



**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BATU
BATA DI KELURAHAN SILANDIT KECAMATAN
PADANGSIDIMPUAN SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**SRI WAHYUNI
NIM.17 402 00042**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BATU
BATA DI KELURAHAN SILANDIT KECAMATAN
PADANGSIDIMPUAN SELATAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

**SRI WAHYUNI
NIM.17 402 00042**

PEMBIMBING I

**Drs. Kamaluddin, M. Ag
NIP. 19651102 199103 1 001**

PEMBIMBING II

**Damri Batubara, M.A
NIDN: 2019108602**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. SRI WAHYUNI
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, 26 November 2021
Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. SRI WAHYUNI yang berjudul "**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata Di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpuan Selatan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah konsentrasi Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 19651102 199103 1 001

PEMBIMBING II

Damri Batubara, MA
NIDN. 2019108602

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : SRI WAHYUNI
NIM : 17 402 00042
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpuan Selatan**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan 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 : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 26 November 2021
Yang menyatakan,



SRI WAHYUNI
NIM. 17 402 00042

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : SRI WAHYUNI
NIM : 17 402 00042
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpuan 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 Padangsidimpuan 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 Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 26 November 2021
Saya yang Menyatakan,



SRI WAHYUNI
NIM. 17 402 00042



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

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

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : SRI WAHYUNI
NIM : 17 402 00042
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata
di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan
Selatan

Ketua

Drs. Kamaluddin, M. Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

Sekretaris

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

Anggota

Drs. Kamaluddin, M. Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

Muhammad Isa, S.T., M.M.
NIP. 19800605 201101 1 003

Damri Batubara, M.A
NIDN. 2019108602

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Jumat, 24 Desember 2021
Pukul : 08.30 – 11.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 72,25 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,69
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

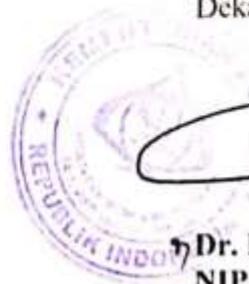
PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
BATU BATA DI KELURAHAN SILANDIT
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN SELATAN**

**NAMA : SRI WAHYUNI
NIM : 17 402 00042**

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

Padangsidimpuan, 24 Desember 2021
Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Sri Wahyuni
Nim : 1740200042
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpuan Selatan

Usaha batu bata merupakan salah satu usaha yang berada di Kelurahan Silandit. Usaha batu bata ini sudah dikenal baik masyarakat Kota Padangsidimpuan maupun masyarakat luar Kota Padangsidimpuan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah masih terbatasnya kepemilikan teknologi tepat guna, proses pemasaran masih bersifat tradisional, persaingan yang ketat antara pengusaha batu bata, ketika musim penghujan proses pengeringan batu bata membutuhkan waktu yang lama serta modal usaha yang dimiliki masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpuan Selatan dan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan menggunakan analisis SWOT serta rencana pengembangan yang akan dilakukan usaha batu bata.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah tentang strategi pengembangan usaha batu bata dengan bentuk analisis SWOT.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian ini adalah pemilik usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpuan Selatan dengan pengambilan sampel sumber data dilakukan secara snowball. 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.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat diketahui yaitu dengan total skor hasil dari matriks IFE yaitu 2.92, sedangkan total nilai skor yang diperoleh dari matriks EFE yaitu 2.47. 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 batu bata, mengikuti dan meningkatkan permintaan pasar, memiliki relasi yang baik dengan para pelanggan. Strategi WO yaitu 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 meningkatkan inovasi produk batu bata dari segi bahan pokok agar diminati pelanggan dan mengadakan kerja sama dengan pedagang lain di luar wilayah Kota Padangsidimpuan agar proses pendistribusian lebih luas.

Kata Kunci : Strategi, Usaha Batu Bata, 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 **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata Di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan 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. 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 Padangsidempuan 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, MA. 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 Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku pembimbing I dan Bapak Damri Batubara, 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 usaha batu bata Kelurahan Silandit, dan pembuat batu bata, yang telah bersedia dan membantu kelancaran penelitian ini serta terima kasih kepada Lurah Silandit yang telah memberikan izin dan kesempatan

kepada peneliti untuk dapat meneliti usaha produk batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan.

7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Suhermanto dan Ibunda Lisnaida Nasution yang telah menjadi inspirasi kuat peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Dan juga kepada bang Pin Martua dan Putri Anggi yang merupakan saudara peneliti yang selalu memberikan dukungan dan doanya.
8. Terimakasih kepada sahabat dan teman-teman peneliti yang namanya tidak disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan serta doa kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selalu berbagi informasi dan pengetahuannya juga sama-sama berjuang dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, semoga kita semua dapat memanfaatkan ilmu yang telah kita dapat dengan baik.
10. Teman-teman satu kelas (Manajemen Bisnis-1) yang juga sama-sama berjuang, saling membantu, mendoakan dan memberi support satu sama lain bukan dalam proses pembuatan skripsi saja tetapi dalam berbagai hal selalu memberikan kontribusinya untuk saling mendukung, semoga *ukhuwah* kita selalu terjalin meski kita tidak berada dikelas lagi, terimakasih untuk 4 tahunnya.
11. Terimakasih juga kepada Jefrizal Artha S.Ag selaku calon Suami yang sangat membantu dan memberikan motivasi sehingga skripsi ini selesai.

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

Peneliti menyadari akan keterbatasan kemampuan yang peneliti miliki, jika terdapat kekurangan serta kejanggalan yang memerlukan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Maka peneliti siap memperbaikinya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padangsidempuan, November 2021
Peneliti

SRI WAHYUNI
NIM. 17 402 00042

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>ḍommah 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 *ḍommah*, 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:

ﺀ . 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 KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
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	8
C. Batasan Istilah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Kegunaan Penelitian	9
G. Sistematika Pembahasan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Strategi	12
a. Pengertian Strategi	12
b. Fungsi Strategi	14
2. Pengembangan Usaha	15
a. Pengertian Pengembangan Usaha	15
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha	20
c. Strategi Pengembangan Usaha dalam Perspektif Islam	24
3. Pengertian Analisis SWOT	31
4. Proses Pembuatan Batu Bata	34
B. Penelitian Terdahulu	35
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	43
B. Jenis Penelitian	43

C. Subjek Penelitian.....	44
D. Sumber Data Penelitian.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Geografis Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan.....	53
1. Letak Geografis.....	53
2. Data Kependudukan.....	54
B. Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata Di Kelurahan Silandit.....	54
C. Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman, Dalam Pengembangan Usaha Batu Bata di Kelurahan Silandit Dengan Menggunakan Analisis SWOT.....	56
D. Rencana Pengembangan yang akan dilakukan Usaha Batu Bata.....	71
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	33
Table III.1 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	47
Table III.2 Matriks EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>).....	49
Table III.3 Matriks IE (<i>Internal Eksternal</i>).....	50
Table III.4 Matriks SWOT	51
Tabel IV.1 Hasil Pembobotan Matriks IFE.....	61
Tabel IV.2 Hasil Pembobotan Matriks EFE	63
Tabel IV.3 Matriks IE	65
Tabel IV.4 Matriks SWOT.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara yang kaya akan sumber daya alam. Sumber daya alam tersebut merupakan faktor yang sangat menentukan bagi kehidupan manusia. Manusia tidak dapat hidup tanpa adanya sumber daya alam. Ketergantungan manusia akan sumber daya alam tersebut berpengaruh terhadap pola pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya alam yang ada. Pembangunan suatu bangsa memerlukan aspek pokok yang disebut dengan sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Kedua sumber ini sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu pembangunan. Sejarah menunjukkan masyarakat bisa mencapai kemakmuran karena berhasil memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.¹

Salah satu daerah tempat usaha pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam berada di daerah Kelurahan Silandit. Masyarakat setempat memanfaatkan sumber daya alam dengan cara membuat usaha produk batu bata. Batu bata merupakan bahan yang sangat dibutuhkan ketika membangun sebuah rumah atau bangunan tertentu lainnya.

Usaha batu bata yang berada di Kelurahan Silandit merupakan salah satu mata pencaharian utama masyarakat Kelurahan Siladit, tetapi ada juga yang mempunyai pekerjaan sampingan seperti petani, pedangan,

¹ Ari Anggraini Winadi Prasetyoning Tyas dan Katryn Trie Wicak Ikhsan, "Sumber Daya & Sumber Daya Manusia Untuk Pembangunan Ekonomi Indonesia" Volume 12, No. 1 *Jurnal Forum Ilmiah* (2015): hlm. 2.

penjahit, dan penjual kayu bakar untuk menambah penghasilan dan mencukupi kebutuhan hidup. Di samping itu, bahan pembuatan batu bata seperti tanah liat mudah dijangkau karena terdapat sumber daya alam berupa gunung yang bisa di manfaatkan, sehingga memudahkan masyarakat sekitar untuk berwirausaha.²

Usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk hukum atau tidak berbentuk hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu negara.³

Dalam pandangan Islam, bekerja dan berusaha merupakan suatu kewajiban kemanusiaan. Manusia diperintahkan untuk melakukan kegiatan usaha atau bisnis untuk mencapai tujuan kehidupan. Islam memberi keleluasaan kepada umatnya untuk memilih profesi sesuai pilihan, minat, dan kemampuan masing-masing. Melalui dunia bisnis manusia bisa membuka beragam jenis usaha. Dalam hal ini, islam memberi ruang kepada umatnya dengan prinsip boleh melakukan bisnis apa saja, kecuali apabila ada ketentuan hukum yang melarangnya.⁴

Batu bata adalah unsur bangunan yang dipergunakan dalam pembuatan kontruksi bangunan, pada umumnya pembuatan batu bata

² Hasil Wawancara dengan Ibu Lili Ariyani Pemilik Batu Bata (Silandit, 25 Mei 2021 Pukul: 13.30 WIB).

