ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA HOME INDUSTRI PABRIK ROTI RAHMI BAKERY DILIHAT DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

(Studi Kasus : Home Industri Jorong II Bancah Taleh Kecamatan Lubuk Basung Kabupaten Agam)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam

Oleh :

RAFIKA HANUM

3214.019

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

BUKITTINGGI

1439 H/2018

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia melakukan aktivitas ekonomi untuk mendapatkan keuntungan. Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak hidup sendiri. Manusia membutuhkan orang lain dalam menjalankan usaha dan memenuhi kebutuhannya. Dalam kehidupan manusia mempunyai dua kebutuhan yaitu kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani yang berguna untuk kelangsungan hidup. Kebutuhan rohani didasarkan pada pendekatan diri kepada Allah SWT dengan cara beribadah. Sedangkan kebutuhan jasmani didapat dari hubungannya dengan manusia yang lain. Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk keberlangsungan hidupnya atau untuk memenuhi kebutuhan adalah dalam kegiatan ekonomi.

Usaha kecil menengah merupakan sumber pendapatan bagi sebagian besar masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Memperkuat sektor usaha kecil dan menengah sesungguhnya merupakan dasar bagi kita dalam mewujudkan kesejahteraan. Bahkan, membangun usaha kecil menengah harus menjadi pilihan mutlak bagi pemerintah baik di pusat maupun daerah. Bahkan dalam Al-Qur'an surat al-Hasyr ayat 1:[1]

سَبَّحَ لِلَّهِ مَا فِي ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَمَا فِي ٱلۡأَرۡضِۖ وَهُوَ ٱلۡعَزِيزُ ٱلۡحَكِيمُ ١

[1]Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: PT. Sygma Examedian Arkanleema, 2009), hlm.545.

Artinya: "*Telah bertasbih kepada Allah apa yang ada di langit dan bumi; dan Dialah yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana*".

Istilah industri itu sendiri adalah suatu bentuk kegiatan manusia yang meningkatkan nilai guna dari bahan atau barang dengan mengerahkan inovasi teknologi dan keterampilan fisik maupun sumber alam yang ada. Pengembangan industri merupakan satu jalur kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan dalam arti tingkat hidup yang lebih bermutu. Industrialisasi tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia dan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya lainnya. Dengan demikian industrialisasi sebagai bentuk usaha untuk meningkatkan produktiftitas tenaga manusia disertai usaha untuk meningkatkan produktifitas tenaga manusia disertai usaha untuk meluaskan ruang lingkup kegiatan manusia.[2]

Home industri (industri rumahan) bisa juga berwujud kelompok usaha mikro yang diatur secara informal.[3] Kegiatan *home industri* dapat berbentuk kerajinan dan produksi makanan. Ancaman pengangguran dan kemiskinan merupakan dua penyakit ekonomi yang tetap menjadi bom waktu.[4] Maka dari itu suatu usaha harus dikembangkan dengan tekun dan giat, dan yang penting untuk mengembangkan usaha tersebut tidak hanya membutuhkan pengalaman tapi juga strategi perluasan dan peningkatan level usaha agar keuntungan yang diperoleh tersebut semakin besar dan usaha tersebut terus

[2] Sobirin, (2007). *Kerja Sama Antar Pengrajin Home Industri*, (Online), diakses Oktober 2015

[3]Eriyatno, *Membangun Ekonomi Komporatif*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2011) hlm.190

berkesinambungan dan semakin sukses sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan seluas-luasnya bagi masyarakat.

Dalam menjalankan usaha hal yang perlu diperhatikan dan menjadi faktor pendorong keberhasilan adalah struktur organisasi, aspek teknologi informasi, aspek Sumber Daya Manusia (SDM), aspek keuangan, aspek teknologi informasi, aspek hukum dan aspek pemasaran. Islam sendiri mengajarkan usaha yang bernuansa islami. Dalam konsep pemasaran Islami ada beberapa kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis yaitu *Shiddiq* (benar dan jujur), *Amanah* (terpercaya), *Fhatanah* (cerdas) dan *Tabligh* (komunikatif). Keberhasilan suatu usaha dapat terlihat pada hasil produksi meningkat dan keuntungan bertambah.

Strategi bisnis berhubungan dengan rencana manajemen untuk suatu bisnis tunggal bukan untuk bisnis yang terdiversifikasi. Suatu strategi bisnis dikatakan mempunyai kekuatan jika dapat menghasilkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Sebaliknya suatu strategi bisnis dikatakan lemah jika menghasilkan ketidakunggulan kompetitif.[5]

Secara internal, strategi bisnis melibatkan kegiatan-kegiatan untuk mengembangkan kemampuan-kemampuan dan kekuatan-kekuatan sumber-sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Mendapatkan kekuatan sumber daya internal yang lebih baik dan kemampuan-kemampuan kompetitif merupakan cara yang penting untuk mengalahkan pesaing-pesaingnya. Kemampuan produksi penjualan dan

[5] Fand Tjiptono, "*Stategi Pemasaran*", (Yogyakarta: ANDI, 2002) hlm.3.

distribusi, pelayanan pelanggan, dan yang lainnya yang mempunyai aspek yang penting dan kompetitif untuk menciptakan, memproduksi, melayani pembeli atau kegiatan lainnya dan memasarkan produk dan jasa kepada pelanggan.

Industri kecil dan menengah merupakan kelompok industri yang paling bertahan dalam menghadapi krisis perekonomian Indonesia. Terlebih lagi pada saat sekarang Indonesia sedang mengalami pencekikan ekonomi. Disinilah *home industri* sangat berperan penting dalam perekonomian. Maka dari itu saya sebagai penulis ingin meneliti usaha *home industri* rahmi bakery.

Usaha rahmi bakery ini didirikan oleh sepasang suami istri pada tahun 2005 dengan modal awal Rp 5.000.000 yang mana awalnya pemilik pabrik tidak memiliki karyawan, sehingga dengan berkembangnya usaha tersebut pabrik roti ini sekarang mempunyai karyawan yang berjumlah 23 orang. Hal tersebut membuat usaha rahmi bakery jadi lebih berkembang lagi, dengan adanya bisnis ini maka kehidupan keluarganya menjadi produktif dan dapat membantu memperbaiki perekonomian keluarga dan juga menciptakan lapangan pekerjaan.[6]

Tabel 1.1
Data Kependudukan

Nama Jorong	Jumlah Penduduk
Geragahan I	2472
Bancah Taleh II	1525
Padang Tagak III	1900
Rimbo nunang IV	2000

Sumber: kantor wali nagari, jorong II Bancah Taleh

[6]Wawancara Pribadi dengan Pak Wali Nagari (Jorong II Bancah Taleh Kecamatan Lubuk Basung Kabupaten Agam) juni 2018

Berdasarkantabel 1.1 di atas, Bancah Taleh adalah pembagian dari daerah Garagahan dengan jumlah penduduk lebih kurang 7897 jiwa, yang mana di jorong I Garagahan terdapat 2472 jiwa, jorong II Bancah Taleh berjumlah 1525 jiwa, jorong III Padang Tagak berjumlah 1900 jiwa, dan Jorong IV Rimbo Nunang berjumlah 2000 jiwa. Mata pencaharian masyarakat Bancah Taleh umumnya adalah pedagang, pertanian dan *home industri*. Salah satu industri yang ada di Bancah Taleh adalah *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery. Usaha kecil dapat berhasil jika dilandaskan oleh berbagai faktor pendorong dalam menjalankan kegiatan usaha yang dapat memicu keberhasilan usaha tersebut. Industri kecil itu sendiri diharapkan mampu membawa perubahan yang positif bagi perekonomian dan bisa mengembangkan usaha tersebut kecakupan yang lebih luas, hingga bisa menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Jika dilihat dari modal dan jumlah tenaga kerja yang diserap tentu lebih sedikit dari pada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya.[7]

Tabel 1.2
Jumlah Karyawan Home Industri Jorong II Bancah Taleh

No	Tahun	JumlahKaryawan
1	2013	25 orang
2	2014	27 orang
3	2015	31 orang
4	2016	29 orang
5	2017	23 orang

Sumber: Home IndustriRahmi Bakery BancahTaleh

[7] Wawancara pibadi dengan Bapak Katik, Pemilik Usaha *Home Industri*, juni 2018.

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat dilihat jumlah karyawan pada *Home Industri* Rahmi Bakery setiap tahunnya yaitu pada tahun 2013 sampai 2015 mengalami peningkatan sedangkan pada tahun 2016 dan 2017 mengalami penurunan. Penurunan tingkat karyawan bukan karena adanya masalah atau kendala di *home indutri* tersebut melainkan karna alat-alat yang digunakan sudah mulai canggih dan tidak membutuhkan banyak tenaga. Juga dalam pemasarannya *home industri* ini sudah tidak terlalu fokus memasarkan langsung kewarung-warung kecil dan toko, melainkan pemilik toko yang langsung menjemput barang kepabrik tersebut karna pembelian dilakukan berskala banyak. Pengurangan karyawan ini tidak berdampak pada pendapatan pabrik tersebut.[8]

Tabel1.3
Rincian Jenis Roti dan Harga Roti di Home Industry Rahmi Bakery

No	Jenis Roti	Harga Roti (Rp)
1	Roti Meises	Rp 1000
2	Roti Mentega	Rp 1000
3	Roti Serikaya	Rp 1000
4	Roti Coklat	Rp 1000
5	Roti GorengCoklat	Rp 2000
6	Roti Kelapa	Rp 2000
7	Roti Kering	Rp 5000

Sumber: Home IndustriRahmi Bakery BancahTaleh

Berdasarkan tabel 1.3 jenis dan harga roti dari mulai pabrik itu dibangun sampai dengan sekarang masih dalam keadaan yang stabil. Hanya saja ada penambahan varian rasa roti dan harga roti. Harga varian roti terbaru itu juga lebih tinggi. Karena ukuran roti juga lebih besar. Varian roti terbaru

[8] Wawancara Pribadi dengan Pemilik Home Industri "Tek Yulidar" Juni 2018.

itu ialah roti isi coklat, roti isi parutan kelapa dan roti goreng coklat dan juga 1 lagi yaitu roti kering yang dihargai Rp5000/pcs. Roti yang seharga Rp2000/pcs mulai dipasarkan pada tahun 2013 sedangkan yang Rp5000/pcs mulai dipasarkan pada tahun 2016 kemarin.

Kemudian, dapat dijelaskan juga harga roti yang dijual Rp.1.000,- modal untuk perbungkusnya Rp. 800,- . Dalam hal pemasaran pabrik roti rahmi bakery tidak memiliki sumber-sumber daya untuk mencari, memperluas atau mengembangkan pasar karena sangat tergantung pada mitra mereka. Disamping itu pabrik roti rahmi bakery harus bersaing dengan pabrik roti lainnya. Pabrik roti rahmi bakery ini memiliki 2 pesaing. Pakbrik roti ini bisa mengalahkan para pesaingnya sampai pesaingnya sekarang gulung tikar.

Hasil pengamatan penulis dilapangan, penulis berkeinginan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha *home industri* Rahmi Bakerypenulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **"Analisis Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam di Jorong II Bancah Taleh Kecamatan Lubuk Basung Kabupaten Agam"**

B. Identifikasi Masalah

1. Usaha dalam pengembangan dan pelebaran sayap belum optimal.
2. Tidak adanya lembaga yang mewadahi usaha *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery

C. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas maka penulis dapat merumuskan masalah yang ditemukanpada home industri, yaitu : bagaimana strategi pengembangan *Home Industri* pabrik roti Rahmi Bakery di Nagari Bancah Taleh Kec. Lubuk Basung Kab.Agam.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini dibatasi pada strategi pengembangan usaha *Home Industri* pabrik roti Rahmi Bakery di Nagari Bancah Taleh Kec. Lubuk Basung Kab. Agam.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa strategi pengembangan *Home Industri* pabrik roti Rahmi Bakery.

2. Manfaat / Kegunaan Penelitian

a) Manfaatnya agar penulis dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya dan bagi pembaca pada umumnya tentang strategi pengembangan Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery.

b) Kegunaanya untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam.

E. Penjelesan Judul

Dalam pembahasan ini tentu harus diberikan penjelasan agar tidak terjadi kerancuan makna atau salah persepsi, maka dipandang perlu dalam penulisan ini dicantumkan defenisi dari permasalahan yang diangkat.

Adapun judul dari penelitian ini adalah Strategi Pengembangan Usaha *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery dilihat dari Perspektif Ekonomi Islam di Jorong II Bancah Taleh Kecamatan Lubuk Basung Kabupaten Agam. Sebelum melangkah lebih jauh dalam membahas skripsi ini dan untuk menjembatani pemikiran penulis dengan pembaca agar terdapat persamaan pemahaman dalam memahami skripsi ini, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang akan ditemui dalam skripsi ini.

