

SKRIPSI

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN
USAHA ABU BAKAR KONVEKSI
(Studi Kasus Abu Bakar Konveksi 22 Hadimulyo Barat, Metro Pusat)**

**Oleh:
Siti Nurpuji Rahayu
NPM 14119514**



**Jurusan: Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO (IAIN METRO)
1439 H/2018 M**

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN
USAHA ABU BAKAR KONVEKSI
(Studi Kasus Abu Bakar Konveksi 22 Hadimulyo Barat, Metro Pusat)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Mata Kuliah Skripsi dan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

Siti Nurpuji Rahayu

NPM 14119514

Pembimbing 1 : Sainul, S.H., M.A

Pembimbing 2 : Selvia Nuriasari, M.E.I

**Jurusan: Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO (IAIN METRO)
1439 H/2018 M**

ABSTRAK

Analisi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Abu Bakar Konveksi (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi, 22 Hadimulyo Barat, Metro Pusat)

Oleh:

SITI NURPUJI RAHAYU

Industri pakaian merupakan industri yang sangat menjanjikan dan syarat akan keuntungan seiring dengan maraknya trend atau mode pakaian di masyarakat. Berangkat dari hal tersebut, dewasa ini didapati usaha-usaha kecil menengah yang memproduksi pakaian (konveksi) sehingga menimbulkan besarnya persaingan pasar. Hal ini mengakibatkan banyaknya usaha konveksi yang tidak mampu berkembang atau bahkan mengalami kemunduran. Namun dibalik tingginya persaingan pasar tersebut, masih terdapat banyak usaha konveksi yang tetap mampu menjaga eksistensinya atau bahkan berkembang, salah satunya yaitu usaha Abu Bakar Konveksi.

Berangkat dari hal tersebut, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi. Menurut Hendro, terdapat 8 faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha yaitu faktor peluang, sumber daya manusia, keuangan dan administrasi, organisasi, perencanaan, pengelolaan usaha, pemasaran dan penjualan, serta bantuan pemerintah.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan analisis hasil/temuan dilapangan, dapat peneliti simpulkan bahwa ada 6 faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi, yaitu faktor peluang, sumber daya manusia, organisasi, perencanaan, pengelolaan usaha, serta pemasaran dan penjualan.

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengambil kebijakan bagi pemilik usaha Abu Bakar Konveksi untuk meningkatkan perkembangan usahanya dan dapat pula dijadikan sebagai pembelajaran bagi para calon wirausaha khususnya dalam bidang konveksi.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya, syafa'at tarbiyah Rasulullah SAW, pembuatan skripsi untuk penelitian yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Abu Bakar Konveksi” dapat peneliti selesaikan. Pembuatan skripsi ini adalah sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Kedua Orang tua tercinta Ayah Busroni dan Ibu Windi yang selalu mendoakan yang terbaik dan memberikan dukungan untuk anaknya
2. Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
3. Dr. Widhiya Ninsiana, M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Ibu Rina El Maza, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
5. Bapak Sainul, S.H., M.A selaku pembimbing 1
6. Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I selaku pembimbing 2
7. Semua dosen-dosen IAIN Metro yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.

8. Bapak Eko Setiawan, M.Kom selaku pemilik usaha Abu Bakar Konveksi.
9. Semua teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2014

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa teknis maupun isinya masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan semoga penyajian yang sederhana ini dapat memberikan manfaat, kritik dan saran yang bersifat membangun selalu diharapkan agar dapat menjadi koreksi peneliti.

Metro, 12 Desember 2017

Peneliti

Siti Nurpuji Rahayu

14119514

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN ABSTRAK.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Relevan	7
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Usaha Konveksi.....	10
B. Perkembangan Usaha Konveksi	12
1. Pengertian Perkembangan Usaha.....	12
2. Indikator Perkembangan Usaha	13
C. Faktor-Faktor Perkembangan Usaha.....	17
1. Faktor Peluang.....	17
2. Faktor SDM	18
3. Faktor Keuangan dan Administrasi.....	19
4. Faktor Organisasi.....	20

5. Faktor Perencanaan.....	22
6. Faktor Pengelolaan Usaha.....	23
7. Faktor Pemasaran dan Penjualan.....	24
8. Faktor Bantuan Pemerintah.....	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	29
B. Sumber Data	30
1. Sumber Data Primer.....	30
2. Sumber Data Sekunder.....	30
C. Teknik Pengumpulan Data	31
1. Wawancara	31
2. Dokumentasi	31
D. Teknik Analisis Data	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Abu Bakar Konveksi.....	33
B. Perkembangan Usaha Abu Bakar Konveksi.....	36
C. Hasil Penelitian.....	38
D. Pembahasan.....	
.....	
47	

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	
.....	
64	
B. Saran.....	
.....	
64	

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

MOTTO

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۖ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ
فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۗ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَانَكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّنْ
قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ ﴿٢١٥﴾

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam[125]. dan berzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar Termasuk orang-orang yang sesat”

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian suatu negara sangat ditunjang oleh berkembangnya usaha kecil menengah (UKM) yang produktif dan mampu menggerakkan roda perekonomian. Munculnya usaha-usaha kecil menengah akan mampu menyerap tenaga kerja. Kemampuan penyerapan tenaga kerja akan dapat mengurangi jumlah pengangguran.¹

Usaha merupakan setiap aktivitas yang dilakukan manusia untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Usaha sering kali diartikan sebagai sebuah bisnis. Dalam hal ini, usaha merupakan setiap upaya yang dilakukan untuk bisa mendapatkan keuntungan. Setiap orang yang melakukan aktivitas usaha ataupun bisnis biasanya disebut pembisnis atau pengusaha.²

Pekerjaan dagang/muamalah merupakan bagian dari usaha yang diajarkan oleh Rosulullah SAW. Rosulullah pernah ditanya:“Mata pencaharian apakah yang paling baik, ya Rosulullah?” jawab Rosulullah “ialah seseorang yang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih” (HR. Ahmad, Ath Thobroni, dan Al Hakim).³

¹Kristiningsih dan Adrianto Trimarjono, “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah,” *The 7th NCFB and Doctoral Colloquium*, 2014, h. 141.

²Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 5.

³Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 257.

Berdasarkan Hadits diatas, yang dimaksud dengan “setiap jual beli yang bersih” adalah setiap jual beli yang diberi pahala didalamnya atau secara syar’i.⁴ Jual beli tersebut adalah jual beli yang sah, tidak ada penipuan, tidak ada khianat dan didalamnya terdapat kemanfaatan bagi orang banyak dengan menyediakan hal-hal yang mereka butuhkan.

Diantara hal yang menunjukkan keutamaan perdagangan adalah penegasan langsung dari Allah SWT dalam Al-Qur’an mengenai halalnya perdagangan. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah: 275:

... وَأَحْلَلَّ اللَّهُ لِبَيْعٍ وَحَرَّمَ لِرِبْوًا... ٢٧٥

275. ...”Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”...⁵⁶

Ayat tersebut memberikan ketegasan bahwa jual beli tidak sama dengan riba, dan Allah SWT secara tegas menghalalkan jual beli dengan praktik yang sesuai syariat. Dalam Q.S An-Nisa (4): 29 Allah SWT berfirman:

⁴Imam Abdurrouf Al-Munawi, *Faidhul Qodir Syarah Jami’us Ash-Shoghir*, Kedua (Lebanon: Darul Ma’rifah, 1972), h. 699.

⁵QS. Al-Baqarah (2): 275. Al-‘Alim Al-Qur’an dan Terjemahannya Edisi Ilmu Pengetahuan, (Bandung: Yayasan Penyelenggara Penerjemah A-Qur’an Disempurnakan oleh Lajnah Pentashih Al-Qur’an),

⁶Penjelasan Ayat: Allah SWT menegaskan bahwa telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang membolehkan riba dapat ditafsirkan sebagai pembantahan hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Riba yang dahulu telah dimakan sebelum turunnya firman Allah ini, apabila pelakunya bertaubat maka tidak ada kewajiban untuk mengembalikannya dan dimaafkan oleh Allah SWT.

يَأْتِيهَا □ لَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ
 اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۲۹ □

29. “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalani perdagangan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”⁷⁷⁸

Berdasarkan Ayat-ayat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perdagangan atau usaha adalah pekerjaan yang mulia dalam Islam. Namun sebagai hamba Allah SWT, pelaku usaha harus melakukan segala sesuatu (ber-muamalah) sesuai dengan syariat yang telah ditentukan-Nya.

Dalam kegiatan usaha, tentu tidak terlepas dari permintaan dan kebutuhan pasar yang tinggi. Sehingga, hal tersebut dijadikan oleh para pelaku usaha sebagai wahana untuk mengembangkan usaha atau bisnisnya. Semakin berkembangnya suatu usaha maka semakin meningkat pula

⁷QS. An Nisa (4): 29. Al-‘Alim Al-Qur’an dan Terjemahannya Edisi Ilmu Pengetahuan, (Bandung: Yayasan Penyelenggara Penerjemah A-Qur’an Disempurnakan oleh Lajnah Pentashih Al-Qur’an), h. 84

⁸Penjelasan ayat: Allah SWT melarang hamb-hamba-Nya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan batil, yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak Syar’i seperti riba, judi dan berbagai hal serupa yang penuh tipu daya, sekalipun pada lahiriahnya cara-cara tersebut berdasarkan keumuman dasar Syar’i, tetapi dihukumi oleh Allah dengan jelas bahwa pelakunya hendak melakukan tipu muslihat terhadap riba. Sehingga Ibnu Jarir berkata: “diriwayatkan dari Ibnu ‘Abbas tentang seseorang yang membeli baju dari orang lain dengan mengatakan “jika anda senang, anda dapat mengambilnya, dan jika tidak, anda dapat mengembalikannya dan tambahkan satu dirham.” Itulah yang difirmankan oleh Allah SWT “jangan lah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil”

persaingan antar pelaku usaha, baik dalam skala besar, menengah, maupun kecil.

Berbicara mengenai persaingan usaha, meningkatnya persaingan diantara para pelaku usaha dapat menyebabkan banyaknya usahawan yang gagal dalam menjalankan usahanya. Untuk mengatasi hal tersebut, para wirausaha dituntut untuk tidak hanya fokus pada faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha, namun juga harus mampu mengukur tingkat perkembangan usahanya. Perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari beberapa aspek, diantaranya perolehan laba, image industri, peningkatan output industri, peningkatan profesionalitas pegawai, dan rasio finansial yang berkembang.

Menurut David H. Bang ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha, yaitu : 1) faktor peluang; 2) faktor SDM; 3) faktor laporan keuangan dan administrasi; 4) faktor organisasi; 5) faktor perencanaan; 6) faktor pengelolaan usaha; 7) faktor pemasaran dan penjualan; dan 8) faktor peran pemerintah.⁹

Disamping itu, menurut Alex S. Nitisemito ada beberapa sebab kegagalan dalam berwirausaha, diantaranya yaitu: 1) kurang ulet dan lekas putus asa; 2) kurang inisiatif dan kreatif; 3) memulai usaha tanpa pengalaman dengan modal pinjaman; 4) kurang dapat menyesuaikan dengan selera konsumen; dan 5) kurangnya pengawasan atau pengendalian.¹⁰

⁹Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 47.

¹⁰Alex S. Nitisemito, *Manajemen Personalia (Manajemen Sumber Daya Manusia)* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), h. 20.

Namun diantara para pelaku usaha yang gagal, masih banyak para *entrepreneur* muda yang sukses dalam mengembangkan usaha atau bisnis yang digelutinya, salah satunya adalah usaha konveksi yang dimiliki oleh bapak Eko Setiawan yaitu Abu Bakar Konveksi.

Usaha konveksi merupakan usaha yang memproduksi kain (barang setengah jadi) menjadi barang siap pakai seperti jilbab, pakaian gamis, seragam sekolah, dan sebagainya yang dipesan berdasarkan ukuran standar yang telah ditentukan. Pakaian adalah salah satu kebutuhan pokok manusia yang permintaannya akan selalu ada.

