



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
YANTI ULOS SIPIROK KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

**DUMA SARI SIREGAR
NIM. 17 402 00018**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2021**

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
YANTI ULOS SIPIROK KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

**DUMA SARI SIREGAR
NIM. 17 402 00018**

PEMBIMBING I

**Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A
NIP. 19730725 199903 1 002**

PEMBIMBING II

**Adanan Murroh Nasution, M.A
NIDN. 2104118301**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
YANTI ULOS SIPIROK KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

**DUMA SARI SIREGAR
NIM. 17 402 00018**

PEMBIMBING I

**Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A
NIP. 19730725 199903 1 002**

PEMBIMBING II

**Adanan Murroh Nasution, M.A
NIDN. 2104118301**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2021**

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DUMA SARI SIREGAR

NIM : 17 402 00018

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 24 Juni 2021

Saya yang Menyatakan,



DUMA SARI SIREGAR
NIM. 17 402 00018

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : DUMA SARI SIREGAR
NIM : 17 402 00018
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Strategi Pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 24 Juni 2021

Yang menyatakan,



DUMA SARI SIREGAR
NIM. 17 402 00018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : DUMA SARI SIREGAR
NIM : 17 402 00018
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah MB-1
JUDUL SKRIPSI : Strategi Pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok
Kabupaten Tapanuli Selatan

Ketua

Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A
NIP. 19730725 199903 1 002

Sekretaris

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002

Anggota

Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A
NIP. 19730725 199903 1 002

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002

Windari, S.E., M.A.
NIP. 19830510 201503 2 003

Zulhika Matondang, S.Pd., M.Si
NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Rabu/ 07 Juli 2021
Pukul : 14.00 WIB – Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 71,25 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,81
Predikat : PUJIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H.Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

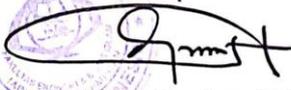
**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA YANTI ULOS
SIPIROK KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

**NAMA : DUMA SARI SIREGAR
NIM : 17 402 00018**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 31 Juli 2021
Dekan,




Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Duma Sari Siregar
Nim : 1740200018
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Tenun Yanti Ulos Sapirok
Kabupaten Tapanuli Selatan

Usaha tenun Yanti Ulos di Kelurahan Baringin Kecamatan Sapirok Kabupaten Tapanuli Selatan merupakan usaha kerajinan tenun yang memproduksi bakal baju tenun khas Tapanuli Selatan. Usaha tenun yanti ulos ini sudah dikenal baik masyarakat daerah Tapanuli Selatan maupun masyarakat luar daerah Tapanuli bagian Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha tenun Yanti Ulos Sapirok dan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan menggunakan analisis SWOT.

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan pengertian dan fungsi strategi, pengertian dan tahapan pengembangan usaha, strategi pengembangan usaha dalam perspektif islam, analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan treath*), pengertian dan fungsi kerajinan, serta matriks SWOT yang terdiri dari strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian ini adalah bagian yang berhubungan dengan pembuatan dan pemasaran produk kerajinan tenun dengan pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *snowball* dan *purposive*. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Sementara teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis *matriks* IFE, *matriks* EFE, *matriks* IE, dan *matriks* SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat diketahui yaitu dengan total skor hasil dari *matriks* IFE yaitu 2.94, sedangkan total nilai skor yang diperoleh dari *matriks* EFE yaitu 2.45. Kemudian hasil dari kedua nilai total skor IFE dan EFE digabungkan dan diperoleh *matriks* IE dengan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Maka posisi matriks IE pada sel V dibagian kedua yaitu jaga dan pertahankan. Selanjutnya setelah IFE, EFE dan IE, maka di dapatkan matriks SWOT yaitu dengan strategi SO dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk kerajinan tenun, mengikuti dan meningkatkan permintaan pasar, memiliki relasi yang baik dengan para pelanggan dan pemasok. Strategi WO yaitu membuat persediaan bahan baku, dan meningkatkan promosi produk dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi. Strategi ST yaitu terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran, dan mengoptimalkan bagian pemasaran karena melalui promosi akan lebih meningkatkan pendapatan. Strategi WT yaitu mengadakan pelatihan kepada pengrajin tenun, menambah jaringan pemasaran, meningkatkan inovasi dan kreatif pada produk kain tenun agar diminati pelanggan, dan cepat dan tanggap apabila terjadi kesalahan atau kendala dalam produksi dan distribusi produk kerajinan tenun.

Kata Kunci : Strategi Dan Analisis SWOT

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian **“Strategi Pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidimpuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak

Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, ibu Nurul Izzah, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah serta seluruh Civitas Akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku pembimbing I dan Bapak Adanan Murroh Nasution, M.A selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
6. Terima kasih kepada pemillik usaha Yanti Ulos Sipirok, pengrajin kerajinan tenun, perantara pedagang kerajinan tenun, dan pelanggan kerajinan tenun yang telah bersedia dan membantu kelancaran penelitian ini serta terima kasih

kepada Lurah Baringin yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada peneliti untuk dapat meneliti usaha produk kerajinan tenun di Kelurahan Baringin Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.

7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Julmahir Siregar dan Ibunda Lamsaria Harahap beserta kedua saudara peneliti yakni Maslan Siregar dan Pahri Siregar, yang paling berjasa dan paling berharga dalam hidup peneliti, serta telah menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat sekolah dasar sampai kuliah di IAIN Padangsidempuan. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
8. Untuk sahabat dan teman-teman peneliti Elmilan Nasution S.E, Azmi Nurul Widya Puji Astuti S.E, Anzelina Harahap, Putri Wahyuni Pane, Batiah Nasution, Yuli Agustina, Evi Mahyuni, Suci, Sahriadi Siregar, Lusi Amanda Putri, Nora Septini Harahap, Sahrina Mukhaira Daulay, Puji Erlia, Juila Sanda Khairani, Berliana Ritonga, Maya Hariati, Juwita Gauri, Leni Marlina Dongoran, Puspita Sari Mardiana Sitompul, Sahriadi Siregar S.E, Martondi dan para sahabat dan teman-teman lain yang tidak dapat peneliti ucapkan namanya satu-persatu yang telah membantu dan memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Terima kasih kepada teman peneliti Hanna Juita Sari Hasibuan, Lanna Sari, dan Gita Supiah Harahap yang turut memberikan motivasi dan mendampingi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

10. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2017 khususnya Program Studi Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis-1) dan rekan-rekan Asrama Putri IAIN Padangsidempuan khususnya Asrama D&E yang telah berjuang bersama-sama untuk meraih gelar S.E (Sarjana Ekonomi), semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
11. Teman-teman KKL-DR di Desa Padang Bujur Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan dan tak lupa juga teman-teman Magang Mandiri di Desa Pahae Aek Sagala Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan terima kasih atas saran dan doa yang diberikan.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Juni 2021
Peneliti

DUMA SARI SIREGAR
NIM. 17 402 00018

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ’ ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
ى.....	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah
و.....	<i>dommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tsaydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan

maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Batasan Istilah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Kegunaan Penelitian	7
G. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. Strategi	11
a. Pengertian Strategi.....	11
b. Fungsi Strategi.....	14
2. Pengembangan Usaha.....	15
a. Pengertian Pengembangan Usaha	15
b. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam...	22
3. Pengertian Analisis SWOT	24
4. Seni Kerajinan.....	27
a. Pengertian Kerajinan.....	27
b. Fungsi Kerajinan.....	28

B. Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
B. Jenis Penelitian	33
C. Subjek Penelitian.....	33
D. Sumber Data Penelitian	34
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	36
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Strategi Pengembangan Usaha Tenun Yanti Ulos Sapirok	39
B. Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman dalam Pengembangan Usaha Tenun Yanti Ulos Sapirok dengan Menggunakan Analisis SWOT	41
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel IV.1 Hasil Pembobotan Matriks IFE.....	47
Tabel IV.2 Hasil Pembobotan Matriks EFE	49
Tabel IV.3 Matriks IE	51
Tabel IV.4 Matriks SWOT.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bangsa Indonesia kaya akan warisan budaya. Dari banyaknya kebanggaan bangsa Indonesia dan semua masyarakat di Indonesia yang menjadi kebanggaan ialah kekayaan akan warisan budayanya. Diantara banyaknya warisan budaya adalah kain tenun tradisional. Banyak kain dan tenunan tradisional di negara Indonesia seperti: Kain *Ulos* yang berasal dari Sumatera Utara, Kain *Limar* yang berasal dari Sumatera Selatan, Kain Batik dan *Lurik* yang berasal dari Yogyakarta, Kain *Gringsing* dan *Endek* yang berasal dari Bali, dan lain-lainya. Dengan kain tradisional itu, dapat dilihat bahwa kekayaan warisan budaya yang bukan hanya tampak dari segi teknik, segi beragamnya corak dan model kain yang akan dibuat. Namun bisa juga dilihat dari banyaknya fungsi dari kain tenun di kehidupan masyarakat Indonesia yang mencerminkan adat istiadat, kebudayaan, dan kebiasaan budaya, yang berasal dari jati diri masyarakat Indonesia.¹

Usaha dagang ialah kegiatan usaha yang dikerjakan dengan membeli produk barang atau jasa kemudian menjualnya kembali dengan maksud untuk mencari keuntungan/laba. Keuntungan/laba dari produk atau barang yang telah dijual harus merincikan biaya distribusi dan operasional. Usaha dagang terwujud atas ide atau gagasan dari seseorang

¹ Trisna Nurmeisarah, I Gede Sudirtha, dan Made Diah Angendari, "Tinjauan Tentang Tenun Tradisional Dusun Sade Desa Rambitan Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah," *Universitas Pendidikan Ganesha*, 2015, hlm. 2-3.

yang memiliki modal untuk melaksanakan sebuah usaha pada bagian perdagangan. Jika modal yang dimiliki pengusaha tidak terlalu besar, biasanya pengusaha tersebut akan bekerja sendiri. Akan tetapi, jika modal diperkirakan lumayan besar, maka otomatis usahanya akan berindependen dan besar. Disamping itu, pengusaha mulai merekrut anggota baru untuk membantu mengolah bisnis tersebut. Apabila perusahaan mendapat keuntungan dan mengalami kerugian, maka seluruhnya menjadi beban dari pengusaha itu sendiri.²

Usaha dagang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional, makanya selain memiliki peran dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Pada masa krisis ekonomi yang pernah berlangsung di negara Indonesia sejak beberapa tahun silam, banyak usaha berskala besar yang mengalami kebangkrutan dan terpaksa harus tutup usaha.³

Berdirinya sebuah perusahaan pasti memiliki maksud dan tujuan tertentu. Tujuan yang dimaksud seperti untuk memperoleh laba/keuntungan. Pemilik perusahaan tentunya memiliki banyak tugas dan visi misi perusahaan. Demi kelanjutan hidup perusahaan, pemilik

² Oemar Moechthar, *Teknik Pembuatan Akta Badan Hukum Dan Badan Usaha Di Indonesia* (Surabaya: Airlangga University Press, 2019), hlm. 25-26.

³ Alfi Amalia, Wahyu Hidayat, dan Agung Budiarmo, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang di Kota Semarang," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol. 1, no. 2 (2012): hlm. 1.

perusahaan harus menyusun rencana jangka panjang dan pendek perusahaan.⁴

Bukan hanya satu dua perusahaan saja yang mengalami kebangkrutan, namun banyak perusahaan yang mengalaminya juga. Biasanya diakibatkan banyak faktor misalnya melakukan riset pasar secara asal-asalan sehingga belum bisa membaca dan mengamati keadaan pasar. Pemasaran yang masih minimum tidak sesuai target yang direncanakan, situasi perekonomian yang tidak normal, dan strategi yang belum mantap. Jikalau pemilik perusahaan mampu melihat peluang bisnis usaha, maka otomatis perusahaan tersebut akan sejahtera dan berjaya. Laba/keuntungan yang ditargetkan dapat dicapai. Peluang bisnis yang dimaksud ialah memajukan perusahaan supaya mampu berindependent dan mengeluarkan ide-ide yang kreatif dan inovatif untuk kemajuan perusahaan.

Perkembangan usaha yang bagus, mewajibkan pemilik perusahaan untuk bisa merancang kondisi perusahaan, wajib mengetahui apa saja kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam perusahaan itu serta peluang apa saja yang bisa diambil oleh perusahaan, sehingga dengan begitu pemilik perusahaan tidak salah dalam pengambilan keputusan yang nantinya akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Selain memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi, perkembangan usaha juga memiliki peran dalam perekrutan tenaga kerja dan mengalokasikan hasil-hasil dari pembangunan.