³ Fai'zah Laila Maulidah Dan Renny Oktafia, "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Mikro Serta Dampak Kesejahteraan Masyarakat Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah)" 6, No. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (2020): Hlm.572.

⁴ Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis* (Malang: UIN-MALIK PRESS, 2016), Hlm.170.

terbuat dari tanah liat ditambah air kemudian di campur dengan bahan bahan lainnya, tahap pengerjaan batu bata yaitu dengan menggali, mengolah, mencetak, mengeringkan dan membakar dengan suhu temperature tinggi sehingga batu bata tidak mudah retak bila di rendam dalam air.⁵

Masyarakat Kelurahan Silandit membuka peluang usaha sebagai produksi batu bata. Terdapat IV lingkungan yang berada di Kelurahan Silandit yaitu: Lingkungan I terdapat 15 orang usaha batu bata, lingkungan II terdapat 20 orang usaha batu bata, lingkungan III terdapat 16 orang usaha batu bata, sedangkan di lingkungan IV tidak ada usaha batu bata, hanya di lingkungan I, II, dan III yang terdapat usaha batu bata.⁶ Jadi, total usaha batu bata di Kelurahan Silandit yaitu sebanyak 51 orang usaha batu bata. Usaha batu bata sangat membantu perekonomian masyarakat sekitar meskipun hanya musiman dan tergantung pada cuaca dan bahan baku.

Usaha batu bata yang berada di Kelurahan Silandit sudah lama di kenal oleh masyarakat setempat. Proses pemasaran yang di lakukan para usaha batu bata masih bersifat tradisional karena para pelanggan datang langsung ke lokasi pembuatan batu bata untuk melakukan pesanan batu bata. Setelah pelanggan melakukan pesanan batu bata maka batu bata akan dikirim ke tempat tujuan. Dalam proses transaksinya pelanggan menginginkan batu bata yang berkualitas baik dan tidak mudah pecah.

⁵ Wahyu Rahman, "Studi Pelaksanaan Pengolahan Batu Bata di Dusun Kurawan Desa Tango Raso Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan" Volume 1, No. 2, *Jurnal Georafflesia* (2016): hlm. 95.

⁶ Observasi, di Kelurahan Silandit Lingkungan I,II,III,IV (Rabu, Kamis, Jumat, 16, 17, 18 Juni 2021 Pukul : 14.00, 15.00, 16.00 WIB)

Namun, pada kenyataannya saat pelanggan menerima pesan batu bata terdapat beberapa batu bata yang pecah, baik itu yang dilakukan dengan sengaja atau tidak.

Islam melarang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam sangat menuntut suatu perdagangan yang dilakukan secara jujur dan amanah, Islam menuntut pemeluknya untuk menjadi orang yang jujur dan amanah. Orang yang melakukan penipuan dan kelicikan tidak dianggap sebagai umat Islam yang sesungguhnya, meskipun dari lisannya keluar pernyataan bahwasannya dirinya adalah orang muslim.

Menyangkut barang yang dipesan pelanggan dan ternyata terdapat batu bata yang cacat dalam proses pembuatannya baik disengaja maupun tidak disengaja. Dalam hal ini sangatlah berpengaruh atas kepercayaan terhadap konsumen kepada penjual batu bata tersebut. Ketidak jujuran adalah bentuk kecurangan yang tidak baik, dan akan merugikan pengusaha batu bata, untuk menjaga kualitas produk batu bata tersebut pemilik usaha batu bata akan bertanggung jawab atas ketidak sesuaian produk yang di inginkan pelanggan dengan cara memberikan potongan harga kepada pelanggan terkait produk batu bata yang di terima tidak sesuai dengan yang di inginkan pelanggan.

Pengembangan (*development*) adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Pendidikan meningkatkan keahlian teoritis, konseptual,

dan moral karyawan, sedangkan pelatihan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis pelaksanaan pekerjaan karyawan.⁷

Pengembangan produk pada suatu perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai tahap. Tahap-tahap yang biasanya diikuti dalam pengembangan produk adalah adanya suatu ide, peyaringan ide, pengembangan ide, pembuatan percobaan, analisis usaha, percobaan penjualan dipasar. Jika ini berhasil baru di produksi secara massal. Tujuan mengadakan pengembangan produk antara lain ialah :

- 1) Memenuhi keinginan konsumen.
- 2) Memenangkan persaingan.
- 3) Meningkatkan jumlah penjualan.
- 4) Mendaya gunakan sumber-sumber produksi.
- 5) Mencegah kebosanan konsumen.⁸

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu bahwa mayoritas pengusaha pada industri batu bata di kecamatan Piyungan adalah laki-laki dengan rentang usia 20-57 tahun dengan latar belakang pendidikan SMP-SMA, sumber daya alam sebagai bahan baku dalam memproduksi batu bata di Kecamatan Piyungan cukup tersedia, sumber daya manusia sebagai salah satu faktor produksi batu bata di Kecamatan Piyungan cukup tersedia, teknologi yang digunakan oleh industri kecil batu bata di Kecamatan Piyungan cukup memadai, modal yang dibutuhkan oleh industri kecil batu bata di kecamatan Piyungan rendah, daerah pemasaran

⁷ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hlm..

⁸ Bukhari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm.207.

hasil produksi industri kerajinan batu bata di Kecamatan Piyungan kurang luas yaitu sebagian besar hanya terbatas di D. I. Yogyakarta, berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk memberdayakan industri batu bata di Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul adalah memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal, mengembangkan produk batu bata sejenis yang berkualitas, memanfaatkan sumber daya manusia yang banyak untuk memproduksi batu bata, dan memperbanyak modal untuk mengembangkan usaha.⁹

Masalah yang terjadi pada usaha batu bata di Kelurahan Silandit yaitu: Pak Mukhtar Kurniawan selaku pemilik usaha batu bata menyatakan bahwa terdapat beberapa masalah mendasar yang menyebabkan usaha batu bata kesulitan berkembang yaitu modal usaha yang dimiliki masih terbatas, serta masih terbatasnya kepemilikan teknologi tepat guna yang digunakan untuk proses produksi sehingga sebagian besar masih menggunakan alat yang tradisional contohnya dalam mengaduk tanah liat dengan tanah biasa masih memakai cara manual yaitu dengan menggunakan tenaga manusia atau tenaga kerbau sehingga proses produksinya pun membutuhkan waktu yang cukup lama dan Ketika musim penghujan proses pengeringan batu bata membutuhkan waktu yang lama.¹⁰

Menurut Ibu Ida Suryani selaku pemilik usaha batu bata menyatakan bahwa terdapat beberapa masalah yang menyebabkan usaha

⁹ Adhe Anggreini Saragi, "strategi pengembangan usaha kecil menengah sektor industri kerajinan batu bata berdasarkan analisis swot," *Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, 2016.

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Pak Mukhtar kurniawan Pemilik Batu Bata (Silandit, 25 Mei 2021 Pukul:12.25 WIB).

batu bata kesulitan berkembang yaitu dalam bidang pemasaran, proses pemasaran masih bersifat tradisional karena para pembeli datang langsung ke lokasi pembuatan batu bata, kemudian tidak adanya pembukuan yang dilakukan dalam usaha batu bata serta persaingan yang ketat antara pengusaha batu bata dan semakin banyaknya produk saingan batu bata sejenis seperti batako, hal ini menyebabkan timbulnya kekhawatiran bagi usaha batu bata.¹¹

Maka untuk menghadapi persaingan tersebut usaha batu bata harus membuat strategi pengembangan bisnis untuk mengembangkan usahanya. Strategi pengembangan bisnis dapat dilakukan dengan analisis lingkungan *internal* dan *eksternal* perusahaan menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan uraian di atas maka para usaha batu bata perlu menerapkan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk menghadapi persaingan dan dapat dikenal oleh masyarakat luas. Untuk itu penulis tertarik untuk meneliti tentang “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata Di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan**”.

B. Batasan Masalah

Adapun yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah seputar Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan.

C. Batasan Istilah

¹¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Ida Suryani Pemilik Batu Bata (Silandit, 19 Juni 2021 Pukul: 14.00WIB).

Untuk mempermudah pemahaman istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka di buat batasan istilah sebagai berikut:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan), untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya).¹²
2. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹³
3. Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan.¹⁴
4. Usaha adalah kegiatan untuk mengarahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud, pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.¹⁵
5. Batu bata adalah batu yang berbentuk segi empat, terbuat dari tanah liat, cara pembuatannya di bakar.¹⁶

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan yang sudah dilakukan?

¹² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm.60.

¹³ Pendidikan Nasional, hlm.1377.

¹⁴ Pendidikan Nasional, hlm.1090.

¹⁵ Pendidikan Nasional, hlm.1599.

¹⁶ Pendidikan Nasional, hlm.118.

2. Bagaimana faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpun Selatan dengan menggunakan analisis SWOT?
3. Apa rencana pengembangan yang akan dilakukan usaha batu bata?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha batu bata di kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpun selatan.
2. Untuk mengetahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancama dalam pengembangan usaha batu bata di Kelurahan silandit Kecamatan Padangsidimpaun Selatan.
3. Untuk mengetahui rencana pengembangan yang akan dilakukan usaha batu bata.

F. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Untuk menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman secara teori maupun praktek khususnya mengenai stratgi pengembangan usaha.