Abu Bakar Konveksi adalah salah satu unit usaha yang tengah berkembang saat ini ditengah maraknya bisnis konveksi masyarakat. Unit usaha ini berdiri sejak tahun 2012 dengan fokus usaha pembuatan jilbab dengan pendapatan awal 5-6 juta atau sekitar 40-50 juta pertahun, dan hanya 2 karyawan yang membantu serta 2 mesin produksi. Namun pada awal tahun pendirian tersebut, Abu Bakar Konveksi hanya memproduksi jilbab setiap mendapatkan pesanan dari konsumen. Hingga saat ini di tahun 2018, Abu Bakar Konveksi memiliki omset 200 juta per tahun atau sekitar 16 juta per bulan, mempunyai 15 karyawan, dan 14 mesin produksi serta tidak hanya memproduksi jilbab, tetapi juga memproduksi gamis, seragam sekolah, almamater, dan sebagainya berdasarkan pesanan dari konsumen.¹¹

Perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi dapat menjadi pembelajaran bagi para *entrepreneurs* muda yang akan atau sedang mengembangkan usaha yang digelutinya secara umum, dan secara khusus

¹¹ Eko Setiawan, Data Pra-Survey, Mei 2017.

dalam bidang konveksi. Meskipun setiap usaha pasti terdapat kendala, namun Abu Bakar Konveksi mampu mengatasi hal tersebut sehingga tidak mempengaruhi perkembangan usahanya.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Abu Bakar Konveksi” dengan tujuan untuk menggali informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka muncul pertanyaan penelitian yaitu:

Faktor- faktor apa sajakah yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu BakarKonveksi.

Sedangkan manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Secara Teoritis

Menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam dunia usaha, khususnya pengetahuan tentang faktor-faktor perkembangan usaha konveksi.

2. Secara Praktis

Memberikan manfaat berupa informasi sebagai pembelajaran bagi para *entrepreneur* maupun calon *entrepreneurs* untuk mengembangkan usaha dalam bidang konveksi, khususnya sebagai pembelajaran untuk Abu Bakar Konveksi.

D. Penelitian Relevan

Ada beberapa hasil penelitian terdahulu yang berhubungan atau relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Kristiningsih dan Andrianto Trimarjono, Pratita V. Kusuma, dan I Putu Lanang Eka Sudiarta *et.al.*

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kristiningsih dan Andrianto Trimarjono, yang berjudul “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah*”¹² direalisasikan menggunakan metode analisis diskriminan, yaitu salah satu teknik yang digunakan pada kasus dimana variabel respon berupa data kualitatif dan variabel pendukung berupa data kuantitatif.

Dari penelitian diatas terdapat kesamaan yang signifikan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, yaitu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha. Namun, ada hal mendasar yang menjadi pembeda pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu pada variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti dengan faktor-faktor perkembangan yang meliputi: 1) faktor peluang; 2) faktor SDM; 3) faktor keuangan; 4) faktor organisasi; 5) faktor perencanaan; 6) faktor

¹²Kristiningsih dan Andrianto Trimarjono, “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah.” h. 141-54

pengelolaan usaha; 7) faktor pemasaran; dan 8) faktor dukungan pemerintah. Disamping itu, penelitian ini akan dilaksanakan pada badan usaha milik pribadi.

Penelitian relevan selanjutnya adalah yang dilakukan oleh Pratita V. Kusuma dengan judul “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha Kecil dan Menengah*”.¹³ Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian *causal*. Analisis regresi logistik digunakan untuk menguji variabel-variabel yang berupa karakteristik UKM, karakteristik wirausaha, dan kontekstual terhadap tingkat kesuksesan UKM.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa karakteristik UKM dan variabel kontekstual terbukti memiliki pengaruh terhadap tingkat kesuksesan usaha, meskipun tidak secara keseluruhan melainkan hanya pada beberapa dimensi saja.

Kekurangan dalam penelitian ini, yaitu objek yang diteliti hanya Bank UKM Batik yang merupakan suatu klaster terpadu sehingga situasi dan kondisi yang dihadapi masing-masing responden tidak jauh berbeda yang mengakibatkan tidak tercerminkannya faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan usaha.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu peneliti mencoba menggali informasi lebih dalam terhadap pelaku usaha dengan metode kualitatif dan mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha secara terperinci.

¹³Pratita V. Kusuma, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha Kecil dan Menengah,” *FE UI*, 2013, h. 1-13.

Membahas penelitian relevan yang ketiga yaitu mengenai “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro dan Menengah*”¹⁴ yang dilakukan oleh I Putu Lanang Eka Sudiarta, I Ketut Kirya, I Wayan Cipta. Penelitian yang ketiga ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dan faktor dominan yang mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Bangli.

Data yang diperlukan dalam penelitian tersebut adalah faktor pemasaran, akses permodalan, kemampuan berwirausaha, SDM, pengetahuan keuangan, rencana bisnis, jaringan sosial, legalitas, dukungan pemerintah, pembinaan, teknologi, dan akses kepada informasi.

Signifikansi perbedaan dalam penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian sebelumnya melakukan olah data secara kuantitatif yang disajikan secara kualitatif, sedangkan dalam penelitian ini peneliti akan melakukan olah data dan penyajian secara kualitatif dengan alat pengumpul data wawancara dan dokumentasi.

¹⁴I Putu Lanang Eka Sudiarta, I Ketut Kirya, dan I Wayan Cipta, “Analisis Faktotr-faktor yang Mempengaruhi Kinerja usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bangli,” *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha 2* (2014).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Usaha Konveksi

Usaha konveksi adalah salah satu bidang usaha pembuatan busana. Pembuatan busana dalam bidang usaha ini biasanya dilakukan secara massal dengan menggunakan ukuran standar, untuk melayani kebutuhan masyarakat yang memerlukannya¹⁵. Secara spesifik, usaha konveksi merupakan industri kecil skala rumah tangga yang menjadi tempat pembuatan pakaian jadi seperti kaos, kemeja, gamis, jaket, seragam sekolah dan sebagainya.¹⁶

Usaha konveksi dapat disebut sebagai usaha yang *continued*, karena hasil produksinya merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yaitu busana. Sedangkan dalam proses produksinya, ukuran busana dalam usaha konveksi tidak berdasarkan pada pesanan pelanggan, melainkan menggunakan ukuran yang telah standar seperti S, M, L, XL, XXL dan seterusnya.

Menurut Satyodirgo¹⁷ mutu dari produksi konveksi mempunyai beberapa tingkatan, tergantung dari harga serta kualitasnya, antara lain:

¹⁵Betty Indriastuti, "Kajian tentang Pengelolaan Usaha pada Industri Kecil Konveksi di Desa Tempursari Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten" (Universitas Negeri Semarang, 2009), <http://lib.unnes.ac.id/2102/1/4226.pdf>. h. 15

¹⁶Mohammad Adam Jerusalem, *Manajemen Usaha Busana* (Yogyakarta: FKIP UNS, 2011), h. 18.

¹⁷Rulati Satyodirgo, *Pengelolaan Usaha* (Jakarta: Depdikbud, 1979) dalam Betty Indriastuti, "Kajian tentang Pengelolaan Usaha pada Industri Kecil Konveksi di Desa Tempursari Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten," h. 15-17.

1. Golongan kualitas rendah

Golongan ini mempunyai mutu produk yang kurang baik, karena banyak dijumpai jahitan yang tidak kuat dan kurang rapih, umumnya dijual di pasar, harganya murah dan cara memotong yang tidak memperhatikan arah serat kain, yang terpenting bagi pengusaha adalah menghemat bahan meskipun dengan model yang cukup menarik.

2. Golongan kualitas menengah

Golongan ini mempunyai mutu produk yang cukup baik, harga jualnya lebih tinggi dari golongan yang pertama, jahitannya lebih rapih kuat, umumnya disukai masyarakat golongan menengah. Biasanya dijual di toko pakaian jadi.

3. Golongan kualitas tinggi

Golongan ini mempunyai mutu produk yang sangat baik, kualitas bahan dan kualitasnya tinggi, umumnya disukai masyarakat golongan atas yang mempunyai selera berbusana tinggi dengan harga yang tinggi pula. Tempat penjualannya di departemen store atau butik yang bergengsi.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dipahami bahwa usaha konveksi adalah usaha yang memproduksi pakaian jadi (siap pakai) secara massal dalam skala rumah tangga dengan golongan kualitas tertentu yang diproduksi dengan model yang sama dengan ukuran standar melalui penanganan yang terorganisir.

B. Perkembangan Usaha

1. Pengertian Perkembangan Usaha

Perkembangan adalah proses persiapan analitis tentang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang usaha.¹⁸

Perkembangan usaha merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan size.¹⁹ Dengan kata lain, perkembangan usaha merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan melalui peningkatan pendapatan.

Perkembangan usaha menurut Beaver dan Ketter adalah sebagai perubahan tahunan dari total pendapatan. Perubahan tersebut dilihat melalui peningkatan pendapatan perusahaan dari setiap periodenya.

Brigham dan Houston mendefinisikan perkembangan usaha sebagai perubahan pendapatan, jumlah tenaga kerja dan peningkatan jumlah penjualan. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan pendapatan untuk memperbesar ukuran perusahaan.

Disamping itu menurut Mahmud Mach 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.²⁰

¹⁸Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2004), h. 86.

¹⁹Mohammad Adam Jerusalem, *Manajemen Usaha Busana*, h. 112.

²⁰Agus Sartono, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta: BPEF-Yogyakarta, 2001), h. 105.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat dipahami bahwa perkembangan usaha adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan melalui peningkatan pendapatan. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan berkembang apabila mempunyai peningkatan laba dari setiap periode, dan bertambahnya tenaga kerja.

2. Indikator Perkembangan Usaha

Keberhasilan usaha selalu diidentikan dengan perkembangan industri. Sehingga, dalam menjalankan suatu usaha, para wirausaha dituntut untuk tidak hanya fokus pada faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha, namun juga harus mampu mengukur tingkat perkembangan usahanya. Hal ini sangat diperlukan karena wirausaha yang sukses dan progresif adalah mereka yang dapat mengetahui sejauh mana langkah yang telah mereka tempuh agar mampu menganalisa strategi-strategi atau kebijakan seperti apakah yang harus mereka ambil kedepan.

Perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari beberapa aspek, diantaranya perolehan laba, image industri, peningkatan output industri, peningkatan profesionalitas pegawai, dan rasio finansial yang berkembang. Wirausaha dapat menganalisis keberhasilan usaha dengan mengetahui kinerja suatu industri yang dapat dirumuskan melalui suatuperbandingan nilai yang dihasilkan perusahaan dengan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki²¹.

²¹“Ringkasan_disertasi_EDI_Noer.pdf,” diakses 4 Januari 2018, http://eprints.dinus.ac.id/14003/4/Ringkasan_disertasi_EDI_Noer.PDF.

Menurut Noor²², ada lima indikator perkembangan usaha yang dapat dijadikan tolak ukur dalam menilai progres suatu bidang usaha/industri, yaitu:

1. Tercapainya Visi dan Misi

Kinerja wirausaha dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan usahanya jika visi dan misinya telah tercapai. Oleh karena itu eksistensi dari visi dan misi ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha. Hal ini sejalan dengan yang telah dikemukakan oleh Suryana bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas”²³.

2. Meningkatnya Laba

Laba merupakan tujuan utama yang dicari oleh para pelaku bisnis. Laba usaha yaitu selisih antara pendapatan dengan biaya. Jika selisih pendapatan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan maka dapat dikatakan bahwa persahaan memperoleh laba. Suatu industri yang berkembang dan sukses harus mampu memperoleh laba dalam operasionalnya.

3. Produktivitas Meningkat

Produktivitas adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu.

Besar atau kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar

²²Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), h. 397.

²³Suryana, *Kewirausahaan* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 66.

kecilnya produk yang akan dihasilkan. Hal ini dapat mempengaruhi besar kecilnya penjualan yang pada akhirnya akan menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh. Oleh karena itu, suatu industri yang berkembang dan sukses harus mampu menjaga dan meningkatkan produktivitasnya.

4. Memiliki Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan untuk tumbuh dan berkembang. Daya saing industri adalah kemampuan industri untuk tumbuh dan berkembang dalam berkompetisi untuk merebut perhatian serta loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat bertahan atau bahkan mengalahkan persaingan pasar.

5. Memiliki Etika Usaha yang Baik

Etika usaha adalah cara dalam menjalankan aktifitas usaha. Hal ini mencakup semua aspek yang berkaitan dengan pelaku usaha, perusahaan dan masyarakat. Etika usaha dalam suatu industri dapat membangun nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat.

Prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

Etika usaha merupakan ukuran standar yang dapat dijadikan patokan oleh seluruh karyawan termasuk manajemen dan dapat dijadikan pedoman untuk menjalankan pekerjaan sehari-hari dengan berlandas pada moral yang luhur, jujur, transparan dan profesional.