Analisis : Suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperbaiki mutu, hasil pekerjaan dengan jalan melakukan mekanisme kerja dan lain-lain, termasuk pada lingkungan teknik dan lingkungan kerja yang ada.[9]

Strategi : Suatu arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untk menuju pencapaian visi.[10]

Pengembangan Usaha : Suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, dan moral individu sesuai

[9]Sudarsono, *KamuS Ekonomi Uangdan Bank*, Jakarta :Rineka Cipta, 2007. Hlm 19.

[10]Muljono Djoko, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, Yogyakarta:2012.hlm.15

dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan.

Home Industri : Perusahaan atau *industri* yang pekerjaanya adalah anggota keluarga itu sendiri. Biasanya produk yang dibuat adalah produk yang tidak melalui proses pekerjaan yang rumit dan tanpa menggunakan bantuan mesin yang modern dan mahal.[11]

Perspektif : Sudut pandang mengenai suatu realita berkaitan dengan suatu masalah tertentu yang diamati dengan indera.[12]

Ekonomi Islam : Ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengelola sumber daya yang ada agar mencapai *fallah*, atau kemenangan.

Berdasarkan penjelasan judul diatas, maka yang penulis maksud dengan judul secara keseluruhan adalah menguraikan tentang cara melakukan perubahan (pengembangan) pada usaha Home Industri Rahmi Bakery di Jorong II Bancah Taleh Kecamatan Lubuk Basung Kabupaten Agam.

[11]Eti Rochaety, *Kamus Istilah Ekonomi.* Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.hlm146

[12]Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Balai Pustaka 2007),hal.864.

F. Sistematika Penulisan / Outline

Untuk memperoleh gambaran yang utuh dan terpadu mengenai kajian ini, penulis menyusun sistematika pembahsan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatsan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian. Kajian terdahulu, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Memuat tentang teori, pengertian strategi, tujuan strategi, tingkatan strategi, *home industri* dan pengembangan usaha *home industri.*

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang profil usaha yang penulis teliti, visi dan misi usaha tersebut, dan struktur organisasinya.

BAB V : PENUTUP

Yang berisikan kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Strategi

1. Pengertian Strategi

Secara etimologis strategi berasal dari kata Yunani strategos yang berarti jenderal. Strategi pada mulanya berasal pada peristiwa peperangan, yaitu sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, social, dan agama.

Menurut Philip Kotler strategi merupakan serangkaian rencana yang dirancang dimana didalamnya berisikan bagaimana sebuah usaha akan dijalankan sesuai dengan tujuan dari pendirian usaha itu sendiri. Kotler juga mengemukakan bahwa strategi adalah perekat yang bertujuan untuk membangun citra yang berbeda kepada pasar sasaran.

Adapun menurut Hendri Mintzberg yang dikutip oleh Hendrawan Supratikno, lima pengertian strategi adalah:[1]

[1] Hendrawan Supratikno,dkk Advance, *Strategic Management*, Jakarta : Pt Gramedia Pustaka Utama, 2003,hlm. 3-4

a. Plan

Plan adalah suatu tuntunan atau tindakan yang akan dilakukan, sesuatu yang memberi arah bagi tindakan-tindakan dimasa depan.

b. Patern

Patern adalah perilaku yang konsisten antar waktu.

c. Position

Position adalah penentuan posisi pada kontek persaingan.

d. Perspective

Perspective adalah bagaimana suatu organisasi menjalankan kegiatannya.

e. Play

Play yaitu kumpulan manufer untuk mengecoh pesaing.

Menurut Chandler dalam Rangkuti[2], strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas

[2]Rangkuti Freddy, "*Measuring Customer Satisfaction, (Teknik Mengukur dan Strategy Meningkatkan Kepuasan Pelanggan), serta Analisis PLN JP"*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama),hlm.3.

alokasi sumber daya manusia. Sedangkan menurut Pearce dan Robinson[3], strategi adalah rencana berskala besar dengan orientasi masa depan guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Strategi adalah bagaimana perusahaan menggerakan pasukan keposisi paling menguntungkan sebelum pertempuran aktual dengan musuh. Sementara itu Jacktrot mengatakan bahwa inti strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi spesialis, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama dari pada menjadi yang lebih baik.

Jadi strategi merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.[4]

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan, dalam pengembangannya konsep mengenai strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang mempunyai pendapat atau defenisi yang berbeda mengenai strategi. Strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan untuk

[3]Pearce II, John A. Dan Robinson Richard B.Jr, *"Manajemen Strategis 10",* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm.6.

[4]H, Sulaiman., *"Ilmu Menjual"*, (Yogyakarta: Graha Ilmu,2012).

pencapaian visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak di capai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, difersifikasi, akusisi, penetralisasi pasar, pengetatan, divestasi, likuiditas dan usaha patungan atau join venture.[5] Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang ditetapkan.

Strategi Menurut Heizer dan Render juga diartikan sebagai rencana tindakan organisasi untuk mencapai misinya. Setiap wilayah fungsional mempunyai strategi untuk mencapai misinya dan membantu organisasi mencapai misi keseluruhan.[6]

Dari defenisi-defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu arah atau jalan yang ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapaian visi. Perusahaan melakukan tindakan

[5]Fred R. David, *"Strategic Maanagement", Edisi XII*, (Jakarta, 2011), hlm.18-19.
[6] Hasan Irmayanti, *"Manajemen Operasional Perspektif Integratif",* UIN-Maliki Press, 2011, hlm 27

yang dapat menjadikan keuntungan baik untuk perusahaan maupun pihak lain yang berada di bawah naungan perusahaan.

2. Tujuan Strategi

Tujuan strategi adalah tujuan yang berdimensi jangka panjang, yang merupakan hasil yang diharapkan tercapai pada beberapa periode atau tahun yang akan datang. [7]

Dimana tujuan strategi merupakan penetapan sasaran pada tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta lokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Pada definisi strategi tidak jauh dengan tujuan dari strategi, seperti pendapat dari para ahli bahwa strategi adalah mengenai keunggulan kompetitif. Satu-satunya tujuan dari perencanaan strategi adalah memungkinkan perusahaan memperoleh seefesien mungkin keunggulan yang dapat mempertahankan atas saingan mereka. Strategi koorporasi dengan demikian mencerminkan usaha untuk mengubah kekuatan perusahaan relatif terhadap saingan dengan seefesien mungkin.

Sedangkan para ahli lain berpendapat bahwa strategi ini merupakan strategi yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing bidang atau unit pekerjaan. Penyusunan strategi dapat dilakukan dengan modal tertentu

[7]Muslich, *Binnis Syariah Perspektif Mua'malah dan Manajemen*, (Yogyakarta : sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, 2007), cet ke -1,hlm213

seperti dengan menggunakan model analisis, salah satu model dari analasis tersebut adalah analisis SWOT.

3. Macam-macam Strategi

A. Strategi Besar (Grand Strategy)

1) Pertumbuhan (*growth)* dapat dilakukan secara internal meliputi pengembangan produk baru atau produk lama yang mengalami perubahan dan dilakukan secara eksternal dengan memperoleh tambahan divisi bisnis atau diversifikasi yang artinya mengakuisisi bisnis yang terkait dengan lini produk saat itu.

2) Stabilitas *(stability)* atau strategi diam, artinya perusahaan ingin tetap berda pada ukuran yang sama atau tumbuh perlahan dengan cara-cara yang masih dapat dikendalikan.

3) Pemangkasan *(retrenchment)* berarti perusahaan terpaksa melalui periode terjadi penurunan dengan penyusutan unit bisnis yang ada saat ini atau menjual atau melikuidasi keseluruhan unit bisnis.

4) Penggabungan *(merger)* berarti perusahaan harus melakukan penggabungan setelah memiliki banyak perusahaan dengan badan hukum yang berbeda namun mempunyai kegiatan usaha yang sama. Merger ini dilakukan untuk memudahkan peran kontrol internal perusahaan.[8]

[8]Muljono Djoko, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam,* (Yogyakarta: 2012)hlm15-16

B. Strategi Global

1) Strategi globalisasi, merupakan standarisasi rancangan produk dan strategi periklanan di seluruh dunia.

2) Strategi multidomestik, adalah modifikasi desain produk dan strategi periklanan untuk mengakomudasi kebutuhan spesifik dari masing-masing Negara. Maksudnya adalah perusahaan multinasional dapat ada sejumlah dapat ada di sejumlah Negara, namun periklanan dan rancangan produknya disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masing-masing Negara.

3) Strategi transnasional, yaitu strategi yang mengkombinasikan koordinasi global untuk meraih efesiensi dengan fleksibilitas untuk memenuhi kebutuhan spesifik pada berbagai negara.[9]

C. Tingkatan Strategi

Didalam perusahaan ada tiga tingkatan strategi, yaitu :

a) Strategi tingkat perusahaan *(corporate strategy)* : Strategi korporasi secara umum melibatkan tujuan jangka panjang yang berhubungan dengan perusahaan secara keseluruhan dan investasi keuangan secara langsung.

[9]Muljono Djoko, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, (Yogyakarta: 2012)hlm16

b) Strategi tingkat unit bisnis : menyangkut masalah apa misi unit bisnis dan keunggulan kompetitif apa yang di gunakan dalam menjalankan misi tersebut.

c) Strategi tingkat fungsional : strategi ini mempunyai lingkup yang lebih sempit dibanding strtegi korporasi dan strategi bisnis. Strategi ini berhubingan dengan fungsi bisnis seperti fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi SDM, fungsi keuangan, fungsi riset dan pengembangan. Strategi fungsional harus mengarah kepada strategi bisnis. [10]

D. Strategi Menurut Perspektif Syariah

Dalam Islam kegiatan haruslah berlandasan kepada tauhid dan syariat Islam. Keberadaan manajemen perusahaan harus dipandang pula sebagai suatu sarana memudahkan implementasi dalam kegiatan organisasi tersebut.

Sebagaimana yang disebutkan dalam QS Ash- Shaff Ayat 4 :[11]

إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلَّذِينَ يُقَٰتِلُونَ فِى سَبِيلِهِۦ صَفًّا كَأَنَّهُم بُنْيَٰنٌ مَّرْصُوصٌ ۝٤

Artinya : *sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang di jalan-Nya, dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersususn kokoh. Hal ini merupakan pemberitaan dari Allah yang menyatakan kecintaan pada umatnya yang beriman.*

[10]Muljono Djoko, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, (Yogyakarta: 2012)hlm16-17

[11]Departemen Agama RI : Al-Qur'an Dan Terjemahan",(Jakarta : CV. Pustaka Jaya Ilmu, 2014) hlm.551

Hal ini merupakan pemberitaan dari Allah yang menyatakan kecintaan- Nya pada umatNya. Apabila mereka berbaris dengan teratur dalam medan pertempuran agar agama Allah dan kalimat Allah menjadi yang tertinggi dan menang berada di atas agama lainnya.

Dari ayat di atas disebutkan bahwa Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur. Seakan-akan mereka seperti bangunan yang tersusun kokoh. Disini dapat dipahami bahwa untuk membentuk pertahanan yang kokoh guna menghadapi persaingan dengan lawan maka dibutuhkan barisan yang teratur atau bisa kita sebut sebagai sebuah strategi.[12]

B. Teori Pengembangan Usaha

1. Pengertian Pengembangan Usaha

Pendapat beberapa para ahli tentang pengembangan usaha:

a) Mahmud Mach Foedz, Perkembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

b) Allan Affuah, Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen .

[12] Muhammad Nasib Ar-Rifa'I, *Tafsir Ilmu Katsir*, Jakarta: Gema Insani ,2012 Jil.4.

c) Glos, Steade dan Lawry, Pengembangan usaha adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir.[13]

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Pengembangan lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui kekuatan kewirausahaan dan peningkatan produktifitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi tehadap kebutuhan pasar.

Sedangkan pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis, peluang, pertumbuhan, potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha. Menurut Mussleman dan Jakson pengembangan adalah suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan di organisasikan untuk terlibat di aktivitas tersebut.