2. Bagi usaha batu bata

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan agar perusahaan dapat terus melakukan strategi pengembangan usaha dan untuk melakukan perbaikan terhadap strategi pengembangan usaha dengan memberikan masukan bagi perusahaan.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak kampus sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta sebagai referensi tambahan penelitian selanjutnya.

G. Sistematika Pembahasan

Bab I adalah tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah. Disinilah dipaparkan mengapa peneliti tertarik untuk meneliti analisis strategi pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpuan Selatan. Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit, bagaimana faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit dengan menggunakan analisis SWOT dan apa rencana pengembangan yang akan dilakukan usaha batu bata di Kelurahan Silandit. Dengan adanya rumusan masalah tersebut maka akan tercapai tujuan penelitian yakni untuk mengetahui strategi pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit, untuk mengetahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha batu bata

di Kelurahan Silandit dengan menggunakan analisis SWOT dan untuk mengetahui rencana pengembangan yang akan di lakukan usaha batu bata. Hasil penelitian nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat baik untuk peneliti, usaha batu bata di Kelurahan Silandit, serta Institusi Perguruan Tinggi.

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, proses pembuatan batu bata serta penelitian terdahulu yang membahas tentang hasil dari penelitian sebelumnya.

Bab III adalah tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian dilakukan, jenis penelitian yang membahas tentang bagaimana penelitian yang dilakukan, 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, serta teknik analisis data.

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

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategos* dengan akar kata *stratos* dan *ag*. *Stratos* berarti “militer” dan *ag* berarti “pemimpin”. Pada awalnya strategi diartikan *generalship*, sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Secara umum, strategi sebagai cara mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.¹⁷

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, divestasi, likuidisasi dan *joint venture*. Sedangkan manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan

¹⁷ Muhadjir Anwar, *Manajemen Strategik* (Kab.Banyumas: Sasanti Institute, 2020), hlm.1.

dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya.

- 2) Menurut Morrisey, 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.¹⁸
- 3) 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 aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.
- 4) 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).¹⁹

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

¹⁹ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm.11-12.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan yang terdiri dari aktivitas-aktivitas penting untuk mencapai keunggulan bersaing dengan melihat faktor eksternal dan internal perusahaan.

b. Fungsi Strategi

Fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Ada beberapa fungsi dari strategi yaitu:

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan, dan mengomunikasikan, tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaan pengerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternative-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas tersebut akan digunakan.
2. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.

4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang. Khususnya sumber dana dan sumber-sumber daya lain yang diolah atau digunakan, yang penting dihasilkannya sumber-sumber daya nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
5. Mengkordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktifitas perorganisasi ke depan. 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 dan menggunakan sumber daya, serta mengarahkan aktifitas pendukungnya.²⁰

2. Pengembangan Usaha

a. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan (*development*) adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Pendidikan meningkatkan keahlian teoritis konseptual dan moral karyawan, sedangkan pelatihan

²⁰ Sofjan Assauri, *Strategic Management : sustainable Competitive advantages* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm.5-8.

bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis pelaksanaan pekerjaan karyawan.²¹

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengembangan merupakan proses, cara, perbuatan mengembangkan, sedangkan usaha merupakan suatu kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.²²

Jadi pengembangan usaha merupakan 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.

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

²¹ S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, hlm.68.

²² Pendidikan Nasional, *Kamus bahasa Indonesia*, hlm.1090.

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.²³

2) Tahapan Pengembangan Usaha

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

a) Memiliki ide usaha

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

²³ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis, Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019), hlm. 20-21.

b) Penyaringan Ide/Konsep Usaha

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

c) Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi laba-rugi dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional.

d) Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah di buat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan

implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.²⁴

b. Faktor- Faktor yang Memengaruhi Pengembangan Usaha

Tujuan kegiatan perusahaan pada dasarnya untuk melaksanakan pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan. Dengan adanya kegiatan tersebut akan memberi dampak positif bagi sebuah pengembangan usaha. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan suatu usaha yakni antara lain:

1. Perencanaan

Perencanaan usaha (*business plan*) adalah dokumen disediakan oleh entrepreneur sesuai pula dengan pandangan penasehat profesionalnya yang membuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan masa depan. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan (lahan), pekerja, produk, sumber permodalan. Business plan ini pandangan dan ide dari anggota tim manajemen, hal ini menyangkut strategi dan tujuan usaha yang hendak dicapai.

²⁴ Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), hlm.153.

2. Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia Salah satu aspek yang tidak kalah pentingnya dalam pengembangan usaha adalah sumber daya manusia (SDM) yang dimilikinya. Manusia menjadi motor penggerak kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan manusia sebagai aset paling berharga dalam mengembangkan usaha.²⁵

Keadaan sumber daya manusia pada saat ini lebih difokuskan kepada kualitas tenaga kerja, dimana tenaga kerja merupakan faktor yang turut mempengaruhi tinggi rendahnya suatu pendapatan dari usaha yang dijalankannya, keberhasilan suatu usaha juga didukung oleh faktor kemauan/motivasi, karyawan yang sangat tinggi untuk melaksanakan tugasnya dalam menghasilkan produk.

3. Kepemimpinan

Faktor kepemimpinan sangat menentukan dalam pengembangan dan kemajuan usaha. Karena kepemimpinan merupakan proses atau rangkaian kegiatan yang saling berhubungan satu dengan yang lain secara sistematis. Sebuah usaha yang dibangun tanpa kepemimpinan yang kuat hanya akan menjadi usaha kecil yang stagnant (tidak berkembang).

²⁵ kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2011), hlm.154.

4. Permodalan

Kegiatan melaksanakan atau menjalankan suatu usaha, modal adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha tersebut. Dimana modal sangat besar perannya dalam menunjang kelangsungan kegiatan usaha tersebut dalam proses pencapaian tujuan. Modal juga mencakup arti ruang yang tersedia di dalam perusahaan untuk membeli mesin-mesin serta faktor produksi lainnya.²⁶

5. Pembinaan

Faktor pembinaan sangat mempengaruhi terhadap pengembangan usaha. Pembinaan merupakan tuntutan, bantuan dan pertolongan kepada individu atau kelompok orang agar dapat menyesuaikan dirinya sebaik-baiknya untuk mencapai tingkat efektifitas tenaga kerja yang baik maka perlu adanya pembinaan dari seorang pemimpin perusahaan sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan tercapai.

6. Mitra Kerja

Mitra kerja merupakan suatu bentuk kerja sama dari dua atau lebih pelaku usaha yang saling menguntungkan. Terjadinya mitra kerja dikarenakan adanya keinginan dalam mencapai tujuan bersama, dengan adanya mitra kerja ini dapat

²⁶ Risda Pratiwi, "Strategi Pengembangan Usaha Rengginan Pulut Dengan Metode Analisis Swot (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hini Kbupaten Lngkat)," *Sripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*, 2018, hlm.49.

dilakukan antara usaha menengah dan usaha besar. Sehingga masing-masing sector dapat bersaing untuk mendapatkan posisinya.

7. Pelanggan

Pelanggan merupakan faktor yang menentukan dalam suatu usaha dengan tetap mempertahankan pelanggan bahkan meningkatkannya. Kita akan memiliki keunggulan tersendiri sebab pelanggan merupakan konsumen utama dari suatu usaha ketimbang dengan konsumen pasar secara umum.

8. Lingkungan Lokasi

Faktor pendukung lainnya adalah lokasi usaha yang terletak ditempat strategis yakni dekat para pelanggannya. Hal ini sangat memudahkan para pelanggan untuk datang ke lokasi tempat usaha, sehingga produk yang dihasilkan akan mendapatkan perhatian dari konsumen.

9. Daya Saing

Pada saat kualitas produksi cukup dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat dan cepat berubah. Oleh sebab itu perusahaan harus mengetahui kondisi pasar, konsumen, dan selalu melihat permintaan konsumen. Dalam persaingan pemasaran harus dapat mempengaruhi calon pembeli dengan cara promosi tidak mengetahui perkembangan pasar dan permintaan konsumen. Karenanya perusahaan harus

memusatkan perhatiannya kepada konsumen dan kondisi pasar.²⁷

c. Pengembangan Usaha dalam Perspektif Islam

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat vital dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu, sosial, regional, nasional maupun internasional. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan.²⁸

Bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Banyak jenis usaha atau pekerjaan yang bisa dilakukan oleh manusia baik secara individu maupun secara kelompok, dengan tidak melanggar segala aturan syariat islam agar mendapatkan keberkahan dalam hidup di dunia dan akhirat.²⁹ Bekerja dan berusaha harus dilandasi dengan prinsip-prinsip ekonomi islam dan juga perilaku professional yang dibenarkan oleh Allah Subhana Wata'ala sesuai dengan Al-quran dan Hadits. Sebagaimana Firman Allah Subhana Wata'ala Q.S Al'araf: 10:

²⁷ Pratiwi, hlm.52.

²⁸ Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam" Volume. 1, No. 1 *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* (2015): hlm.36.

²⁹ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm.75.

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشَةً
 قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya : “Dan sungguh, kami telah menempatkan kamu di bumi dan di sana kami sediakan (sumber) penghidupan untukmu. (tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur”.³⁰

Makna dari ayat di atas, sesungguhnya kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi, yakni menjadikan kamu mampu mengelola dan memanfaatkannya, melalui nalar dan pengetahuan yang kami anugerahkan kepada kamu, atau kami jadikan bumi sebagai tempat tinggal kamu dalam kehidupan dunia ini, dan kami adakan bagi kamu di bumi itu seluruhnya sumber penghidupan, tetapi walaupun sudah demikian banyak yang kami anugerahkan, amat sedikitlah kamu bersyukur.³¹

Adapun dalam Hadits yang menganjurkan umat Islam untuk bekerja adalah: Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda :

إِنَّ أَطْيَبَ مَا أَكَلَ الرَّجُلُ مِنْ كَسْبِهِ

“Sungguh sebaik-baik rizki yang dimakan oleh seorang laki-laki adalah dari usahanya sendiri (yang halal).” (HR An-Nasa-i (no. 4451).³²

³⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah* (Bandung: Al-Mizan Publishing House), hal:152.