⁴ Syaifullah Sitorus, "Analisis strategi pengembangan pada UMKM Tabo Kopi Sipirok" (IAIN Padangsidempuan, 2019).

Suatu perubahan yang dikonsepsi dan dirancang untuk mengatur ulang efektifitas dan kinerja organisasi yang merata ke seluruh lapisan merupakan pengertian dari pengembangan organisasi. Pengembangan organisasi adalah pengaplikasian ilmu tentang tindakan jangka panjang demi membangun kembali kemampuan sebuah organisasi dalam menghadapi perubahan di lingkungan eksternal, serta mengasah kemampuan untuk memecahkan masalah internalnya.⁵

Berbicara tentang usaha dagang atau yang lainnya, kita pasti akan berfikir bahwa perusahaan ini bergerak dibidang usaha jual beli saja atau berfikir tentang usaha yang lain baik itu jasa yang menghasilkan pundi-pundi uang. Tetapi usaha yang kita pikirkan bukan hanya dibidang yang dua itu saja, tetapi usaha masih memiliki banyak jenis dan bagian-bagiannya.

Yanti Ulos merupakan salah satu penghasil produk unggulan di Kecamatan Sipirok yang dikenal dengan kerajinan kain tenun. Kerajinan ini bermula pada tahun 1980-an sampai dengan sekarang. Kain tenun merupakan kain asli Indonesia yang proses produksinya berada di pulau Jawa, pulau Sumatera, dan pulau Kalimantan. Teknik yang dipakai dalam pembuatan kain tenun sangatlah sederhana atau manual, hanya dengan menyatukan benang secara memanjang dan melintang.⁶

⁵ Winardi, *Manajemen Perubahan* (Jakarta: Kencana Preanada Media Group, 2005), hlm. 114.

⁶ Anggita Putri Laila Balkis Lubis, "Pengrajin Tenun Ulos Silangge Dalam Mempertahankan Motif Tradisional Sebagai Ekonomi Kreatif" (Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 1.

Kain tenun terbentuk dari serat kayu, kapas, sutra. Usaha ini biasanya adalah usaha rumahan. Seni tenun memiliki hubungan dengan sistem pengetahuan, lingkungan alam, budaya, kepercayaan, dan sistem organisasi dalam masyarakat. Oleh karena itu, tenun di setiap daerah berbeda, baik dari segi budaya sosial masyarakat. Apabila kita ingin mengetahui kualitas tenun bisa diperhatikan dari mutu bahan, motif, keindahan tata warna, pola, dan ragam hiasannya.⁷

Masalah yang terjadi pada usaha industri kerajinan tenun Yanti Ulos yaitu Pak Ali Napiah selaku pemilik Yanti Ulos mengatakan bahwa perusahaan ini pernah berhenti berproduksi bakal tenun yaitu pada tahun 2014. Padahal perusahaan ini telah beroperasi selama 10 tahun lebih yang dimulai tahun 2009 sampai dengan tahun ini. Perusahaan belum mampu melihat kekuatan dan peluang yang ada. Selain itu, masalah keterbatasan sumber daya manusia. Hal ini dikarenakan para pengrajin melakukan kegiatan tenun ini hanya sebagai pekerjaan sampingan yaitu pada saat istirahat selesai dari sawah atau kebun, sehingga waktu kerja para penenun tidak menentu. Kemudian dalam bidang bahan baku yang tidak tersedia di lokal. Hal ini sangat disesalkan karena menyebabkan kain tenun tidak mengalami perkembangan. Padahal kain tenun adalah produk unggulan daerah Sipirok sebagai oleh-oleh atau cinderamata yang merupakan ciri khas dari Sipirok.⁸

⁷ Lubis, hlm. 2.

⁸ Hasil Wawancara Dengan Pak Ali Napiah (Sipirok, 17 Desember 2020 Pukul 10.30

Maka untuk menghadapi persaingan tersebut, perusahaan harus membuat strategi pengembangan bisnis untuk mengembangkan usahanya. Strategi pengembangan bisnis dapat dilakukan melalui analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan menggunakan analisis SWOT. Adapun lingkungan internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan dan lingkungan eksternal terdiri dari peluang dan ancaman.

Dari uraian di atas, maka Yanti Ulos perlu menerapkan strategi pengembangan usaha untuk dapat menghadapi persaingan dan dapat terus dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Strategi Pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah di cantumkan di atas masih bersifat umum, maka dari itu diperlukan batasan-batasan masalah dalam pembahasannya agar permasalahan tersebut lebih terarah pada ruang masalah yang ingin diteliti, yaitu seputar strategi pengembangan usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.

C. Batasan Istilah

Untuk memudahkan pengertian istilah yang dipakai dalam penelitian ini, maka peneliti membuat batasan istilah yaitu:

1. Strategi adalah suatu rencana yang terkonsep mengenai kegiatan untuk memperoleh sasaran utama.

2. Yanti ulos adalah salah satu usaha yang memproduksi produk unggulan Sipirok yaitu kain tenun khas Sipirok.
3. Sipirok adalah salah satu nama Kota daerah Kabupaten Tapanuli Selatan.
4. Tapanuli Selatan adalah salah satu nama Kabupaten di Sumatera Utara.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini ialah :

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha tenun Yanti Ulos Sipirok ?
2. Bagaimana faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha tenun Yanti Ulos Sipirok dengan menggunakan analisis SWOT?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ialah :

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha tenun Yanti Ulos Sipirok.
2. Untuk mengetahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha tenun Yanti Ulos Sipirok dengan menggunakan analisis SWOT.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian yang dilakukan yaitu :

1. Bagi Peneliti

Untuk memperbanyak pengetahuan, wawasan, dan pengalaman baik secara teori maupun praktek utamanya perihal tentang strategi pengembangan usaha.

2. Bagi Usaha Kain Tenun

Hasil penelitian mudah-mudahan memberikan petunjuk agar perusahaan senantiasa berlanjut melakukan strategi pengembangan usaha dan untuk mengadakan peningkatan terhadap strategi pengembangan usaha.

3. Bagi Institusi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi institusi perguruan tinggi sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta sebagai referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya.

4. Bagi Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan kepada pemerintah daerah setempat untuk terus mendukung perkembangan produk kerajinan tenun Sipirok.

5. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang dapat dijadikan pengetahuan mengenai pemilihan usaha seperti produk kerajinan kain tenun Sipirok. Masyarakat juga diharapkan dapat mengembangkan, memasarkan dan mempromosikan produk kerajinan kain tenun Sipirok.

G. Sistematika Pembahasan

Bab I adalah tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah. Disinilah dipaparkan mengapa peneliti tertarik untuk meneliti strategi pengembangan kain tenun Yanti Ulos Sipirok. Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan usaha tenun Yanti Ulos Sipirok dan bagaimana faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha tenun Yanti Ulos Sipirok dengan menggunakan analisis SWOT. Dengan adanya rumusan masalah tersebut maka akan tercapai tujuan penelitian yakni untuk mengetahui strategi pengembangan usaha tenun Yanti Ulos Sipirok dan untuk mengetahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha tenun Yanti Ulos Sipirok dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat baik untuk peneliti, usaha kain tenun Yanti Ulos Sipirok, Institusi Perguruan Tinggi, Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan, serta masyarakat.

Bab II adalah tentang tinjauan pustaka. Bab ini berisikan referensi dan kajian yang menjadi pedoman dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya pembahasan tentang pengertian strategi pengembangan, yang terdiri dari pengertian strategi dan pengertian pengembangan. Kemudian pembahasan tentang pengertian analisis SWOT, pengertian dan fungsi seni kerajinan serta penelitian terdahulu yang membahas tentang hasil dari penelitian sebelumnya.

Bab III adalah tentang metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian dilakukan, jenis penelitian yang membahas tentang bagaimana penelitian yang dilakukan, analisis/subjek penelitian menguraikan siapa yang menjadi subjek dalam penelitian ini, sumber data yang menjelaskan darimana penelitian didapatkan oleh peneliti, teknik pengumpulan data, teknik apa saja yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data tersebut, teknik pengolahan data dan analisis data serta teknik pengecekan keabsahan data tentang bagaimana metode penelitian yang dilakukan.

Bab IV adalah tentang hasil penelitian dan pembahasan menjelaskan tentang bagaimana gambaran umum objek penelitian yang dilakukan peneliti serta berisikan paparan data atau hasil penelitian, dan pembahasan yang tersusun atau atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara peneliti serta pembahasan yang merupakan hasil analisis peneliti terhadap permasalahan yang telah didapatkan dalam penelitian.

Bab V adalah tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan inti dari semua pembahasan yang diteliti. Saran adalah masukan-masukan yang berisikan pemikiran. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*strategos*” dengan akar kata *Stratos* dan *Ag*. *Stratos* berarti “Militer” dan *Ag* berarti “Pemimpin”. Pada awalnya strategi diartikan *generalship* atau sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membentuk rencana untuk mengalahkan musuh dan memenangkan perlombaan sama halnya dengan perusahaan yang juga membutuhkan strategi untuk memenangkan pertandingan di dunia bisnis sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pengertian strategi yaitu keunggulan bersaing guna mengubah kekuatan perusahaan atau organisasi sehingga menjadi sebanding atau melebihi kekuatan pesaing dengan cara yang lebih efisien.⁹

Ada beberapa definisi strategi menurut para ahli yaitu:

- 1) Menurut Fred R. David dalam bukunya “*Strategic Management: concepts and cases*” mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan,

⁹ Senja Nilasari, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Dunia Cerdas, 2014), hlm. 2-3.

divestasi, likuidisasi dan *joint venture*. Sedangkan manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya.

- 2) Menurut Morrissey, strategi adalah proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa, dan pasarnya di masa depan.
- 3) Menurut WF Glueck dan LR Jauch dalam buku “Manajemen strategis dan kebijakan perusahaan” mendefinisikan strategi sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.¹⁰
- 4) Menurut Clausewitz dalam buku Eddy Yunus, strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari

¹⁰ M Manullang, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: Perdana Publishing, 2016), hlm. 18-19.

aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.¹¹

- 5) Porter dalam buku Eddy Yunus, mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik, sedangkan Arthur A. J, dalam buku Eddy Yunus, mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target).¹²

Secara umum, strategi adalah acuan dalam perusahaan untuk memperoleh misi dengan metode memajukan kekuatan internal dan eksternal. Di dalam bisnis strategi mempunyai cara untuk mencapai tujuan jangka panjang seperti melakukan perluasan geografis, likuidasi, rasionalisasi karyawan, *joint ventur* dan divestasi.

Menurut peneliti, strategi adalah pendekatan secara penuh yang berhubungan dengan pelaksanaan ide atau gagasan perencanaan dan pelaksanaan ide atau gagasan perencanaan dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Strategi agar lebih baik harus memiliki koordinasi tim kerja, mempunyai identifikasi faktor pendukung yang sama dengan prinsip-prinsip

¹¹ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm. 11-12.

¹² Eddy Yunus, hlm. 11-12.

pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki trik untuk mencapai tujuan yang efektif.

b. Fungsi Strategi

Fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Berikut ini fungsi dari strategi diantaranya:

- 1) Mengkomunikasikan suatu maksud atau visi yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan dan mengkomunikasikan tentang apa yang akan dikerjakan, untuk siapa dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapasitas organisasi dengan faktor lingkungan, dimana kapabilitas tersebut akan digunakan.
- 2) Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang lingkungannya.
- 3) Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- 4) Menghasilkan dan membandingkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang, khususnya sumber dana dan sumber-sumber lainnya yang diolah atau digunakan dengan dihasilkannya sumber-sumber daya yang nyata, tidak

hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.

- 5) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.
- 6) Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. Proses yang terus menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan aktivitas pendukungnya.¹³

2. Pengembangan Usaha

a. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan merupakan usaha agar menaikkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral pekerja sesuai dengan kebutuhan karyawan atau kedudukan dengan pendidikan dan pelatihan. Pendidikan menaikkan kemampuan teoritis, konseptual dan moral prakerja sementara latihan bermaksud agar menaikkan keahlian teknis yang dilaksanakan pekerjaan pekerja, *workshop* untuk pekerja bisa menaikkan wawasan yang banyak bahkan diluar tempat bekerja.¹⁴

¹³ Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 5-6.