Membangun bisnis dan usaha merupakan langkah penting yang harus dilakukan agar bisnis kita dikenal dan diinginkan orang. Menurut Yudo Husodo agar perusahaan dapat berkembang dengan baik maka perusahaan harus mempunyai beberapa unsur:

a. Harus ada innofator yang mempunyai ide untuk mengembangkan usaha

[13]Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa,* Cetakan Keenam, (Bandung : Alfabeta, 2004)

b. Adanya bussinesmen, yang mempunyai sense of bussimess yang mampu menterjemahkan rencana inovasi menjadi hal nyata dan menghasilkan profit.[14]

c. *Entrepreneur*, yang memiliki entrepreneurship yang mampu menggerakan yang mengorganisasikan gagasan menjadi kegiatan yang nyata.

d. Harus ada *maneger*, harus ada yang mengatur yang memiliki manajerial skill dengan kemampuan mengolah perusahaan agar perusahaan selalu berada dalam hubungan yang harmonis dengan para stake holder.

e. Harus ada *eksper* yang mempuyai keahlian di setiap bidang-bidang agar perusahaan kuat dalam berbagai seni keahlian.

2. Pengembangan Usaha dalam Islam

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membuthkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.[15]

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (*starting*), membangun kerja sama ataupun dengan usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising,* namun yang perlu diperhatikan adalah kemana

[14] Muharad Raqib, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Penguaran Ekonomi Kerakyatan* 2017.

[15] Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009)hlm.152.

arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluaskan dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi dan lain-lain.

Berbisnis merupakan aktifitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasulullah SAW sendiripun telah menyatakan, bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang, melalui jalan perdagangan inilah pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah SWT terpancar dari padanya. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah ayat 275:[16]

وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ

Artinya; *Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan menghramkan riba.*

Dalam mengembangkan usaha harus dilakukan dengan strategi agar usaha tersebut berkembang, sukses, menguntungkan dan berkah. Maka dapat dilakukan kiat-kiat sebagai berikut;

[16]Departemen Agama RI : Al-Qur'an Dan Terjemahan",(Jakarta : CV. Pustaka Jaya Ilmu, 2014) hlm.47.

a. Bersikap jujur

Jujur terhadap pembeli mengenai barang yang dijual, menjauhkan diri dari manipulasi, mengurangi timbangan, menutupi kecacatan barang, mencampurkan bahan-bahan berbahaya.

b. Disiplin

Seseorang tidak dapat menjadi pribadi yang sukses tanpa memiliki sikap disiplin. Pelaku usaha yang sukses adalah pribadi yang disisplin kepada waktu dan janji-janji mereka, mengerjakan tugas tepat waktu sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanannya.[17]

c. Rajin menyambung silaturahmi dan bergaul

Dalam ajaran agama Islam diperintahkan menyambung tali silaturahmi dan bergaul sesama manusia dengan akhlak baik. Kalau dalam dunia bisnis disebut dengan akhlak baik. Semakin banyak jaringan atau koneksi yang dimiliki akan semakin mudah mengembangkan suatu usaha.

d. Pandai bersyukur

Orang yang senantiasa bersyukur adalah orang yang merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh Allah SWT. Rasa syukur inilah yang akan mengundang nikmat-nikmat Allah lainnya.

---

[17]Handayani, *Strategi Mengolah Bisnis Sukses, Menguntungkan dan Berkah*, (Online) Juni 2018.

e. Menjadikan bekerja sebagai ladang menjemput syurga

Rasulullah menganggap bekerja termasuk ibadah manusia kepada Allah yang dilakukan sungguh-sungguh. Allah sangat senang jika seseorang mengerjakan suatu pekerjaan dengan tekun dan bersungguh-sungguh.

Salah satu kajian penting dalam Islam adalah persoalan etika bisnis. Etika bisnis merupakan penerapan nilai-nilai atau standar moral dalam kebijakan kelembagaan dan pelaku bisnis yang penerapannya akan dapat meningkatkan probabilitas jangka panjang yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan. [18]

Islam menekankan peranan manusia dalam lingkungan alam dengan membuatnya bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitarnya sebagai khalifah Allah SWT seperti tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَٰٓئِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي ٱلْأَرْضِ خَلِيفَةً ۖ قَالُوٓا۟ أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ ٱلدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۖ قَالَ إِنِّيٓ أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya; *Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat :"Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah dimuka bumi." Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) dibumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpukan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman:*

[18]Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP Akademi Management Perusahaan), hlm,11

> *"Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui."*[19]

Kata khalifah disini dalam arti yang menggantikan Allah dalam menegakkan kehendak-Nya dalam menetapkan ketetapan-ketetapan, tetapi bukan karena Allah tidak mampu atau menjadikan manusia menjadi Tuhan, namun karena Allah SWT bermaksud untuk kita bisa menjaga dan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan memanfaatkan apa yang telah diciptakn-Nya dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Konsep Islam tentang pembangunan ekonomi bukan hanya pembangunan material, tapi dari segi spiritual dan moralpun menduduki kedudukan yang sangat penting. Perencanaan ekonomi Islam dapat memberikan kelancaran terhadap usaha apa yang kita renacanakan. Terutama dalam pengembangan usaha tersebut, usaha akan terlaksana apabila terdapat strategi pemasarannya.

Sedangkan dalam konvensional, perencanaan ekonominya tidak memberikan kelancaran usaha sebab konvensional hanya melihat sisi materil tanpa memikirkan sisi moral, sosial dan spiritual. Manajemen bisnisnya tidak mementingkan perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan dan memecahkan masalah berdasarkan kepada

[19] Departemen Agama RI : Al-Qur'an Dan Terjemahan",(Jakarta : CV. Pustaka Jaya Ilmu, 2014) hlm.6.

tindakan-tindakannya yang terdahulu atau dengan kata lain didasarkan pada masa lalu.[20]

Rasulullah SAW adalah seorang pemasar yang handal. Kesuksesan Rasulullah SAW, dilandasi oleh dua hal pokok, yaitu kepribadian yang Amanah serta berpenampilan yang baik. Prinsip-prinsip pemasaran Rasulullah SAW adalah:

a. *Shiddiq,* yaitu benar dan jujur. Tidak pernah berdusta dalam melakukan kegiatan bisnis.
b. Kreatif, berani dan percaya diri, ketiga hal ini mencerminkan kemauan usaha untuk mencari dan menemukan peluang-peluang bisnis yang baru.
c. *Tabligh,* yaitu mampu berkomunikasi dengan baik.
d. *Istiqamah,* secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai diatas terdapat godaan dan tantangan.

3. Perencanaan Pengembangan Usaha

Perencanaan merupakan tahapan paling penting dari suatu fungsi mnajemen, terutama dalam menghadapi lingkungan eksternal yang berubah dinamis. Dalam era globalisasi ini, perencanaa harus lebih mengandalkan

[20]Didin hafidhuddin, dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam praktik* (Jakarta : Gema Insani, 2008), hlm.54

prosedur yang rasional dan sistematis dan bukan hanya pada intuisi dan firasat (dugaan).[21] Berbicara mengenai perencanaan pengembangan suatu usaha pada suatu tempat berarti kita membicarakan dua hal yaitu potensi dan peluang.

Kita sebagai umat muslim memiliki pandangan yang lebih bijak dan relevan dari pada pendapat pakar perencanaan tersebut. Islam menganjarkan kita tentang studi perencanaan secara jelas terperinci dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai sumber segala ilmu yang menjadi pedoman kita untuk menindak lanjuti berbagai macam permasalahan hidup, begitu pun dengan perencanaan. Dalam konvensional perencanaan lebih mengutamakan tujuan kedepannya untuk keberlangsungan hidup perusahaan, serta perencanaannya dilaksanakan tanpa memikirkan kepentingan umum yang tidak ada kaitannya dengan tujuan perusahaan.[22]

Potensi terkait dengan faktor internal yang meliputi komponen – komponen yang berasal dari dalam organisasi atau perusahaan itu sendiri. Komponen-komponen.

a. Gambaran pelaksanaan usaha yang mana mencakup kegiatan pokok perusahaan dan sistem pengelolaan, ciri-ciri produk, jasa dan pelayanannya.

---

[21]Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *"Pengantar Manajemen"*, Edisi.I, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.178.

[22]Nustafa Edwin Nasution, dkk, *"Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam"*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.76.

b. Deskripsi usaha yang mana mencakup visi dan misi perusahan, tujuan perusahaan jangka pendek dan jangka panjang,struktur usaha dan bentuk perusahaan

4. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha seorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:[23]

a. Memiliki ide usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Izin usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu juga dapat timbul karena adanya *sence of bussiness* yang kuat dari seorang wirausaha.

b. Penyaringan ide/ konsep usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usahanya ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kalayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

[23] Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009),hlm.154.

c. Pengembangan renacana usaha

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perancannan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausha adalah perhitungan proyeksi laba rugi dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba rugi merupakan muara dari berbagai komponen perancanaan bisnis lainnya yaitu perancanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha, wirausahawan memiliki perbedaan dalam membuat rincian rencana usaha.[24]

C. Home Industri

1. Pengertian Home Industri

Industri identik dengan sebuah perusahaan. Memang benar tapi setiap perusahaan tidak mesti besar dan harus menggunakan mesin. Industri adalah kelompok perusahaan yang memproduksi produk barang atau jasa. Menurut Dra. Sri Mila Ningsi. Kata industri berasal dari bahasa latin, yakni industria yang artinya buruh atau tenaga kerja. Industri jga bisa diartikan sebagai semua bentuk kegiatan manusia dalam bidang ekonomi yang bersifat produktif untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang mendapatkan keuntungan dari barang produksi yang dihasilkan. Dengan demikian, logika

[24]kustoro Budiarta, *Pengantar bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009, hal. 153.

yang dikembangkan oleh sistem produksi yang dilakukan berlangsung secara efisien .

Sedangkan menurut undang-undang No. 20 Tahun 2008 bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau uasaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dengan undang-undang ini.[25]

Eksistensi *home industri* (industri rumahan) sangat besar dan memiliki peran yang signifkan dalam ketahanan perekonomian nasional. Namun keberadaanya belum terkoordinasi dan tercatat dengan baik oleh pemerintah. *Home industri* dapat dikelompokan menjadi tiga.[26]

a) Home industri tipe pemula

Umumnya produksi tidak kontinu atau berdasarkan konsumen. *Home industri* ini biasanya hanya beroperasi pada acara atau hari tertentu.

[25]UU RI No. 20 Tahun 2008 Tentang *UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah),* Jakarta: Sinar Grafika, 2009 hal. 3.

[26] Eriyatno, *Membangun Ekonomi Komparatif*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011)hlm.194-195.

b) Home industri tipe berkembang

Umumnya produksi seni kontinu dengan sistem penjualan lepas. *Home industri* ini mudah berganti produk apabila prospek penjualan produk dirasa menurun. Modalnya masih relatif kecil, sesuai dengan kemampuan sendiri dan sudah mulai meminjam dana dari LKM non formal yaitu sekitar Rp 5.000.000- 50.000.000.

c) Home industri tipe maju

Umumnya produksi sudah kontinu dengan sistem penjualan tertentu. Tingkat keberlanjutan usahanya tinggi karena sudah mampu mengatur usaha dengan baik. Modalnya Rp 50.000.000- 100.000.000 yang bersal dari pribadi dan kredit dari LKM formal. Proses produksi sudah menggunakn teknologi tinggi dan bersih dengan jumlah tenaga kerja 5-10 orang termasuk dengan pemiliknya.[27]

Home industri berpotensi besar untuk mendukung ketahanan ekonomi nasional. Hal itu disebabkan karakter *home industri* sebagai suatu sistem produksi dapat meningkatkan nilai tambah dari sumber daya lokal dalam skala usaha mikro yang tersebar diseluruh pelosok nusantara, baik di perkotaan maupun diperdesaan.

[27]Eriyatno, *Membangun Ekonomi Komparatif*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo,2011)hlm.196.

2. Kekuatan dan kelemahan Home Industri

Home industri memiliki kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

a) Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% dengan tenaga kerja yang tersedia.

b) Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya usaha baru.

c) Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melakukan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.

d) Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil memanfaatkan sebagian limbah atau hasil sampai dari industri besar dan industri lainnya.

e) Memiliki potensi untuk berkembang berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Adapun kelemahan dari *home industri* yaitu:[28]

a) Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia

[28]Irma, Nilasari dan Sri Wiludjeng, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006)hlm.48.

b) Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha industri kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi, sedangkankan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengaksesnya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang produksi saja.

c) Kecendrungan konsumen yang belum mempercayai mutu konsumsi industri kecil.

3. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *home industri* pernah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya :

Tabel 1.4

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	Novelma Ardila	Pengembangan Home Industri Kerupuk Kuning Amanah di Jorong Sawah Laweh	Home Industri diharapkan mampu berkembang dan mampu menigkatkan taraf hidup masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan observasi langsung kelapangan serta menggunakan analisis SWOT.[29]
2	Nila Pusvita Sari	Strategi Pemasaran Home Industri	Strategi pemasaran yang dipilih oleh

[29] Novelma Ardila, Skripsi, "*Pengembangan Home Industri Kerupuk Kuning Amanah di Jorong Sawah Laweh"*, (Bukittinggi: IAIN Bukittinggi, 2014).