³¹ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm:18.

³² Abu Abdurrahman ahmad bin syuaib bin ali an-nasai, *Mujtaba' Min As-Sunan* (Riyadh: Baitul afkar ad-daulyah, 1999), hlm.465.

Secara umum prinsip-prinsip usaha dapat dilihat dari kesatuan (*tauhid*), Keseimbangan (keadilan), Tidak melakukan monopoli, *Amanah* (terpercaya), Jujur, Produk yang dijual halal, Tidak melakukan praktek mal bisnis. Prinsip-prinsip usaha dalam Islam bertujuan agar setiap kegiatan ekonomi yang dijalankan dapat menyelamatkan sumber daya alam dari penggunaan yang dieksploitasi. Secara umum prinsip usaha dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kesatuan (*Tauhid*)

Tauhid adalah prinsip utama dalam agama Islam dengan ditandainya pembacaan kalimat syahadat bagi seorang muslim yang beriman. Hubungan antara manusia dengan Tuhan pencipta alam semesta. Hubungan ini muncul sebuah konsekuensi penyerahan (*Islamisasi*) dari manusia kepada Tuhan yang disembahnya, penyerahan yang dimaksud berupa penyerahan kalbu, wajah, akal pikiran, ucapan, dan amal.

Dengan penyerahan yang dilakukan oleh seorang manusia kepada tuhan, maka setiap kebebasan yang dia lakukan akan selalu tetap pada hal yang benar sesuai dengan syari'ah. Tauhid dapat menggabungkan konsep ekonomi, sosial, dan politik, serta keagamaan yang dilandaskan pada keagamaan.

Dalam kegiatan ekonomi tauhid adalah alat bagi manusia untuk menjaga perilakunya dalam berbisnis. Dengan adanya

penyerahan diri kepada Tuhan maka pelaku bisnis akan selalu menjaga perbuatannya dari hal-hal yang dilarang oleh agama.³³

2. Keseimbangan (keadilan)

Keadilan adalah yang sangat penting, bahkan dalam kitab Al-Qur'an kata keadilan disebutkan lebih dari 1000 kali. Dengan adanya kata keadilan dalam Al-Qur'an menjelaskan bahwa keadilan sangatlah penting bagi kehidupan manusia. Keseimbangan atau keadilan ini merupakan penjelasan yang sangat lengkap tentang hukum, politik dan ekonomi. Dalam hal ekonomi kesejajaran atau keadilan dilakukan dalam hal distribusi, produksi dan konsumsi yang baik. Pemahaman ini berkaitan pendayagunaan dan pengembangan harta yang dimiliki oleh seseorang. Pendayagunaan harta yang dimaksud adalah dengan membantu masyarakat miskin yang menjadi kewajiban bagi orang-orang yang lebih beruntung dalam segi harta. Allah Swt menyebut umat Islam sebagai ummatan wasathan, artinya bahwa umat Islam adalah umat yang mempunyai kebersamaan, kedinamisan, arah dan tujuan yang jelas serta mempunyai aturan-aturan yang membantu mereka dalam menentukan perilaku sebagai penengah dan pembeda.

³³ Ariyadi, "Bisnis Dalam Islam," *Jurnal Hadratul Madaniyah* Volume 5, No. 1 (2018): hlm.20.

3. Tidak melakukan monopoli

Kebebasan berlaku bagi semua manusia di bumi ini baik secara individu maupun kolektif. Manusia adalah *khalifah* di bumi, dengan tugasnya ini seorang manusia memiliki kebebasan dalam menentukan hal yang baik dan hal buruk dalam hidupnya.

Dalam bisnis syariah kegiatan ekonomi dengan menggunakan konsep kebebasan yang dimaksud terletak pada lancarnya keluar-masuk barang. Dengan adanya kebebasan yang proporsional bisnis syariah melarang adanya praktik-praktik monopoli, riba, dan kecurangan. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Monopoli sendiri tidak diperbolehkan dalam ajaran Islam, semua orang boleh berbisnis. Kegiatan bisnis dengan satu-satunya penjual (monopoli) tidak masalah selama penjual tidak melakukan *ikhtikar* (menimbun) barang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih atau istilah ekonominya *monopolys' rent*. Praktik yang dilarang dalam Islam dilakukan agar manusia tetap pada jalan yang baik dengan selalu mengamalkan ajaran agama dalam setiap kegiatannya. Kehendak bebas yang dilakukan sesuai dengan ajaran Islam akan membawa pada kesejahteraan.

4. Tanggung Jawab

Wirausahawan muslim haruslah memiliki sifat *amanah* atau terpercaya dan bertanggung jawab. Dengan sifat *amanah* wirausahawan muslim akan bertanggung jawab atas segala yang dia lakukan dalam hal muamalahnya. Bertanggung jawab dengan selalu menjaga hak-hak manusia dan hak-hak Allah dengan tidak melupakan kewajiban sebagai manusia sosial dan makhluk ciptaan Allah SWT.

Konsep tanggung jawab adalah konsep yang berkaitan dengan konsep kebebasan. Kebebasan yang dilakukan seseorang akan dimintai pertanggung jawaban, semakin luas kehendak bebas yang dilakukan maka semakin luas pula tanggung jawab moral yang akan dia jalani. Tanggung jawab mempunyai kekuatan yang dinamis dalam kehidupan sosial masyarakat. Dengan adanya konsep tanggung jawab manusia akan sangat berhati-hati dengan apa yang dia lakukan karena segala perbuatan mengandung konsekuensi yang harus dijalankan.³⁴

5. Jujur

Jujur adalah kesamaan antara berita yang disampaikan dengan fakta atau fenomena yang ada. Seorang wirausaha islam harus mampu meniru sifat Rasulullah SAW yaitu berkata

³⁴ Ariyadi, hlm.22.

benar, bertindak benar atau diam saja (jika tidak mampu berkata dan bertindak benar). Artinya baik pemimpin ataupun karyawan dalam berwirausaha harus bisa berperilaku benar dan jujur kepada setiap keputusan dan tindakan, jujur terhadap konsumen, pesaing sehingga usaha yang dijalankan dikelola dengan prinsip kebenaran dan kejujuran. Jujur dalam hal berkaitan dengan pada saat bertransaksi dengan nasabah, mengedepankan kebenaran informasi, menjelaskan keunggulan barang. Jika ada kelemahan atau cacat pada produk, maka disampaikan kepada calon pembeli.

6. Produk yang di jual halal

Barang yang dijual belikan haruslah halal lagi bermanfaat bagi orang lain. Barang yang boleh diperjual belikan adalah suci dari najis, berguna, dan halal. Selain itu bisnis dalam bidang jasa diperbolehkan jika dalam jasa yang diberikan tidak merugikan orang lain dan sifatnya membantu dalam hal kebaikan.

7. Tidak melakukan praktek mal bisnis

Praktek mal bisnis adalah praktek-praktek bisnis yang tidak terpuji karena merugikan pihak lain dan melanggar hukum yang ada. Perilaku yang ada dalam praktek bisnis mal sangat bertentangan dengan nilai-nilai yang ada dalam Al-Qur'an.³⁵

³⁵ Ariyadi, hlm.23.

3. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).³⁶

Analisis SWOT adalah metode penyusunan strategi perusahaan atau suatu bisnis tunggal, ruang lingkup bisnis tunggal tersebut baik berupa domestik maupun multinasional. Tahap awal penetapan strategi adalah menaksirkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT merupakan prosedur sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan yang dimiliki oleh perusahaan: kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal.³⁷ faktor-faktor SWOT mempunyai pengertian sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan dan berbeda dengan produk lain. Sehingga dapat membuat lebih kuat dari pada pesaingnya.

³⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: PT.Gelora Aksara Pratama, 2006), hlm.63.

³⁷ Edward J.Blocher, *Manajemen Biaya* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm.56.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekuarangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekuarangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapasitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan.

c. Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, serta kecenderungan – kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

d. Ancaman (*Threat*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi perusahaan.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam merupakan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk

memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sebagai peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.³⁸

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi organisasi atau perusahaan yang menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi/perusahaan sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan organisasi/perusahaan. Matriks SWOT menggunakan beberapa strategi antara lain :

- 1) Strategi SO, adalah strategi berdasarkan jalan pikiran perusahaan dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- 2) Strategi ST, adalah strategi ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- 3) Strategi WO, adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 4) Strategi WT, strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.³⁹

³⁸ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm.172-173.

³⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm.84.

4. Proses Pembuatan Batu Bata

Batu bata adalah salah satu unsur bangunan dalam pembuatan konstruksi bangunan yang terbuat dari tanah liat di tambah air dengan atau tanpa bahan campuran lain melalui beberapa tahap pengerjaan, seperti menggali, mengolah, mencetak, mengeringkan, membakar pada temperatur tinggi hingga matang dan berubah warna, serta akan mengeras seperti batu jika didinginkan hingga tak dapat hancur lagi bila direndam dalam air.⁴⁰

Jadi, batu bata merupakan hasil produksi tangan manusia yang dibuat dari bahan tanah liat dengan proses yang panjang seperti adanya menggali, mengolah, mencetak, mengeringkan, hingga membakar dan menjadi keras layaknya sifat batu serta bisa digunakan untuk bahan bangunan atau yang lain yang mempunyai daya guna didalamnya.