¹⁴ J. Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Nonprofit*, (Jakarta: Grasindo, 1996), hlm 15.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan sedangkan usaha merupakan suatu aktivitas yang mengarahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mendapatkan yang diinginkan, pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) agar memperoleh tujuan. Pengembangan usaha adalah suatu kegiatan pengembangan yang menentukan kekuatan, kemampuan otak atau tubuh agar tercapainya tujuan yang direncanakan.¹⁵

Pengembangan adalah pelaksanaan penemuan ilmiah yang baru ke praktik, serta menciptakan barang baru serta memperluas barang atau menukar bahan baku agar kualitas bagus serta mengurangi biaya produksi atau investasi. Pengembangan rencana jangka panjang baik dari segmen kesempatan dan ancaman lingkungan, maupun dari segmen kekuatan dan kelemahan perusahaan yang dimana untuk mengatur seefektif mungkin ialah defenisi dari perumusan strategi. Strategi yang diuraikan bersifat khusus terkait aktivitas yang dapat diterapkan.¹⁶

Jadi pengembangan usaha adalah suatu kegiatan perusahaan untuk pengembangan usaha ke depannya dengan mengarahkan seluruh tenaga, pikiran, dan modal yang dimiliki perusahaan untuk mencapai suatu harapan yang ingin dicapai. Intinya pengembangan

¹⁵ "Kamus Besar Bahasa Indonesia," T.T.

¹⁶ Malayu S. P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hlm. 68.

usaha yaitu pelaksanaan, penemuan ilmiah yang baru ke dalam praktik, menciptakan barang baru, memperluas barang, atau menukar bahan baku barang agar kualitas bagus serta mengurangi biaya produksi atau investasi.

1) Jenis Jenis Pengembangan Usaha

Strategi dapat dikelompokkan menjadi beberapa macam:

a) Strategi Agresif

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Strategi ini memperbolehkan untuk tempat bekerja menggunakan pantauan untuk mengawasi terkhusus pada pemasok, para pesaing serta distributor, semisalnya melewati akuisisi atau tempat bekerja serta melewati merger.

b) Strategi Intensif

Strategi yang membutuhkan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan tempat usaha melalui barang yang ada. Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi pada

perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

c) Strategi Diversifikasi

Strategi yang dimaksudkan agar menambahkan barang-barang terbaru. Strategi semakin menurun kepopulerannya sangat tak dilihat atas posisi naiknya kesulitan dalam mengendalikan kegiatan tempat kerja yang berbeda tingkat manajemennya. Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi produk/pasar.

d) Strategi Defensif atau Bertahan

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Strategi bertujuan untuk usaha yang kita jalankan dalam menyelamatkan usaha kita supaya kerugian yang lebih besar terlepas yang akhirnya berujung kebangkrutan. Untuk menghindarinya pemilik

usaha harus melakukan tindakan-tindakan strategi untuk bertahan.¹⁷

2) Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melaksanakan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melaksanakan pengembangan kegiatan usaha ini melewati langkah-langkah usaha sebagai berikut:

a) Memiliki Ide Usaha

Tahap pertama bisnis seorang wirausaha bermula dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha bisa bermula dari berbagai sumber atau informasi. Ide usaha bisa muncul dikarenakan adanya *sense of business* yang kuat dari seorang pebisnis. Ide usaha bisa timbul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pemantauan.

b) Penyaringan Ide atau Konsep Usaha

Untuk langkah berikutnya, seorang pebisnis akan mengungkapkan ide atau gagasan di dalam konsep usaha yang menjadi tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal ataupun yang dilakukan dengan informal.

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis, Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019), hlm. 20-21.

c) Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Pebisnis yaitu orang yang menjadikan penggunaan sumber daya ekonomi untuk mendapatkan keuntungan. Komponen khusus atau utama pada perencanaan usaha yang baru dikembangkan seorang pebisnis atau wirausahawan yaitu penjumlahan dan perhitungan proyeksi laba/rugi dari bisnis usaha yang dilakukan. Dalam menyusun atau membuat rencana usaha (*Business Plan*), para pebisnis atau wirausahawan mempunyai perbedaan saat membuat rincian rencana usaha. Proyeksi laba-rugi adalah muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional.

d) Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang sudah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis seterusnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Seorang wirausahawan menjadikan rencana usaha sebagai panduan pada pelaksanaan usaha yang bakal dilakukan. Pada kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha bakal mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.¹⁸

¹⁸ Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), hlm. 135.

Mengidentifikasi langkah-langkah diperlukan untuk pengembangan usaha dan kapan hal tersebut menjadi. Agar memahami secepat mana usaha berkembang sampai di titik rencana usaha yang dipersiapkan, kita harus membahas langkah-langkah yang sudah dilakukan untuk kebutuhan perencanaan, membuat jadwal yang jauh lebih rinci sebagai kalender waktu dan tindakan atau kalender implementasi agar sangat baik. Jadwal ini biasanya tidak dimasukkan ke dalam rencana usaha yang disajikan. Rincian ini akan menolong wirausahawan menetapkan rencana kemajuan usaha yang realistis.

Perumusan strategi terdiri dari aktivitas memajukan visi misi suatu usaha, mendapati peluang dan ancaman eksternal, mengkonfirmasi kekuatan dan kelemahan internal, menargetkan tujuan jangka panjang, dan menyusun strategi yang bisa dipakai. Ada 3 (tiga) tipe strategi dalam pengembangan usaha seperti :

- (1) Strategi manajemen
- (2) Strategi investasi
- (3) Strategi bisnis¹⁹

¹⁹ David Fred R, *Manajemen Strategis Konsep Konsep* (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2004).

b. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat vital dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya kaum adam yang mempunyai tanggungan sebagai kepala keluarga yang harus bekerja agar bisa menafkahi istri dan anak-anaknya. Bekerja adalah salah satu sebab pokok yang menjadikan manusia mempunyai harta kekayaan. Bekerja merupakan bagian dari ibadah dan jihad jika seorang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Allah berfirman dalam Al-Quran Surah Al-Jumu'ah ayat 10 sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ

فَضْلِ اللَّهِ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi. Dan carilah karunia Allah dan ingat Allah sebanyak-banyaknya supaya kamu beruntung”.²⁰

Makna dari ayat di atas, apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi untuk tujuan apapun yang

²⁰ “Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemah” (Penerbit CV Diponegoro, 2005), hlm. 526.

dibenarkan Allah SWT dan carilah dengan bersungguh-sungguh sebagian dari karunia Allah sangat banyak dan tidak mungkin kamu mengambil seluruhnya, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya jangan sampai kesungguhan kamu mencari karunia-Nya itu melengahkan kamu. Berzikirlah dari saat ke saat di setiap tempat dengan hati atau bersama lidah kamu supaya kamu beruntung memperoleh apa yang kamu dambakan.²¹

Dan dijelaskan dalam hadist yang diriwayatkan oleh Miqdam, sebagai berikut:

حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ مُوسَى أَخْبَرَنَا عَيْسَى بْنُ يُونُسَ عَنْ ثَوْرِعِنَ خَالِدِ بْنِ مَعْدَانَ عَنِ الْمُقْدَامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ

Artinya: Telah menceritakan kepada kami (Ibrahim bin Musa) telah mengabarkan kepada kami (Isa bin Yunus) dari (Tsauro) dari (Khalid bin Ma'dan) dari (Al-Miqdam radiallahu 'anhu) dari Rasulullah SAW bersabda: “Tidak ada seorang yang memakan satu makanan pun yang lebih baik dari makanan hasil usaha tangannya sendiri. Dan sesungguhnya Nabi Allah Daud AS memakan makanan dari hasil usahanya sendiri”. (Hadits Bukhari Nomor 1930).²²

Maksud dalam hadits diatas meliputi semua bentuk pemanfaatan harta benda sebagai hasil kerja seseorang dengan

²¹ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, Jakarta), hlm. 59.

²² Achmad Sunarto, *Shahih Bukhori* (Semarang: CV Asy-Syifa, Semarang), hlm. 210.

menggunakan tangannya sendiri. Dengan bekerja, manusia bisa memelihara kehormatannya dan juga telah memelihara kedudukan sosialnya di hadapan orang lain serta manusia bisa melaksanakan atau melakukan tugas kekhalifahannya, menjaga diri agar terhindar dari maksiat, dan meraih tujuan serta mimpi-mimpi yang sangat besar. Begitu pula, disaat melakukan pekerjaan perorangan atau individu bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarga serta anak dan istrinya, dan berbuat baik dengan tetangganya serta mampu menolong sesama dan bersedekah kepada orang lain yang membutuhkan. Semua bentuk yang diajarkan agama ini agar bisa terlaksana kita harus mempunyai harta dan mendapatkannya dengan bekerja.²³

3. Pengertian Analisis SWOT

Gambaran berupa kajian dalam manajemen perusahaan yang dimana dapat mendukung upaya penyusunan strategi untuk memperoleh tujuan perusahaan baik masa yang singkat ataupun masa yang berkepanjangan adalah pengertian dari analisis SWOT. Biasanya analisis SWOT selalu membuat perbandingan antara sisi bagian dalam perusahaan dan bagian luar perusahaan.²⁴

Analisis SWOT adalah penjabaran dari banyaknya faktor yang dibuat untuk menyebutkan strategi perusahaan. Analisis tersebut terdiri dari kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun

²³ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), hlm. 75.

²⁴ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: PT. Indeks, 2006), hlm. 63.

beriringan juga harus memperkecil kelemahan atau (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Teknik dalam memutuskan strategi berkaitan dengan pembangunan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Untuk itu, perencana strategis wajib menelaah aspek-aspek strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam situasi sekarang. Aktivitas itu disebut analisis situasi. Model yang umum dari analisis situasi ialah analisis SWOT. Ada lima langkah dalam menyusun analisis SWOT diantaranya :²⁵

- a. Menyediakan sesi SWOT
- b. Menjabarkan kekuatan dan kelemahan
- c. Menelaah kesempatan dan ancaman
- d. Membuat tingkatan atas kekuatan dan kelemahan
- e. Menguraikan kekuatan dan kelemahan

Analisis situasi adalah permulaan pembuatan perumusan strategi. Disamping itu, analisis situasi mewajibkan adanya kekuatan dan kelemahan. Matriks SWOT dapat menghasilkan empat sel perkiraan perubahan strategi. Strategi S-O menekan perusahaan mampu mengambil peluang dari kekuatan internal perusahaan. Strategi W-O menekan perusahaan untuk meminimalisir kelemahan dalam menggunakan peluang. Strategi S-T adalah pemaksimalan kekuatan dalam menjauhi ancaman dan W-T merupakan meminimalisir kelemahan dan menjauhi ancaman.

²⁵ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011).

Konsep strategi tersebut akan diuraikan kepada konsep-konsep yang tercatat adanya sasaran yang wajib diperoleh perusahaan. Kemudian konsep operasional diuraikan lagi ke dalam satu satuan uang yang merupakan perkiraan budget operasional. Konsep dasar analisis SWOT nampaknya simpel dan tidak rumit, misalnya jika kita memahami kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) juga melihat peluang (*opportunity*) dari luar perusahaan yang menguntungkan beserta mengurangi terjadinya ancaman (*treath*) di dalam perusahaan yang membuat menderita perusahaan itu sendiri. Menambah ilmu dan keahlian dalam organisasi merupakan kegunaan dari analisis SWOT.²⁶

Analisis SWOT adalah penjabaran dari banyaknya faktor yang dibuat untuk menyebutkan strategi perusahaan. Analisis tersebut terdiri dari kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun beriringan juga harus memperkecil kelemahan atau (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Mengoperasikan kinerja merupakan kewajiban bagi perusahaan, dikarenakan perusahaan dapat memanfaatkan semua komoditi yang tersedia secara optimal untuk memperbanyak kekayaan pemilik perusahaan dan menambah nilai untuk *stakeholder*.²⁷

Jadi, analisis SWOT adalah strategi yang efektif yang menambah kekuatan dan peluang dan memperkecil kelemahan dan ancaman. Jika diaplikasikan secara cermat dan teliti, maka penafsiran tersebut

²⁶ Rahardi D, *SWOT Analysis Pengertian Dan Tujuan* (2008, T.T.), [Http://Dickyrahardi.Com/](http://Dickyrahardi.Com/).

²⁷ Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, hlm. 18-19.

memiliki pengaruh yang luar biasa atas rancangan suatu strategi yang tercapai dan analisis lingkungan industri menyediakan informasi yang diperlukan untuk melihat peluang dan ancaman dalam perusahaan.