		Kipang Kacang Aisyah di Jorong Batu Basa Lawang Kab. Agam	Home Industri Kipang Kacang Aisyah adalah Strenghts Opportunities.[30]
3	Gustina Siregar	Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga di Desa Mukti Makmur Kota Madya Subulussalam	Diperlukannya strategi yang baik guna menghadapi pesaing bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan wawancara kemudian dianalisis dengan SWOT.[31]
4	Laura Uli Siahaan	Strategi Pengembangan Usaha dan Komunikasi Pemasaran pada Home Industri Toko Kue Balige (studikasus di Toba Bakery dan Cakes, Balige)	Home Industri Toba Bakery Balige memiliki pengelolaan usaha yang baik. Serta memiliki kekuatan pada kualitas produknya. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode pengamatan dan wawancara.[32]
5	Ni Putu Kiki Vrashinta Dewi	Strategi Pengembangan Usaha Home Industri di Bali Kencana Bakery, Denpasar	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal serta

[30]Nila Pusvita Sari, Skripsi ,"*Strategi Pemasaran Home InduStri Kipang Kacang Aisyah di Jorong Batu Basa Lawang Kab. Agam*", (Bukittinggi: IAIN Bukittinggi)

[31]Gustina Siregar, Skripsi, "*Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga di Desa Mukti Makmur Kota Madya Subulussal`am*", (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumut, 2014),hlm.12

[32]Laura Uli Siahaan, Skripsi, "*Strategi Pengembangan Usaha dan Komunikasi Pemasaran pada Home Industri Toko Kue Balige (studi kasus di Toba Bakery dan Cakes, Balige)*", (Medan: Universitas Sumut, 2014),hlm.111.

			menyusun dan merekomendasikan strategi pengembangan usaha produksi perusahaan Roti Bali Kenacana Bakery. Analisis ini menggunakan matriks SWOT yang didukung dengan analisis kuantitatif.[33]

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah:

1. Objek penelitian terdahulu adalah Jorong Batu Basa Lawang Kabupaten Agam, Jorong Sawah Laweh, Desa Mukti Makmur Kota Madya Subulussalam, Balige Sumatra Utara, dan Denpasar Bali. Sedangkan peneliti melakukan penelitian di *Home Industri* Jorong II Bancah Taleh Kecamatan Lubuk Basung Kabupaten Agam.
2. Kajian terdahulu membahas tentang strategi pemasaran kerupuk kuning, strategi pengembangan usaha kipang kacang, strategi pengembangan usaha tahu, dan pengembangan usaha kue. Sedangkan peneliti melakukan penelitian tentang pengembangan usaha pabrik roti.

[33] Ni Putu Kiki Vrashinta Dewi, Skripsi, "*Strategi Pengembangan Usaha Home Industri di Bali Kencana Bakery, Denpasar"*, (Denpasar: Universitas Udayana, 2015), hlm.48.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat penelitian lapangan (*field research),* yaitu penulis mengumpulkan data langsung dari lapangan atau lokasi penelitian. Lebih khususnya, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mencoba menganalisis suatu fenomena yang terjadi pada saat ini. Secara harfiah penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat deskriptif mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian.[1]

Penulis menyimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan secara observasi, wawancara, dan untuk mengetahui situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan. Sedangkan dari penelitian pustaka hanya sebagai pelengkap secara teoritis terhadap masalah yang diteliti. Karena itu penulis akan menganalisis secara lengkap bagaimana Analisis Strategi Pengembangan Usaha *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery dilihat dari Perspektif Ekonomi Islam.

[1] Sumardi Sutyabrata, *Metode Penelitian,(* Jakarta : Raja Grafindo, 2010)hlm.76.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Usaha *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery di Jorong II Bancah Taleh Kecamatan Lubuk Basung Kabupaten Agam. Pemilihan lokasi penelitian ini secara sengaja (*purposive*) karena berkaitan erat dengan penelitian yang dilakukan.

C. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber aslinya atau sumber pertama dilapangan.[2]

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui observasi, wawancara langsung dengan responden terpilih melalui wawancara tidak terstruktur. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui pengamatan langsung dan wawancara dengan pemilik usaha Pabrik Roti Rahmi Bakery di Jorong II Bancah Taleh.

2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain. Sumber data sekunder adalah bukti-bukti tulisan (dokumentasi), jurnal-jurnal, laporan-laporan yang ada diintansi yang terkait dengan penelitian. Data sekunder didalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu yang berkaitan dengan skripsi ini.

[2] Burhan Bungin, *Metode Penelitian social dan Ekonomi,* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2013)hlm.128.

D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah pemilik dari *Home Industri* Rahmi Bakery yang berada di Jorong II Bancah Taleh Kecamatan Lubuk Basung Kabupaten Agam.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka mencari validitas data yang komprehensif serta tidak menutup kemungkinan agar semakin faktualnya data, penyusun menggunakan beberapa cara dalam menyajikannya, antara lain:

1. Observasi

   Yaitu suatu cara dimana peneliti mengamati secara langsung objek penelitian. Adapun yang menjadi objek observasi disini adalah Pengusaha *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery. Observasi merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting sekali dalam penelitian deskriptif. Dan observasi ini juga merupakan metode pengumpulan data yang paling tua yang digunakan sepanjang sejarah perkembangan ilmu pengetahuan[3]. Jenis informasi dapat diperoleh melalui pengamatan langsung oleh peneliti.

2. Dokumentasi

   Dokumentasi berupa data-data yang dimiliki oleh pemilik *Home Industri* Rahmi Bakery yang berada di Jorong II Bancah Taleh maka digunakan dokumentasi sebagai salah satu untuk

[3] Herdiansyah Haris, *Wawancara, Observasi, dan Focus Group*, (Jakarta : Rajawali Pers), 2013 hlm.123.

mengukur data. Dalam hal ini, yang diukur adalah tingkat produksinnya

3. Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setiaknya dua orang, atas dasar ketersediaan dan dalam setting alamiah, dimana arah pembicaraan menagacu pada tujuan yang telah ditetapkan dengn mengedepankan trust sebagai landasan utama dalam proses memahami dengan *informan* penelitian.[4] *Informan* dalam penelitian ini adalah pemilik *Home Industri* Rahmi bakery dan menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Wawancara dilakukan secara lisan untuk mendapatkan data yang akurat.

F. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, kemudian pengolahan data dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Data diperoleh tidak dituangkan dalam bentuk angka, bilangan dan statistik, melainkan tetap dalam bentuk kualitatif, penulis melakukan analisis data dengan memberikan pemaparan gambaran situasi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif.

G. Teknis Analisis Data

Metode pengolahan dilakukan secara deskriptif dengan pertimbangan adanya kesediaan dari pemilik perusahaan untuk menganalisis kondisi perusahaan, selanjutnya merumuskan strategi

.[4] Herdiansyah Haris, *Wawancara, Observasi, dan Focus Group,* (Jakarta : Rajawali Pers), 2013 hlm.31

pengembangan perusahaan dengan menggunakan matriks EFAS, IFAS dan matriks SWOT untuk mendapatkan beberapa alternatif strategi. Analisis yang digunakan untuk menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Analisis SWOT

   Metode analisis SWOT adalah dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan *(strengths)* dan peluang *(opportunities),* namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman *(threat).* Kinerja perusahaan ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dengan analisis SWOT.[5]

2. IFAS (Internal Strategic Factor Analisis Summary) dan EFAS (Eksternal Strategic Factor Analysis Summary)

   a. IFAS *(Internal Strategic Factor Analisis Summary)*

      Mengevaluasi faktor-faktor yang ada di lingkungan internal organisasi yaitu kekuatan dan kelemahan yang diniliki.

   b. EFAS *(Eksternal Strategic Factor Analisis Summary)*

      Mengevaluasi faktor-faktor yang ada diluar lingkungan organisasi (peluang dan ancaman).

      Pemberian bobot yang digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal yang penting, tidak penting, cukup penting

[5]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: *Teknik Membenah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustakaa Utama, 2002), hlm.19.

dan sangat penting. Pemberian bobot diurutkan menjadi 0,01 (sangat rendah), 0,05 (rendah), 0,10 (sedang), dan 0,15 (tertinggi). Sedangkan rating atau peringkat digunakan untuk menilai sejauh mana faktor internal dan eksternal penting atau tidak penting untuk dikembangkan. Pemberian nilai peringkat diurutkan dari 1 sampai 4 dimana 1 (tidak penting), 2 (cukup penting), 3 (penting), dan 4 (sangat penting).

Setelah faktor internal dan eksternal diberi nilai berdasarkan bobot dan peringkatnya, maka nilai dikalikan sehingga memperoleh angka hasil kali yang kemudian dijumlahkan berdasarkan faktor internal dan eksternal. Setelah semua nilai di jumlahkan maka dipilih strategi yang memiliki nilai yang besar.

3. Matrik SWOT

Setelah dilakukan analisis dan diberi bobot serta peringkat untuk masing-masing dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman), maka dari semua faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT. Melalui matrik SWOT akan terlihat secara lebih rinci elemen dari faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (ancaman dan peluang) yang dapat menigkatkan kemampuan pengembangan *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery. Pada matrik SWOT dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yaitu S-O (*Strenghts*-

Opportunities), S-T (*Strenghts-Threats*), W-O (*Weaknesses-Opportunities*), dan W-T (*Weaknesses-Threats*).[6]

Matrik SWOT ditunjukan dengan menggunakan analisis SWOT dalam perumusan keputusan strategis guna penyusunan perencanaan usaha yang baik dengan menggunakan salah satu metode SWOT diantara berbagai metode yang ada, yaitu Matrik SWOT yang merupakan rangkuman dari berbagai metode. Matrik SWOT juga dapat dimanfaatkan dalam mencapai peluang usaha.

Tabel 3.1
Matrik SWOT

Internal / **Eksternal**	***Strenghts* (Kekuatan) S**	***Weaknesses* (Kelemahan) W**
***Opportunities* (Peluang) O**	**S-O** Mengoptimalkan kemampuan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang.	**W-0** Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang.
***Threats* (Ancaman)** **T**	**S-T** Mengoptimalkan kekuatan yang ada dalam rangka meminimalkan ancaman dari luar.	**W-T** Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka meminimalkan ancaman dari luar.

Sumber : Freddy Rangkuti 2000 : 31

[6]Freddy, Rangkuti, *analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000)hlm.31.

a) Strategi S-O

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kegiatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b) Strategi S-T

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

c) Strategi W-O

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d) Strategi W-T

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimilkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Home Industri

1. Sejarah Home Industri

Home industri pabrik roti Rahmi Bakery berdiri pada tahun 2005, yang didirikan oleh sepasang suami istri yaitu Bapak Katik dan Ibuk Yulidar. Home industri ini dilatar belakangi ketidaksengajaan ketika bapak katik pergi merantau kesuatu kota yaitu kota Jakarta. Awalnya bapak dan ibuk pemilik usaha *home industri* ini hanya bekerja sebagai tukang jahit dengan penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari saja.[1]

Suatu ketika pemilik usaha mengunjungi keluarganya yang ada di Jakarta, setelah beberapa hari di Jakarta pemilik usaha bertemu dengan sesorang dan berkenalan, dan mereka menjalin hubungan silaturahmi. Setelah beberapa lama kenal akhirnya pemilik usaha *home industri* ini diperkenankan untuk berkunjung kerumah temannya tersebut yang mana teman dari pemilik usaha *home industri* ini ternyata mempunyai usaha yang sedang ia jalani sekarang ini yaitu membuat produksi kue. Yang mana menurut pemilik *home industri* ini kue yang dibuat oleh temannya itu memiliki rasa yang enak dan memiliki tekstur rasa yang lembut.

[1]Wawancara pribadi dengan Bapak Katik, Pemilik Usaha *Home Industri*, 20 Juli 2018, pukul 10.30 WIB

Kemudian pemilik usaha berinisiatif untuk menanyai resep dan cara pembuatan dari kue yang diproduksi oleh temannya tersebut. Lalu temannya dengan senang hati mengajari pemilik usaha tersebut.[2]

Namun setelah teman dari pemilik usaha tersebut memberi tahu dan mengajari bagaimana proses pembuatan dari roti tersebut. Terbesitlah oleh pemilik usaha*home industri* sebuah pertanyaan, yaitu kanapa dengan rasa roti yang lezat dan harga yang terjangkau ini usaha yang didirikan temannya tidak terlalu berkembang. Ternyata dalam usahanya bapak tersebut kurang memiliki keahlian dibidang promosi sehingga produk yang di jual tidak terlalu dikenal oleh masyarakat luas dan juga minimnya modal untuk memproduksi dalam skala banyak agar dapat didistribusikan ditoko-toko besar yang ada di Jakarta.