Adapun tahapan- tahapan proses pembuatan produk batu bata yaitu sebagai berikut:

1. Tahap membuat adonan batu bata

Adonan batu bata di buat dengan mencampurkan tanah liat dan pasir dengan menambahkan air secukupnya, kemudian adonan tersebut diinjak-injak menggunakan kaki atau bisa juga menggunakan tenaga kerbau untuk mendapatkan hasil adonan yang baik.

⁴⁰ Miftahul Huda dan Erna Hastuti, "Pengaruh Temperatur Pembakaran dan Penambahan Abu Terhadap Kualitas Batu Bata" Volume 4, No. 2 *Jurnal Neutrino* (2012): hlm.143.

2. Mencetak

Setelah adonan batu bata jadi selanjutnya adonan di cetak kotak-kotak persegi panjang dengan cetakan batu bata yang terbuat dari kayu.

3. Proses pengeringan batu bata

Cara pengeringan batu bata adalah dengan cara menjemur batu bata di tempat terbuka waktu yang dibutuhkan untuk proses pengeringan batu bata adalah 5-6 hari tergantung pada kondisi cuaca. Jika musim penghujan maka waktu pengeringan batu bata akan semakin lama.

4. Proses Pembakaran Batu Bata

Batu bata yang sudah kering dan tersusun rapih sudah siap dibakar. Proses pembakaran batu bata tergantung dari keinginan pengrajin batu bata. Biasanya dalam sebulan proses pembakaran batu bata dilakukan satu atau dua kali. Dalam proses pembakaran batu bata disediakan tempat khusus atau dibuatkan rumah- rumahan yang disebut *brak*.⁴¹

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel II. 1

⁴¹ Hasil wawancara Dengan Pak Umari Pemilik Usaha Batu Bata, (Silandit, 20 Oktober 2021 Pukul 10.30 WIB).

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Arnita Damayanthi Anwar, Ineke Nursih Widyantari, David Oscar Simatupang, Garuda Indonesia (Musamus <i>Journal Of Agribusiness</i> Vol. 2 No. 1 Oktober 2019) ⁴²	Analisis strategi pengembangan usaha komoditi kemiri lokal	Hasil yang diperoleh dari diagram <i>cartesius</i> analisis swot menunjukkan bahwa strategi yang perlu dibuat mengarah pada strategi pertumbuhan, dimana nilai nilai untuk faktor internal sebesar 0,53 dan faktor eksternal sebesar 0,80 sehingga dalam usaha komoditi kemiri lokal ini memiliki faktor kekuatan dan peluang yang dominan. Maka, strategi pertumbuhan yang diperlukan untuk pengembangan usaha komoditi kemiri lokal di kampung yanggandur distrik sota adalah memaksimalkan pengambilan buah kemiri dalam jumlah besar saat musim rontoknya, menambah kapasitas pengolahan dan penjualan kacang kemiri lokal, menjalin koordinasi dengan pihak pemerintah melalui pertemuan secara rutin dan berkelanjutan untuk membahas kemajuan usaha, membentuk kelompok-kelompok kerja anatar masyarakat yang didalamnya terbagi atas bidang produksi pengolahan, bidang pengelolaan keuangan, dan bidang pemasaran, memaksimalkan penanaman (budidaya) pohon kemiri di sekitar tempat tinggal

⁴² Arnita Damayanti Anwar, Ineke Nursih Widyantari, dan David Oscar Simatupang, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Komoditi Kemiri Lokal" Volume 2, No. 1 *Musamus Jurnal* (Oktober 2019): hlm.36.

			masyarakat, serta menerapkan manajemen yang efektif dan efisien berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian pada setiap aktivitas usaha.
2.	Syaifullah Sitorus (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2019) ⁴³	Analisis Strategi Pengembangan Pada UMKM Tabo Kopi Sipirok	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh UMKM Tabo Kopi Sipirok salah satunya ialah meningkatkan dan menjaga citra rasa Tabo Kopi Sipirok sebagai strategi utama dan menambah kerja sama dengan para petani kopi untuk meningkatkan atau menambah pemasok bahan baku bagi perusahaan, perusahaan juga harus selalu menjaga dan meningkatkan kekuatan internal perusahaan yang dimiliki dan juga harus memanfaatkan peluang semaksimalnya dari eksternal perusahaan dan meminimalisir kelemahan internal dan ancaman yang dihadapi dari lingkungan eksternal perusahaan.
3.	Fitra Delita, Elfayetti, Tumiar Sidauruk (Jurnal Universitas Negeri Medan Vol. 9 No. 1 2017) ⁴⁴	Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun	Membangun sarana prasarana seperti akses jalan, alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata. Jika segala kekuatan dan peluang ditingkatkan dan

⁴³ Syaifullah Sitorus, "Analisis strategi pengembangan pada UMKM Tabo Kopi Sipirok" (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2019), hlm. 60-61.

⁴⁴ Fitra Delita, Elfayetti, dan Tumiar Sidauruk, "Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun," *Jurnal Geografi* Volume 9, No. 1 (2017): hlm. 52.

			menghindari kelemahan serta menghindari ancaman, maka obyek wisata alam pemandian Mual Mata yang terletak kabupaten Simalungun akan mampu bersaing dengan obyek wisata lainnya yang ada di kabupaten Simalungun bahkan di Sumatera Utara.
4.	Siti Khodijah Matondang (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2016) ⁴⁵	Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada UD. Rahmat Kotanopan)	Strategi yang dilakukan untuk UD. Rahmat salah satunya meningkatkan kerjasama dengan para petani dan pengepul karet kecil dari berbagai daerah. Salah satu cara yang digunakan tersebut adalah dengan melakukan pendekatan mupakat / musyawarah dengan para petani dan pengepul karet kecil, contohnya dengan meningkatkan komunikasi dan silaturahmi yang baik, sehingga dengan etika yang baik ditunjukkan oleh pemilik UD. Rahmat dapat menjadikan masyarakat yang mayoritas sebagai petani karet dan sebagian dari pengepul kecil menjadi loyal pada usaha yang dikelola UD. Rahmat.

⁴⁵ Siti Khodijah Matondang, "Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT Studi Kasus Pada UD. Rahmat Kotanopan" (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2016):hlm.99-100.

5.	Putu satya ary narendra, I gusti ayu ketut sri ardani (E-jurnal manajemen, Vol. 9 No. 10 2020) ⁴⁶	Strategi pengembangan usaha kerajinan perak dengan metode analisis SWOT pada usaha SSS SILVER	Strategi yang dilakukan oleh usaha kerajinan perak sss silver ialah model strategi SO yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (<i>strength</i>) dan dengan memanfaatkan peluang (<i>opportunities</i>) yang dimiliki pada industry yaitu dalam meningkatkan keunggulan produk seperti meningkatkan kualitas bahan baku perak yang digunakan dan melakukan inovasi lebih bervariasi, kemudian mengikuti event-event yang ada untuk memperkenalkan hasil produk kerajinan perak pada usaha sss silver, serta meningkatkan kerja sama dengan konsumen atau pengrajin untuk mengembangkan usaha, dan memanfaatkan teknologi yang modern sebagai media promosi produk kerajinan perak pada usaha sss silver.
6.	Adhe Anggreini Saragi (Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2016) ⁴⁷	Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdasarkan Analisis SWOT	Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu bahwa mayoritas pengusaha pada industry batu bata di kecamatan Piyungan adalah laki-laki dengan rentang usia 20-57 tahun dengan latar belakang pendidikan SMP-SMA, sumber daya alam sebagai bahan baku dalam pmemproduksi batu bata di Kecamatan Piyungan cukup tersedia, sumber daya

⁴⁶ Putu Satya Ari Narendra dan Gusti Ayu Ketut Sri Ardani, "Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Perak dengan Metode Analisis Swot Pada Usaha SSS Silver" Volume 9, No. 10 *E-Jurnal Manajemen* (2020): hlm.24.

⁴⁷ Adhe Anggreini Saragi, "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata Berdsarkan Analisis Swot," (Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016): hlm. 77.

			<p>manusia sebagai salah satu faktor produksi batu bata di Kecamatan Piyungan cukup tersedia, teknologi yang digunakan oleh industri kecil batu bata di Kecamatan Piyungan cukup memadai, modal yang dibutuhkan oleh industri kecil batu bata di kecamatan Piyungan rendah, daerah pemasaran hasil produksi industri kerajinan batu bata di Kecamatan Piyungan kurang luas yaitu sebagian besar hanya terbatas di D. I. Yogyakarta, berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk memberdayakan industri batu bata di Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul adalah memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal, mengembangkan produk batu bata sejenis yang berkualitas, memanfaatkan sumber daya manusia yang banyak untuk memproduksi batu bata.</p>
--	--	--	--

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu di atas, bahwa Penelitian terdahulu yang tercantum di atas untuk menunjukkan adanya perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini.

1. Perbedaan penelitian Arnita Damayanthi Anwar, dkk dengan peneliti adalah pada lokasi penelitian, Arnita Damayanthi Anwar, dkk meneliti di Kampung Yanggandur Distrik Sota kabupaten merauke sementara peneliti meneliti di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan

Selatan. Dan persamaan penelitian ini Yaitu sama-sama menggunakan metode Analisis SWOT dalam penelitian ini.