6. Memiliki Citra yang Baik

Terdapat dua citra baik perusahaan yaitu internal dan eksternal. Internal adalah amanah yang dipegang oleh setiap individu dalam suatu perusahaan atau industri. Sedangkan eksternal yaitu timbulnya rasa amanah dari segenap konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing. Sehingga suatu usaha atau industry yang berkembang dan sukses adalah yang terbangun dari karyawan-karyawan yang memiliki rasa tanggung jawab dan rasa memiliki. Begitu pula para konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat luas dan pesaing juga memiliki kepercayaan dan kenyamanan terhadap perusahaan atau industri tersebut.

7. Berkembang

Suatu industri atau usaha yang sukses adalah mutlak harus berkembang. Perkembangan ini berupa perkembangan fisik, seperti semakin luas dan nyamannya tempat usaha, bertambahnya karyawan, meningkatnya gaji karyawan, bertambah dan semakin baiknya alat industri.

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan

Keberhasilan atau kegagalan dalam berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut David Bang, faktor perkembangan atau keberhasilan usaha bukan hanya dilihat dari seberapa keras pengusaha tersebut bekerja, tetapi dilihat dari seberapa cerdas pengusaha melakukan dan merencanakan strateginya serta mewujudkannya.²⁴Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha adalah sebagai berikut:

1. Faktor Peluang

Peluang secara sederhana dapat dikatakan sebagai kesempatan. Dengan kata lain, peluang adalah suatu kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Di dalam dunia usaha, peluang sangatlah diperlukan untuk mendukung perkembangan usaha²⁵. Oleh karena itu, seorang wirausaha harus mampu membuat dan menemukan peluang yang tepat untuk usahanya.

Peluang yang tepat dalam usaha harus memiliki keserasian dengan kemampuan wirausaha.²⁶Dengan kata lain, pelaku usaha harus mampu menciptakan peluang yang tidak hanya bersifat momentum, tetapi juga harus mampu menciptakan peluang usaha yang bersifat kontinyu. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa peluang yang tepat adalah rangkaian yang kuat antara kemampuan wirausaha, usaha dan pasar. Peluang usaha mencakup beberapa hal yaitu kondisi transportasi, kondisi pesaing, lokasi usaha dan kondisi masyarakat sekitar tempat usaha.

²⁴Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, h. 47.

²⁵Suryana, *Kewirausahaan "Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses"* (Bandung: Salemba Empat, 2003), h. 56.

²⁶Buchari Alma, *Kewirausahaan*, h. 55.

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

2. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. Sumber daya manusia juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan.²⁷

Sumber daya manusia yang bermutu semakin dibutuhkan setiap perusahaan untuk mencapai sasaran perusahaan, karena semakin baik kualitas sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan maka daya saing perusahaan tersebut akan semakin baik.

Dalam hal ini Mudjiarto²⁸ menjelaskan bahwa:

“Indikator usaha dikatakan berkembang apabila: a) Bertambahnya jumlah tenaga kerja dalam perusahaan, terhitung dari awal pendirian usaha; b) Mempunyai tenaga kerja yang berkualitas, handal, dan bertanggung jawab; c) SDM bekerja sesuai dengan perencanaan dan target yang dibutuhkan (quality control).”

Berdasarkan hal tersebut, maka sumber daya manusia dapat mempengaruhi perkembangan usaha. Dengan kata lain, segala potensi sumber daya yang dimiliki manusia yang dapat dimanfaatkan sebagai usaha untuk meraih perkembangan suatu usaha. Oleh sebab itu, peran

²⁷ Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 34.

²⁸ Mudjiarto dan Aliaras Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 148.

sumber daya manusia pada suatu perusahaan sangat diperlukan sebagai unsur perkembangan usaha.

3. Faktor Laporan Keuangan dan Administrasi

Laporan keuangan dan administrasi yang baik merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha. Melalui laporan keuangan, dan pencatatan administrasi wirausaha dapat menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan secara akurat dan sistematis.

Laporan keuangan dan administrasi yang meragukan dianggap sebagai hambatan utama dalam mengembangkan usaha. Hal ini disebabkan karena laporan keuangan dan administrasi adalah rujukan utama bagi calon investor atau pemilik sumber dana dalam memberikan pinjaman atau modal usaha.

Laporan keuangan dan administrasi yang baik bukan hanya dilakukan oleh perusahaan yang besar saja, tetapi juga harus dilakukan oleh usaha kecil dan menengah. Karena, semakin baik laporan keuangan dan administrasi maka akan semakin besar kemungkinan suatu perusahaan untuk berkembang.²⁹ Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengukur keberhasilan laporan keuangan dan administrasi yaitu sumber modal, bentuk modal, pembagian modal, catatan administrasi, sistem evaluasi pembukuan, sistem pembayaran dan penotaan pembelian dan penjualan.

²⁹Mudjiarto dan Aliaras Wahid, h. 156.

Menurut David Bang, tanpa pencatatan dan dokumentasi yang baik dan pengumpulan serta pengelompokan data administrasi dan keuangan, maka strategi, perencanaan, dan arah perusahaan menjadi tidak berjalan sesuai harapan karena hanya dilakukan berdasarkan *feeling* wirausaha. Kondisi ini sangat berbahaya dan akan menjadi penghalang kesuksesan wirausaha³⁰. Berdasarkan pembahasan diatas Maka dapat dipahami bahwa laporan keuangan dan admistrasi menjadi suatu hal yang penting yang dapat memperngaruhi perkembangan usaha.

4. Faktor Organisasi

Organisasi merupakan kelompok kerja sama antara beberapa orang untuk mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, untuk mencapai kemajuan/perkembangan dalam menjalankan suatu kegiatan usaha yang dikelola oleh beberapa orang harus ada pembagian tugas yang jelas yang dituangkan didalam struktur oraganisasi. Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan antara fungsi, bagian, atau posisi.³¹

Kompleksitas struktur organisasi suatu usaha tergantung pada lingkup atau cakupan usaha yang akan dimasuki. Semakin kecil lingkup usaha, makasemakin sederhana pulastruktur organisasinya. Sebaliknya, semakin besar suatu usaha semakin kompleks pula struktur organisasinya.

³⁰Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan*, h. 50.

³¹Mudjiarto dan Aliaras Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*, h. 119.

Pada lingkup usaha kecil, organisasi usaha pada umumnya dikelola sendiri oleh pemilik usaha. Meskipun pengusaha kecil identik dengan "owner business manager", jika lingkup usahanya semakin besar, maka pengelolaannya tidak bisa dikerjakan sendiri, akan tetapi harus melibatkan orang lain.³² Dengan kata lain, semakin besar/berkembang suatu usaha semakin besar pula tuntutan untuk memiliki struktur organisasi.

Struktur organisasi sangat penting bagi pengusaha dan para karyawan karena dengan keberadaan struktur organisasi dapat mempertegas pembagian tugas dan lain sebagainya.

Adapun hal-hal yang perlu diketahui dan dilaksanakan oleh karyawan dengan adanya struktur organisasi adalah: 1) jenis pekerjaan yang harus dilakukan karyawan; 2) batasan uraian tugas, wewenang, hak, dan tanggung jawab; 3) hubungan pekerjaan dengan karyawan-karyawan lain; dan 4) terjalannya hubungan yang berkeimbangan dan kedekatan satu dengan yang lain.

Hal ini selaras dengan yang disebutkan oleh Hendro³³, bahwa:

"Struktur organisasi merupakan salah satu faktor pendukung perkembangan dan keberhasilan usaha, karena: a) Adanya jalur komunikasi antar karyawan dan atasan; b) Sistem pertanggungjawaban yang jelas; c) Penentuan varian pekerjaannya (*job description*); d) Hubungan yang jelas antar karyawan; e) Mengetahui tugas masing-masing karyawan; dan f) Menciptakan keteraturan dalam bekerja."

5. Faktor Perencanaan

Perencanaan dapat didefinisikan sebagai sebuah patokan untuk mempermudah dalam mencapai tujuan. Dengan kata lain, perencanaan

³²Mudjiarto dan Aliaras Wahid, h. 101.

³³Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, h. 49.

adalah suatu proses menentukan apa yang ingin dicapai dimasa yang akan datang.

Kesadaran yang rendah terhadap kebutuhan rencana usaha atau *bussines plan* diidentifikasi sebagai salah satu masalah yang dihadapi UKM pada masa awal berdiri.³⁴Banyak perusahaan kecil yang tidak membuat perencanaanusaha dan rencana untuk menghadapi keadaan darurat, dalam bisnis hal tersebut dapat mengantarkan usaha pada kegagalan.

Menurut Musrofi suatu usaha sangat perlu untuk mempunyai visi bagi perusahaan. Banyak sekali perusahaan kecil dan menengah yang tidak pernah tahu mengenai visi dari perusahaan yang didirikan, visi tersebut harus dibarengi dengan adanya rencana jangka panjang bagi perusahaan.³⁵

Suatu perencanaan yang dibuat tertulis dan resmi untuk menjalankan perusahaan (*business plan*) merupakan perangkat tepat untuk memegang kendali perusahaan dan menjaga agar fokus usaha perusahaan tidak menyimpang.³⁶

Bekerja tanpa rencana berarti berjalan tanpa tujuan yang jelas, maka perencanaan adalah faktor penting dalam sebuah usaha.Yuyun dan Kartib³⁷ menyebutkan bahwa:

“Faktor perencanaan penting untuk perkembangan usaha jika: a) Memiliki perencanaan visi, misi, strategi jangka panjang, dan

³⁴Kristiningsih dan Adrianto Trimarjono, “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah,” h. 9.

³⁵Muhammad Musrofi, *Kunci Sukses Berwirausaha* (Jakarta: PT Alex Medi Komputindo, 2004), h. 23.

³⁶Buchari Alma, *Kewirausahaan*, h. 217.

³⁷Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan*, h. 76.

strategi jangka pendek; b) Memiliki perencanaan pemasaran; c) Memiliki perencanaan produk; dan d) Memiliki perencanaan jumlah produk yang akan dijual.”

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

6. Faktor Pengelolaan Usaha

Pengelolaan usaha adalah mengurus dan mengatur kegiatan usaha yang dijalankan dengan segala bantuan aktivitas untuk mencapai suatu tujuan.³⁸ Pengelolaan merupakan faktor yang penting untuk perkembangan usaha, tujuan dari pengelolaan adalah untuk menghasilkan produk yang baik.

Dalam mengelola usaha, ada indikator penting yang dibutuhkan oleh wirausaha³⁹, yaitu:

- a. *Quality*: mutu produk, mutu operasional, dan mutu pelayanan harus bagus

³⁸Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, h. 26.

³⁹Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, h. 50.

- b. *Time*: waktu penyelesaian produk, waktu pekerjaan, waktu perbaikan juga penting dan menunjang mutu produk
- c. *Cost*: biaya, mutu yang bagus perlu biaya namun biaya yang tinggi belum tentu menghasilkan mutu yang baik.

Ketiga indikator tersebut, yaitu *quality*, *time*, dan *cost* harus dijalankan dengan seimbang, sesuai dengan tujuan dan target. Karena tanpa hal tersebut tidak akan dihasilkan produk yang baik, dan jika produk yang dihasilkan tidak baik atau tidak bermutu, maka akan mengakibatkan kegagalan sebuah usaha.

Berdasarkan hal tersebut, maka faktor pengelolaan usaha memiliki pengaruh terhadap perkembangan usaha. Kemampuan dalam pengelolaan yang baik, menghasilkan produk yang bermutu, dan proses produksi yang tepat waktu secara signifikan berhubungan dengan kepuasan konsumen.

7. Faktor Pemasaran dan Penjualan

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk usahanya, demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan usahanya serta mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan tergantung pada kemampuan dan keahlian dibidang pemasaran.

Inti dari sebuah bisnis adalah pelayanan dan melayani,⁴⁰ maksudnya adalah apapun bentuk bisnis, struktur bisnis dan fokus bisnis harus bervisi pada usaha yang berorientasi pada pelayanan, karena barang

⁴⁰Hendro, h. 380.

atau jasa yang diproduksi akan diserahkan kepada konsumen sedangkan yang dilakukan oleh produsen adalah pelayanan.

Berangkat dari hal tersebut, maka dalam strategi pemasaran, produsen harus dapat meningkatkan *value* atau nilai produk yang dihasilkan. Hal ini sangat penting demi mendapatkan perhatian pasar. Jadi, persaingan yang terjadi bukanlah persaingan atas fungsi produk atau kemasan tetapi persaingan untuk memberi nilai lebih pada produk dibandingkan produk pesaing.