Setelah pemilik usaha tersbut kembali pulang ke kampung, timbulah ide untuk membuka usaha roti dikampung tersebut dan membicarakn kepada istrinya perihal idenya yang akan membuka usaha roti. Istri pun menyetujui ide suaminya tersebut dan menyokong kuat keinginan suaminya tersebut. Namun pada saat itu pasangan suami istri tersebut terkendala dengan modal, lalu pemilik usaha membicarakan hal tersebut kepada orang tuanya dan orang tua pemlik usaha menyetujui dan juga akan memodali usaha mereka yaitu denganmodal awal sebesar Rp.

[2]Wawancara pribadi dengan Bapak Katik, Pemilik Usaha *Home Industri*, 20 Juli 2018, pukul 10.30 WIB

5.000.000 bersama dengan modal bangunan pabrik yang luasnya 18 x 20 meter.

Home industri ini diberi nama Pabrik Roti Rahmi Bakery. Karena pemilik usaha tersebut mempunyai sepasang anak yaitu laki-laki dan perempuan, namun dalam pemberian nama pabrik sipemilik usaha lebih memilih nama anak perempuannya.

2. Struktur Organisasi Home industri Pabrik Roti Rahmi Bakery

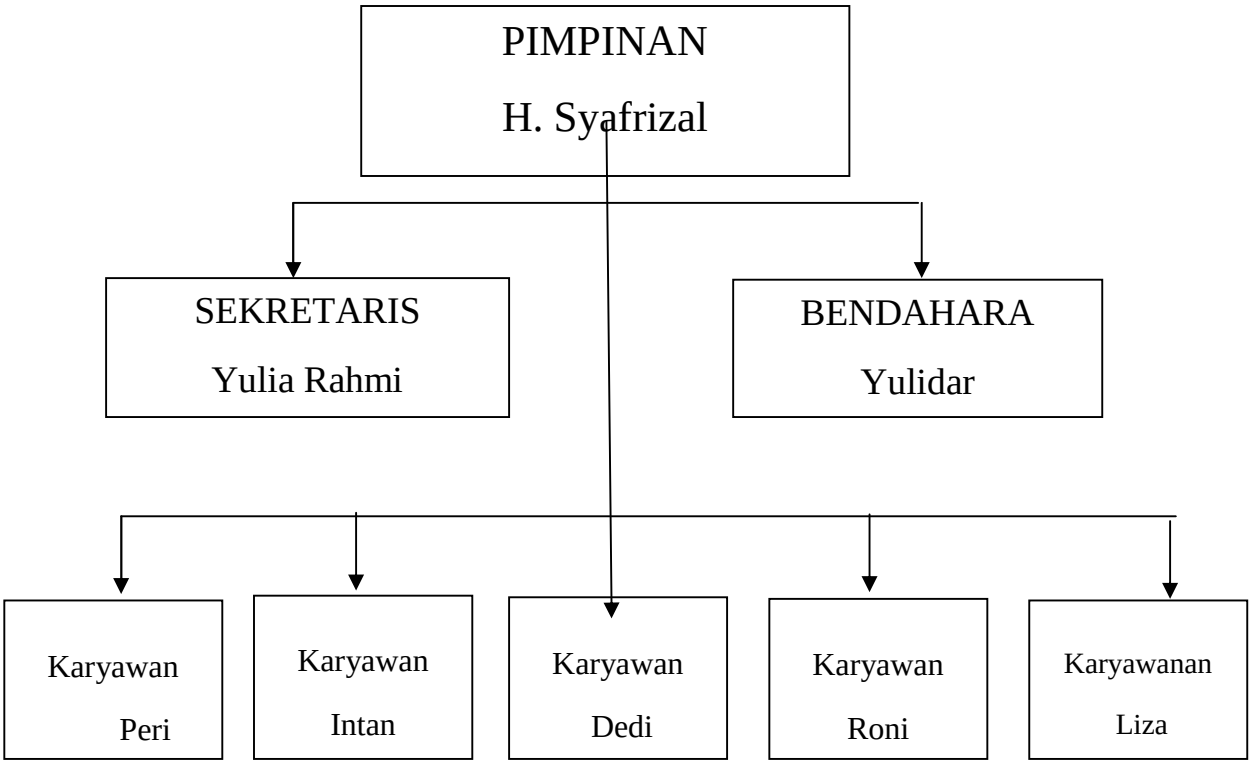
Struktur organisasi perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam melaksanakan organisasi yang baik, dapat membantu perusahaan mencapai tujuan yang efesien sesuai yang diterapkan. Pada sebuah usaha, pembuatan struktur organisasi usaha bukan hanya sekedar menggambarkan deskripsi terhadap wewenang dan tugas karyawan dalam sebuah organisasi tapi juga memberikan gambaran yang jelas terhadap masing-masing tanggung jawab, kedudukan dan kejelasan tugas. Selain itu iklim organisasi merupakan proses organisasi yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal dan eksternal. Organisasi adalah sebuah unit social yang dikoordinasikan secara sadar, tediri atas dua orang atau lebih dan yang relative terus menerus guna mencapai satu tujuan bersama.[3] Struktur organisasi yang dipakai oleh *home industri* pabrik roti Rahmi Bakery adalah sruktur organisasi sederhana. Organisasi sederhana adalah suatu bentuk organisasi yang menghubungkan langsung

[3]Noor Juliansyah, *Penelitian Ilmu Manajemen*, (Jakarta: 2013)hlm134.

secara vertikal antara atasan dengan bawahan, mulai dari pimpinan tertinggi sampai dengan jabatan-jabatan yang terendah, antara bagian yang lain masing-masing dihubungkan dengan garis wewenang atau komando.

Tapi tidak dengan struktur organisasi di *home industri* pabrik roti Rahmi Bakery ini. Pencatatan dan pengelolaan keuangan diatur oleh keluarga, dan yang melakukan pengerjaan untuk membuat produk barulah pemilik usaha menggunakan karyawan.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pabrik Roti Rahmi Bakery



Dari gambar 4.1 di atas, dapat dijelaskan bahwa Usaha Pabrik Roti Rahmi Bakery memiliki seorang pimpinan sekaligus juga pemilik dari usaha tersebut. Setelah pimpinan terdapat bagian sekretaris dan bendahara yang mana itu juga di pegang sendiri oleh istri dan anak dari pemilik usaha tersebut. Dan juga dapat dilihat bahwa *home industri* ini memiliki beberapa karyawan yang mana dapat dilihat dari tabel diatas.

Tabel 4.2
Jumlah Karyawan Home Industri Jorong II Bancah Taleh

No	Tahun	JumlahKaryawan
1	2013	25 orang
2	2014	27 orang
3	2015	31 orang
4	2016	29 orang
5	2017	23 orang

Sumber: Home IndustriRahmi Bakery BancahTaleh[4]

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat jumlah karyawan pada *Home Industri* Rahmi Bakery setiap tahunnya yaitu pada tahun 2013 sampai 2015 mengalami peningkatan sedangkan pada tahun 2016 dan 2017 mengalami penurunan. Penurunan tingkat karyawan bukan karena adanya masalah atau kendala di *home indutri* tersebut melainkan karna alat-alat yang digunakan sudah mulai canggih dan tidak membutuhkan banyak tenaga. Juga dalam pemasarannya *home industri* ini sudah tidak terlalu fokus memasarkan langsung kewarung-warung kecil dan toko, melainkan pemilik toko yang langsung menjemput barang kepabrik

[4]Wawancara pribadi dengan Bapak Katik, Pemilik Usaha *Home Industri*, 20 Juli 2018, pukul 10.30 WIB

tersebut karna pembelian dilakukan berskala banyak. Pengurangan karyawan ini tidak berdampak pada pendapatan pabrik tersebut.[5]

3. Perkembangan Penjualan di Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery.

Adapun perkembangan penjualan *home industri* pabrik roti Rahmi Bakery dari tahun ke tahun dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Perkembagan Penjualan Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery Periode 2013-2017

Tahun	Penjualan	keuntungan
2013	Rp. 82.500.000	-
2014	Rp. 89.300.000	Rp. 6.800.000
2015	Rp. 85.600.000	(Rp. 3.700.000)
2016	Rp. 89.700.000	Rp. 4.100.000
2017	Rp. 110.000.000	Rp. 20.300.000

Sumber: Pemilik Home Industri Rahmi Bakery

Dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat perkembangan penjualan *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery mengalami siklus penjualan naik turun. Dimana pada tahun 2013 *home industri* pabrik roti rahmi bakery dapat melakukan penjualan sebesar Rp. 82.500.000. Pada tahun 2014 melakukan penjualan sebesar Rp. 89.300.000 dan mengalami kenaikan. Tahun 2015 *home industri* pabrik roti Rahmi Bakery melakukan penjualan sebesar Rp. 85.600.000, dan dapat *home industri* rahmi bakery mengalami penurunan penjualan. Sedangkan pada tahun 2016 mengalami

[5]Wawancara pribadi dengan Bapak Katik, Pemilik Usaha *Home Industri*, 20 Juli 2018, pukul 10.30 WIB

kenaikan kembali yaitu penjualan sebesar Rp. 89.700.000 dan terus meningkat hingga tahun 2017 sebesar Rp. 110.000.000.

4. Proses Pembuatan Roti Rahmi Bakery.

Langkah-langkah dalam pembuatan *home industri* pabrik roti rahmi bakery di Jorong II Bancah Taleh adalah sebagai berikut:[6]

a. Penyiapan Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan adalah tepung, margarine, gula pasir, telur ayam bras, susu bubuk, ragi, garam, air dan pengembang kue.

b. Proses Pengadukan

1. Siapkan bahan-bahannya. Campur terigu, ragi dan gula, aduk rata. Masukan cairan sedikit demi sedikit lalau aduk hingga merata.
2. Selanjutnya masukan margarine dan aduk kembali hingga rata.

c. Proses Pencetakan

Setelah diaduk rata cetak roti dengan ukuran yang diinginkan.Diamkan selama 45 menit hingga adonan mengembang menjadi 2x lipat.

d. Proses Pemanggangan

Setelah mengembang panggang roti dengan oven. Panggang dengan api sedang selama 30 menit.

[6]Wawancara pribadi dengan Peri, Karyawan Pengolahan Bahan Baku di *Home Industri* Rahmi Bakery, (jorong II. Bancah taleh), 20 juli 2017.

e. Proses Penggorengan

Setelah dicetak lalu digoreng dengan minyak yang sudah dipanaskan. Panas minyak untuk menggoreng roti harus diperhatikan, sebab jika minyak terlalu panas maka roti akan hangus dan terasa pahit, dan jika minyak goreng kurang panas maka roti tidak mengembang dan tidak matang secara sempurna. Pada proses penggorengan inilah kunci utama untuk menciptakan hasil produk yang berkualitas. Sebab, asumsi dasar dari konsep produk adalah konsumen akan menyukai produk berkualitas tinggi dengan penampilan dan ciri-ciri tarbaik.

f. Proses Pengemasan

Kemasan yang digunakan untuk mengemas roti ini adalah dengan plastik, dimana roti dimasukan satu roti per plastik secara rapi dan kemudian di stapler.[7]

Peri mengatakan:

"*bahan baku yang digunakan ialah tepung terigu, margarine, gula pasir, telur ayam, susu bubuk, ragi, garam, air dan pengembang. Setelah bahan baku disiapkan campurkan terigu, ragi dan gula aduk sampai merata dab selanjutnya campurkan lagi margarine dan aduk kembali. Setelah selasai pengadukan, adonantersebut dicetak sesuai dengan satyandar yang ditetapkan oleh peusahaan. Setelah dicetak lalu diamkan selama 45 menit hingga adonan tersebut menembang 2x dari sebelumnya dengan sendirinya. Setelah mengembang ada dua cara yang dilakukan yaitu pemanggangan dengan oven dan penggorengan. Setelah proses pemanggangan dan penggorengan selesai roti siap untuk masuk ke proses pengemasan"*.[8]

[7]Wawancara pribadi dengan Peri, Karyawan Pengolahan Bahan Baku di *Home Industri* Rahmi Bakery, (jorong II. Bancah taleh), 20 juli 2017.

[8]Wawancara pribadi dengan Peri, Karyawan Pengolahan Bahan Baku di *Home Industri* Rahmi Bakery, (jorong II. Bancah taleh), 20 juli 2017.

Dari mulai pemanggangan hingga pengemasan dilakukan secara manual, kecuali pengadukan bahan baku yaitu menggunakan mesin.