Matriks SWOT memerlukan beberapa strategi yaitu :

- 1) Strategi S.O, adalah strategi yang mengambil peluang yang ada dengan keunggulan perusahaan (*advantage comparative*).
- 2) Strategi S.T, adalah dengan memfokuskan beberapa kelebihan untuk memperoleh target (*mobilization*).
- 3) Strategi W.O, adalah memilih unsur mana yang lebih didulukan dan unsur mana yang dibelakangkan (*investmen/divesmen*).
- 4) Strategi W.T, adalah wajib berhati-hati atau waspada dalam memperoleh target (*damage control*).²⁸

4. Seni Kerajinan

a. Pengertian Kerajinan

Kerajinan adalah suatu barang atau jasa yang dihasilkan oleh keterampilan tangan dengan menggunakan kreatifitas dan inovasi. Hasil dari kerajinan sering dikaitkan dengan unsur seni, yang kemudian disebut sebagai seni kerajinan. Seni kerajinan ialah penerapan dari seni karya kriya yang dikerjakan oleh para pengrajin. Kemudian para pengrajin membentuk kelompok –

²⁸ Kotler And Keller, hlm. 64.

kelompok sebagai *home industry* yang berkembang di seluruh pelosok Indonesia.²⁹

b. Fungsi Kerajinan

Ada dua fungsi kerajinan ditinjau dari segi manfaat, yaitu sebagai berikut :

1) Fungsi Pakai

Dalam fungsi pakai, kerajinan lebih mengutamakan atau mengedepankan aspek fungsional, dimana kerajinan digunakan sebagai sesuatu alat yang bisa memudahkan pekerjaan manusia.

2) Fungsi Hias

Dalam fungsi hias, kerajinan lebih mengutamakan sisi keindahan atau estetikanya dibandingkan dengan fungsi barangnya, biasanya kerajinan seperti ini dijadikan sebagai pajangan.³⁰

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasari dari sebuah penelitian terdahulu, baik dari jenis penelitian maupun teori yang digunakan dan teknik metode penelitian untuk menguraikan, menjelaskan penelitian terdahulu sebagai referensi atau pendukung data penelitian ini.

Tabel II.1

²⁹ Aji Windu Viatra Dan Slamet Triyanto, "Seni Kerajinan Songket Kampoeng Tenun Di Indralaya Palembang," *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Karya Seni* Vol. 16, No. 2 (November 2014): hlm. 169.

³⁰ Timbul Raharjo, *Seni Kriya Dan Kerajinan* (Yogyakarta: Program Pasca Sarjana Institut Seni Indonesia, 2018), hlm. 22-24.

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Utari Evi Cahyani (Jurnal Kolegial Vol. 5 No. 1 Juni 2017) ³¹	Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Salak Di Kabupaten Tapanuli Selatan	Strategi yang dilakukan yaitu menggabungkan aktivitas pendayagunaan, pengolahan serta pemasaran dengan metode aktivitas wisata, mengadakan kerja sama dengan pemerintah yang tujuannya adalah mendapatkan modal, mengadakan training pengerjaan hasil panen, serta melakukan perawatan atau pemulihan tanaman salak yang tidak muda lagi.
2	Doni Marlius, Rino Dwi Putra (Jurnal Benefita Vol. 3 No.2 Juli 2018) ³²	Strategi Pengembangan Sulam Bayang	Strategi yang dilakukan adalah meningkatkan kemampuan medsos untuk promosi supaya masyarakat luas mengetahui keberadaan dan kualitas sulam bayang, membuat wadah bersama seperti organisasi koperasi dan organisasi pemasaran, mengasah skill pengrajin dalam memproduksi perlengkapan sulam dan keahlian pemilik dalam mengoperasikan kelompoknya menandingi pertandingan produk lain.
3	Erlangga Brahmanto, Hary Hermawan, Faizal Hamzah (Jurnal Media Wisata Vol. 15 No. 2	Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus	Strategi pengembangan destinasi wisata yaitu melaksanakan pesona kampung Malakasari sebagai daya pikat spesial bernuansa alam dan budaya, dengan menghadirkan sisi kecantikan, keistimewaan, serta kemurniannya, juga menonjolkan wisata edukatif berbasis ilmu bumi atau geologi, merenovasi aksesibilitas untuk menciptakan

³¹ Utari Evi Cahyani, "Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Salak Di Kabupaten Tapanuli Selatan," *Jurnal Kolegial* Vol. 5, No. 1 (Juni 2017): hlm. 49-50.

³² Doni Marlius Dan Rino Dwi Putra, "Strategi Pengembangan Sulam Bayang," *Jurnal Benefita* Vol. 3, No. 2 (Juli 2018): hlm. 217-218.

	November 2017) ³³		kesenangan wisatawan, dan menyurvei lagi penyediaan akomodasi liburan.
4	Lisyawati Nurcahyani (Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan Vol. 3 No 1, Juni.2018) ³⁴	Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Ikat Sintang	Pemerintah daerah ikut berpartisipasi dalam melestarikan tenun ikat, dengan menyediakan modal melalui bank daerah, bansos, pengadaan peralatan tenun, serta mengikutsertakan dalam pameran maupun festival pariwisata dan budaya. Pemerintah pusat juga menetapkan kebijakan dengan mewajibkan para pegawai mengenakan baju daerah.
5	Syaifullah Sitorus (Skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2019) ³⁵	Analisis Strategi Pengembangan Pada UMKM Tabo Kopi Sipirok	Strategi yang dilakukan oleh UMKM tabo kopi sipirok ialah meningkatkan dan menjaga citra rasa dan menambah kerja sama dengan para petani kopi untuk menambah pemasok bahan baku bagi perusahaan.
6	Lia Vebrina Siregar, Mustapa Kamal Rokan, Isnaini Harahap (Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam Vol. 5 No. 1 2019) ³⁶	Analisis Prospek Dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Syariah	Usaha jasa laundry syar'I memiliki SDM yang berkualitas sesuai dengan keahliannya. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk mendorong perkembangan perusahaan ialah meningkatkan mutu atau inovasi perusahaan, memperluas jaringan pemasaran dan juga menyediakan fasilitas yang lebih baik untuk kenyamanan dan kepuasan konsumen.
7	Siti Khodijah	Strategi Pengembangan	Strategi yang dilakukan UD. Rahmat Kotanopan adalah

³³ Erlangga Brahmanto, Hary Hermawan, Dan Faizal Hamzah, "Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus," *Jurnal Media Wisata* Vol. 15, No. 2 (November 2017): hlm. 559.

³⁴ Lisyawati Nurcahyani, "Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Ikat Sintang," *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* Vol. 3, No. 1 (Juni 2018): hlm. 70.

³⁵ Sitorus, "Analisis Strategi Pengembangan Pada UMKM Tabo Kopi Sipirok," hlm. 60-61.

³⁶ Lia Vebrina Siregar, Mustapa Kamal Rokan, Dan Isnaini Harahap, "Analisis Prospek Dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Syariah," *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* Volume 5, No. 1 (2019): hlm. 96.

	Matondang (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2016) ³⁷	Usaha Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada UD. Rahmat Kotanopan)	meningkatkan kerjasama dengan para petani dari berbagai daerah, melakukan pendekatan mupakat / musyawarah dengan para petani, contohnya dengan meningkatkan komunikasi dan silaturahmi yang baik, sehingga dengan etika yang baik dapat menjadikan masyarakat menjadi loyal pada usaha yang dikelola UD. Rahmat.
8	Niskha Sandriana, Abdul Hakim, Choirul Saleh (Jurnal Reformasi Vol. 5 No. 1, 2015) ³⁸	Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster Di Kota Malang	Diidentifikasi terdapat 8 faktor internal yang menjadi kekuatan dan 10 faktor internal yang menjadi kelemahan. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan sentra dapat diidentifikasi 8 faktor yang menjadi peluang dan 7 faktor yang menjadi ancaman.
9	Arnita Damayanthi Anwar, Ineke Nursih Widyantari, David Oscar Simatupang (<i>Musamus Journal Of Agribusines</i> , Vol. 2 No.1, Oktober 2019) ³⁹	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Komoditi Kemiri Lokal	Strategi pengembangan usaha komoditi kemiri lokal adalah memaksimalkan pengambilan buah kemiri dalam jumlah besar saat musim rontoknya, menambah kapasitas pengolahan dan penjualan kacang kemiri lokal, memaksimalkan penanaman (budidaya) pohon kemiri di sekitar tempat tinggal masyarakat, serta menerapkan manajemen yang efektif dan efisien berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian pada setiap aktivitas usaha.
10	Fitra Delita, Elfayetti, Tumiar Sidauruk	Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata	Membangun sarana dan prasarana misalnya akses jalan, alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek

³⁷ Matondang, "Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada UD. Rahmat Kotanopan)," hlm. 99-100.

³⁸ Niskha Sandriana, Abdul Hakim, Dan Choirul Saleh, "Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster Di Kota Malang," *Reformasi* Vol. 5, No. 1 (2015): hlm. 99.

³⁹ Arnita Damayanthi Anwar, Ineke Nursih Widyantari, Dan David Oscar Simatupang, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Komoditi Kemiri Lokal," *Musamus Journal Of Agribusines* Vol. 2, No. 1 (Oktober 2019): hlm. 36.

	(Jurnal Universitas Negeri Medan Vol. 9 No. 1 2017) ⁴⁰	Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun	wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata.
--	---	--	--

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu di atas, dapat diketahui bahwa penelitian ini tidak sama dengan 10 penelitian terdahulu tersebut. Perbedaan itu terdapat pada judul penelitian, variabel dan objek penelitian, studi kasus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan produk yang ingin dikembangkan, serta jenis penelitian yang berbeda.

⁴⁰ Fitra Delita, Elfayetti, Dan Tumiari Sidauruk, "Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun," *Jurnal Geografi* Vol. 9, No. 1 (2017): hlm. 52.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di usaha tenun Yanti Ulos. Usaha ini beralamat di Kelurahan Baringin Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini dimulai pada bulan Desember 2020 sampai bulan Juni 2021.

B. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah macam penelitian yang akan dipakai oleh peneliti. Penelitian kualitatif dipakai untuk mengamati suasana obyek yang natural dan percobaan serta pengujian berasaskan pada filsafat *postpositivisme*. Peneliti disini sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *snowball dan purposive*, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, teknik pengumpulan dengan triangulasi atau gabungan, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.⁴¹

C. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini langkah pengambilan subjek dilakukan secara sengaja yaitu dipilih dengan mempertimbangkan dan tujuan tertentu. Subjek sebagai sumber data adalah mereka atau orang-orang yang tergolong atau terlibat serta masih terlihat dari kegiatan yang sedang diteliti, memiliki waktu yang memadai untuk diminta informasi serta

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif Kuantitatif R dan D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 15.

dipercaya memberikan informasi yang akurat. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah bagian yang berhubungan dengan pembuatan dan pemasaran tenun Sipirok yaitu pemilik usaha tenun Yanti Ulos, para pengrajin, pelanggan atau pemakai tenun, dan perantara pedagang tenun di daerah Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.

D. Sumber Data Penelitian

Ada 2 sumber data penelitian yaitu :

1. Data primer adalah bukti atau faktanya berasal murni dari sumber asli.⁴² Data primer dalam penelitian ini bersumber pada usaha tenun Yanti Ulos Sipirok seperti pemilik usaha, para pengrajin, dan pelanggan pada usaha tenun Yanti Ulos.
2. Data sekunder atau fakta pelengkap berasal dari keseluruhan tumpuan buku-buku/jurnal, artikel yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber pada literatur-literatur yang berkaitan dengan pengembangan usaha tenun Yanti Ulos Sipirok.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode menghimpun data yang akan diolah dari lapangan dengan memakai perlengkapan yang dibutuhkan dalam penelitian merupakan pengertian dari instrument pengumpulan data. Selain menggunakan instrument, dapat pula dilaksanakan dengan cara mempelajari pengarsipan atau catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian. Sebelum melakukan pengumpulan data maka hal yang terpenting adalah melakukan

⁴² Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 203.

observasi (pengamatan langsung) kelengkapan supaya tidak terkendala pada saat pelaksanaan penelitian.

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara langsung objek penelitian dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Maksudnya peneliti mengamati fenomena yang berkaitan dengan masalah yang terjadi pada penenun Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan tersebut, disamping itu observasi juga melakukan berbagai aktivitas yang terjadi di lokasi penelitian, jadi observasi dapat dilakukan peneliti adalah menggunakan pendengaran dan penglihatan.

2. Wawancara

Wawancara dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain. Instrument dapat berupa pedoman wawancara ataupun *checklist*.