Dalam pencapaian tujuan perlu adanya strategi pemasaran yaitu suatu rencana yang dimiliki oleh perusahaan sebagai pedoman bagi kegiatan-kegiatan pemasaran, guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.⁴¹ Ada beberapa indikator penting⁴² dalam strategi pemasaran, yaitu:

- a. Tidak hanya berorientasi pada omset penjualan, tetapi lebih kepada *value* produk di pasar. Sehingga produsen harus dapat:
 - 1) Meningkatkan persepsi pelanggan tentang kualitas produk;
 - 2) Menggunakan kekuatan promosi untuk mengenalkan merek produk dengan melakukan strategi komunikasi yang tepat, jelas dan tajam;
 - 3) Menahan pelanggan yang telah setia pada produk yang ditawarkan.

⁴¹Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan*, h. 75.

⁴²Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, h. 381-382.

b. Menciptakan kekuatan merek produk dengan strategi pembeda dan memperhatikan 4P (*marketingmix*), yaitu:

- 1) Produk (*product*), adalah merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran. Semua kegiatan pemasaran lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Suatu yang perlu diingat ialah bagaimanapun hebatnya usaha promosi distribusi dan harga yang baik jika tidak diikuti oleh produk yang bermutu dan disenangi oleh konsumen, maka kegiatan pemasaran tidak akan berhasil. Oleh sebab itu, kualitas produk yang dipasarkan perlu mendapatkan perhatian yang serius sesuai dengan selera konsumen.
- 2) Tempat (*place*), pemasaran produk yang berbeda dan mempunyai kelas yang disesuaikan dengan target atau segmentasi pasar yang ditentukan. Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan. Dalam hal ini, perantara distribusi sangat penting karena dalam segala hal wirausaha dapat berhubungan dengan konsumen. Perantara dapat menjadi agen pembelian yang baik bagi para konsumen, seperti toko, kios dan sebagainya.
- 3) Harga (*price*), harga yang tepat turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Harga disini bukan berarti harga yang murah, atau harga yang tinggi, namun yang dimaksudkan adalah harga yang tepat sesuai kualitas barang.

4) Promosi (*promotion*), antara promosi dan produk tidak dapat dipisahkan, keduanya saling berpengaruh terhadap suksesnya pemasaran. Dengan kata lain harus ada keseimbangan, produk baik, sesuai dengan selera konsumen, dibarengi dengan teknik promosi dengan cara dan gaya yang berbeda, maka akan sangat membantu suksesnya usaha pemasaran.⁴³

c. *Market Segmentation* yaitu menetapkan arah sasaran pemasaran. Sebuah perusahaan melaksanakan *Market segmentation* karena adanya perbedaan keinginan, daya beli, lokasi, sikap dan kebiasaan pembeli.⁴⁴

Berdasarkan beberapa indikator diatas, maka dapat dipahami bahwa faktor strategi pemasaran merupakan hal yang penting dalam perkembangan usaha, dengan meninjau enam poin besar yaitu ketepatan promosi, rencana pemasaran, anggaran yang digunakan untuk promosi, pelaksanaan pemasaran, usaha dalam meningkatkan penjualan dan wilayah pemasaran. Karena tanpa adanya pemasaran yang baik akan menghambat perkembangan sebuah usaha.

8. Faktor Bantuan Pemerintah

Pemerintah adalah suatu sistem atau badan tertinggi dalam suatu negara. Dengan kata lain, pemerintah adalah sekelompok masyarakat yang

⁴³Buchari Alma, *Kewirausahaan*, h. 202-205.

⁴⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 1997), h. 250.

diberi wewenang untuk memegang kekuasaan tertinggi dari suatu negara, hal ini yang membedakan pemerintah dengan para pelaku usaha.

Disamping itu, banyak pemerintahan di dunia yang memberikan perhatian terhadap perkembangan UKM untuk meningkatkan ketahanan perekonomiannasional. Pemerintahan Indonesia melalui koperasi dan usaha kecil menengah memperkenalkan banyak program untuk meningkatkan perkembangan UKM. Dengan kata lain, pemerintah memberikan dukungan untuk meningkatkan pertumbuhan UKM.⁴⁵

Menurut Hendro⁴⁶ faktor bantuan pemerintah berpengaruh karena:

“Faktor ini berpengaruh karena sebuah usaha berhubungan dengan: a) Peraturan pemerintah dan peraturan daerah seperti pajak; b) Legalitas dan perizinan; dan c) Dukungan pemerintah dalam usaha.”

Program-program pemerintah ini telah terbukti signifikan mampu mendongkrak perkembangan UKM. Maka, dukungan pemerintah dibutuhkan untuk mempercepat perkembangan usaha.

⁴⁵Muhammad Musrofi, *Kunci Sukses Berwirausaha*, h. 25.

⁴⁶Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, h. 50.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian adalah suatu karya ilmiah yang cara penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan jenis dan strategi tertentu agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Sehingga peneliti harus cermat dan tepat dalam menentukan metode penelitian yang dilakukannya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan karena penelitian ini bertujuan mempelajari suatu keadaan ataupun interaksi yang terjadi pada lingkungan sosial secara intensif dan penelitian akan dilakukan di Abu Bakar Konveksi yang beralamat di 22 Hadimulyo Barat Metro Pusat.

Didalam penelitian ini, peneliti akan mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variable yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi yang bersumber dari kata-kata tertulis maupun lisan dan data dokumentasi.

Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan manusia secara individual maupun kelompok.⁴⁷ Dalam penelitian ini mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi usaha Abu Bakar Konveksi diukur sesuai dengan teori-teori yang ada.

⁴⁷Dedi Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 3-8.

B. Sumber Data

Sumber data merupakan subyek dari mana data dapat diperoleh. sumber data dalam penelitian ini berpadu ajenis sumber data, yaitu sumber data primer, sumber data sekunder, dan sumber data tersier.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli atau pertama (responden) melalui penelitian, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen yang kemudian diolah peneliti. Berdasarkan pengertian tersebut, sumber data primer dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Abu Bakar Konveksi yaitu Bapak Eko Setiawan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara dan penunjang atau pendukung yang berupa buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini. Sumber data sekunder adalah berupa catatan atau dokumentasi, publikasi, dan sejenisnya. Sumber sekunder dalam penelitian ini seperti buku-buku Kewirausahaan dan dokumen-dokumen terkait seperti: 1) dokumen (rekaman maupun catatan) hasil wawancara dengan pemilik usaha, 2) dokumen jumlah krayawan Abu Bakar Konveksi, 3) dokumen jumlah pendapatan, 4) dokumen jumlah mesin, dan 5) dokumen jumlah pelanggan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data merupakan langkah yang strategis untuk mendapatkan data dalam penelitian.⁴⁸ Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara:

1. Wawancara, yaitu proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan oleh dua orang atau lebih, baik secara langsung tatap muka ataupun tidak. Dalam teknik wawancara ini, peneliti dan subjek penelitian akan melakukan tanya jawab tatap muka secara bebas terpimpin guna memperoleh data penelitian.⁴⁹ Bebas terpimpin adalah wawancara sesuai dengan alat pengumpul data dan dapat mengembangkan pertanyaan. Dalam penelitian ini, wawancara akan dilakukan kepada Pemilik usaha yaitu Bapak Eko Setiawan, M.Kom.
2. Dokumentasi, yaitu proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik yang berupa tulisan, lisan, gambaran atau arkeologis.⁵⁰ Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari dokumentasi akan berupa sumber-sumber tertulis yaitu catatan administrasi usaha Abu Bakar Konveksi maupun sumber-sumber tertulis lainnya yang dapat digunakan sebagai data pendukung penelitian dan juga gambar atau foto yang dapat memberikan informasi dalam proses penelitian.

⁴⁸Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 62.

⁴⁹Moleong, *Metodologi Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h.

⁵⁰Dedi Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 196-201.

D. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan manusia secara individual maupun kelompok.

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode induktif yaitu metode penyajian data yang berangkat dari fakta peristiwa untuk diambil kesimpulannya secara umum kemudian disajikan sebagai hasil penelitian.⁵¹ Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi berdasarkan teori yang ada agar dapat menjadi pelajaran bagi pemilik Abu Bakar Konveksi secara khusus dan menjadi pelajaran bagi para pengusaha konveksi secara umum.

⁵¹Moleong, *Metodologi Kualitatif Edisi Revisi*, h. 215.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menyajikan pembahasan hasil dan analisis penelitian yang diperoleh melalui *interview* (wawancara) kepada *owner* (pemilik) usaha Abu Bakar Konveksi dan dokumentasi. Metode penyajian data yang digunakan oleh peneliti adalah metode induktif, yaitu mendeskripsikan fakta peristiwa yang ada di lapangan dan kemudian ditarik kesimpulannya berdasarkan teori. Pembahasan tersebut meliputi profil Abu Bakar Konveksi, perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi dan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut.

A. Profil Abu Bakar Konveksi

Abu Bakar Konveksi merupakan perusahaan perseorangan yang bergerak dibidang jasa menjahit dan konveksi. Usaha ini dijalankan oleh bapak Eko Setiawan dan istrinya yaitu ibu Rizda Nirmala Sari, dan beralamat di Jl. Murai Hadimulyo 22 Metro Pusat.⁵²

Ide pendirian usaha ini berawal dari kemampuan istri bapak Eko Setiawan dalam menjahit.⁵³ Usaha ini juga merupakan salah satu unit usaha yang sedang berkembang saat ini ditengah maraknya bisnis konveksi masyarakat. Unit usaha ini berdiri sejak tahun 2012 dengan fokus usaha pembuatan jilbab. Pada awal tahun pendirian tersebut, Abu Bakar Konveksi hanya memproduksi jilbab setiap mendapat pesanan dari pelanggan. Namun

⁵² Eko Setiawan, Data Pra-Survey.

⁵³ Eko Setiawan, Data Interview Penelitian 1, 20 Januari 2018.

setelah beberapa kali memproduksi, Abu Bakar Konveksi mendapat pesanan searagam dari beberapa sekolah di Kota Metro.⁵⁴

Abu Bakar Konveksi banyak menerima pesanan dari beberapa sekolah, baik dari Metro maupun dari luar Daerah Kota Metro. Kemampuan usaha konveksi ini pun kini meningkat drastis, dari yang dahulunya mampu memproduksi jilbab dengan jumlah puluhan, hingga saat ini mampu memproduksi pakaian 1000-2000 potong pakaian dalam satu bulan dan belum pernah berhenti produksi karena selalu ada pesanan dari konsumen.⁵⁵

Abu Bakar Konveksi dahulunya beralamat di Jl. Khairbras No. 69 Ganjar Asri Metro Barat. Namun pada tahun 2015 usaha ini telah berpindah alamat ke 22 Hadimulyo Metro Pusat. Visi misi usaha ini yaitu mengeluarkan brand untuk dipasarkan hingga keluar Negeri. Brand yang telah dikeluarkan oleh Abu Bakar Konveksi yaitu Fatkhah Collection. Produk Fatkhah Collection ini diantaranya baju muslim, jilbab syar'i (jilbab dengan ukuran besar, *red*) dan mukena.⁵⁶

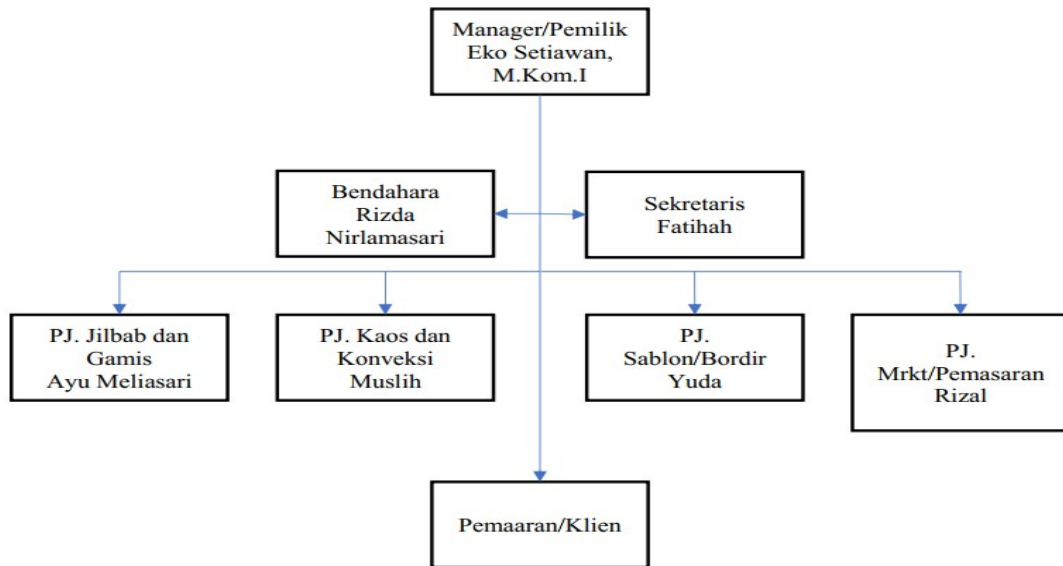
Usaha ini dikelola berdasarkan sistem pembagian kerja yang terstruktur dengan baik, sebagaimana tertuang pada gambar berikut:

⁵⁴ Eko Setiawan, Data Pra-Survey.