2. Perbedaan penelitian Syaifullah Sitorus dengan peneliti adalah pada lokasi penelitian Syaifullah Sitorus melakukan penelitian di Kabupaten Tapanuli Selatan dengan judul Analisis Strategi Pengembangan UMKM Tabo Kopi Sipirok sementara peneliti meneliti di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan dengan judul analisis strategi pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan. Persamaan nya yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan.
3. Perbedaan penelitian Fitra Delita dengan peneliti adalah penelitian Fitra Delita melakukan analisis strategi yang bersifat analisis strategi pengembangan pada objek wisata yang berada di Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun sedangkan peneliti sendiri melakukan penelitian yang bersifat analisis strategi pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan.
4. Perbedaan penelitian Siti Khodijah Matondang dengan peneliti adalah penelitian Siti Khodijah membahas tentang Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada UD. Rahmat Kotanopan) sedangkan peneliti membahas tentang Analisis strategi pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan.

5. Perbedaan penelitian Putu satya ary narendra, I gusti ayu ketut sri ardani dengan peneliti adalah pada lokasi penelitian Putu satya ary narendra, I gusti ayu ketut sri ardani meneliti di kabupaten Gianyar Provinsi Bali dengan judul strategi pengembangan usaha kerajinan perak dengan metode analisis SWOT pada usaha SSS SILVER sedangkan peneliti meneliti di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan. Persamaan nya adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha.
6. Perbedaan penelitian Adhe Anggreini Saragi dengan peneliti adalah pada lokasi penelitian Adhe Anggreini Saragi meneliti di Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan judul strategi pengembangan usaha kecil menengah sektor industry batu bata berdasarkan Analisis SWOT. Sedangkan peneliti meneliti di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan dengan judul analisis strategi pengembangan usaha batau bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha berdasarkan analisis SWOT.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini adalah tempat usaha pembuatan batu bata yang ada di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan, penelitian ini di laksanakan pada bulan Agustus 2020 sampai dengan Desember 2021.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan.⁴⁸

Peneliti disini sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *snowball*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.⁴⁹

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif Kuantitatif R Dan D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm.15.

⁴⁹ Sugiyono, hlm.125.

C. Subjek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha batu bata, pembuat batu bata dan pelanggan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan.

D. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data penelitian ini ada 2 yaitu:

1. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).⁵⁰ Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pemilik usaha batu bata, pembuat batu bata dan pelanggan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan.
2. Data Sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal dan buku penunjang yang berkenaan dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pengumpulan data secara langsung dengan terjun ke lapangan terhadap obyek yang diteliti.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi

⁵⁰ Saban Echdar, *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), hlm.284.

langsung ke lokasi penelitian tentang analisis strategi pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab secara lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh pihak yang diwawancarai.

Pada penelitian ini peneliti telah menetapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Sehingga untuk memperoleh data tentang analisis strategi pengembangan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan peneliti melakukan wawancara dengan pemilik usaha batu bata, pembuat batu bata dan pelanggan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan mengumpulkan data, catatan dan dokumen-dokumen tentang penelitian secara langsung. Dokumentasi pada penelitian ini digunakan dalam bentuk gambar atau foto.

4. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah penulis mengambil buku-buku referensi, materi perpustakaan ataupun jurnal-jurnal penelitian yang ada kaitannya dengan persoalan yang diteliti.⁵¹

F. Analisis Data

1. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Matriks IFE merupakan alat formulasi strategi yang digunakan untuk mengevaluasi lingkungan internal perusahaan yang berupa kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dengan beberapa tahapan:

- a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan pada kolom 1.
- b) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan

⁵¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif Kuantitatif R Dan D*, hlm.308-309.

variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali di bandingkan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri nilainya adalah 4.

- d) Faktor pembobotan (dalam kolom 4) masing-masing diisi dengan hasil perkalian bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3.
- e) Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

TABEL III. 1
MATRIKS IFE (*Internal Factor Evaluation*)

FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
KEKUATAN			
KELEMAHAN			
TOTAL			

Sumber: *Freddy Rangkti*

2. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal perusahaan berkaitan dengan peluang dan ancaman yang dianggap penting. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal menyangkut persoalan

ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan persaingan. Tahap-tahap dalam mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan eksternal dalam matriks EFE adalah sebagai berikut:

- a) Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- c) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*). Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar, rating-nya adalah +1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit rating-nya +4.
- d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4.
- e) Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap

faktor-faktor strategis eksternalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

TABEL III. 2
MATRIKS EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
PELUANG			
ANCAMAN			
TOTAL			

Sumber: *Freddy Rangkuti*

3. Matriks IE (*Internal Eksternal*)

Matriks IE (*Internal Eksternal*) didasari oleh dua dimensi kunci adalah jumlah rata-rata tertimbang IFE (*Internal Factor Evaluation*) pada sumbu x dan jumlah rata-rata tertimbang EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) pada sumbu y untuk mendapatkan strategi yang tepat berdasarkan hasil matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*).

Tabel III. 3

Matrik Internal - Eksternal

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

Sumber: *Freddy Rangkuti*

Keterangan:

- I : Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal
- II : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal
- II : Strategi turnaround
- IV : Strategi stabilitas
- V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan terhadap laba)
- VI : Strategi divestasi
- VII : Strategi diversifikasi konsentrik
- VIII : Strategi diversifikasi konglomerat
- XI : Strategi likuiditas atau bangkrut

4. Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi WT, dan strategi ST.

Tabel III. 4
Matriks SWOT

	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 Faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	SRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THEREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	SRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber: *Freddy Rangkuti*

Berdasarkan Matriks SWOT diatas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut :

- a) Strategi SO : Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
- b) Strategi WO : adalah strategi ini menerapkan pemanfaatan terhadap peluang yang ada untuk mengurangi kelemahan yang ada.
- c) Strategi WT : adalah strategi meminimalkan kelemahan internal dengan pemanfaatan peluang yang ada.
- d) Strategi ST : strategis ini diterapkan untuk mengatasi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Geografis Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan

1. Letak Geografi

Secara geografis Kelurahan berada di wilayah Kecamatan Padangsidempuan Selatan Kota. Menurut Ibu Sarmaida Nasution selaku Lurah di Kelurahan Silandit. Bahwa Silandit ini pada awalnya ada 3 lingkungan. Pada tahun 1985 Kelurahan Silandit mengalami pemekaran sehingga terbentuklah Kelurahan yang baru yaitu Komplek Sidempuan Baru menjadi masuk ke Kelurahan Silandit. Setelah Komplek Sidempuan baru masuk ke Kelurahan Silandit, Kelurahan Silandit ini menjadi 4 lingkungan. Kelurahan Silandit berada di Kecamatan Padangsidempuan Selatan. Seluruh wilayah Kota Padangsidempuan merupakan daratan, atau dengan kata lain tidak terdapat daerah pesisir atau pantai. Secara Administrasi Kelurahan Silandit membawahi 4 lingkungan, yaitu:

- a. Lingkungan I
- b. Lingkungan II
- c. Lingkungan III
- d. Lingkungan IV⁵²

⁵² Hasil Wawancara dengan Lurah Silandit Ibu Sarmaida Nasution (Silandit, 20 September 2021).

2. Data Kependudukan

Penduduk adalah kumpulan manusia yang menempati wilayah geografi dan ruang tertentu. Penduduk Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan terdiri dari 698 KK penduduknya berjumlah 2458 jiwa, perempuan 1253 orang dan laki-laki 1285 orang.⁵³

B. Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata di Kelurahan Silandit

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.⁵⁴ 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.⁵⁵

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

⁵³ Data Kelurahan Silandit Tahun 2019, Wawancara dengan Lurah Silandit, (20 September 2021).

⁵⁴ Pandji Anoraga, *Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*, hlm. 358.

⁵⁵ Marihot Tua Efendi Hariandja, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT Gramedia WadisasaranaIndonesia, 2002.), hlm. 168

terhadap kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya baik saat ini maupun masa mendatang. Masyarakat juga direncanakan untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atas masing-masing produknya.⁵⁶

Masyarakat yang berada di kelurahan silandit sebagian besar menghasilkan produk batu bata. Belum diketahui secara jelas sejak kapan masyarakat kelurahan silandit mulai memproduksi batu bata. Namun, produksi batu bata ini sudah dilakukan secara turun temurun. Batu bata yang diproduksi oleh masyarakat kelurahan silandit adalah batu bata merah.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa strategi pengembangan yang dilakukan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan ialah tetap mempertahankan kualitas batu bata baik dari segi bahan baku, dan ukurannya. Harga satu buah produk batu bata hanya berkisar Rp 400,00. Penetapan harga produk batu bata diambil berdasarkan biaya produksi pembuatan batu bata. Terdapat kesamaan harga di antara usaha batu bata yang berada di Kelurahan Silandit. Harga dari produk batu bata fluktuatif tergantung pada musim. Jika musim penghujan harga batu bata relatif mahal karena penambahan waktu produksi batu bata. Harga produk batu bata jika musim penghujan

⁵⁶ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12* (Yogyakarta: PT Indeks, 2006), hlm. 79.

berkisar 500-600/biji dan jika batu bata banyak ditemukan maka harganya kembali seperti biasa 400/biji.⁵⁷

Adapun harga jual dari produk batu bata yang di tetapkan usaha batu bata diambil berdasarkan biaya produksi pembuatan batu bata sebanding dengan kualitas produk, karena proses pembuatan batu bata memerlukan waktu yang cukup lama untuk dapat di produksi.

C. Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman dalam Pengembangan Usaha Batu Bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpun Selatan 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 akronom untuk kata-kata *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (Ancaman).⁵⁸

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan pada produk batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpun Selatan, membandingkan antara faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dengan faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) sebagai berikut:

⁵⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Sumari Usaha Batu Bata (Silandit, 20 Oktober 2021 Pukul: 14.00WIB).

⁵⁸ 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.