Peneliti melakukan wawancara dengan bapak Ali Napih selaku pemilik dari Usaha Tenun Yanti Ulos Sipirok. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur yang sebelumnya peneliti sudah mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan kepada pemilik Usaha Tenun Yanti Ulos Sipirok tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip buku, surat kabar, arsip foto dan lainnya.

4. Studi Kepustakaan

Adalah penulis mengambil buku-buku referensi ataupun jurnal-jurnal penelitian yang ada kaitannya dengan persoalan yang diteliti.⁴³

E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Untuk menganalisa data tersebut perlu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Karena metode ini bertujuan untuk menggambarkan informasi yang lengkap sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang dapat diterapkan pada berbagai masalah. Teknik analisa data meliputi:

1. Reduksi Data

Yaitu langka atau proses pemilihan yang dilakukan untuk melakukan perampingan data dengan cara memilih data yang penting oleh peneliti kemudian menyederhanakan dan mengabstraksikannya.

2. Penyajian Data

Yaitu proses pengelompokan data agar lebih mudah dianalisis dan disimpulkan. Tetapi data yang sudah dianalisis masih berupa catatan-catatan peneliti yang kemudian disusun dalam bentuk laporan.

3. Penarikan Kesimpulan

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif Kuantitatif R dan D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 308-309.

Merupakan proses menguji dan memeriksa kebenaran data yang sudah dikumpulkan sehingga kesimpulan akhirnya sesuai dengan fokus penelitian.⁴⁴

F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran yang objektif. Dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik pengecekan keabsahan data yang didasarkan pada pendapat Sugiyono, antara lain:

1. Triangulasi

Menurut Sugiyono yang dimaksud dengan triangulasi adalah data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi yang digunakan untuk menguji *kredibilitas* data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Data tidak dapat dirata-ratakan seperti pada penelitian kuantitatif, tetapi data harus dideskripsikan, dikelompokkan mana pandangan yang setara, yang bertolak belakang dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Tiga sumber data yang dimaksud adalah hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.⁴⁵

2. Menggunakan Bahan Referensi

Menurut Sugiyono yang dimaksud dengan menggunakan bahan referensi adalah adanya penguat untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Dan dalam peneliti ini, alat bantu perekam

⁴⁴ Noor Juliansyah, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 94-95.

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif Kuantitatif R dan D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 310-311.

data yang peneliti gunakan adalah alat perekam suara berupa handphone.⁴⁶

3. Meningkatkan Ketekunan

Menurut Sugiyono meningkatkan ketekunan berarti melakukan observasi secara lebih cermat dan berkesinambungan. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi, buku, hasil penelitian, atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait.⁴⁷

⁴⁶ Sugiyono, hlm. 311.

⁴⁷ Sugiyono, hlm. 312.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pengembangan Usaha Tenun Yanti Ulos Sapiro

Strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan dan kebijakan serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan yang dinyatakan dengan cara menetapkan bisnis yang dianut oleh perusahaan.⁴⁸ Sedangkan pengembangan ialah usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan karyawan, pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.⁴⁹

Strategi pengembangan adalah cara perusahaan untuk menarik masyarakat menjadi pelanggan dan mengonsumsi produk yang ditawarkan perusahaan serta mempertahankan pelanggan agar terus-menerus mengonsumsi produk yang ditawarkan tersebut. Dimana masyarakat adalah suatu kelompok yang memiliki kepentingan dan berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya baik saat ini maupun masa mendatang. Masyarakat juga direncanakan untuk

⁴⁸ Pandji Anoraga, *Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*, hlm. 358.

⁴⁹ Marihot Tua Efendi Hariandja, *Manajemen Sumber Daya Manusia*(Jakarta: PT Gramedia WadisasaranaIndonesia, 2002.), hlm. 168

mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atas masing-masing produknya.⁵⁰

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa strategi pengembangan yang dilakukan usaha tenun Yanti Ulos di Kelurahan Baringin Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan ialah tetap mempertahankan kualitas tenun baik dari segi bahan baku, ukuran, motif dan corak tenunan. Produk kerajinan tenun di Kelurahan Baringin Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan memiliki harga yang berbeda-beda di setiap produknya. Pengrajin tenun menyesuaikan harga dengan jenis bahan baku, kualitas, ukuran dan tingkat kesusahan dalam proses pembuatannya. Penetapan harga juga disesuaikan dengan jenis permintaan dari pembeli yang biasanya memiliki kriteria khusus sehingga harga dapat ditetapkan oleh pengrajin. Berbeda jika pengrajin menjual produk tenun kepada perantara pedagang, dimana harga dari produk tenun akan ditetapkan oleh perantara pedagang tersebut.⁵¹

Adapun harga produk tenun tersebut dijual dengan harga Rp. 180.000 sampai Rp. 300.000 per produk, bahkan ada yang sampai Rp. 6. 000.000 per produknya. Harga yang ditetapkan pengrajin sebanding dengan kualitas produk, karena cara pembuatan kerajinan tenun ini sangat rumit dan untuk menyusun pola tenunnya memerlukan ketelitian sehingga tidak semua orang ahli dalam pembuatan kerajinan tenun tersebut.

⁵⁰ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12* (Yogyakarta: PT Indeks, 2006), hlm. 79.

⁵¹ Hasil Wawancara dengan bapak Ali Napiah Sitompul, *Pemilik Usaha Yanti Ulos*, (Kamis, 27 Mei 2021 pukul: 15:37 WIB).

Selain itu, usaha tenun yanti Ulos juga mengikuti permintaan pasar yang membuat pelanggan lebih loyal dalam usaha tersebut. Penetapan harga produk disesuaikan dengan permintaan pelanggan yang biasanya memiliki kriteria khusus. Jika pelanggan yang menetapkan harga maka produknya akan disesuaikan dengan harga yang disepakati, dan jika pelanggan yang memberikan karakteristik produk yang diinginkan maka harga akan disesuaikan setelah produk dibuat. Usaha tenun yanti Ulos juga melakukan spesifik produk atau ciri khas produk yang berbeda dengan produk lainnya.

B. Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman dalam Pengembangan Usaha Tenun Yanti Ulos Sipirok dengan Menggunakan Analisis SWOT

Kegiatan perumusan strategi perusahaan dan menjadi pelaku dalam proses pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi pasti mengetahui bahwa analisis SWOT merupakan cara atau instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat dan baik. Telah diketahui bahwa analisis SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (Ancaman).⁵²

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan pada produk kerajinan tenun di Kelurahan Baringin Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan, membandingkan antara faktor internal kekuatan (*strength*) dan

⁵² Eko Mas, Fournita Agustina, dan Yudi Sapta Pranoto, "Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan yang Berbasis Potensi Lokal Studi Kasus Desa Delas Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Belitung," *Jurnal PASTI* Volume 12, no. 3 (2018): hlm. 344.

kelemahan (*weakness*) dengan faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) sebagai berikut:

1. Faktor Internal

Faktor internal mempengaruhi terbentuknya *strength* dan *weakness*, dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi di dalam perusahaan. Faktor ini mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan yang meliputi pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan.⁵³

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan termasuk di dalamnya satuan bisnis yaitu kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha. Adapun yang menjadi kekuatan pada usaha produk kerajinan tenun di Kelurahan Baringin Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan ialah:

- 1) Persediaan bakal baju yang banyak dan beragam.
- 2) Produk kerajinan tenun yang memiliki kualitas yang bagus.
- 3) Produk kerajinan tenun memiliki variasi, warna, motif dan model yang beragam.
- 4) Produk kerajinan tenun digunakan untuk keperluan acara resmi seperti acara adat istiadat misalnya pernikahan.

⁵³ Zuhrotun Nisak, "Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif" Volume 3, no. 2 (2017): hlm. 6.

- 5) Produk kerajinan tenun merupakan oleh-oleh khas dari Sipirok. Selain produk tenun ada juga produk tenun dan keramik.
- 6) Produk kerajinan tenun dijadikan sebagai pameran kerajinan tangan oleh Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan.
- 7) Lokasi produksi kerajinan tenun yang strategis. Dimana Kelurahan Baringin terletak dekat dengan pusat Ibukota Kecamatan Sipirok sehingga pembeli mudah untuk mengakses daerah ini.⁵⁴

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan yaitu keterbatasan dan kekurangan dalam hal sumber keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang bagi suatu perusahaan. Adapun kelemahan yang menjadi problematika dalam mengembangkan usaha produk kerajinan tenun di Kelurahan Baringin Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan ialah:

- 1) Bahan baku tidak tersedia di lokal.
- 2) Tenaga kerja yang kurang banyak.
- 3) Promosi yang dilakukan terhadap produk kerajinan tenun masih menggunakan cara yang sederhana dan tradisional. Usaha produk kerajinan tenun ini belum menggunakan media sosial sebagai alat promosi.

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Ibu Maryam Simatupang, *Pengrajin Kerajinan Tenun*, (Senin, 3 Mei 2021 pukul: 13:00 WIB).

- 4) Harga yang ditetapkan perusahaan berbeda-beda. Persaingan harga menjadi salah satu permasalahan dalam pemasaran kerajinan tenun ini, dimana setiap perusahaan menetapkan harga sesuai keinginannya.
- 5) Jika musim bersawah dan berkebun tiba maka sebahagian besar pengrajin akan meninggalkan usaha produk kerajinan tenun. Hal ini membuat produk kerajinan tenun jadi berkurang.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal mempengaruhi terbentuknya *opportunities* dan *threats* yang menyangkut terhadap kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.⁵⁵

a. Peluang (*Opportunities*)

Peluang yaitu berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu usaha, dan peluang bagi usaha produk kerajinan tenun di Kelurahan Baringin Kecamatan Sapiro Kabupaten Tapanuli Selatan ialah:

- 1) Menjadi seragam wajib bagi PNS (Pegawai Negeri Sipil) pada hari tertentu karena sudah menjadi peraturan Bupati Kabupaten Tapanuli Selatan.

⁵⁵ Zuhrotun Nisak, "Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif," hlm. 6.

- 2) Bahan baku dibeli barang setengah jadi seperti benang katun, benang sutera, dan benang rayon. Bahan baku tersebut selanjutnya dikembangkan untuk meningkatkan harga pasar.
- 3) Kerajinan tenun ini bisa memberikan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar karena usaha ini merupakan usaha rumahan.
- 4) Dengan daya inovatif dan kreatif usaha ini memiliki kesempatan besar untuk menguasai pasar yaitu kerajinan tenun memproduksi barang yang berbeda dari yang lain.
- 5) Semakin banyak masyarakat yang melaksanakan upacara adat istiadat, produk ini pun akan banyak terjual.
- 6) Kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintahan setempat.
- 7) Usaha produk kerajinan tenun ini berkembang dan lancar di masa yang akan datang dibuktikan dengan permintaan pelanggan yang berbeda-beda dari setiap produk kerajinan tenun.

b. Ancaman (*Threat*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam suatu bisnis atau usaha, dan yang menjadi ancaman bagi usaha produk kerajinan tenun di Kelurahan Baringin Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan ialah:

- 1) Sumber daya manusia yang berkurang.
- 2) Persaingan yang ketat antara pengrajin kerajinan tenun.