⁵⁵ Eko Setiawan, Data Interview Penelitian 2, 25 Januari 2018.

⁵⁶ Eko Setiawan, Data Pra-Survey.

Gambar 1. Struktur Organisasi Abu Bakar Konveksi ⁵⁷



Asset yang kini dimiliki oleh Abu Bakar Konveksi yaitu berupa tanah, bangunan, peralatan kerja dan mesin produksi dengan rincian sebagai berikut:⁵⁸

- a 8 unit mesin jahit
- b 3 unit mesin obras
- c 2 unit mesin open Sum
- d 1 Overdek
- e Kain dasar (bahan baku)
- f 1 unit laptop
- g 1 unit sepeda motor mio soul dan
- h Tanah bangunan beserta isinya

⁵⁷ "Data Dokumentasi," Struktur Personalia Abu Bakar Konveksi.

⁵⁸ "Data Dokumentasi," Struktur Personalia Abu Bakar Konveksi.

B. Perkembangan Usaha Abu Bakar Konveksi⁵⁹

Seiring dengan berjalannya waktu, usaha Abu Bakar Konveksi telah mengalami beberapa *progress* yang sangat signifikan, mengingat pakaian adalah salah satu dari tiga kebutuhan pokok masyarakat, yaitu papan, sandang dan pangan. Disamping itu, perubahan mode/tren juga dapat mempengaruhi tingkat permintaan konsumen sehingga dapat meningkatkan perkembangan usaha ini.

Meskipun demikian, berdasarkan penuturan bapak Eko (pemilik usaha) bahwa belum mampu meng-*cover* semua permintaan dari beberapa daerah pemasaran seperti dari pulau Jawa atau wilayah luar Lampung lainnya. Hal ini terjadi karena usaha konveksi beliau belum mampu memproduksi permintaan dalam jumlah besar, sehingga fokus wilayah masih memprioritaskan sekitaran Lampung. Akan tetapi, beliau masih tetap meng-*cover* beberapa permintaan dari Jawa sebagai salah satu trik pemasaran yang diaplikasikan. Kondisi ini menggambarkan belum tercapainya visi-misi perusahaan, yaitu mengeluarkan *brand* yang dapat dipasarkan hingga keluar Negeri. Tetapi, jika ditengok dari progress awal pendirian usaha hingga sekarang, usaha ini tergolong cukup berkembang dengan pesat.

Perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi ini juga dapat dilihat dari segi tempat produksinya. Pada awal pendirian, usaha ini beralamat di Metro Barat, tepatnya di Panti Asuhan Budi Utomo Metro, dengan ukuran tempat usaha 6 m x 6 m, 2 orang karyawan dengan 1 unit mesin jahit dan 1 unit mesin obras. Kemudian seiring dengan berkembangnya usaha, bapak Eko

⁵⁹ Eko Setiawan, Data Interview Penelitian 1, 20 Januari 2018.

memutuskan untuk memindahkan tempat usahanya ke Hadimulyo Metro Pusat dengan ukuran tempat usaha 18 m x 33 m, 15 orang karyawan dan 13 unit mesin jahit.

Selama pendirian usaha, Abu Bakar Konveksi telah melakukan *Memorandum of Understanding* (MOU) dengan beberapa lembaga pendidikan dan yayasan seperti Yayasan An-Nawawi (SD dan TK), SMP IT Baitul Jannah, Al Muhsin. Sedangkan konsumen tetap yang belum melakukan MOU yaitu SD dan SMP Muhammadiyah Tulang Bawang, SMP Muhammadiyah Metro, IAI Agus Salim dan IAIN Metro. Disamping itu juga ada konsumen setia yang melakukan pembelian dalam jumlah kecil atau perorangan khususnya untuk pembelian busana muslimah. Meskipun demikian ada beberapa konsumen yang awalnya merupakan konsumen tetap namun kemudian dilakukan pemutusan kerja oleh pihak konveksi karena disamping permintaan yang belum mampu untuk di-*cover*, tapi juga karena konsumen tersebut meminta bonus pakaian yang jika dikalkulasi justru dapat menimbulkan kerugian bagi pihak konveksi.

Keberhasilan usaha yang telah terwujud dari sisi kepegawaian ialah tingginya sikap tanggung jawab para karyawan atas kepercayaan yang diberikan oleh pemilik usaha dan juga konsumen. Sikap tanggung jawab itu berupa pencapaian hasil produksi dan dedikasi waktu yang diberikan dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang di-*deadline*-kan. Kedua sikap tersebut telah dibingkai dengan semangat disiplin kerja. Meskipun demikian, tidak dipungkiri bahwa masih terdapat kelemahan produksi

terutama dari segi pengawasan. Namun hal itu telah menjadi catatan prioritas bersama untuk lebih melakukan pengawasan dengan baik dan cermat agar tercapai produk yang berkualitas tinggi.

Dari segi persaingan pasar, Abu Bakar Konveksi mampu menjalin kerja sama dengan baik dengan para usaha konveksi pesaing. Kerja sama yang dilakukan yaitu dengan cara berbagi produksi. Hal ini dilakukan – disamping karena terbatasnya kemampuan Abu Bakar Konveksi dalam memproduksi pakaian – karena tingginya tingkat kesadaran pemilik usaha bahwa menjalin relasi yang baik dengan para pesaing akan memberikan keuntungan khususnya dari segi jaringan kerja (*networking*).

Selanjutnya, dari sisi peningkatan laba sejak awal pendirian usaha hingga saat ini yaitu mencapai 300% atau tiga kali lipat. Peningkatan laba ini dapat dilihat secara *real* (nyata) dari perbandingan *asset* yang dimiliki sekarang dan dahulu. Meskipun peningkatan laba tersebut tidak terdokumentasikan secara tertulis berupa laporan keuangan, namun kondisi fisik rumah produksi usaha tersebut cukup menjadi bukti perkembangan usaha.

C. Hasil Penelitian

1. Peluang⁶⁰

Pendirian usaha Abu Bakar Konveksi didasarkan pada kemampuan istri bapak Eko Setiawan dalam menjahit. Kemudian selangkah demi selangkah usaha tersebut dikembangkan dari yang awalnya memproduksi jilbab hingga kemudian mengeluarkan *brand Fatkhah Collection Muslim*

⁶⁰ Eko Setiawan, Data Interview Penelitian 1, 20 Januari 2018.

Wear. Usaha ini dimulai dengan skala usaha yang sangat kecil, yaitu memproduksi jilbab.

Pendirian usaha ini bukan didasari pada sifat ambisi semata, tetapi berdasarkan pada tujuan agar usaha tersebut mampu bertahan lama dan berkelanjutan. Sehingga dapat dikatakan bahwa Abu Bakar Konveksi ini bukan merupakan usaha musiman karena fokus pendirian usaha ini adalah profitabilitas dan keberlangsungan usaha.

Pemilik usaha yaitu bapak Eko Setiawan dalam usahanya memiliki banyak *link* atau *networking* yang baik, karena bapak Eko Setiawan dulunya adalah dosen di IAIN Metro dan salah satu pengurus organisasi Muhammadiyah. Hal ini terbukti dari *Memorandum of Understanding* (MOU) yang dilakukan oleh Abu Bakar Konveksi kepada lembaga pendidikan Muhammadiyah.

Disamping beberapa hal yang telah disebutkan diatas, pada awal mula pendiriannya, pemilik usaha Abu Bakar Konveksi juga telah mempertimbangkan kondisi pasar yaitu masyarakat sekitar, permintaan sesuai trend saat ini, pesaing usaha konveksi di 22 Hadimulyo hanya ada satu serta akses lokasi usaha yang mudah ditemukan. Termasuk salah satu alasan usaha ini berpindah dari Metro Barat ke Metro Pusat yaitu karena alasan akses dan pemasaran agar eksistensi usaha tersebut bisa dengan mudah diketahui keberadaannya oleh masyarakat umum.

2. Sumber Daya Manusia⁶¹

⁶¹ Eko Setiawan, Data Interview Penelitian 1, 20 Januari 2018.

Berdasarkan *interview* penelitian, ketentuan usaha ini dalam merencanakan tenaga kerja yaitu dengan merekrut sejumlah tenaga kerja sebanyak posisi karyawan yang dibutuhkan berdasarkan keahlian, loyalitas dan kepribadian yang dimiliki. Keahlian yang dimaksud yaitu sesuai dengan kualifikasi *skill* yang dibutuhkan, diantaranya yaitu keterampilan menjahit, mengemas, memasarkan dan sebagainya. Sedangkan loyalitas dan kepribadian yang dimaksud adalah kejujuran, wajib memakai jilbab dan sikap tanggung jawab terhadap penyelesaian tugas yang diberikan.

Namun ada juga beberapa karyawan yang di rekrut meskipun tanpa kualifikasi khusus sebagai penjahit yaitu tanpa kualifikasi sertifikat menjahit. Melainkan berdasarkan kemauan dan tekad. Karyawan yang seperti ini mendapatkan perhatian khusus dari pemilik usaha. Perhatian khusus yang dimaksud adalah pelatihan, bimbingan dan pengawasan oleh pemilik usaha yaitu bapak Eko Setiawan. Pelatihan tersebut terus dilakukan hingga karyawan yang bersangkutan mampu menyelesaikan pekerjaan yang diamanahkan dengan baik.

Sistem penggajian karyawan juga tidak kalah pentingnya menjadi pusat perhatian pemilik usaha. Sistem penggajian ini dibagi kedalam dua cara, yaitu borongan dan bulanan. Pada sistem kerja borongan, maka gaji dibayarkan jika pekerjaan telah selesai. Pekerjaan borongan ini biasanya dilimpahkan ke konveksi lain atau penjahit rumahan yang menjadi mitra kerja Abu Bakar Konveksi. Pekerjaan borongan ini juga biasanya hanya

dilakukan saat konveksi menerima pesanan diluar kemampuan produksi, misalnya pembuatan jaket KPM atau seragam sekolah yang pada umumnya tergolong kedalam pesanan jumlah besar dengan limit waktu yang terbatas. Sedangkan sistem penggajian bulanan dikhususkan kepada karyawan tetap Abu Bakar Konveksi dengan fokus produksi yaitu baju muslimah, jilbab dan pesanan-pesanan baju kerja dan sejenisnya yang dipesan dalam jumlah kecil. Disamping itu, para karyawan dengan gaji bulanan ini juga fokus pada produksi *brand Fatkhah Collection*.

Usia rata-rata karyawan di tempat usaha ini yaitu antara 20 sampai 25 tahun, penentuan usia karyawan ini didasarkan pada pertimbangan usia produktif tenaga kerja meskipun tanpa adanya kualifikasi sertifikat kursus. Namun ada juga karyawan yang usianya 40 tahunan yang bekerja sebagai mitra Abu Bakar Konveksi. Selain usia, latar belakang Pendidikan terakhir karyawan di usaha ini adalah lulusan SMA dengan kualifikasi terampil dan terdidik agar kinerjanya bagus.

Jumlah karyawan Abu Bakar Konveksi:

N O	NAMA	PEKERJAAN
1.	Muslih	Penjahit + potong kaos
2.	Yudi	Penjahit + potong kaos
3.	Ayu	Penjahit + potong kain
4.	Arif	Penjahit + potong kaos
5.	Yuda	Penjahit + potong kaos
6.	Fatihah	Penjahit + potong kain jilbab
7.	Eka	Penjahit + potong kaos
8.	Turiman	Sablon

9.	Tri	Potong kain
10.	Bagio	Potong kain
11.	Marwan	Penjahit
12.	Abdul Rozak	Penjahit
13.	Pak Taji	Penjahit
14.	Mawanah	Penjahit
15.	Ujang	Penjahit

Selain berfokus pada jumlah karyawan, penggajian, usia serta pendidikan, Abu Bakar Konveksi juga menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung optimasi kinerja karyawannya dengan kualifikasi pengalaman kerja. Fasilitas itu diantaranya memberikan bonus bagi karyawan yang rajin dan gaji yang berbeda untuk karyawan yang sudah lama bekerja dengan Abu Bakar Konveksi, serta memberikan fasilitas lain seperti motor, tempat tinggal dan bantuan bagi karyawan dan/atau keluarga karyawan yang sedang sakit.