5. Kendala yang dihadapi dalam pengembangan Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery.

Home industri pabrik roti rahmi bakery ini berada pada tahap perkembangan, dimana *home industri* ini memiliki beberapa kendala. Adapun kendala yang dihadapi *home industri* ini antaranya :

a. Belum adanya Surat Izin dari Dinas Kesehatan (DEPKES)

Home industri roti rahmi bakery ini belum memiliki surat izin dari dinas kesehatan (DEPKES). Hal ini menjadi kendala dalam *home industri* pabrik roti rahmi bakery dalam pembelian oleh konsumen. Meskipun Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) sudah ada, namun surat izin DEPKES tetaplah penting dimiliki mengingat *home industri* ini adalah produk makanan. Sebagaimana Bapak Katik mengatakan:

> *"Usaha Bapak Katik tidak memiliki izin DEPKES karena proses pengerusannya lama dan terlalu ribet. Sebab Bapak Katik yakin dengan usahanya itu bahwa dari segi bahan baku sampai penegamasan dilakukan dengan baik dan dengan bahan-bahan yang berkualitas lagi baik juga".* [9]

---

[9]Wawancara pribadi dengan Pak Katik, Pemilik Usaha*home Industr*i Rahmi Bakery,(jorong II. Bancah taleh), 20 juli 2018.

b. Belum adanya pencatatan

Home industri rahmi bakery ini belum melaksanakan pencatan dengan baik dan terinci. Walau usaha yang dijalankan itu meningkat terus menerus yang namanya pencatatan yang rinci juga sangat diperlukan. Agar lebih mengetahui barapa kenaikan dari keuntungan usaha *home industri* tersebut.

c. Harga bahan baku

Bahan baku utama roti ini adalah tepung. Dalam mendapatkan bahan baku tidak terlalu sulit, namun yang menjadi kendalanya adalah harga bahan baku yang terlalu tinggi. Karena murah atau mahalnya harga bahan baku tersebut, pemilik usaha tetap menjual dengan harga yang di standarkan dari pabrik.

d. Teknologi

Teknologi merupakan salah satu kendala yang dihadapi dalam *home industri* roti rahmi bakery. Teknologi yang digunakan sangat minim yaitu untuk pengadukan bahan baku dengan menggunakan mesin untuk skala kecil, sehingga proses pengadona menjadi lama.

6. Tantangan Usaha

Tantangan yang dihadapi pabrik roti rahmi bakery adalah bagaimana *home industri* rahmi bakery ini dapat bertahan dari pesaing-pesaing sebelumnya (*home industri* roti lainnya). Sehingga roti rahmi bakery harus berusaha mempertahankan kelangsungan hidup usaha kedepannya. Selain itu yang menjadi perhatian besar bagi industri

makanan adalah mengenai pemasaran. Pemasaran produk harus ditingkatkan dengan kemasan yan menarik dan terteranya izin DEPKES sehingga dapat di distribusikan ke berbagai wilayah.[10]

B. Strategi Pengembangan Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery di Jorong II Bancah Taleh.

1. Analisis SWOT

Dalam mengembangkan suatu usaha dapat dilakukan dengan menggunakan strategi salah satunya dengan menggunakan analisis SWOT. Pendekatan ini berusaha untuk mengembangkan kekuatan-kekuatan internal dalam suatu usaha dengan kesempatan-kesempatan dan ancaman-ancaman yang ada pada lingkungan eksternal. Pendekatan ini mengusulkan bahwa masalah-masalah utama yang dihadapi oleh suatu usaha dapat diisolasi melalui analisis yang diteliti dari setiap unsur tersebut. Strategi-strategi kemudian diformulasi untuk memusatkan parhatian pada masalah-masalah tersebut.[11]

Analisis SWOT digunakan penulis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength)* dan peluang *(opportunities),* namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(weaknesses)* dan ancaman *(threats)* yang terdapat disekitar *home industri* pabrik roti rahmi bakery.

---

[10]Wawancara pribadi dengan Pak Katik, Pemilik Usaha*home Industr*i Rahmi Bakery,(jorong II. Bancah taleh), 20 juli 2018.

[11]Amin Widjaja Tungga, *Manajemen Suatu Pengantar*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993)hlm.168.

Tabel 4.4
Analisis SWOT pada Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery

***Strengths* (kekuatan)**	***Weaknesses* (kelemahan)**
1. Harga produk yang terjangkau. 2. Memiliki keunggulan (cita rasa). 3. Memiliki pelanggan yang tetap 4. Penjulan laris dilingkungan sekitar.	1. Tidak menggunakan jasa promosi atau iklan. 2. Kemasan produk kurang menarik. 3. Minimnya teknologi. 4. Keterbatasan modal 5. Izin DEPKES 6. Belum adanya pembukuan
***Opportunities* (peluang)**	***Threats* (Ancaman)**
1. Dukungan dan kepercayaan masyarakat. 2. Ketersediaan bahan baku dan wilayah pendistribusian. 3. Permintaan pasar yang tinggi tehadap suatu produk. 4. Wilayah pemasaran luas	1. Mempertahankan pelanggan. 2. Teknologi yang selalu berkembang. 3. Kondisi perekonomian.

Sumber: penelitian lapangan 20 juli 2018.

2. Matrik IFASdan EFAS

a. Matrik IFAS

Analisis ini dilakukan terhadap lingkungan internal yaitu variabel-variabel yang merupakan faktor-faktor kunci yang dikuasai oleh perusahaan. Setelah dilakukan penelitian pada *home industri* rahmi bakery di jorong II bancah taleh, ditemukan berbagai faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki

home industri rahmi bakery dalam mengembangkan usaha. Adapun faktor-faktor internal tersebut antara lain:[12]

1) Faktor kekuatan

Faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha pasaran yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan. Faktor yang menjadi kekuatan oleh *home industri* rahmi bakery dalam mengambangkan usahanya. Sebagaimana Intan Mengatakan:

> *"Usaha ini dapat bertahan karena produk yang dijual dapat mudah diterima oleh masyarakat dalam daerah dan juga luar daerah. Dikarenakan harga perbungkusnya yang terjangkau, dan juga dari segi varian rasa yang juga setiap tahunnya mengalami perubahan atau bertambah banyak rasa".*

a) Harga produk yang terjangkau

Home industri roti rahmi bakery ini harga produk yang dihasilkan terjangkau oleh masyarakat, harga satu bungkus hanya berkisar Rp. 1000 –Rp. 2000.

b) Memiliki keunggulan produk (cita rasa)

Home industi roti rahmi bakery ini memiliki rasa yang lembut, dan enak. Karena dalam hal kualitas *home industri*

[12]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009),hlm.21.

roti rahmi bakery ini memprioritaskan cita rasa atau kualitas produk serta *home industri* roti rahmi bakery ini tidak menggunakan bahan pengawet makanan.[13]

c) Memiliki pelanggan yang tetap

Home industri roti rahmi bakery memiliki pelanggan yang tetap, orang yang sudah mencoba dan mengetahui bahwa roti rahmi bakery ini memiliki cita rasa maka ia akan menjadi pelanggan tetap, dan pada saat sekarang ini *home industri* roti rahmi bakery sudah banyak memiliki pelanggan tetap.

d) Penjualan laris dilingkungan sekitar dan diluar daerah

Penjualan *home industri* roti rahmi bakery banyak dijual di warung-warung lingkungan sekitar dan toko-toko atau mini market yang ada disekitar daerah produksi.

2) Faktor kelemahan

Kelemahan merupakan faktor dari dalam perusahaan yang menghambat perkembangan usaha. Beberapa kelemahan yang dapat dilihat dari *home industri* roti rahmi bakery dalam pengembangan usahanya. Sebagaimana Intan mengatakan:

"kelemahan dari home industri Rahmi Bakery ini yaitu tidak adanya promosi dalam bentuk iklan, seperti : promosi via radio, surat kabar, atau papan iklan. Sehingga pelanggan hanya mengetahui tentang usaha ini dari mulut kemulut saja. Dilihat dari segi kemasan juga dapat dilihat bahwa kemasan yang

[13]Wawancara pribadi dengan Intan, bagian varian roti dan pengemasan di *Home Industri* Rahmi Bakery, 20 Juli 2018, Pukul 10.30 WIB.

digunakan kurang menarik karena hanya menggunakan plastik bening polos tanpa ada tulisan atau gambar yang menarik".[14]

a) Tidak menggunakan jasa promosi dan iklan.

Dalam pengembangan dan pemasaran *home industri* roti rahmi bakery ini belum menggunakan jasa promosi atau iklan, sehingga produk yang dihasilkan oleh *home industri* roti rahmi bakery kurang dikenal

b) Kemasan produk yang kurang menarik.

Kemasan produk roti rahmi bakery masih sederhana dan kurang menarik, sehingga pembeli atau konsumen kurang tertarik dalam hal memandang.

c) Minimnya Teknologi

Peralatan yang digunakan dalam memproduksi roti rahmi bakery ini sangat minim hanya mesin untuk mengolah bahan baku saja dan itupun mesin untuk memproduksi dalam skala kecil. Sedangkan dalam pengisian toping dan varian rasa masih menggunakan alat tradisional semacam sendok.

d) Keterbatasan Modal

Modal juga menjadi salah satu kendala yang membuat *home industri* roti rahmi bakery memiliki kelemahan. Disebabkan karena pemilik usaha enggan meminjam ke Bank karena memikirkan

[14]Wawancara pribadi dengan Intan, bagian varian roti dan pengemasan di *Home Industri* Rahmi Bakery, 20 Juli 2018, Pukul 10.30 WIB.

maslahatnya. Sehingga *home industri* Rahmi Bakery ini belum berkembang dengan pesat. Sebagaimana Bapak Katik mengatakan :

"Dalam menjalankan usahanya, pak Katik tidak menggunakan jasa bank. Karena menurut pak Katik meminjam dana di Bank hanya akan mendapatkan kemudaratan saja". [15]

Tabel 4.5
Hasil matrik IFAS home industri pabrik roti rahmi bakery

No	Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Nilai
Kekuatan *(Strengths)*				
1	Harga produk yang terjangkau	0.15	4	0.60
2	Memiliki keunggulan produk (cita rasa)	0.15	4	0.60
3	Memiliki perlengkapan tetap	0.15	4	0.60
4	Penjualan laris dilingkungan sekitar	0.10	3	0.60
	Jumlah	**0.55**		**2.10**
Kelemahan *(Weaknesses)*				
1	Tidak mempunyai jasa promosi atau iklan	0.10	3	0.30
2	Kemasan produk kurang menarik	0.15	4	0.60
3	Belum menggunakan teknologi	0.10	3	0.30
4	Keterbatasan modal	0.10	4	0.40
	Jumlah	**0.45**		**1.60**
	Total	**1.00**		**3.70**

Sumber : penelitian lapangan 20 juli 2018

Pemberian bobot yaitu 0.01 (sangat rendah), 0.05 (rendah), 0.10 (sedang), 0.15 (tingi). Jumlah seluruh bobot baik pada masing-masing bagian internal dan eksternal harus berjumlah 1.00 atau 100 persen. Dalam menentukan peringkat diberikan poin sebagai berikut

[15]Wawancara pribadi dengan Pak Katik, Pemilik Usaha*home Industr*i Rahmi Bakery,(jorong II. Bancah taleh), 20 juli 2018.

: 4 (sangat penting), 3 (penting), 2 (cukup penting), dan 1 (tidak penting). Secara keseluruhan nilai merupakan hasil perkalian bobot dengan peringkat yang akan memberikan besaran jumlah total pada ke empat faktor baik kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang.[16]

Berdasarkan hasil analisis matrik IFAS pada tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa pada sisi internal ini jumlah nilai dari masing-masingelemen kekuatan adalah 2.10 dan kelemahan 1.60 dengan total nilai 3.70. Hal ini menunjukan bahwa saat ini *home industri* pabrik roti rahmi bakery cukup unggul dalam menggunakan kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang ada. Dimana unggul dalam segi harga produk yang tejangkau, memiliki keunggulan dalam produk seperti cita rasa, memiliki perlengkapan tetap dan penjualan laris dilingkungan sekitar.[17]

b. Matrik EFAS

Lingkungan eksternal perusahaan merupakan faktor diluar kendali perusahaan yang dapat memberikan pada kinerja usaha. Keberhasilan suatu usaha terletak pada kemampuannya menghadapi dan berdaptasi dalam lingkungan yang selalu berubah, hal ini menentukan bagaimana cara serta kapan saat yang tepat untuk bertahan dan berkembang.

---

[16]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009),hlm22.

[17]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009),hlm22.