- 3) Pesaing yang menetapkan harga relatif lebih rendah. Hal ini membuat pelanggan akan lebih banyak membeli produk kerajinan tenun dengan harga yang lebih rendah.
- 4) Perubahan selera pelanggan. Perilaku pelanggan yang tidak bisa dipastikan dalam memilih produk kerajinan tenun. Dimana permintaan pelanggan berubah-ubah tergantung situasi dan kondisi.
- 5) Pengrajin yang tidak menyelesaikan pesanan tepat waktu. Hal ini membuat pelanggan akan berpaling dari produk kerajinan tenun.⁵⁶

C. Analisis Penelitian

Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sebuah perusahaan maka dilakukan 4 analisis melalui *Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)*, *Matriks External Faktor Evaluation (EFE)*, *Matriks Internal-Eksternal (IE)* dan analisis SWOT sebagai berikut:

1. Matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)*

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) diperoleh berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor strategi internal perusahaan yang merupakan kekuatan dan kelemahan. Hasil identifikasi faktor-faktor strategi internal diperoleh 7 faktor kekuatan dan 5 faktor kelemahan. Faktor-faktor kekuatan dan kelemahan tersebut kemudian diberi bobot

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Gita Supiah, *Pengrajin Kerajinan Tenun*, (Minggu, 23 Mei 2021 pukul: 14:30 WIB).

dan rating pada faktor-faktor strategi internal yang telah diperingkatkan menurut bobot dan pengaruhnya adalah sebagai berikut:

Tabel IV.1
Matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)*

Kekuatan Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan:			
1. Persediaan bakal baju yang banyak dan beragam	0.12	4	0.48
2. Produk kerajinan tenun memiliki kualitas yang bagus	0.11	3.67	0.4
3. Produk kerajinan tenun memiliki variasi, warna, motif dan model yang beragam	0.07	2.5	0.19
4. Produk kerajinan tenun digunakan untuk keperluan acara resmi misalnya pernikahan	0.08	2.83	0.24
5. Produk kerajinan tenun merupakan oleh-oleh khas dari Sipirok	0.1	3.33	0.33
6. Produk kerajinan tenun dijadikan sebagai pameran kerajinan tangan oleh Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan	0.08	2.83	0.24
7. Lokasi produksi kerajinan tenun yang strategis	0.09	3.17	0.3
Kelemahan:			
1. Bahan baku tidak tersedia di lokal	0.05	1.67	0.08
2. Tenaga kerja yang kurang banyak	0.07	2.5	0.19
3. Promosi yang dilakukan terhadap produk kerajinan tenun masih menggunakan cara yang sederhana dan tradisional	0.06	2	0.12
4. Harga yang ditetapkan perusahaan berbeda-beda	0.08	2.67	0.21
5. Jika musim bersawah dan berkebun tiba maka sebahagian besar pengrajin akan meninggalkan usaha produk kerajinan tenun	0.07	2.33	0.16
TOTAL	1.00		2.94

Sumber: Hasil Dari Wawancara (Diolah Dengan Bantuan Microsoft Excel)

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diatas melalui matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) maka didapatkan hasil bobot x rating sebesar 2.94. Hal ini menunjukkan bahwa usaha tenun Yanti Ulos tergolong sedang atau cukup baik dalam memnfaatkan peluang dan menghadapi ancaman yang ada. Adapun faktor kekuatan yang dimiliki Usaha Tenun Yanti Ulos memiliki persediaan bakal baju yang banyak dan beragam yang berada pada total 0.48. dan Usaha Tenun Yanti Ulos memiliki kualitas yang bagus pada total 0.40. Selanjutnya produk kerajinan tenun merupakan oleh-oleh khas dari Sipirok yang berada pada total 0.33.

Sedangkan faktor kelemahan pada usaha dagang yanti ulos berada pada total 0.08 dimana bahan baku tidak tersedia di lokal, kemudian 0.12 yaitu promosi yang dilakukan terhadap produk kerajinan tenun masih menggunakan cara yang sederhana dan tradisional.

2. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) diperoleh berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor strategi elsternal perusahaan yang merupakan peluang dan ancaman. Hasil identifikasi faktor-faktor strategi eksternal diperoleh 7 faktor peluang dan 5 faktor ancaman. Faktor-faktor peluang dan ancaman tersebut kemudian diberi bobot dan rating oleh para responden. Hasil pembobotan dan pemberian rating pada faktor-faktor strategi eksternal yang telah diperingatkatkan menurut bobot dan pengaruhnya adalah sebagai berikut:

Tabel IV.2
Matriks *External Factor Evaluation (EFE)*

Kekuatan Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang:			
1. Menjadi seragam wajib bagi PNS (Pegawai Negeri Sipil) pada hari tertentu	0.13	3.5	0.46
2. Bahan baku dibeli barang setengah jadi yang selanjutnya dikembangkan untuk meningkatkan harga pasar	0.12	3.17	0.38
3. Kerajinan tenun ini bisa memberikan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar	0.08	2	0.15
4. Dengan daya inovatif dan kreatif usaha ini memiliki kesempatan besar untuk menguasai pasar	0.09	2.33	0.2
5. Semakin banyak masyarakat yang melaksanakan upacara adat istiadat, produk ini pun akan banyak terjual	0.08	2	0.15
6. Kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintahan setempat	0.11	2.83	0.3
7. Usaha produk kerajinan tenun ini berkembang dan lancar di masa yang akan datang	0.09	2.5	0.23
Ancaman:			
1. Sumber daya manusia yang berkurang	0.06	1.5	0.08
2. Persaingan yang ketat antara pengrajin kerajinan tenun	0.04	1	0.04
3. Pesaing yang menetapkan harga relatif lebih rendah	0.05	1.33	0.07
4. Perubahan selera pelanggan	0.09	2.5	0.23
5. Pengrajin yang tidak menyelesaikan pesanan tepat waktu	0.08	2	0.15
TOTAL	1.00		2.45

Sumber: Hasil Dari Wawancara (Diolah Dengan Bantuan Microsoft Excel)

Matrik *External Factor Evaluation (EFE)* didapatkan hasil bobot x rating sebesar 2.45. Adapun faktor peluang yang dimiliki usaha tenun yanti ulos menjadi seragam wajib bagi PNS (Pegawai Negeri Sipil) pada hari tertentu dan kerja sama kemitraan dengan pengusaha

lain dan pemerintahan setempat dengan nilai 0.46 selanjutnya bahan baku dibeli barang setengah jadi seperti benang katu, benang sutera, dan benang rayon. Bahan baku tersebut selanjutnya dikembangkan untuk meningkatkan harga pasar berada pada nilai 0.38. serta kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintahan setempat berada pada nilai 0.30.

Sedangkan faktor ancaman yang terdapat pada usaha tenun Yanti Ulos ini yaitu persaingan yang ketat antara pengrajin kerajinan tenun dengan nilai 0.04 dan pesaing yang menetapkan harga relatif lebih rendah. Hal ini membuat pelanggan akan lebih banyak membeli produk kerajinan tenun dengan harga yang lebih rendah sebesar 0.07, yang mengakibatkan sumber daya manusia pengrajin berkurang dengan nilai 0.08.

3. Matriks IE

Matriks IE (dapat ditentukan setelah kedua nilai pada matriks IFE dan EFE didapatkan. Hasil dari matriks IFE diperoleh 2.94 yang berada pada posisi internal sedangkan skor untuk matriks EFE diperoleh sebesar 2.45 yang berarti perusahaan merespon sedang terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi. Posisi usaha dagang Yanti Ulos dalam matriks IE berada dalam sel V, matriks IE ditentukan sebagai berikut:

Tabel IV.3

Hasil Matriks IE (Internal Eksternal)

		KUAT	RATA-RATA	LEMAH	
		4.0	3.0	2.0	1.0
TINGGI	3.0	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan	
	2.0	IV Stabilitas	V (2.94 : 2.45) Pertumbuhan/Stabilitas	VI Penciutan	
MENENGAH	1.0	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi	

Sumber: Freddy Rangkuti (Berdasarkan gabungan dari hasil Matriks IFE Dan Matriks EFE)

Berdasarkan hasil pencocokan matriks *internal-eksternal* strategi yang dapat dilakukan berada pada sel V yaitu konsentrasi melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Jadi perusahaan berada dalam *moderate attractive industry*, strategi yang diterapkan adalah konsolidasi tujuannya relatif lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit. Sehingga strategi yang tepat pada usaha tenun Yanti Ulos yaitu “Jaga Dan Pertahankan” yaitu dengan melaksanakan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar.pengembangan produk adalah sebuah strategi yang

mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk.

Perusahaan berusaha untuk terus membuat inovasi baru terhadap produk yang dibuat dengan selisih harga yang lebih baik dibandingkan pesaing untuk terus menambah pelanggan. Strategi berikutnya terus menjalin kerja sama baik dengan para pemasok, karyawan, dan pelanggan usaha tenun Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan.

4. Matriks Analisis Strategi SWOT

Matriks SWOT merupakan matriks yang disusun menggunakan variabel-variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diidentifikasi dalam faktor-faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal. Berikut tabel yang menggambarkan bahwa bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal terhadap produk kerajinan tenun dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki produk kerajinan tenun, yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.4
Matriks Analisis SWOT
Strategi Pengembangan Produk Kerajinan Tenun

I N T E R N A L	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persediaan bakal baju yang banyak dan beragam 2. Produk kerajinan tenun memiliki kualitas yang bagus 3. Produk kerajinan tenun memiliki variasi, warna, motif dan model yang beragam 4. Produk kerajinan tenun digunakan untuk keperluan acara resmi seperti acara adat istiadat misalnya pernikahan 5. Produk kerajinan tenun merupakan oleh-oleh khas dari Sipirok 6. Produk kerajinan tenun dijadikan sebagai pameran kerajinan tangan oleh Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan 7. Lokasi produksi kerajinan tenun yang strategis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku tidak tersedia di lokal 2. Tenaga kerja yang kurang banyak 3. Promosi yang dilakukan terhadap produk kerajinan tenun masih menggunakan cara yang sederhana dan tradisional 4. Harga yang ditetapkan perusahaan berbeda-beda 5. Jika musim bersawah dan berkebun tiba maka sebahagian besar pengrajin akan meninggalkan usaha produk kerajinan tenun
E K S T E R N A L	Peluang (Opportunities)	Strategi S-O
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi seragam wajib bagi PNS (Pegawai Negeri Sipil) pada hari 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk kerajinan tenun agar
		Strategi W-O
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat persediaan bahan baku seperti benang

<p>tertentu</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Bahan baku dibeli barang setengah jadi. Yang selanjutnya dikembangkan untuk meningkatkan harga pasar 3. Kerajinan tenun ini dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar. 4. Dengan daya inovatif dan kreatif usaha ini memiliki kesempatan besar untuk menguasai pasar. 5. Semakin banyak masyarakat yang melaksanakan upacara adat istiadat, produk ini pun akan banyak terjual 6. Kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintahan setempat 7. Usaha produk kerajinan tenun ini berkembang dan lancar di masa yang akan datang. 	<p>masyarakat tertarik dengan produk kerajinan tenun.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Mengikuti dan meningkatkan permintaan pasar. 3. Memiliki relasi yang baik dengan para pelanggan. 4. Memiliki hubungan yang baik dengan para pemasok. 	<p>katun, benang sutera, dan benang rayon. Karena bahan baku adalah barang import, tidak tersedia di lokal.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Meningkatkan promosi produk dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi. 3. Membuat promosi yang menarik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih mencintai produk lokal.
<p>Ancaman (Threat)</p>	<p>Strategi S-T</p>	<p>Strategi W-T</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber daya manusia yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terus melakukan inovasi dan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan pelatihan kepada

<p>berkurang</p> <p>2. Persaingan yang ketat antara pengrajin kerajinan tenun</p> <p>3. Pesaing yang menetapkan harga relatif lebih rendah.</p> <p>4. Perubahan selera pelanggan.</p> <p>5. Pengrajin yang tidak menyelesaikan pesanan tepat waktu. Hal ini membuat pelanggan akan berpaling dari produk kerajinan tenun</p>	<p>meningkatkan kualitas produk guna mengungguli persaingan antara pengrajin kerajinan tenun.</p> <p>2. Meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar dapat mempengaruhi pelanggan dalam pembelian produk kerajinan tenun.</p> <p>3. Mengoptimalkan bagian pemasaran karena melalui promosi akan lebih meningkatkan pendapatan.</p>	<p>pengrajin tenun agar lebih mahir dalam pembuatan produk kain tenun sehingga tercapai tujuan.</p> <p>2. Menambah jaringan pemasaran.</p> <p>3. Meningkatkan inovasi dan kreatif pada produk kain tenun agar diminati pelanggan.</p> <p>4. Pengrajin tenun terus meningkatkan hubungan internal dan eksternal usahanya.</p> <p>5. Cepat dan tanggap apabila terjadi kesalahan atau kendala dalam produksi dan distribusi produk kerajinan tenun.</p>
--	---	---

Berdasarkan tabel dapat ditarik rumusan empat strategi yang dihasilkan dari analisis matriks, adalah sebagai berikut:

1) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi S-O adalah strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal yang dimiliki oleh usaha produk kerajinan tenun untuk menggunakan peluang yang ada. Dari analisis matriks SWOT menghasilkan beberapa alternatif strategi S-O sebagai berikut:

- a) Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk kerajinan tenun agar masyarakat tertarik dengan produk kerajinan tenun.

- b) Mengikuti dan meningkatkan permintaan pasar. Dengan meningkatkan permintaan pasar perusahaan harus memperbanyak jumlah produk dan meningkatkan kualitas produk.
- c) Memiliki relasi yang baik dengan para pelanggan.

Salah satu kekuatan yang dimiliki perusahaan ini adalah memiliki relasi yang baik dengan para pelanggan. Usaha ini sudah berdiri selama 10 tahun terakhir yang tentunya sudah memiliki pelanggan tetap ataupun pelanggan baru, dan untuk mempertahankan agar pelanggan tidak berpindah memilih produk yang sama dari usaha lain, maka perusahaan ini harus mampu menjaga kualitas produk yang ada agar tetap mendapatkan keuntungan yang diperoleh dari pelanggan.