3. Laporan Keuangan dan Administrasi⁶²

Belum ada laporan keuangan yang akuntabel. Sejauh ini pelaksanaan pencatatan keuangan dan administrasi masih dilakukan dengan cara yang sangat sederhana yang belum mengikuti sistem standar akuntansi dan kurang rapi, yaitu hanya berupa pencatatan pengeluaran dan pemasukan serta pemesanan dan nota jual beli. Sehingga sering terjadi selip yaitu pemesanan tidak dikerjakan tepat waktu disebabkan lupa karena tidak adanya pencatatan jumlah pemesanan terutama pada

⁶² Data Dokumentasi, "*Laporan Keuangan Abu Bakar Konveksi*".

produk *Fatkah Collection Muslim Wear*. Catatan laporan keuangan dan administrasi ini terakhir dilakukan pada tahun 2017.

4. Organisasi

Sistem pengorganisasian Abu Bakar Konveksi telah terbangun dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan terdapatnya struktur organisasi dan *job description* yang jelas bagi masing-masing karyawan sebagaimana tergambar dalam hierarki (susunan) pada Gambar 1.⁶³

Wujud pembinaan kerjasama yang dilakukan oleh bapak Eko Setiawan terhadap karyawannya yaitu dengan melakukan pemantauan produksi dan dilakukan pertemuan karyawan (baik karyawan tetap dan mitra kerja) dalam tiga bulan sekali. Dengan dilakukannya pertemuan ini diharapkan dapat mempererat silaturahmi, khususnya antara karyawan tetap dengan mitra kerja.

Sebagai owner sekaligus manajer, bapak Eko Setiawan memiliki persepsi bahwa dengan menerapkan sikap jujur, bijaksana dan bertanggung jawab dapat menarik simpati karyawan. Melalui sikap-sikap tersebut diharapkan dapat memberikan contoh kepada karyawan agar juga mampu bersikap jujur dan bertanggung jawab sesuai dengan porsi tugasnya masing-masing. Pengorganisasian karyawan juga diwujudkan dalam pembagian tugas berdasarkan kualifikasi, bidang dan pengalaman masing-masing, yaitu penjahit, pemasaran, admin pemasaran dan sebagainya.⁶⁴

⁶³ "Data Dokumentasi." Struktur Personalia Abu Bakar Konveksi.

⁶⁴ Eko Setiawan, Data Interview Penelitian 1.

5. Perencanaan⁶⁵

Usaha ini didirikan di areal yang secara penuh hak atas kepemilikannya dimiliki oleh bapak Eko Setiawan selaku pemilik usaha. Alamat Abu Bakar Konveksi adalah di Jl. Murai Hadimulyo 22 Metro Pusat. Demi menuju lokasi usaha, maka konsumen harus melewati jalan yang meskipun tidak terlalu lebar namun cukup mudah untuk dilewati kendaraan roda empat.

Rencana jangka menengah pada perusahaan Abu Bakar Konveksi adalah perusahaan harus mampu meng-*cover* permintaan dari beberapa daerah luar Lampung. Sedangkan untuk rencana jangka panjang Abu Bakar Konveksi adalah perusahaan mengeluarkan *Brand Fatkhah Collection* hingga keluar Negeri, seperti Malaysia, Singapore, dan lain-lain.

Pangsa pasar yang dituju oleh Abu Bakar Konveksi adalah semua kalangan masyarakat, sehingga penjualan produk lebih mudah dilakukan yaitu menyewa model, membuat katalog, dan memanfaatkan media sosial sebagai tempat promosi.

6. Pengelolaan Usaha⁶⁶

Dalam melakukan pengelolaan usaha, ada beberapa hal yang menjadi perhatian oleh Abu Bakar Konveksi, yaitu posisi kebutuhan jabatan, perawatan alat, alasan produksi, strategi produksi, penentuan standar kualitas produk, pengawasan dan evaluasi.

⁶⁵ Eko Setiawan. Data Interview Penelitian 1.

⁶⁶ Eko Setiawan. Data Interview Penelitian 1.

- a. Posisi kebutuhan jabatan di usaha Abu Bakar Konveksi ini adalah pimpinan/manager sekaligus pemilik usaha, bagian membuat pola, bagian pemotongan, bagian administrasi, bagian jahit, dan pemasaran meliputi *reseller* dan pemegang akun *sosmed* untuk melakukan promosi (pemasaran).
- b. Perawatan alat dilakukan beberapa kali dalam setahun, atau tidak ada standar waktu tertentu yang telah ditetapkan.
- c. Alasan produksi yang dilakukan oleh Abu Bakar Konveksi selain untuk memenuhi stok pakaian *Fatkah Collection*, juga dilakukan jika ada pesanan.
- d. Penentuan standar produksi yang dilakukan ialah berdasarkan pesanan dari konsumen. Meskipun pada *Fatkah Collection* terdapat standar produk namun untuk pesanan konveksi masih didasarkan pada pesanan konsumen yang tentunya sesuai dengan kecocokan harga dan kualitas produk yang telah disepakati.
- e. Pada pengawasan dan evaluasi, hal-hal yang dilakukan ialah dengan meningkatkan kemampuan karyawan dalam wujud pendampingan serta mendatangkan bahan baku yang berkualitas baik dan meningkatkan sarana dan prasarana agar karyawan merasa nyaman dalam berkerja. Selain itu evaluasi produksi yang dilakukan ialah menampung semua keluhan

pelanggan/konsumen dan menjadikan keluhan-keluhan tersebut sebagai catatan evaluasi dan perbaikan.

7. Pemasaran dan Penjualan ⁶⁷

Dalam menjalankan bisnisnya, Abu Bakar Konveksi telah melakukan beberapa langkah signifikan demi mengembangkan usahanya, diantaranya yaitu meningkatkan persepsi pelanggan tentang kualitas produk dengan cara menjaga dan meningkatkan kualitas produk yaitu memproduksi dengan bahan *Grade A*, menambah macam-macam produksi yaitu jilbab dan pakaian gamis, serta membuka toko khusus sebagai *showroom* untuk produk *Fatkhah Collection*.

Selain itu, seiring dengan maraknya media sosial yang kini digandrungi oleh masyarakat, sehingga pemasaran melalui media sosial – seperti Instagram (@fatkhahcollection), facebook (Abu Bakar Konveksi), website, dan whatsapp – tidak luput dari perhatian. Kemudian, pemasaran melalui *reseller* (@fatkhahcollection_kudus) juga dilakukan dengan sistem penjualan melalui pihak ketiga. Pemasaran melalui katalog juga dilakukan dengan cara sewa model sebagai peraga pakaian. Promosi produk ini mendapat perhatian khusus dari Abu Bakar Konveksi dengan anggaran Rp. 500.000 sampai dengan Rp. 1.000.000. Melalui promosi ini, banyak konsumen yang kemudian datang langsung ke tempat usaha atau memesan via *online* dari Lampung ataupun luar Lampung seperti Jawa dan sekitarnya.

8. Peran Pemerintah

⁶⁷ Eko Setiawan. Data Interview Penelitian 1.

Berdasarkan penuturan bapak Eko Setiawan selaku pemilik usaha⁶⁸ mengenai dukungan pemerintah setempat terhadap usaha konveksi yang beliau miliki, yaitu beliau belum pernah tahu tentang adanya bantuan pemerintah. Hal ini terjadi karena beliau belum pernah meminta bantuan kepada pemerintah berkenaan dengan pendirian usaha yang beliau lakukan.

D. Pembahasan

1. Peluang

Peluang merupakan faktor yang sangat penting sekali dalam mempengaruhi perkembangan usaha. Seorang wirausaha harus mampu membaca peluang usaha dan/atau bahkan menciptakan peluang itu sendiri. Kemunculan dari peluang usaha itu dapat hadir melalui beberapa faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Wirausaha sangat dituntut untuk memiliki kemampuan dalam membaca dan menciptakan peluang demi keberlangsungan usahanya.

Ide pendirian usaha Abu Bakar Konveksi, yang didasarkan pada kemampuan sang istri dalam menjahit merupakan gagasan yang berangkat dari faktor internal. Faktor internal dalam eksistensi dan keberlangsungan usaha adalah hal yang sangat prinsip sekali. Sebagaimana telah kita ketahui bersama bahwa untuk dapat sukses dalam menjalankan usaha, seorang wirausaha tidak hanya dituntut mencintai usahanya namun juga dituntut untuk memiliki wawasan, pengetahuan, kemampuan dan pengalaman. Kemampuan seorang istri dalam menjahit ini menjadi

⁶⁸ Eko Setiawan. Data Interview Penelitian 1

peluang utama dalam pendirian usaha Abu Bakar Konveksi. Kemampuan seorang wirausaha dalam memanfaatkan peluang semacam ini harus juga dimiliki oleh para calon wirausaha lainnya. Dengan mempertimbangkan kemampuan diri, diharapkan dapat membawa pengusaha sampai pada titik kesuksesan yang diharapkan.

Meskipun kemampuan diri merupakan hal yang sangat vital dalam perkembangan usaha, namun hal itu juga harus bersinergi dengan kebutuhan pasar dan produk yang inovatif dan berkelanjutan, serta menghasilkan uang. Ide mendirikan usaha konveksi yang didasarkan pada kemampuan dan wawasan menjahit merupakan gagasan yang sangat baik dan diharapkan dapat memberikan pembelajaran bagi para calon pengusaha.

Selain bersandar pada kemampuan, pendirian usaha ini juga didasarkan pada sifat riil dan akses usaha. Berdasarkan analisis data yang peneliti dapatkan di lapangan, usaha ini dapat dikatakan sejalan dengan prinsip peluang usaha potensial, yaitu yang berawal dari memproduksi jilbab hingga memproduksi segala jenis pakaian. Keuntungan usaha yang diperoleh kemudian dijadikan modal untuk mengembangkan skala usaha.

Mendirikan usaha yang dimulai dari skala kecil yang kemudian dikembangkan hingga sampai pada skala besar dapat membentuk jiwa kewirausahaan yang kuat. Hal ini terjadi karena seorang wirausaha akan berhadapan dengan proses perkembangan usaha. Proses merupakan guru terbaik dalam berkembang dan belajar. Banyak pengusaha muda yang

justru mengalami kemunduran dalam bisnisnya karena tidak sabar dengan proses yang dihadapi.

Disamping itu, ide pemindahan tempat usaha dari Metro Barat ke Metro Pusat dapat dinilai sebagai keputusan pengambilan peluang yang sangat tepat. Gagasan ini diambil dengan alasan bahwa Metro Pusat dinilai lebih banyak penduduknya dibandingkan Metro Barat, dengan harapan agar semakin banyak masyarakat yang tahu tentang keberadaan Abu Bakar Konveksi. Hal ini selaras dengan prinsip peluang usaha, dimana seorang pengusaha dituntut untuk mampu membaca situasi dan menciptakan peluang penjualan. Dengan memindahkan tempat usaha ke tempat yang lebih padat penduduk dapat dikatakan bahwa pemilik usaha Abu Bakar Konveksi telah mampu membaca peluang pasar. Terbukti sejak berpindahnya tempat usaha ini, didapati peningkatan penjualan yang cukup tinggi. Seperti yang telah dituturkan oleh bapak Eko Setiawan⁶⁹ bahwa sebagian besar konsumen berasal dari tetangga sekitar tempat usaha yang memesan baju kerja.

2. Sumber Daya Manusia

Porsi posisi karyawan yang dibutuhkan, usia, pengalaman dan kualifikasi/keterampilan merupakan faktor sumber daya manusia yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha. Tingginya *knowledge*, *skill*, *attitude* dan *behavior* dapat secara signifikan mempengaruhi produktivitas tenaga kerja produksi.

⁶⁹Eko Setiawan, Data Interview Penelitian, 20 Januari 2018.

Selaras dengan itu, Abu Bakar Konveksi dalam menjalankan usahanya juga tidak lepas dari fokus pemilik usaha terhadap produktivitas sumber daya manusia yang beliau rekrut. Hal ini dibuktikan dari kebijakan yang dilakukan oleh bapak Eko Setiawan dalam memberikan pendampingan dan pelatihan bagi karyawan yang masih belum memiliki pengalaman menjahit. Disamping itu, pemberian gaji yang layak sesuai dengan kesepakatan yang dibayarkan secara harian atau borongan serta pemberian fasilitas pendukung bagi karyawan juga dinilai sebagai suatu kebijakan yang cukup tepat untuk meningkatkan produktivitas karyawannya.