1) Faktor Peluang *(Opportunities)*

Peluang merupakan salah satu komposisi dalam perkembangan kearah lebih baik, dimana peluang adalah situasi penting yang berada diluar lingkungan perusahaan yang jika dimanfaatkan dengan baik dapat memberikan keuntungan bagi pengembangan pemasaran *home industri* rahmi bakery, diantaranya peluang yang terdapat pada *home industri* roti rahmi bakery antara lain :

a) Dukungan dan kepercayaan masyarakat

Masyarakat adalah faktor terpenting dalam mengembangkan usaha, karena kalau usaha yang kita jalankan mempunyai image positif atau memiliki citra yang positif di mata masyarakat maka hal ini akan menjadi sarana bagi perkembangan usaha agar berjalan positif pula dengan adanya dukungan dan kepercayaan dari masyarakat. *Home industri* pabrik roti rahmi bakery akan dampak bagi perekonomian masyarakat.

b) Permintaan pasar tinggi

Kualitas produk *home industri* rahmi bakery telah dibuktikan sendiri oleh masyarakat, sehingga permintaan pasar tinggi akan produk tersebut.[18]

[18]Wawancara pribadi dengan Pak Katik, Pemilik Usaha*home Industr*i Rahmi Bakery,(jorong II. Bancah taleh), 20 juli 2018.

c) Wilayah pemasaran luas

Wilayah pemasaran *home industri* pabrik roti rahmi bakery ini tidak hanya di Kabupaten Agam saja, namun juga sudah memasuki daerah lain seperti pasaman barat dan pasaman timur. Luasnya wilayah pemasaran menjadi salah satu peluang bagi *home industri* pabrik roti rahmi bakery untuk mengembangkan usahanya.

2) Faktor Ancaman *(Threats)*

Ancaman merupakan situasi yang datang dari luar perusahaan dan tidak menguntungkan bagi pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Adapun ancaman bagi perkembangan *home industri* pabrik roti rahmi bakery antara lain :

a) Tingkat persaingan meningkat

Kegiatan ekonomi dan bisnis tak luput dari sebuah persaingan, mengingat kegiatan ini dilakukan oleh banyak pihak untuk menunjang kelangsungan hidupnya. Oleh karena itu hukun yang mengatur persaingan usaha dalam kegiatan ekonomi dan bisnis sangat diperlukan semua pihak supaya tidak ada pihak-pihak yang dirugikan. Persaingan yang terjadi pada *home industri* pabrik roti rahmi bakery ini dengan pengusaha roti lainnya adalah dari segi produk yang diciptakan oleh masing-masing pengusaha, dan sampai saat

ini meskipun banyak pengusaha lain yanag mencoba menyaingi *home industri* rahmi bakery ini akan tetapi usaha ini masih mampu bertahan di dunia perdagangan dengan kualitas produk yang terjamin.[19]

b) Berdirinya *home industri* pabrik roti rahmi bakery di daerah lain

Dengan adanya *home industri* serupa maka ini merupakan suatu ancaman bagi *home industri* rahmi bakery dalam pengembangan usaha, sebab dapat mengakibatkan terjadinya penurunan permintaan (penjualan) apabila *home industri* pabrik roti rahmi bakery tidak memiliki strategi untuk lebih maju.

c) Teknologi yang berkembang

Perkembangan zaman semakin hari semakin mencengangkan. Dengan semakin majunya teknologi tidak menutup kemungkinan melahirkan perusahaan baru dengan penggunaaan teknologi modern dan dapat mempercepat produksi. Hal tersebut menjadi ancaman yang besar bagi *home industri* pabrik roti rahmi bakery dalam melakukan pengembangan usaha.[20]

[19]Wawancara pribadi dengan Pak Katik, Pemilik Usaha *home Industr*i Rahmi Bakery,(jorong II. Bancah taleh), 20 juli 2018.

[20]Wawancara pribadi dengan Pak Katik, Pemilik Usaha*home Industr*i Rahmi Bakery,(jorong II. Bancah taleh), 20 juli 2018.

d) Kondisi perekonomian

Kondisi perekonomian mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Faktor ekonomi suatu negara mencerminkan pada strategi dan langkah perusahaan, kesehatan perusahaan turut mempengaruhi kesehatan Negara. Hal ini berarti antara negara dengan perusahaan terjalin hubungan yang saling bersinergi. Salah satunya kenaikan minyak dunia di pasar Internasional mempengaruhi bahan baku produksi *home industri* pabrik roti rahmi bakery. Harga minyak yang menjulang berdampak pada proses produksi dan secara otomatis tentu akan berdampak pula terhadap daya beli masyarakat. Masyarakat akan memenuhi kebutuhan pokok yang lebih penting dibandingkan yang lainnya termasuk dalam membeli roti goreng rahmi bakery.

Tabel 4.6
Hasil Matrik EFAS Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery

No	Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai
Peluang *(Opportunities)*				
1	Dukungan dan kepercayaan masyarakat	0.15	3	0.45
2	Ketersediaan bahan baku dan wilayah pendistribusian	0.10	4	0.40
3	Permintaan pasar tinggi terhadap produk	0.10	3	0.30
4	Wilyah pemaaran luas	0.15	3	0.45
	Jumlah	**0.50**		**1.60**
Ancaman *(threats)*				
1	Tingkat persaingan meningkat	0.15	4	0.60
2	Berdirinya home industri pabrik roti di daerah lain	0.10	3	0.30
3	Teknologi yang selalu	0.15	4	0.60

	berkembang			
4	Kondisi perekonomian	0.10	3	0.30
	Jumlah	**0.50**		**1.80**
	Total	**1.00**		**3.40**

Sumber : Penelitian Lapangan 20 juli 2018[21]

Matrik EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal peusahaan. Berdasarkan hasil pada tabel 4.6 diatas dapat dilihat sisi eksternal peluang dengan nilai 1.60 dan ancaman 1.80. Maka hal ini menunjukan bahwa usaha *home industri* pabrik roti rahmi bakery belum mampu mengoptimalkan peluang untuk meminimalkan ancaman yang ada. dimana dengan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang dan juga kondisi perekonomian masyarakat.

c. Matrik SWOT

Setelah didefenisikan dan dianalisa serta ditentukan analisis bobot dari paringkat masing-masing faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan *home industri* pabrik roti rahmi bakery, maka semua faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT. [22]

Matrik SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi

[21]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009),hlm23.

[22]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009),hlm23.

perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal dan *home industri* pabrik roti rahmi bakery, maka dapat disusun suatu strategi berdasarkan matrik SWOT. Pendekatan matrik SWOT memberikan alternatif strategi yaitu strategi S-O, stategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T. Matrik SWOT tentang strategi pengembangan *home industri* pabrik roti rahmi bakery dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4.7
Matrik SWOT Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery

Faktor Internal / **Faktor Eksternal**	**S *(Strenghts)***	**W *(Weaknesses)***
	1. Harga produk yang terjangkau 2. Memiliki keunggulan produk (cita rasa) 3. Memiliki pelanggan tetap 4. Penjualan laris di lingkungan	1. Tidak menggunakan jasa promosi atau iklan 2. Kemasan produk kurang menarik 3. Belum menggunakan teknologi 4. Keterbatasan modal
O *(Opportunities)* 1. Dukungan dan kepercayaan masyarakat 2. Ketersediaan bahan baku dan wilayah pendistribusian 3. Permintaan pasar yang tinggi	**S-O** 1. Meningkatkan kualitas produk (SI-O2) 2. Menjalin hubungan baik dan menjaga kepercayaan pelanggan (S3-03) 3. Memberikan produk yang bermutu agar wilayah pemasaran semakin luas (S2-O4) 4. Pencitraan yang baik memicu penjualan yang laris dan baik	**W-O** 1. Meningkatkan kegiatan promosi sehingga permintaan paar meningkat (W1-O3) 2. Melakukan inivasi produk untuk menembus pasar yang lebih luas (W2-O4) 3. Menigkatkan

terhadap produk 4. Wilayah pemasaran	(S4-O1)	kualitas mengingat produk yang dihasilkan diterima masyarakat (W3-O1) 4. Melakukan pinjamn modal serta menambah dan membina jaringan (W4-O2)
T *(Threats)* 1. Tingkat persaingan meningkat 2. Teknologi yang selalu berkembang 3. Kondisi perekonomian	**S-T** 1. Menginovasi produk sesuai kebutuhan pasar (S1-T1) 2. Mempertahankankeunggulan produk(cita rasa) (S2-T2) 3. Harga produk yang terjangkausesuai dengan kondisi perekonomian (S1-T4) 4. Mempertahankan kualitas produk dan menjaga hubungan yang harmonis dengan pelanggan (S3-T3)	**W-T** 1. Melakukan penambhan modal sehingga kapsitas produksi meningkat untuk menghadapi pasaing (W4-T2) 2. Melakukan inovasi sehingga bisa menandingi produk dengan teknologi modern (W2-T3) 3. Meningkatkan kegiatan promosi untuk mencapai unggul dalam bersaing (W1-T1) 4. Menginovasi dan meningkatkan kualitas produk namun tetap memperhatikan kondisi

		perekonomian masyarakat (W3-T4)

Sumber : penelitian lapangan juli 2018[23]

Berdasarkan matrik SWOT pada tabel 4.7 diatas dapat dirumuskan beberapa alternatif srategi yang dapat dimanfaatkan oleh *home industri* pabrik roti rahi bakery, yaitu:

1) Strategi *Strenghts – Opportunities* (S-O)

Strategi dilakukan dengan menggunakan seluruh kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Dala pengembangan *home industri* pabrik roti rahmi bakery ada beberapa strategi S-O yang ditemukan sebagai berikut :

a) Meningkatkan kualitas produk

Kualitas suatu produk merupakan suatu hal yang paling penting dalam mengembangkan usaha, kualitas juga menjadi tolak ukur dalam mengembangkan usaha, terutama usaha *home industri* pabrik roti rahmi bakery. Konsumen dan masyarakat dalam memilih sesuatu untuk di konsumsi lebih memilih sesuatu yang berkualitas. Dengan produk yang berkualitas dan lokasi yang strategis akan mempermudah pengembangan usaha.

[23]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009),hlm24.

b) Menjalin hubungan baik dan menjaga kepercayaan pelanggan

Pelanggan atau konsumen merupakan tiang dari berhasilnya suatu usaha.Untuk mendapatkan pelanggan apalagi pelanggan tetap dibutuhkan waktu yang lama.Pelanggan berperan penting dalam pengembangan dan kesuksesan usaha.

c) Memberikan produk yang bermutu agar wilayah pemasaran semakin luas

Produk yang bermutu tinggi akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal tersebut dapat memicu berkembangnya usaha dan semakin luasnya wilayah pemasaran

d) Pencitraan yang baik memicu penjualan yang laris dan baik pula

Apabila produk sudah mendapatkan image yang positif dari masyarakat maka pengembangannyaakan berjalan dengan lancar.

2) Strategi *Weaknesses-Opportunities* (W-O)

Bertujuan untuk meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi tersebut adalah:

a) Meningkatkan kegiatan promosi sehingga permintaan pasar meningkat

Promosi merupakan suatu cara yang ampuh untuk mengenalkan produk kepada masyarakat luas sehingga permintaan akan produk akan meningkat seiring dengan beredarnya produk.

b) Melakukan inovasi produk untuk menembus pasar yang lebih luas

Menginovasi produk adalah salah satu cara yang akan membantu perkembangan usaha *home industri* pabrik roti rahmi bakery di pasaran.

c) Meningkatkan kualitas mengingat produk yang dihasilkan diterima masyarakat.

Menciptakan produk yang berkualitas untuk mendapatkan tempat dihati konsumen.

d) Melakukan pinjaman modal serta menambah dan membina jaringan

Pinjaman akan menambah dan memperbesar modal. Modal yang cukup akan mempermudah produksi. Selain itu jaringan merupakan hal yang sangat penting dalam mengembangkan usaha. Dengan adanya jaringan maka usaha akan mudah dikenal orang lain.

3) Strategi *Strenght – Threath* (S-T)

Ini adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dengan menghadiri ancamana. Dalam hal ini beberapa S-T yang dapat diterapkan adalah sebagai berikut :

a) Menginovasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar

Produk yang diciptakan berinovasi dan tidak monoton agar konsumen mendapatkan kepuasan.

b) Mempertahankan keunggulan produk (cita rasa)

Ini merupakan salah satu keunggulan yang tidak boleh hilang dalam suatu produksi makanan, karena tiap makanan mempunyai cita rasa tersendiri.

c) Harga produk yang terjangkau sesuai dengan kondisi perekonomian

Dengan harga yang relatif murah maka permintaan pun akan naik, hal ini sesuai dengan hukum permintaan “Apabila harga turun maka permintaan akan meningkat”. Selain itu juga harus mempertimbangkan kondisi perekonomian masyarakat.

d) Mempertahankan kualitas produk dan menjaga hubungan yang harmonis dengan pelanggan

Produk yang berkualitas adalah kunci utama dalam sebuah usaha untuk melangkah ke jenjang lebih tinggi. Kualitas produk adalah hal yang paling penting dalam

memuaskan konsumen agar terciptanya hubungan yang harmonis dengan pelanggan.

