagangan bagi para pengusaha, agar pengusaha yang belum memahami cara menggunakan internet juga dapat menggunakan internet dalam mengelola usahanya.
2. Bagi para pengusaha agar memanfaatkan internet dengan baik, dan tidak menggunakannya untuk hal negatif seperti melakukan penipuan terhadap barang yang dijual.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas penelitian tentang penggunaan internet dalam mengembangkan usaha, menciptakan objek dan sudut pandang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, Bastari. 2018. "*Peranan Menajemen Operasional dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan* (Studi Kasus di SMPN 13 Depok Jabar), Jurnal Tajdzibi, Vol 3 No. 2.

Agnes, Oktavia. 2020. "*Peran Pemasaran Media Online Berbasis Aplikasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Medan*"

Alfiyatun Nimah. 2016. *"Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar Mata Pendidikan Agama Islam*" (tesis Universitas Muhammadiyah Purwekota

Alfrets Yohanes Kodoatie, *Penerapan Internet Dalam Efektivitas Proses Bisnis Dalam My Gallery*, Jurnal Conferences on Bussiness, Social Sciences and Innovation Technology, Vol. 1, No. 1, http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit

Aminah. 2019. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Ilmu Politik*, Jakarta Timur: Kencana.

David, R.F., 2006. *Manajemen Strategi : Konsep*. Edisi Kesepuluh. Jakarta.

Daryanto. 2004. *Memahami Kerja Internet.* Bandung: Yrama Widia

Departemen Agama RI. 2005. *Pusat Bahasa.* Jakarta: Balai Pustaka. Edisi Ketiga.

Femmy C.M Tasik, dkk. (2022). *Pemanfaatan Internet Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Kecamatan Tumpaan*, Jurnal Ilmiah Society. Vol. 2, No. 2

Ferriyan Nugraha. 2023. *"Journal Pengaruh Promosi Digital Terhadap Peningkataan Penjualan Bagi Wirausaha Di Bidang Konveksi Melalui Media Sosial"*

Fery Wongso. 2015. *Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Java.* Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis. Vol. 12, No.1

Gainau, Maryam. 2021. *Pengantar Metode Penelitian* ,Yogyakarta : PT Kanisius

Ginting ginta,dkk. *perkembangan dunia usaha di era digital*

Hadi, Syamsul. 2008. *Panduan Berinter Bagi Pemula.* Surabaya: Tiara Aksa.

Harjono. 2009. *Mendayagunakan Internet.* Yogyakarta: Pustaka Belajar

Hasyim,A.I. 2012. *Pengantar Tataniaga Pertanian*.: Buku Kuliah Fakultas Pertaniaan Universitas Lampung : Bandar Lampung.

Istiqomah. 2022. *"Journal Implementasi Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM"*

Jasmadi. 2004. *Panduan Praktis Menggunakan Fasilitas Internet.* Yogyakarta: Andi

Maryam B. Gainau. 2021. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta : PT Kanisius

Moh Pabundu Tika. 2010."*Metode Riset Bisnis,Bumi Aksara*" .Jakarta: Byuni Aksara

Munir. 2008. *Kurikulum Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi.* Bandung: Alfabeta

Mutmainah. 2022. '*Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Daya Saing Umkm Pada Sektor Konveksi Di Kota Bukittinggi Menurut Ekonomi Syariah*"

Nawal Ika Susanti. 2016. *"Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Pendapatan Nasabah Terhadap Pembiayaan Bermasalah (Studi Kasus USPSS Ausath*

Blokagung Banyuwangi)", Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis Vol. 2, No.2, ;

Oktafia, Renny. 2020. *"Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Mikro Serta Dampak Kesejahteraan Masyarakat Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah).* Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam , Vol 6 No 03.

Rahendra Setia. 2020. *"Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Usaha Perdagangan Konveksi Dipasar Simpang Aur*"

Rahmatullah,dkk. 2018. *Konsep Dasar Ekonomi Pendekatan Nilai Eco-Culture.* Makasar: CV.Nu lina

Rohman, Abdur. 2010. *"Konsep Ekonomi Islam Dalam Ihya' Ulum Al-Din*. Bina Ilmu

Rudjito. 2013. *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis.* Jakarta: Alfabeta.

S. Aminah. 2019. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Ilmu Politik*, (Jakarta Timur : Kencana

Shirky, Clay. 1995. *Internet Lewat Email.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Sinky Adella. 2022. "*Journal Model Pengembanga Usaha Mikro Industri Pakaian Jadi Pada Era Pandemi Di Kota Bukittinggi'*

Sugyiono. 2013. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Supriyanto, Aji. 2005. *Pengantar Teknologi Informasi.* Jakarta: Salemba Infotek

Sutejo, Budi Dharma Oetomo. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet; Konsep dan Aplikasi.* Yogyakarta: Andi

Suwaji, dkk.2021. *Metode Penelitian*, Yogyakarta : CV Budi Utama.

Teresa, Elsaday Tiwa, dkk. 2022. *Pemanfaatan Internet Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Desa Tumpaan Kecamatan Tumpaan.* Jurnal Ilmiah Society. Vol. 2, No. 2