Lebih lanjut, sebagaimana telah dikemukakan pada temuan penelitian dimana karyawan Abu Bakar Konveksi juga diberi fasilitas-fasilitas penunjang seperti motor dan tempat tinggal merupakan suatu kebijakan yang konkret dan real dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja. Kebijakan ini terbukti mampu secara signifikan dalam peningkatan produktivitas tenaga kerja. Hal ini terbukti dari kedisiplinan para karyawan, salah satunya disiplin dalam berangkat ke tempat kerja.

Dari sisi pemilihan usia tenaga kerja, pemilik usaha Abu Bakar Konveksi juga telah cukup matang dalam menentukan usia tenaga kerja produktif yaitu dengan memperkerjakan karyawan pada usia diatas usia 15 tahun dan dibawah 60 tahun. Hal ini sesuai dengan UU Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan pasal 68 dan pasal 70 ayat 2 yaitu

pengusaha dilarang mempekerjakan anak dengan usia paling sedikit 14 tahun⁷⁰.

Pembahasan diatas merupakan usaha *real* yang dilakukan oleh pemilik usaha Abu Bakar Konveksi dalam memperhatikan sumber daya manusia di tempat usahanya agar sumber daya manusia tersebut mampu bekerja secara optimal sehingga dapat menghasilkan barang-barang produksi yang unggul dan berkualitas.

Sebagaimana telah diketahui bersama bahwa untuk menghasilkan kualitas produk dengan *Grade A* tidak lepas dengan adanya pengembangan sumber daya manusia yang diwujudkan kedalam beberapavariabel, diantaranya yaitu memiliki sikap/kepribadian dan perilaku yang baik, karena sikap dan kepribadian yang baik pada seorang karyawan akan memberikan pengaruh yang baik pula terhadap karyawan lainnya.

Perilaku merupakan sikap yang dibentuk dari perolehan dan pembelajaran. Dengan menerapkan kebijakan sebagaimana disebut diatas diharapkan dapat menciptakan *atmosphere* (suasana) kerja yang baik. Suatu tempat usaha dengan *atmosphere* kerja yang bagus akan meningkatkan semangat para karyawan dalam bekerja secara optimal dan penuh rasa tanggung jawab.

3. Laporan Keuangan dan Administrasi

⁷⁰“Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan” (2003), http://www.kemnaker.go.id/kompetensi/UU_13_2003.pdf.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha konveksi adalah laporan keuangan dan administrasi. Baik dan buruknya pengelolaan keuangan dan administrasi dalam suatu perusahaan dapat dijadikan tolak ukur atau indikator penentu sejauh mana perusahaan itu sudah dan akan berkembang serta *survive* (bertahan). Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa usaha konveksi yang dalam proses operasionalnya masih kurang memperhatikan akuntabilitas laporan keuangannya. Hal ini banyak dilakukan oleh para pengusaha konveksi karena tidak ada waktu, tidak ada tenaga serta merasa bahwa pencatatan tersebut merupakan pekerjaan yang rumit. Disamping itu, hal ini terjadi karena anggapan bahwa penyelesaian kegiatan produksi jauh lebih penting daripada pembukuan.

Tidak dilaksanakannya penulisan laporan keuangan dan administrasi justru akan memberikan kerugian kepada para pengusaha konveksi itu sendiri. Salah satu dampak negatif dari tidak dicatatnya laporan keuangan yang akuntabel adalah sulitnya mendapatkan pendanaan dari sumber-sumber dana seperti bank dan sejenisnya. Seperti yang telah diketahui bersama bahwa salah satu prosedur untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan adalah terpenuhinya laporan keuangan berupa asset, hutang, piutang, laba perusahaan dan sejenisnya.

Sebagai pengusaha yang *progressive* tentunya dituntut untuk lebih jeli dan teliti dalam pengelolaan keuangan dan administrasi. Pengusaha harus memberikan waktu khusus dalam rekonsiliasi (pencocokan) dan

pencatatan laporan keuangan sebagai pekerjaan sehari-hari, yang dengan hal itu diharapkan tidak ada tagihan ke pelanggan yang belum dibayar. Sehingga diharapkan peringkat kredit perusahaan tetap baik dan pengiriman barang dari *supplier* berjalan lancar dan tidak ada utang atau piutang yang tidak terakomodir.

Laporan keuangan dan administrasi juga merupakan alat utama bagi pemilik usaha untuk menentukan langkah-langkah atau kebijakan-kebijakan strategis demi perkembangan perusahaan. Dengan adanya laporan keuangan dan administrasi yang baik, pemilik usaha akan dengan mudah mengetahui berapa jumlah pelanggan yang belum membayar dan jatuh tempo.

Lebih dari itu, laporan keuangan dan pencatatan administrasi yang baik juga merupakan alat paling utama dalam membuat ramalan pertumbuhan (*forecase*) bisnis di masa mendatang. Dengan adanya laporan keuangan dan administrasi maka pemilik usaha akan dapat mengidentifikasi potensi dan risiko yang mungkin akan muncul dengan mempertimbangkan kondisi keuangan dan kebijakan perusahaan saat ini.

Dari beberapa pembahasan diatas maka sebagai pengusaha atau pemilik usaha yang baik semestinya tidak menangani laporan keuangan dan administrasi sendiri, karena hal tersebut membutuhkan konsentrasi dan ketelitian dalam penerapannya. Oleh karena itu, dibutuhkan tenaga ahli yang fokus pada laporan keuangan dan administrasi. Ini penting sekali karena seiring dengan berkembangnya bisnis maka akan muncul

bermacam-macam akun yang tidak mungkin bisa ditangani sendiri oleh pemilik perusahaan, karena menyita banyak waktu, tenaga serta pikiran untuk menyelesaikannya.

4. Organisasi

Sebagaimana telah disebutkan pada kajian teori bahwasannya struktur organisasi merupakan salah satu faktor pendukung perkembangan dan keberhasilan usaha. Hal itu disebabkan karena dengan adanya struktur organisasi maka akan terbangun jalur komunikasi antara atasan dan karyawan. Melalui komunikasi itulah maka dapat tersampaikan deskripsi pekerjaan bagi masing-masing karyawan, dan terbangun sistem kerja yang baik.

Tidak dapat dipungkiri bahwa kesesuaian penyusunan struktur organisasi memiliki hubungan yang positif dengan kinerja manajerial. Maksud dari kinerja manajerial ini adalah kinerja para individu anggota organisasi dalam kegiatan-kegiatan manajerial antara lain: perencanaan, investigasi (penyelidikan), koordinasi, supervisi (pengawasan), pengaturan staf, negosiasi (perundingan) dan representasi (perwakilan).

Sebagaimana telah dipaparkan pada Gambar 1 (hal. 35), terdapat struktur organisasi yang bisa dikatakan cukup representatif. Terdapat manajer sekaligus pemilik perusahaan yang bertugas sebagai individu yang bekerja sama dengan para karyawan untuk mencapai sasaran. Bendahara yang bertugas sebagai penanggung jawab atau pengurus sekaligus pemegang keuangan Abu Bakar Konveksi. Kemudian terdapat

sekretaris dan penanggung jawab pada masing-masing bagian penjahitan seperti sablon, bordir, pemasaran, pembuat jilbab, pembuat kaos dan penjahit untuk stok pakaian di *Fatkah Collection Muslim Wear*. Sistem pembagian kerja berdasarkan struktur organisasi semacam ini dinilai telah sesuai dengan standar manajemen karena telah memenuhi standar manajerial meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengawasan.

Meskipun demikian, perlu penguatan dalam unsur perbendaharaan. Diharapkan kedepan agar bendahara dapat lebih proaktif dan fokus pada pencatatan keuangan dan administrasi dengan dibantu oleh staf ahli dibidang akuntansi sebagaimana telah dibahas pada poin 3, yaitu keuangan dan administrasi.

Berangkat dari struktur organisasi tersebut maka manajer sekaligus pemilik perusahaan konveksi dapat dengan mudah berkoordinasi dan melakukan komunikasi yang baik dengan karyawan. Sehingga hal itu membantu tercapainya targer perusahaan dengan mudah. Disamping itu, eksistensi struktur organisasi ini juga membantu dalam membuat *job description* sekaligus menganalisis beban kerja masing-masing personil dan memberikan pengakuan atau kejelasan garis koordinasi mengenai fungsi, wewenang dan tanggung jawab sehingga setiap pekerjaan dapat didelegasikan dengan mudah kepada orang yang tepat.

5. Perencanaan

Perencanaan usaha merupakan gambaran pencapaian-pencapaian yang ingin diraih oleh pengusaha. Usaha yang baik harus memiliki perencanaan yang matang. Perencanaan ini meliputi hal-hal krusial (menentukan), diantaranya perencanaan pada aspek lokasi, pasar dan pemasaran, teknis dan produksi, keuangan, sumber daya manusia, sosial dan ekonomi, serta legalitas.

Dalam memilih lokasi usaha, Abu Bakar Konveksi fokus kepada kenyamanan dan luas tempat produksi, serta status kepemilikan yang dimiliki secara pribadi. Hal ini dimaksudkan agar proses usaha dapat berjalan dengan lancar tanpa hambatan, baik hambatan dalam hal lingkungan ataupun sewa/kontrak tempat usaha. Meskipun lokasi usaha ini tergolong kurang strategis secara lokasi, namun masih dapat dikatakan strategis secara wilayah. Sehingga para konsumen dengan mudah dapat menemukan lokasi usaha. Disamping itu juga pemilik usaha tidak perlu memikirkan biaya sewa tempat karna status kepemilikannya adalah milik pribadi.

Kontras jika dibandingkan beberapa tempat usaha yang demi mengutamakan kesesuaian tempat, mereka rela menyewa tempat usaha di lokasi-lokasi strategis agar dapat dengan mudah ditemukan oleh konsumen namun pengeluaran untuk biaya sewa tinggi. Hal ini tidak sejalan dengan prinsip usaha Abu Bakar Konveksi yang justru lebih memilih melakukan kegiatan produksi di lokasi milik pribadi. Meskipun

sulit ditemukan, namun pemilik usaha yakin bahwa jika produknya berkualitas maka akan tetap diburu konsumen dimanapun tempatnya.

Disamping itu, pemilik usaha Abu Bakar Konveksi percaya bahwa pemasaran yang baik adalah pemasaran yang dilakukan secara “mulut ke mulut”. Oleh karena itu menjaga kepercayaan konsumen, serta bertanggung jawab dalam berkerja merupakan modal utama yang harus diwujudkan, dijaga dan dipertahankan.

Selain beberapa poin diatas, Abu Bakar Konveksi juga fokus pada perencanaan pasar yang dibidik. Melalui *brand* yang dikeluarkannya yaitu *Fatkah Collection Muslim Wear*, pasar yang menjadi sasaran adalah ibu-ibu pekerja atau kalangan ekonomi menengah keatas dengan kualitas kain yang lebih mahal, serta model baju yang disesuaikan dengan perkembangan jaman namun tetap *syar'i*.

Strategi-strategi perencanaan diatas dinilai cukup matang dari sisi substansinya dan dapat menjadi pembelajaran khususnya bagi wirausaha sebelum dan saat menjalankan bisnis. Hal ini dilakukan untuk menghindari beberapa kemungkinan buruk yaitu kurangnya pemahaman terhadap segmentasi pasar, dan kurang matangnya dalam perencanaan bisnis. Pelaksanaan perencanaan yang dilakukan oleh Abu Bakar Konveksi sangat sederhana namun signifikan. Dengan mempertimbangkan aspek lokasi, pangsa pasar, produksi, serta sosial dan ekonomi diharapkan para pelaku usaha dapat memulai ataupun mengembangkan usahanya dengan baik.

6. Pengelolaan Usaha

Keberhasilan dalam pengembangan usaha konveksi ditentukan oleh kapabilitas (kemampuan) pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya. Di dalam pengelolaan usaha, seorang pelaku usaha harus memberikan perhatian pada fungsi-fungsi manajemen seperti *planning* (perencanaan), *actuating* (penggerakan), *organizing* (pengorganisasian) dan *controlling* (pengendalian). Berdasarkan data hasil penelitian di lapangan, peneliti mendapati fenomena pengelolaan usaha di Abu Bakar Konveksi yang sesuai dengan keempat fungsi manajemen tersebut.