- d) Memiliki hubungan yang baik dengan para pemasok.

Persediaan bahan baku merupakan salah satu faktor utama dalam perusahaan ini. Apabila sewaktu-waktu bahan baku mengalami kekosongan, otomatis perusahaan tidak bisa berproduksi dalam proses pembuatan kain tenun. Perusahaan akan mengalami kekurangan bahan baku dan akan menerima complain dari pelanggan. Untuk itu, usaha yanti ulos perlu memiliki hubungan yang baik dengan para pemasok bahan baku. Dengan demikian, para pemasok bisa mengasingkan bahan baku yang dimikinya kepada usaha dagang yanti ulos dan memerikan kualitas bahan baku yang bagus.

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

Strategi W-O adalah strategi yang meminimalisir kelemahan usaha produk kerajinan tenun dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Strategi W-O pada usaha kerajinan tenun sebagai berikut:

- a) Membuat persediaan bahan baku seperti benang katun, benang sutera, dan benang rayon. Karena bahan baku adalah barang import, tidak tersedia di lokal.
- b) Meningkatkan promosi produk dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi mengingat zaman sekarang semakin berkembang.
- c) Membuat promosi yang menarik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih mencintai produk lokal.

3) Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan keunggulan yang dimiliki usaha produk kerajinan tenun untuk mempertahankan posisi dari ancaman-ancaman yang ada. Strategi S-T dalam usaha produk kerajinan tenun sebagai berikut:

- a) Terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk guna mengungguli persaingan antara pengrajin kerajinan tenun.
- b) Meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar dapat mempengaruhi pelanggan dalam pembelian produk kerajinan tenun.

- c) Mengoptimalkan bagian pemasaran karena melalui promosi akan lebih meningkatkan pendapatan.

4) Strategi W-T (*Weakness-Threat*)

Strategi W-T adalah strategi untuk mempertahankan usaha produk kerajinan tenun dari ancaman yang berasal dari luar lingkungan dengan cara memanfaatkan keunggulan yang ada dan menghindari ancaman. Dari analisis matriks SWOT strategi W-T pada usaha produk kerajinan tenun sebagai berikut:

- a) Mengadakan pelatihan kepada pengrajin tenun agar lebih mahir dalam pembuatan produk kain tenun sehingga tercapai tujuan.
- b) Menambah jaringan pemasaran. Maksudnya adalah pengrajin tidak hanya memasarkan produknya di daerah sekitar Kecamatan Sipirok akan tetapi harus memasarkannya di media sosial agar lebih banyak pelanggan yang mengetahuinya.
- c) Meningkatkan inovasi dan kreatif pada produk kain tenun agar diminati pelanggan.
- d) Pengrajin tenun terus meningkatkan hubungan internal dan eksternal usahanya agar mengungguli persaingan dengan produk sejenis.
- e) Cepat dan tanggap apabila terjadi kesalahan atau kendala dalam produksi dan distribusi produk kerajinan tenun. Apabila terjadi masalah atau kendala di dalam produksi dan distribusi pengrajin harus cepat dan tanggap untuk memecahkan atau mencari solusi.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dan menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Baringin Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan. Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti selanjutnya dan lebih menyempurnakan penelitiannya, beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Informan yang seharusnya peneliti wawancarai adalah bagian yang berhubungan dengan pembuatan produk kerajinan tenun seperti pemilik, pelanggan, para karyawan, dan pemasar produk kerajinan tenun ke berbagai daerah, namun peneliti hanya dapat mewawancarai pemilik, pelanggan dan 4 karyawan yang tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya, dikarenakan di Kelurahan Baringin tersebut sedang musim bersawah yang dimana bersawah dan berkebun adalah mayoritas pencaharian masyarakat di Kelurahan Baringin. Sehingga membuat waktu peneliti pun terbatas dalam melakukan penelitian ini.
2. Objek penelitian hanya difokuskan pada usaha tenun Yanti Ulos di Kelurahan Baringin Kecamatan Sipirok yang dimana masih terdapat usaha tenun lainnya yang juga memproduksi produk kerajinan tenun, seperti UTR (Usaha Tenun Ritonga) yang berada di Desa Silangge,

BATEM (Bakal Tenun Marsada) yang berada di Desa Paran Padang,
dan usaha tenun lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang dikemukakan pada bab-bab sebelumnya maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan:

1. Strategi pengembangan yang dilakukan usaha produk kerajinan tenun adalah tetap mempertahankan kualitas tenun baik dari segi bahan baku, ukuran, motif dan corak tenunan, usaha tenun yanti Ulos juga mengikuti permintaan pasar yang membuat pelanggan lebih loyal dalam usaha tersebut, dan melakukan spesifik produk atau ciri khas produk yang berbeda dengan produk lainnya.
2. Analisis matriks SWOT yang terdiri dari strategi S-O meliputi mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk kerajinan tenun agar masyarakat tertarik dengan produk kerajinan tenun, mengikuti dan meningkatkan permintaan pasar, memiliki relasi yang baik dengan para pelanggan, dan memiliki hubungan yang baik dengan para pemasok. Strategi W-O meliputi membuat persediaan bahan baku seperti benang katun, benang sutera, dan benang rayon. Karena bahan baku adalah barang import, tidak tersedia di lokal, meningkatkan promosi produk dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi, dan membuat promosi yang menarik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih mencintai produk lokal. Strategi S-T meliputi terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk guna mengungguli persaingan antara

pengrajin kerajinan tenun, meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar dapat mempengaruhi pelanggan dalam pembelian produk kerajinan tenun, dan mengoptimalkan bagian pemasaran karena melalui promosi akan lebih meningkatkan pendapatan. Strategi W-T meliputi mengadakan pelatihan kepada pengrajin tenun agar lebih mahir dalam pembuatan produk kain tenun sehingga tercapai tujuan, menambah jaringan pemasaran, meningkatkan inovasi dan kreatif pada produk kain tenun agar diminati pelanggan, pengrajin tenun terus meningkatkan hubungan internal dan eksternal usahanya agar mengungguli persaingan dengan produk sejenis, dan cepat dan tanggap apabila terjadi kesalahan atau kendala dalam produksi dan distribusi produk kerajinan tenun.

B. Saran

Saran yang dapat diajukan sebagai bahan pertimbangan oleh berbagai pihak yaitu sebagai berikut:

1. Pengrajin Tenun
 - a. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk kerajinan tenun serta terus melakukan inovasi dan kreatifitas guna mengungguli persaingan antara pengrajin tenun dan perkembangan produk produk kerajinan tenun di masa yang akan datang.
 - b. Meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar usaha Yanti Ulos ini lebih berkembang baik di daerah Sipirok maupun di luar daerah Sipirok dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi dalam melakukan promosi.

c. Harus lebih waspada dan berpikir jauh ke depan serta cepat tanggap terhadap kelemahan dan ancaman yang ada disekitar.

2. Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan

Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan khususnya di bagian perindustrian dan perdagangan dapat memberikan bantuan yang efektif untuk membantu pengembangan dalam industri kerajinan yang merupakan salah satu produk unggulan dari Kecamatan Sipirok. Salah satu contohnya yaitu diberikannya kemudahan dan bantuan dalam melakukan pameran-pameran dan dukungan yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan produk kerajinan tenun sehingga dapat menuju sasaran yang tepat. Selain itu, komunikasi serta hubungan yang baik perlu dibina oleh para pengrajin tenun dengan aparaturnya pemerintah.

3. Akademik

Saran bagi peneliti selanjutnya yaitu dapat mengembangkan penelitian mengenai strategi pengembangan yang lebih inovatif menggunakan metode-metode baru dan pendekatan-pendekatan yang lebih variatif untuk dapat merumuskan strategi khususnya bagi industri kerajinan. Penggunaan dalam teori agar lebih berkembang dan referensi yang lebih luas. Serta dari judul penelitian ini dapat dikembangkan lagi untuk mendapatkan ide baru dalam kaitannya dengan strategi pengembangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, Muhammad. "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen." *Jurnal S. Pertanian* Vol. 1, no. 3 (2017).
- Amalia, Alfi, Wahyu Hidayat, dan Agung Budiarmo. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang di Kota Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol. 1, no. 2 (2012).
- Anwar, Arnita Damayanthi, Ineke Nursih Widyantari, dan David Oscar Simatupang. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Komoditi Kemiri Lokal." *Musamus Journal Of Agribusiness* Vol. 2, no. 1 (Oktober 2019).
- Assauri, Sofjan. *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Brahmanto, Erlangga, Hary Hermawan, dan Faizal Hamzah. "Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus." *Jurnal Media Wisata* Vol. 15, no. 2 (November 2017).
- Budiarta, Kustoro. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009.
- Cahyani, Utari Evi. "Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Salak Di Kabupaten Tapanuli Selatan." *Jurnal Kolegial* Vol. 5, no. 1 (Juni 2017).
- D, Rahardi. *SWOT Analysis Pengertian dan Tujuan*. 2008, t.t. <http://dickyrahardi.com/>.
- Delita, Fitra, Elfayetti, dan Tumiar Sidauruk. "Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun." *Jurnal Geografi* Vol. 9, no. 1 (2017).
- Fred R, David. *Manajemen Strategis Konsep Konsep*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2004.
- Hasibuan, Malayu S. P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Hasil Wawancara dengan Ibu Leli Suryani Hutasuhut. *Pengrajin Produk Kerajinan Manik-Manik*, 2020.
- Juliansyah, Noor. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2011.
- "Kamus Besar Bahasa Indonesia," t.t.

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Indeks, 2006.
- Lubis, Anggita Putri Laila Balkis. "Pengrajin Tenun Ulos Silangge Dalam Mempertahankan Motif Tradisional Sebagai Ekonomi Kreatif." Universitas Sumatera Utara, 2018.
- Manullang, M. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Perdana Publishing, 2016.
- Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Marlius, Doni, dan Rino Dwi Putra. "Strategi Pengembangan Sulam Bayang." *Jurnal Benefita* Vol. 3, no. 2 (Juli 2018).
- Mas, Eko, Fournita Agustina, dan Yudi Sapta Pranoto. "Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan yang Berbasis Potensi Lokal Studi Kasus Desa Delas Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Belitung." *Jurnal PASTI* Volume 12, no. 3 (2018).
- Matondang, Siti Khodijah. "Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada UD. Rahmat Kotanopan)." IAIN Padangsidempuan, 2016.
- Moechthar, Oemar. *Teknik Pembuatan Akta Badan Hukum Dan Badan Usaha Di Indonesia*. Surabaya: Airlangga University Press, 2019.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Nilasari, Senja. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Dunia Cerdas, 2014.
- Nisak, Zuhrotun. "Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif" Volume 3, no. 2 (2017).
- Nurchayani, Lisyawati. "Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Ikat Sintang." *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* Vol. 3, no. 1 (Juni 2018).
- Nurmeisarah, Trisna, I Gede Sudirtha, dan Made Diah Angendari. "Tinjauan Tentang Tenun Tradisional Dusun Sade Desa Rambitan Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah." *Universitas Pendidikan Ganesha*, 2015.
- Raharjo, Timbul. *Seni Kriya Dan Kerajinan*. Yogyakarta: Program Pasca Sarjana Institut Seni Indonesia, 2018.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- . *Teknik Membedah Kasus Bisnis, Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019.