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.⁵⁹

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 batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpua Selatan ialah :

- 1) Peralatan produksi batu bata bisa menggunakan alat yang sederhana
- 2) Produk batu bata memiliki kualitas yang bagus
- 3) Bahan untuk pembuatan produk batu bata masih relative murah
- 4) Bahan baku produk batu bata mudah di dapatkan
- 5) Proses pembuatan produk batu bata tidak memerlukan keahlian khusus

⁵⁹ Zuhrotun Nisak, "Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif" Volume 3, No. 2 (2017): hlm. 6.

6) Harga produk batu bata lebih terjangkau

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 batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan ialah:

- 1) Yang mempunyai lahan sempit tidak bisa produksi batu bata setiap hari.
- 2) Modal usaha yang dimiliki masih terbatas.
- 3) Masih menggunakan peralatan manual dalam pengolahan batu bata sehingga membutuhkan waktu yang lama dalam memproduksi batu bata.
- 4) Masih kurang kegiatan promosi usaha batu bata. Promosi yang dilakukan terhadap produk batu bata masih menggunakan cara yang sederhana dan tradisional. Usaha produk batu bata ini belum menggunakan media sosial sebagai alat promosi.
- 5) Tidak adanya pembukuan yang dibuat dalam usaha batu bata.

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.⁶⁰

a. Peluang (*Opportunities*)

Peluang yaitu berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu usaha, dan peluang bagi usaha produk batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan ialah:

- 1) Banyaknya peminat produk batu bata untuk bahan pembangunan
- 2) Pemanfaatan sumber daya alam seperti tanah liat yang mudah di dapatkan dilokasi sekitar
- 3) Produk batu bata merupakan salah satu bahan utama pembuat rumah
- 4) Tingkat permintaan produk batu bata tinggi
- 5) Sudah banyak pemborong produk batu bata sehingga memudahkan untuk menjual batu bata.
- 6) Kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain.

b. Ancaman (*Threat*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam suatu bisnis atau usaha, dan yang menjadi ancaman bagi usaha produk batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan ialah:

⁶⁰ Zuhrotun Nisak, hlm. 6.

- 1) Semakin rendahnya atau berkurangnya bahan pokok pembuatan batu bata yaitu tanah liat.
- 2) Apabila musim hujan produksi batu bata menurun
- 3) Persaingan yang ketat antara pengusaha batu bata
- 4) Meningkatnya harga bahan baku

D. 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 6 faktor kekuatan dan 5 faktor kelemahan. Faktor-faktor kekuatan dan kelemahan tersebut kemudian diberi bobot 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. Peralatan produksi batu bata bisa menggunakan alat yang sederhana	0.14	3.8	0.53
2. Produk batu bata memiliki kualitas yang bagus	0.11	3	0.33
3. Bahan untuk pembuatan produk batu bata masih relative murah	0.12	3.2	0.37
4. Bahan baku produk batu bata mudah di dapatkan	0.14	3.7	0.50
5. Proses pembuatan produk batu bata tidak memerlukan keahlian khusus	0.13	3.6	0.47
6. Harga produk batu bata lebih terjangkau	0.11	3.1	0.35
Kelemahan:			
1. Yang mempunyai lahan sempit tidak bisa produksi batu bata setiap hari.	0.06	1.6	0.09
2. Modal usaha yang dimiliki masih terbatas.	0.04	1	0.04
3. Masih menggunakan peralatan manual dalam pengolahan batu bata sehingga membutuhkan waktu yang lama dalam memproduksi batu bata	0.04	1.2	0.05
4. Masih kurang kegiatan promosi usaha batu bata. Promosi yang dilakukan terhadap produk batu bata masih menggunakan cara yang sederhana dan tradisional. Usaha produk batu bata ini belum menggunakan media sosial sebagai alat promosi.	0.05	1.4	0.07
5. Tidak adanya pembukuan yang dibuat dalam usaha batu bata	0.07	1.8	0.12
TOTAL	1.00		2.92

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 2.92. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Batu Bata yang

berada di kelurahan silandit tergolong sedang atau cukup baik dalam memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman yang ada. Adapun faktor kekuatan dari produk batu bata yaitu Peralatan produksi batu bata bisa menggunakan alat yang sederhana berada pada skor 0.53. selanjutnya, bahan baku pembuatan produk batu bata mudah di dapatkan yang berada pada skor 0.50. Proses pembuatan batu bata tidak memerlukan keahlian khusus berada pada skor 0.47

Sedangkan faktor kelemahan pada usaha batu bata berada pada skor 0.04 modal awal pendirian usaha batu bata termasuk besar, kemudian pada skor 0.05 yaitu masih menggunakan peralatan manual dalam pengolahan batu bata sehingga, membutuhkan waktu yang lama dalam memproduksi batu bata. Pada skor 0.07 yaitu promosi yang dilakukan terhadap produk batu bata 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 eksternal perusahaan yang merupakan peluang dan ancaman. Hasil identifikasi faktor-faktor strategi eksternal diperoleh 6 faktor peluang dan 4 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 di peringkatkan 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. Banyak peminat produk batu bata untuk bahan pembangunan	0.13	3.2	0.43
2. Pemanfaatan sumber daya alam seperti tanah liat yang mudah di dapatkan dilokasi sekitar	0.11	2.6	0.30
3. Produk batu bata merupakan salah satu bahan utama pembuat rumah	0.11	2.6	0.30
4. Tingkat permintaan produk batu bata tinggi	0.13	3	0.40
5. Sudah banyak pemborong produk batu bata sehingga memudahkan untuk menjual batu bata.	0.12	2.7	0.33
6. Kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain.	0.13	3	0.40
Ancaman:			
1. Semakin rendahnya atau berkurangnya bahan pokok pembuatan batu bata yaitu tanah liat.	0.05	1.2	0.06
2. Apabila musim hujan produksi batu bata menurun	0.06	1.3	0.08
3. Persaingan yang ketat antara pengusaha batu bata dan semakin banyaknya produk saingan batu bata sejenis seperti batako	0.06	1.4	0.09
4. Meningkatkan harga bahan baku	0.07	1.5	0.10
TOTAL	1.00		2.49

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

Matrik *External Factor Evaluation (EFE)* didapatkan hasil bobot x rating sebesar 2.49. Adapun faktor peluang yang dimiliki usaha batu bata yaitu banyak peminat produk batu bata untuk bahan pembangunan yang berada pada skor 0.43. selanjutnya tingkat permintaan produk batu bata tinggi berada pada skor 0.40. Dan kerjasama kemitraan dengan pengusaha lain berada pada skor 0.40.

Sedangkan faktor ancaman yang terdapat pada usaha batu bata di kelurahan silandit yaitu semakin rendahnya atau berkurangnya bahan pokok pembuatan produk batu bata yaitu tanah liat dengan skor 0.06 selanjutnya, apabila musim hujan produksi batu bata menurun berada pada skor 0.08. persaingan yang ketat antara pengusaha batu bata dengan skor 0.09.

3. Matriks IE

Matriks IE (dapat ditentukan setelah kedua nilai pada matriks IFE dan EFE didapatkan. Hasil dari matriks IFE diperoleh 2.92 yang berada pada posisi internal sedangkan skor untuk matriks EFE diperoleh sebesar 2.49 yang berarti perusahaan merespon sedang terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi. Posisi usaha batu bata di kelurahan silandit 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
TINGGI		I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan
	3.0	IV Stabilitas	V (2.92 : 2.49) Pertumbuhan/Stabilitas	VI Penciutan
MENENGAH	2.0	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi
RENDAH	1.0			

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 batu bata 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 memperbaiki atau memodifikasi produk.

Perusahaan seharusnya berusaha untuk terus membuat inovasi produk batu bata dari segi bahan pokok, produk yang dibuat dengan selisih harga yang lebih baik dibandingkan pesaing untuk terus menambah pelanggan. Strategi berikutnya terus menjalin kerja sama baik dengan para pemborong, pembuat batu bata dan pelanggan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan, meningkatkan promosi produk batu bata dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi, memberikan potongan harga untuk pembelian batu bata dalam jumlah besar untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan alat produksi (teknologi tepat guna) untuk meningkatkan produktivitas

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 batu bata dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki produk batu bata, yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.4
Matriks Analisis SWOT
Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata

I N T E R N A L	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peralatan produksi batu bata bisa menggunakan alat yang sederhana 2. Produk batu bata memiliki kualitas yang bagus 3. Bahan untuk pembuatan produk batu bata masih relative murah 4. Bahan baku produk batu bata mudah di dapatkan 5. Proses pembuatan produk batu bata tidak memerlukan keahlian khusus 6. Harga produk batu bata lebih terjangkau 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Yang mempunyai lahan sempit tidak bisa produksi batu bata setiap hari. 2. Modal usaha yang di miliki masih terbatas 3. Masih menggunakan peralatan manual dalam pengolahan batu bata sehingga membutuhkan waktu yang lama dalam memproduksi batu bata 4. Masih kurang kegiatan promosi usaha batu bata. Promosi yang dilakukan terhadap produk batu bata masih menggunakan cara yang sederhana dan tradisional. Usaha produk batu bata ini belum menggunakan media sosial sebagai alat promosi. 5. Tidak adanya pembukuan yang dibuat dalam usaha batu bata
E K S T E R N A L		

Peluang (Opportunities)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak peminat produk batu bata untuk bahan pembangunan 2. Pemanfaatan sumber daya alam seperti tanah liat yang mudah di dapatkan dilokasi sekitar 3. Produk batu bata merupakan salah satu bahan utama pembuat rumah 4. Tingkat permintaan produk batu bata tinggi 5. Sudah banyak pemborong produk batu bata sehingga memudahkan untuk menjual batu bata. 6. Kerja sama kemitraan dengan pengusaha lain. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk batu bata serta pelayanan untuk menjaga kepercayaan konsumen 2. Mengikuti dan meningkatkan permintaan pasar. 3. Memiliki relasi yang baik dengan para pelanggan. 4. Memberikan potongan harga untuk pembelian batu bata dalam jumlah besar untuk menarik minat konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi produk dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi. 2. Meningkatkan kinerja untuk meningkatkan skill dan profesionalitas serta untuk mendapatkan motivasi dan wawasan yang lebih luas. 3. Meningkatkan alat produksi (teknologi tepat guna) untuk meningkatkan produktivitas.
Ancaman (Threat)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin rendahnya atau berkurangnya bahan pokok pembuatan batu bata yaitu tanah liat. 2. Apabila musim hujan produksi batu bata menurun 3. Persaingan yang ketat antara 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk batu bata guna mengungguli persaingan antara usaha batu bata 2. Meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar dapat mempengaruhi pelanggan dalam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan inovasi produk batu bata dari segi bahan pokok agar diminati pelanggan. 2. Mengadakan kerja sama dengan pedagang lain di luar wilayah agar proses pendistribusian lebih luas.