Dari segi *organizing*, porsi sumber daya manusia sebagaimana disebutkan pada Gambar 1 dinilai cukup proporsional dalam memenuhi kebutuhan pengelolaan usaha Abu Bakar Konveksi. Namun, sebagaimana telah dibahas secara mendalam pada faktor laporan keuangan dan administrasi, kebutuhan akan tenaga ahli dalam membuat laporan keuangan dan pencatatan administrasi dinilai sangat dibutuhkan untuk menunjang perkembangan usaha.

Dari segi *planning*, Abu Bakar Konveksi melakukan produksi pakaian dalam jumlah besar jika ada pesanan. Begitupun standar kualitas pakaian juga disesuaikan dengan permintaan konsumen. Hal ini merupakan strategi produksi yang sangat baik sekali demi menghindari *membeludaknya* produk, dan untuk meminimalisir biaya produksi (pembelian bahan baku dan ongkos karyawan).

Disamping itu, jika perusahaan mendapatkan permintaan produksi yang tinggi maka manajer atau pemilik usaha akan membagi beban pekerjaan kepada usaha konveksi lainnya. Melalui kebijakan tersebut maka diharapkan terbentuk suatu hubungan kerja dan persaingan pasar yang sehat antara masing-masing usaha konveksi. Sistem kerja semacam ini cukup efektif dalam meningkatkan citra baik perusahaan pada dua aspek, yaitu: baik bagi pelanggan/konsumen karena produk pesannya dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dan baik pula untuk pesaing karena mendapatkan pesanan.

Actuating dilakukan dengan cara meningkatkan sarana dan prasarana yang diberikan kepada karyawan. Sarana dan prasarana ini berupa motor, tempat tinggal dan bantuan sosial. Pemberian sarana dan prasarana tersebut dimaksudkan untuk menunjang dan merangsang etos kerja karyawan agar dapat bekerja secara lebih maksimal dan penuh tanggung jawab.

Controlling yang baik juga dilakukan oleh Abu Bakar Konveksi dengan cara manampung keluhan dan masukan konsumen sebagai bahan evaluasi. Dengan melakukan kebijakan ini maka Abu Bakar Konveksi dapat meninjau sejauh mana produk yang dihasilkannya dapat memenuhi kepuasan konsumen dan mencapai ekspektasi perusahaan. Meskipun perusahaan telah melakukan *control* produk secara maksimal namun tidak menutup kemungkinan terdapat kekurangan atau cacat produk yang luput dari pengecekan. Oleh karena itu, sifat rendah hati dan bertanggung

jawab menjadi karakter penting yang harus ditanamkan pada pribadi masing-masing karyawan.

Namun disamping pengelolaan-pengelolaan yang disebutkan diatas, ada satu aplikasi pengelolaan yang mesti ditingkatkan yaitu perawatan alat. Dalam usaha produksi, beroperasinya alat dengan baik merupakan hal yang paling vital, karena alat produksi merupakan faktor utama dalam menghasilkan produk. Oleh karena itu, pengecekan alat/mesin secara berkala harus dilakukan dengan rutin menggunakan standar waktu tertentu agar tidak menghambat produksi.

7. Pemasaran dan Penjualan

Abu Bakar Konveksi melakukan pemasaran dengan 2 cara, yakni *online* dan tradisional. Teknik pemasaran secara *online* yaitu dengan memanfaatkan media sosial di internet. Sedangkan teknik pemasaran tradisional dengan cara memasarkan produk langsung kepada calon konsumen atau meningkatkan citra produk agar tersampai teknik pemasaran dari mulut ke mulut.

Dewasa ini, seiring dengan kemajuan dan perkembangan dunia teknologi dan informasi, masyarakat mulai menuntut kemudahan dalam segala hal, termasuk kemudahan dalam dunia jual beli. Berangkat dari fenomena tersebut, Abu Bakar Konveksi juga merambah dunia komunikasi sebagai media pemasaran produk. Media yang digunakan yaitu facebook (Abu Bakar Konveksi), Instagram (@fatkhahcollection), dan whatsapp. Pemasaran menggunakan internet dinilai sebagai strategi

yang efektif karena dapat menembus batas ruang dan waktu sehingga penyampaian informasi dapat berlangsung lebih cepat, murah dan mudah. Selain itu masih ada banyak keuntungan yang didapatkan melalui pemasaran secara *online*, salah satunya adalah produsen dapat melakukan diskusi promosi secara interaktif kepada konsumen atau calon konsumen.

Strategi pemasaran dan penjualan yang kedua yaitu dengan melakukan promosi penjualan “mulut ke mulut”. Istilah ini pada dunia marketing dikenal sebagai istilah *word-of-mouth marketing*. *Word-of-mouth marketing* adalah proses penyampaian informasi, khususnya rekomendasi tentang produk dan jasa, antara dua orang atau lebih secara non-formal.

Meskipun dunia teknologi kini telah berkembang pesat, namun pemilik usaha masih meyakini bahwa *word-of-mouth marketing* merupakan strategi yang sangat efektif dalam meningkatkan penjualan dan kepercayaan konsumen. Suatu perusahaan dapat berdiri menghadapi kompetisi dengan cara membangun hubungan yang baik dengan konsumen dan membangun hubungan yang berkesinambungan dengan mereka.

Dengan menerapkan *word-of-mouth marketing* maka perusahaan akan memperoleh pelanggan setia yang terus bertambah. Komentar *customer* mengenai suatu produk akan mempengaruhi minat customer lain untuk membeli produk tersebut atau tidak. Oleh karena itu perusahaan harus senantiasa mempertahankan dan meningkatkan kualitas

produk yang dihasilkan. Pembahasan diatas dapat dijadikan pelajaran bagi para calon maupun pelaku bisnis dalam mengembangkan usaha melalui pemasaran yang dilakukan dari “mulut ke mulut”.

8. Peran Pemerintah

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha konveksi yaitu peran pemerintah. Pemerintah dalam praktiknya adalah promotor sekaligus mitra terbaik dalam pelaksanaan usaha yang dilakukan oleh masyarakat. Wujud nyata perhatian pemerintah dalam dunia perindustrian adalah dengan didirikannya Dinas Perindustrian, Koperasi, dan lain sebagainya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa intervensi (campur tangan) pemerintah yang terwakili oleh Dinas perindustrian dapat meningkatkan perkembangan usaha (industri) masyarakat.

Dewasa ini pemerintah telah banyak melakukan pemberdayaan UMKM namun belum maksimal. Karena disebabkan oleh beberapa faktor yaitu rendahnya kualitas sumber daya manusia dan terbatasnya informasi yang diterima oleh masyarakat tentang eksistensi dana yang disediakan oleh pemerintah tersebut.

Berbicara tentang Abu Bakar Konveksi, menurut bapak Eko Setiawan selaku pemilik usaha memberikan tanggapan mengenai dukungan pemerintah setempat terhadap usaha konveksi yang beliau miliki yaitu beliau belum pernah tahu akan adanya bantuan pemerintah karena beliau belum pernah meminta bantuan kepada pemerintah

berkenaan dengan pendirian usaha yang beliau lakukan. Artinya, dibalik berkembangnya usaha Abu Bakar Konveksi, ternyata tidak ada intervensi pemerintah setempat sebagai wujud dukungan dalam menjalankan usaha.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi yang beralamat di 22 Hadimulyo Metro Pusat. Faktor-faktor perkembangan tersebut meliputi peluang, sumber daya manusia, keuangan dan administrasi, organisasi, perencanaan, pengelolaan usaha, pemasaran dan penjualan serta peran pemerintah. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Dari kedelapan faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha, hanya ada 6 faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi, yaitu: 1) faktor peluang; 2) faktor sumber daya manusia; 3) faktor organisasi; 4) faktor perencanaan; 5) faktor pengelolaan usaha, dan 6) faktor pemasaran dan penjualan.

Disamping itu, ada 2 faktor yang tidak cukup mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi, yaitu: 1) faktor laporan keuangan dan administrasi, dan 2) faktor peran pemerintah.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Bagi Pengusaha Konveksi

Dalam menjalankan usaha, khususnya usaha konveksi, para pengusaha harus lebih jeli dan teliti dalam melakukan pencatatan

keuangan dan administrasi perusahaan. Hal ini sangat diperlukan terutama jika pemilik usaha tersebut membutuhkan sokongan dana diluar dana pribadi, dan masalah yang paling sederhana adalah sulitnya mengontrol sirkulasi keuangan dan perkembangan usaha.

Disamping itu juga, pengusaha harus pro-aktif dalam mendapatkan sumber dana demi menunjang perkembangan usahanya, diantaranya sumber dana dari pemerintah setempat. Sebagaimana telah diketahui bersama bahwa pemerintah telah menyediakan bantuan-bantuan bagi para pengusaha berupa Kredit Usaha Rakyat (KUR), bantuan untuk wirausaha muda dan dana hibah lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha Abu Bakar Konveksi. Sudut pandang penelitian ini hanya fokus pada sumber internal dari objek penelitian. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lanjutan dengan melihat aspek perkembangan usaha konveksi bukan hanya dari sudut pandang internal objek penelitian tapi juga dari sudut pandang eksternal yaitu konsumen dan masyarakat disekitar tempat usaha Abu Bakar konveksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPEF-Yogyakarta, 2001.
- Alex S. Nitisemito. *Manajemen Personalia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010.
- Al-'Alim Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Ilmu Pengetahuan, (Bandung: Yayasan Penyelenggara penerjemah Al-Qur'an di Sempurnakan oleh Lajnah Pentashih Al-Qur'an)
- Betty Indriastuti. "Kajian tentang Pengelolaan Usaha pada Industri Kecil Konveksi di Desa Tempursari Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten." Universitas Negeri Semarang, 2009.
<http://lib.unnes.ac.id/2102/1/4226.pdf>.
- Buchari Alma. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Dedi Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Hendro. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Henry Faizal Noor. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007.
- I Putu Lanang Eka Sudiarta, I Ketut Kirya, dan I Wayan Cipta. "Analisis Faktot-faktor yang Mempengaruhi Kinerja usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bangli." *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha 2* (2014).
- Imam Abdurrouf Al-Munawi. *Faidhul Qodir Syarah Jami'us Ash-Shoghir*. Kedua. Lebanon: Darul Ma'rifah, 1972.
- Kristiningsih, dan Adrianto Trimarjono. "Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah." *The 7th NCFB and Doctoral Colloquium*, 2014.
- Mohammad Adam Jerusalem. *Manajemen Usaha Busana*. Yogyakarta: FKIP UNS, 2011.
- Moleong. *Metodologi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Mudjiarto, dan Aliaras Wahid. *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.

- Muhammad Musrofi. *Kunci Sukses Berwirausaha*. Jakarta: PT Alex Medi Komputindo, 2004.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Pratita V. Kusuma. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha Kecil dan Menengah." *FE UI*, 2013.
- Sonny Sumarsono. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suryana. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- . *Kewirausahaan "Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses."* Bandung: Salemba Empat, 2003.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2004.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketatanegaraan (2003).
http://www.kemenerin.go.id/kompetensi/UU_13_2003.pdf.
- Yuyus Suryana, dan Kartib Bayu. *Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Eko Setiawan. Data Interview Penelitian, 20 Januari 2018.
- . Data Interview Penelitian 1, 20 Januari 2018.
- . Data Interview Penelitian 2, 25 Januari 2018.
- . Data Pra-Survey, Mei 2017.
- "Ringkasan_disertasi_EDI_Noer.pdf." Diakses 4 Januari 2018.
http://eprints.dinus.ac.id/14003/4/Ringkasan_disertasi_EDI_Noer.PDF.

RIWAYAT HIDUP

Siti Nurpuji Rahayu dilahirkan di Tulang Bawang pada tanggal 05 Mei 1996, Peneliti merupakan putri pertama dari pasangan Bapak Busroni dan Ibu



Windi. Bertempat tinggal di Desa Karya Bhakti, Kecamatan Meraksa Aji, Kabupaten Tulang Bawang, Provinsi Lampung.

Berikut ini riwayat pendidikan yang telah peneliti tempuh:

1. SD N 01 Karya Bhakti, lulus pada tahun 2008
2. SMP N 01 Karya Bhakti, lulus pada tahun 2011
3. MA Mathla'ul Anwar, lulus pada tahun 2014

Kemudian pada tahun 2014 peneliti melanjutkan study di IAIN Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah. Pada akhir masa study, peneliti mempersembahkan Skripsi yang berjudul : **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Abu Bakar Konveksi (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi 22 Hadimulyo Barat, Metro Pusat)”**.