4) Strategi *Weaknesses – Threats* (W-T)

Teknik pertahanan yang diarahkan pada pengurangan kelemahan dan menghindari ancaman. Strategi yang dapat dilakukan adalah :

a) Melakukan penambahan modal sehingga kapasitas produksi meningkat untuk menghadapi pesaing.

Modal yang cukup mampu menciptakan produk dalam skala besar, hal ini dapat dilakukan untuk menghadapi strategi bersaing .

b) Melakukan inovasi sehingga bisa menandingi produk dengan teknologi modern

Produk yang dihasilkan secara manual harus memiliki kulaitas tinggi dan inovasi agar tetap eksis dalam dunia perdagangan terlebih lagi zaman modern ini yang mana semua diciptakan dengan teknologi.

c) Meningkatkan kegiatan promosi untuk mencapai unggul dalam bersaing.

Promosi harus dilakukan secara maksimal dan tepat agar produk dikenal dan mendapatkan tempat dipasaran.

d) Meningkatkan kualitas dan menginovasi produk namun tetap memperhatikan kondisi perekonomian masyarakat.

Produk yang berkualitas harus tetap mempertimbangkan kondisi perekonomian demi lancarnya kegiatan produksi.

d. Tabel Bobot Skor Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery

Setelah melalui beberapa tahapan yaitu : indikasi faktor internal dan eksternal, pembuatan matrik IFAS dan EFAS, serta matrik SWOT maka dapat ditentukan strategi pengembangan home industri pabrik roti rahmi bakery yang dapat dilihat dari perhitungan jumlah total skor masing-masing strategi.[24]

Dimana strategi dengan skor tertinggi akan dipakai oleh perusahaan dalam membuat kajian dan keputusan yang mempengaruhi peforma *home industri* pabrik roti rahmi bakery, seperti yang diuraikan pada tabel :

Tabel 4.8
Tabel Bobot Skor Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery

Internal / **Eksternal**	***Strenghts* (Kekuatan)**	***Weaknesses* (Kelemahan)**
***Opportunities* (Peluang)**	**Strategi S-O** Total skor 2.10 + 1.60 = **3.70**	**Strategi W-O** Total skor 1.60 + 1.60 = **3.20**
***Threats*(Ancaman)**	**Strategi S-T** Total skor 2.10 + 1.80 = **3.90**	**Strategi W-T** Total skor 1.60 + 1.80 = **3.40**

Sumber : Data diolah juli 2018

[24]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009),hlm26.

Berdasarkan tabel 4.8 bobot skor diatas, dilakukan pengamatan dan pertimbangan semua faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan *home industri* pabrik roti rahmi bakery, maka dapat dilihat bahwa strategi S-T memiliki skor tertinggi yaitu 3.90 dibandingkan dengan strategi lainnya. Yaitu perusahan *home industri* rahmi bakery harus mampu untuk mengatasi ancaman yang ada, perusahaan juga harus memanfaatkan dan mengoptimalkan kekuatan yang ada, yaitu :

1. Menginovasi produk sesuai kebutuhan pasar.
2. Mempertahankan keunggulan produk (cita rasa).
3. Harga produk yang terjangkau (harga sesuai dengan kondisi perekonomian)
4. Mempertahankan kualitas produk dan menjaga hubungan yang harmonis dengan pelanggan.

e. Strategi yang Dilaksanakan Home Industri Pabrik Roti Rahmi Bakery

Strategi yang dilaksanakan oleh *home industri* pabfrik roti rahmi bakery adalah strategi S-T. Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh *home industri* pabrik roti rahmi bakery dengan meminimalisir ancaman yang ada. Strategi yang akan dilakukan oleh perusahaan adalah :

1. Menginovasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar

   Terkait dengan strategi ini, melakukan inovasi terhadap produk merupakan langkah yang tepat untuk *home industri* pabrik roti rahmi bakery, sebab tampilan produk yang monoton akan membosankan hingga minat konsumen menurun terhadap produk.

2. Mempertahankan keunggulan (cita rasa)

   Hal ini merupakan suatu pondasi dari suatu produk terutama produksi makanan. Cita rasa yang khas akan memberikan tempat tersendiri dihati masyarakat atau konsumen.

3. Harga produk yang terjangkau sesuai dengan kondisi perekonomian

   Strategi ini merupakan salah satu hal penting yang harus ada dalam suatu bidang produksi. Barang yang dihasilkan akan terbuang sia-sia jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi dan tidak laku dipasar. Roti rahmi bakery terjangkau, dimana satu bungkus berisikan 1 buah dengan harga Rp. 1000 dan ada yang Rp. 2000 per bungkusnya. Harga ynag ditawarkan ini relatif murah dan sesuai dengan perekonomian masyarakat.

4. Mempertahankan kualitas dan menjaga hubungan yang harmonis dengan pelanggan

   Pelanggan merupaka asset terpenting dalam suatu produksi. Tanpa adanya pelanggan produk yang dihasilkan tidak

bernilai. Menjaga hubungan yang harmonis dengan pelanggan harus dilakukan demi keberlangungan hidup perusahaan dan pengembangan usaha yang lebih luas.

f. Analisis Dampak Home Industri pada Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil penellitian yang penulis lakukan di *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery, maka penulis menemukan dampak yang terjadi dengan adanya *home industri* pabrik roti terhadap perekonomian masyarakat Jorong II Bancah Taleh yaitu mampu menyediakan lapangan bagi masyarakat sekitar terutama bagi pemuda dan pemudi yang menganggur karena tidak bisa mealnjutkan sekolah karena tidak mempunya biaya.

Sesuai dengan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam yang berkaitan erat dengan nilai-nilai pembangunan masyarakat yaitu mewujudkan kerjasama umat manusia menuju terciptanya masayarakat sejahtera lahir dan batin. Di dalam Al-Qur'an Allah telah menjelaskan bahwa dalam hidup bermasyarakat itu haruslah saling tolong menolong, seperti dalam surat Al-Maidah ayat 2 yaitu:

... وَتَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡبِرِّ وَٱلتَّقۡوَىٰۖ وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ

ٱلۡعِقَابِ ٢

Artinya:

…dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa setiap manusia haruslah memiliki sifat tolong menolong terutama dalam kebutuhan ekonomi yang mana semua orang membutuhkannya, seperti halnya tolong menolong dalam memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Yang dimaksud tolong menolong disini yaitu dalam melakukan hal baik yang di ridhoi Allah SWT, janganlah toong menolong dalam hal keburukan dan juga tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah keagamaan maupun sosial buadaya atau norma yang berlaku di dalam masyarakat.

Oleh karena itu islam sangat menganjurkan tolong menolong dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam menciptakan lapangan pekerjaan di sekitar masyarakat, maka sedikit banyak angkatan kerja yang membutuhkan pekerjaan dapat diserap dan bisa ikut berpastisipasi dalam aktivitas pekerjaannya. Sehingga dapat menciptakan sumber daya manusia yang lebih produktif lagi dan angka pengangguran dalam daerah tersebut akan berkurang karena telah tertolong dengan adanya lapangan pekerjaan di sekitar masyarakat.

Seperti yang terdapat di *home industri* pabrik roti Rahmi Bakery di Jorong II Bancah Taleh, bahwa salah satu dampak yang terjadi yaitu terciptanya lapangan pekerjaan. Dan dengan adanya lapangan pekerjaan ini maka banyak masyarakat sekitar ikut ikut bekerja di dalam *home industri* tersebut.

Dampak yang terjadi dalam perekonomian masyarakat selanjutnya yaitu dapat menambah penghasilan keluarga dan memenuhi kebutuhan hidup. Dalam pandangan Islam, masyarakat dapat dikatakan sejahtera apabila terpenuhi dua criteria yaitu : yang pertama terpenuhi kebutuhan pokok setiap individu seperti pangan, papan, sandang, pendidikan, dan kesehatan. Kedua terjaga dan terlindungnya agama, jiwa, akal dan harta. Allah menjadikan agama Islam sebagai agama yang sempurna. Syariatnya megatur seluruh aspek kehidupan, baik politik, ekonomi, hukum sosial maupun budaya.

Islam memang menganjurkan umatnya untuk giat bekerja mencari rezeki yang halal di jalan Allah. Allah sudah berjanji akan memberikan rezeki untuk semua makhluknya, akan tetapi itu tergantung dengan usaha yang dilakukan, siapa yang rajin berusaha maka ia akan mendapat rezeki dari Allah SWT. Dengan bertambahnya penghasilan masyarakat, baik itu bagi pemilik maupun pekerja di *home industri* pabrik roti Rahmi Bakery ini mampu mengurangi beban ekonomi masyarakatdalam mencapai

kesejahteraan yang dibutuhkan, tolong menolong dibidang ekonomi terhadap sesame dalam membangun perekonomian yang sesuai dengan kaidah agama dan norma yang berlaku di masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang penulis lakukan pada *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery maka dapat disimpulkan bahwa *home industri* pabrik roti rahmi bakery mampu menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk meminimalisir ancaman-ancaman dari luar, dimana strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh *home industri* pabrik roti rahmi bakery adalah strategi *Strenghts – Threats* (S-T) dengan total skor 3.90. Dimana perusahaan *home industri* harus mampu mengatasi ancaman yang ada, perusahaan harus memanfaatkan dan mengoptimalkan kekuatan yang ada. Strategi yang bisa digunakan oleh *home industri* pabrik roti Rahmi Bakery adalah strategi S-T yaitu :

1. Menginovasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar

   Terkait dengan strategi ini, melakukan inovasi terhadap produk merupakan langkah yang tepat untuk *home industri* pabrik roti rahmi bakery, sebab tampilan produk yang monoton akan membosankan hingga minat konsumen menurun terhadap produk.

2. Mempertahankan keunggulan (cita rasa)

   Hal ini merupakan suatu pondasi dari suatu produk terutama produksi makanan. Cita rasa yang khas akan memberikan tempat tersendiri dihati masyarakat atau konsumen.

3. Harga produk yang terjangkau sesuai dengan kondisi perekonomian

   Strategi ini merupakan salah satu hal penting yang harus ada dalam suatu bidang produksi. Barang yang dihasilkan akan terbuang sia-sia jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi dan tidak laku dipasar. Roti Rahmi Bakery terjangkau, dimana satu bungkus berisikan 1 buah dengan harga Rp. 1000 dan ada yang Rp. 2000 per bungkusnya. Harga yang ditawarkan ini relatif murah dan sesuai dengan perekonomian masyarakat.

4. Mempertahankan kualitas dan menjaga hubungan yang harmonis dengan pelanggan

   Pelanggan merupakan asset terpenting dalam suatu produksi. Tanpa adanya pelanggan produk yang dihasilkan tidak bernilai. Menjaga hubungan yang harmonis dengan pelanggan harus dilakukan demi keberlangungan hidup perusahaan dan pengembangan usaha yang lebih luas.

Didalam menjakankan usaha ini, pemilik pabrik *home industri* Rahmi Bakery ini juga memiliki kendala, yaitu:

1. Belum adaya Surat Izin dari Dinas Kesehatan (DEPKES)
2. Belum adanya pencatatan yang pasti
3. Harga bahan baku
4. Teknologi

Dampak yang ditimbulkan terhadap perekonomian masyarakat dengan adanya *home industri* pabrik roti Rahmi Bakery di Jorong II Bancah Taleh

yaitu, adanya lapangan pekerjaan yang diberikan *home industri* pabrik roti ini, sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yang mengajarkan manusia untuk saling tolong menolong (ta'awun).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam Pengembangan Usaha *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery. Maka peneliti memberikan saran dan masukan sebagai bahan pertimbangan dimasa yang akan datang, saran tersebut adalah :

1. Untuk saran akademis peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan metode lain, misalnya dengan metode angket agar dapat menggali lebih dalam tentang Analisis Strategi Pengembangan Usaha *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery.
2. Untuk saran praktis peneliti menyarankan bagi *Home Industri* Pabrik Roti Rahmi Bakery harus bisa memanfaatkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki. Yaitu perusahaan menetapkan harga produk yang terejangkau, memiliki keunggulan produk dalam cita rasa, dan memiliki pelanggan tetap di daerah sekitar *home industri* dan diluar daerah. Dengan adanya kekuatan serta mampu memanfaatkannya dengan baik maka ancaman bisa terhindar dan usaha mengalami perkembangan serta tetap eksis dalam industri perdagangan.