- Sandriana, Niskha, Abdul Hakim, dan Choirul Saleh. "Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster Di Kota Malang." *Reformasi* Vol. 5, no. 1 (2015).
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati, Jakarta.
- Siregar, Lia Vebrina, Mustapa Kamal Rokan, dan Isnaini Harahap. "Analisis Prospek Dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Syariah." *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* Volume 5, no. 1 (2019): 83-97j.
- Sitorus, Syaifullah. "Analisis strategi pengembangan pada UMKM Tabo Kopi Sapiro." IAIN Padangsidempuan, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif Kuantitatif R dan D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sunarto, Achmad. *Shahih Bukhori*. Semarang: CV Asy-Syifa, Semarang.
- Viatra, Aji Windu, dan Slamet Triyanto. "Seni Kerajinan Songket Kampoeng Tenun Di Indralaya Palembang." *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Karya Seni* Vol. 16, no. 2 (November 2014).
- Winardi. *Manajemen Perubahan*. Jakarta: Kencana Preanada Media Group, 2005.
- Yuliana, Rahma. "Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targetting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang." *Jurnl STIE Semarang* Volume 5, no. 2 (Juni 2013).
- Yunus, Eddy. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Duma Sari Siregar
Tempat/Tanggal Lahir : Simaninggir, 8 Agustus 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Anak Ke : 3 dari 3 Bersaudara
Status : Mahasiswi
Alamat Lengkap : Desa Simaninggir, Kecamatan Sapiro,
Kabupaten Tapanuli Selatan
Nomor HP / Email :082277458738/
dumasarisiregar99@gmail.com

DATA ORANG TUA / WALI

Nama Orang Tua/Wali
Ayah : Julmahir Siregar
Ibu : Lamsaria Harahap
Pekerjaan Orang Tua/Wali
Ayah : Petani
Ibu : Petani
Alamat Orang Tua/Wali : Desa Simaninggir, Kecamatan Sapiro,
Kabupaten Tapanuli Selatan

Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2005-2011 : SD Negeri Paranpadang
Tahun 2011-2014 : PPJMS Sijungkrang
Tahun 2014-2017 : Man 3 Tapanuli Tengah
Tahun 2017-Sekarang : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi
Syariah IAIN Padangsisimpuan

Pengalaman Organisasi

Anggota Kelompok Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah (HMJ-ES)
Anggota Forum Bahasa FEBI (FORSABI)

**CONTOH PERHITUNGAN NILAI BOBOT DAN RATING DARI
WAWANCARA MATRIKS IFE, EFE, DAN IE**

1. Contoh Perhitungan Matriks IFE

a. Perhitungan jumlah untuk faktor kekuatan pada No 1 di dapat dari total jawaban 6 responden yaitu $4+4+4+4+4+4 = 24$

b. Total IFE di dapat dari total jumlah jawaban 6 responden dari faktor kekuatan dan kelemahan. Perhitungannya adalah :

$$24+22+15+17+20+17+19+10+15+12+16+14 = 201$$

c. Perhitungan total bobot untuk faktor kekuatan No 1 di dapat dari total jawaban 6 responden dibagi dengan total IFE perhitungannya adalah

$$\text{Bobot} = 24 : 201 = 0.12$$

d. Perhitungan rating untuk faktor kekuatan pada No 1 di dapat dari total jumlah 6 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya adalah, $\text{Rating} = 24 : 6 = 4$

e. Perhitungan bobot x rating untuk faktor kekuatan No 1 di dapat dari perkalian bobot dan rating. Perhitungannya adalah :

$$\text{Bobot x Rating} = 0.12 \times 4 = 0.48$$

f. Total penjumlahan bobot x rating untuk Matriks IFE di dapat dari penjumlahan bobot x rating pada faktor-faktor kekuatan dan kelemahan. Perhitungannya adalah :

$$0.48+0.40+0.19+0.24+0.33+0.24+0.30+0.08+0.19+0.12+0.21+0.16 = 2.94$$

2. Contoh Perhitungan Matriks IFE

a. Perhitungan jumlah untuk faktor peluang pada No 1 di dapat dari total jawaban 6 responden yaitu $4+4+4+3+3+3 = 21$

b. Total EFE di dapat dari total jumlah jawaban 6 responden dari faktor peluang dan ancaman. Perhitungannya adalah

$$21+19+12+14+12+17+15+9+6+8+15+12 = 160$$

c. Perhitungan total bobot untuk faktor peluang No 1 di dapat dari total jawaban 6 responden dibagi dengan total EFE perhitungannya adalah sebagai berikut : $\text{Bobot} = 21 : 160 = 0.13$

d. Perhitungan rating untuk faktor peluang pada No 1 di dapat dari total jumlah 6 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya adalah: $\text{rating} = 21 : 6 = 3.5$

e. Perhitungan bobot x rating untuk faktor peluang No 1 di dapat dari perkalian bobot dan rating. Perhitungannya adalah :

$$\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0.13 \times 3.5 = 0.46$$

f. Total penjumlahan bobot x rating untuk Matriks EFE di dapat dari penjumlahan bobot x rating pada faktor-faktor peluang dan ancaman. Perhitungannya adalah :

$$0.46+0.38+0.15+0.20+0.15+0.30+0.23+0.08+0.04+0.07+0.23+0.15 = 2.45$$

3. Contoh Perhitungan Matrik IE

Jumlah rata-rata tertimbang Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) terletak pada sumbu x dan jumlah rata-rata tertimbang Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) pada sumbu y untuk mendapatkan strategi yang tepat berdasarkan hasil Matriks IFE dan EFE sebagai berikut:

	4.0	3.0	2.0	1.0
TINGGI	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan	
3.0				
MENENGAH	IV Stabilitas	V (2.94 : 2.45) Pertumbuhan/Stabilitas	VI Penciutan	
2.0				
RENDAH	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi	
1.0				

Matriks IE (Internal Eksternal) berada pada sel V yaitu konsentrasi melalui integritas horizontal yaitu suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun dilokasi yang lain dan meningkatkan jenis produk, sehingga strategi yang tepat pada rumah makan ini adalah jaga dan pertahankan yaitu dengan melaksanakan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.

PEDOMAN WAWANCARA

Judul: Analisis Strategi Pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan

Wawancara Terstruktur Tahap 1:

1. Apa saja produk yang dihasilkan dari kerajinan tenun ini ?
2. Apakah sudah ada organisasi atau perkumpulan yang menaungi usaha produk kerajinan tenun ini ?
3. Apa saja target yang ingin dicapai dalam hal pengembangan produk ini dimasa yang akan datang ?
4. Upaya apa saja yang telah Bapak/Ibu lakukan untuk mencapai target tersebut ?
5. Apakah promosi yang dilakukan menggunakan jaringan internet/teknologi informasi ?
6. Apa strategi yang dilakukan UD. Yanti ulos untuk tetap bertahan selama bertahun-tahun ?
7. Apa saja kendala strategi pengembangan yang dilakukan UD. Yanti ulos ?
8. Apakah dengan berkembangnya teknologi secara terus menerus memudahkan cara pengembangan bagi perusahaan ?

Wawancara Terstruktur Tahap 2:

1. Apa saja faktor kekuatan yang ada pada perusahaan untuk tetap bertahan menjadi pelanggan di UD. Yanti ulos ?
2. Apa saja faktor kelemahan yang dimiliki UD. Yanti ulos ?
3. Apa saja faktor yang dijadikan peluang oleh UD. Yanti ulos ?
4. Apa saja faktor ancaman yang ada pada UD. Yanti ulos ?
5. Hambatan apa saja yang dihadapi pihak UD. Yanti Ulos ?
6. Bagaimana solusi dalam mengatasi hambatan tersebut ?

JAWABAN RESPONDEN

A. Faktor Kekuatan Dan Kelemahan

KEKUATAN	Pemilik	Desainer	K-1	K-2	K-3	K-4	Jumlah
Persediaan bakal baju yang banyak dan beragam	4	4	4	4	4	4	24
Produk kerajinan tenun yang memiliki kualitas yang bagus	4	4	4	4	3	3	22
Produk kerajinan tenun memiliki variasi, warna, motif dan model yang beragam	3	3	3	2	2	2	15
Produk kerajinan tenun digunakan untuk keperluan acara resmi seperti acara adat istiadat misalnya pernikahan	3	3	3	3	3	2	17
Produk kerajinan tenun merupakan oleh-oleh khas dari Sipirok	4	4	4	4	2	2	20
Produk kerajinan tenun dijadikan sebagai pameran kerajinan tangan oleh Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan	3	3	3	3	3	2	17
Lokasi produksi kerajinan tenun yang strategis	4	3	3	3	3	3	19
KELEMAHAN							
Bahan baku tidak tersedia di lokal	2	2	2	2	1	1	10
Tenaga kerja yang kurang banyak	3	3	3	3	2	1	15

Promosi yang dilakukan terhadap produk kerajinan tenun masih menggunakan cara yang sederhana dan tradisional	2	2	2	2	2	2	12
Harga yang ditetapkan perusahaan berbeda-beda	3	3	3	3	2	2	16
Jika musim bersawah dan berkebun tiba maka sebahagian besar pengrajin akan meninggalkan usaha produk kerajinan tenun	3	3	2	2	2	2	14
TOTAL							201

B. Faktor Peluang Dan Ancaman

Peluang	Pemilik	Desainer	K-1	K-2	K-3	K-4	Jumlah
Menjadi seragam wajib bagi PNS (Pegawai Negeri Sipil) pada hari tertentu	4	4	4	3	3	3	21
Bahan baku dibeli barang setengah jadi seperti benang katun, benang sutera, dan benang rayon. Bahan baku tersebut selanjutnya dikembangkan untuk meningkatkan harga pasar	4	3	3	3	3	3	19
Kerajinan tenun ini bisa memberikan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar karena usaha ini merupakan usaha rumahan	2	2	2	2	2	2	12
Dengan daya inovatif dan kreatif usaha ini memiliki kesempatan besar untuk menguasai pasar yaitu kerajinan tenun memproduksi barang yang berbeda dari yang lain	3	3	2	2	2	2	14

Semakin banyak masyarakat yang melaksanakan upacara adat istiadat, produk ini pun akan banyak terjual	2	2	2	2	2	2	12
Kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain dan pemerintahan setempat	3	3	3	3	3	2	17
Usaha produk kerajinan tenun ini berkembang dan lancar di masa yang akan datang dibuktikan dengan permintaan pelanggan yang berbeda-beda dari setiap produk kerajinan tenun	3	3	3	2	2	2	15
Ancaman							
Sumber daya manusia yang berkurang	2	2	2	1	1	1	9
Persaingan yang ketat antara pengrajin kerajinan tenun	1	1	1	1	1	1	6
Pesaing yang menetapkan harga relatif lebih rendah. Hal ini membuat pelanggan akan lebih banyak membeli produk kerajinan tenun dengan harga yang lebih rendah	2	2	1	1	1	1	8
Perubahan selera pelanggan. Perilaku pelanggan yang tidak bisa dipastikan dalam memilih produk kerajinan tenun. Dimana permintaan pelanggan berubah-ubah tergantung situasi dan kondisi	3	3	3	2	2	2	15
Pengrajin yang tidak menyelesaikan pesanan tepat waktu. Hal ini	2	2	2	2	2	2	12

membuat pelanggan akan berpaling dari produk kerajinan tenun							
TOTAL							160

Dokumentasi Penelitian

Wawancara Dengan Pemilik Usaha Tenun Yanti Ulos Sapirok



Wawancara dengan para pengrajin tenun











KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 869 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2021
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

13 April 2021

Yth. Bapak;

1. Arbanur Rasyid : Pembimbing I
2. Adanan Murroh Nasution : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Duma Sari Siregar
NIM : 1740200018
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an, Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1013 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/04/2021
Hal : Mohon Izin Riset

23 April 2021

Yth. Pengelola UD. Yanti Ulos Sipirok

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Duma Sari Siregar
NIM : 1740200018
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Strategi Pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**USAHA DAGANG TENUN YANTI ULOS
KECAMATAN SIPIROK KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

Kelurahan Baringin, 17 Juni 2021

Hal : Balasan Izin Riset

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di-
Padangsidempuan

Menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan dengan nomor 1013/In.14/G.1/G.4c/TL.00/04/2021. Bersama ini kami menyetujui pelaksanaan riset penelitian dan memberikan izin riset yang bertujuan untuk pembuatan skripsi kepada:

Nama : Duma Sari Siregar
NIM : 1740200018
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **Strategi Pengembangan Usaha Tenun Yanti Ulos Sipirok
Kabupaten Tapanuli Selatan**

Demikian surat balasan riset ini kami sampaikan dan diperbuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Baringin, 17 Juni 2021



**USAHA DAGANG TENUN YANTI ULOS
KECAMATAN SIPIROK KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah pemilik UD. Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Duma Sari Siregar
NIM : 1740200018
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan penelitian pada Usaha Dagang Yanti Ulos di Kelurahan Baringin Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan mulai Januari 2021 s/d Juni 2021 untuk memperoleh data dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Tenun Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan".

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan agar dipergunakan seperlunya.

Baringin, 17 Juni 2021

UD. YANTI ULOS
Sipirok
H. Ali Napiah Sitompul

DUMA SARI - Startegi Pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan

ORIGINALITY REPORT

41%
SIMILARITY INDEX

40%
INTERNET SOURCES

15%
PUBLICATIONS

23%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	4%
2	Submitted to IAIN Padangsidimpuan Student Paper	3%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	2%
4	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%
5	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	2%
6	anzdoc.com Internet Source	2%
7	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
8	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%