<p>pengusaha batu bata dan semakin banyaknya produk saingan batu bata sejenis seperti batako</p> <p>4. Meningkatnya harga bahan baku</p>	<p>pembelian produk batu bata</p> <p>3. Mengoptimalkan bagian pemasaran karena melalui promosi akan lebih meningkatkan pendapatan.</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 batu bata untuk menggunakan peluang yang ada. Dari analisis matriks SWOT menghasilkan beberapa alternatif strategi S-O sebagai berikut:

- a) Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk batu bata serta pelayanan untuk menjaga kepercayaan konsumen
- 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 batu bata sudah lama berdiri 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) Memberikan potongan harga untuk pembelian batu bata dalam jumlah besar untuk menarik minat konsumen.

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

Strategi W-O adalah strategi yang meminimalisir kelemahan usaha produk batu bata dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada.

Strategi W-O pada usaha batu bata sebagai berikut:

- a) Meningkatkan promosi produk dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi. Mengingat zaman sekarang semakin berkembang
- b) Meningkatkan kinerja untuk meningkatkan skill dan profesionalitas serta untuk mendapatkan motivasi dan wawasan yang lebih luas.
- c) Meningkatkan alat produksi (teknologi tepat guna) untuk meningkatkan produktivitas.

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

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

- a) Terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk batu bata guna mengungguli persaingan antara usaha batu bata
- b) Meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar dapat mempengaruhi pelanggan dalam pembelian produk batu bata
- 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 batu bata 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 batu bata sebagai berikut:

- a) Meningkatkan inovasi produk batu bata dari segi bahan pokok agar diminati pelanggan.
- b) Mengadakan kerja sama dengan pedagang lain di luar wilayah agar proses pendistribusian lebih luas.

E. Rencana Pengembangan Yang Akan Dilakukan Usaha Batu Bata

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti adapun strategi pengembangan yang dapat di terapkan usaha batu bata adalah “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 memperbaiki atau memodifikasi produk.

Perusahaan seharusnya berusaha untuk terus membuat inovasi produk batu bata dari segi bahan pokok, produk yang dibuat dengan selisih harga yang lebih baik dibandingkan pesaing untuk terus menambah pelanggan. Strategi berikutnya terus menjalin kerja sama baik dengan para pemborong, pembuat batu bata, dan pelanggan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan, meningkatkan promosi produk batu bata dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi, memberikan potongan harga untuk pembelian batu bata dalam jumlah besar untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan alat produksi (teknologi tepat guna) untuk meningkatkan produktivitas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Strategi pengembangan usaha yang sudah dilakukan pengusaha batu bata saat ini adalah tetap mempertahankan kualitas batu bata baik dari segi bahan baku, dan ukurannya serta terdapat kesamaan harga di antara usaha batu bata yang berada di Kelurahan Silandit.
2. Analisis matriks SWOT yang terdiri dari strategi S-O meliputi meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk batu bata serta pelayanan untuk menjaga kepercayaan konsumen, mengikuti dan meningkatkan permintaan pasar, memiliki relasi yang baik dengan para pelanggan, dan memberikan potongan harga untuk pembelian batu bata dalam jumlah besar untuk menarik minat konsumen. Strategi W-O meliputi meningkatkan promosi produk dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi, meningkatkan kinerja untuk meningkatkan skill dan profesionalitas serta untuk mendapatkan motivasi dan wawasan yang lebih luas, Meningkatkan alat produksi (teknologi tepat guna) untuk meningkatkan produktivitas. Strategi S-T meliputi terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk batu bata guna mengungguli persaingan antara usaha batu bata, meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar dapat mempengaruhi pelanggan dalam pembelian produk

batu bata, mengoptimalkan bagian pemasaran karena melalui promosi akan lebih meningkatkan pendapatan. Strategi W-T meliputi meningkatkan inovasi pada produk batu bata agar diminati pelanggan, mengadakan kerja sama dengan pedagang lain di luar wilayah agar proses pendistribusian lebih luas.

3. Rencana strategi pengembangan yang dapat di terapkan usaha batu bata adalah “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 memperbaiki atau memodifikasi produk.

Perusahaan seharusnya berusaha untuk terus membuat inovasi produk batu bata dari segi bahan pokok, produk yang dibuat dengan selisih harga yang lebih baik dibandingkan pesaing untuk terus menambah pelanggan. Strategi berikutnya terus menjalin kerja sama baik dengan para pemborong, pembuat batu bata dan pelanggan usaha batu bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan, meningkatkan promosi produk batu bata dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi, memberikan potongan harga untuk pembelian batu bata dalam jumlah besar untuk menarik minat konsumen serta meningkatkan alat produksi (teknologi tepat guna) untuk meningkatkan produktivitas.

B. Saran

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

1. Usaha batu bata

- a. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk batu bata serta terus melakukan inovasi dan kreatifitas guna mengungguli persaingan antara usaha batu bata.
- b. Meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran agar usah batu bata lebih berkembang baik di daerah kota Padangsidempuan maupun di luar Padangsidempuan dengan memanfaatkan internet/teknologi informasi dalam melakukan promosi.
- c. Proses produksi batu bata masih menggunakan cara yang tradisional, di sarankan kepada usaha batu bata untuk mempertimbangkan penggunaan mesin agar tingkat produksi batu semakin meningkat serta bisa menghemat waktu dan tenaga.

2. Pemerintah Kota Padangsidempuan Selatan

Kepada pemerintah diharapkan juga bisa memberikan bantuan kepada para pengusaha berupa modal atau peralatan kerja yang lebih modern seperti mesin pencetak batu

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 usaha batu bata. 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

- Abu Abdurrahman ahmad bin syuaib bin ali an-nasai. *Mujtaba' Min As-Sunan*. Riyadh: Baitul afkar ad-dauliyah, 1999.
- Bukhari Alma. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Ari Anggraini Winadi Prasetyoning Tyas, dan Katryn Trie Wicak Ikhsan. "Sumber Daya & Sumber Daya Manusia Untuk Pembangunan Ekonomi Indonesia" Volume 12, No. 1 *Jurnal Forum Ilmiah* 2015.
- Adhe Anggreini Saragi. "strategi pengembangan usaha kecil menengah sektor industri kerajinan batu bata berdsarkan analisis SWOT." *Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, 2016.
- Sofjan Assauri. *Strategic Management: sustainable Competitive advantages*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Kustoro Budiarto. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009.
- Bahri. "Kewirausahaan Islam: Penerapan Konsep Berwirausaha dan Bertransaksi Syariah dengan Metode Dimensi Vertikal (Hablumminallah) dan Dimensi Horizontal (Hablumminannas)" Volume 1, No. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2018.
- Arnita Damayanti Anwar, dkk. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Komoditi Kemiri Lokal" Volume 2, No. 1 *Musamus Jurnal* Oktober 2019.
- Fitra Delita Elfayetti, dan Tumiar Sidauruk. "Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun." *Jurnal Geografi* Volume 9, No. 1 (2017).
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemah*. Bandung: Al-Mizan Publishing House, 2010.
- Muhammad Djakfar. *Hukum Bisnis*. Malang: UIN-MALIK PRESS, 2016.
- Echdar, Saban. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Hasil Wawancara dengan dengan Pak Umar Pemilik Usaha Batu Bata, (Silandit, 20 Oktober 2021 Pukul 10.30 WIB)*.

Hasil Wawancara dengan dengan Ibu Lili Ariyani Pemilik Usaha Batu Bata, (Silandit, 25 Mei 2021 Pukul 13.30 WIB).

Hasil Wawancara dengan dengan Pak Mukhtar Kurniawan Pemilik Usaha Batu Bata, (Silandit, 25 Mei 2021 Pukul 12.25 WIB).

Hasil Wawancara dengan dengan Ibu Ida Suryani Pemilik Usaha Batu Bata, (Silandit, 25 Mei 2021 Pukul 14.00 WIB).

Hasil Wawancara dengan Lurah Silandit Ibu Sarmaida Nasution (Silandit, 20 September 2021).

Huda, Miftahul, dan Erna Hastuti. “Pengaruh Temperatur Pembakaran dan Penambahan Abu Terhadap Kualitas Batu Bata” Volume 4, No. 2 *Jurnal Neutrino* 2012.

J.Blocher, Edward. *Manajemen Biaya*. Jakarta: Salemba Empat, 2007.

Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2011.

Siti Khadijah Matondang. *Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT Studi Kasus Pada UD. Rahmat Kotanopan*. IAIN Padangsidimpuan: SKRIPSI, 2016.

Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Yogyakarta: PT Indeks, 2006.

Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT.Gelora Aksara Pratama, 2006.

M. Manullang. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Perdana Publishing, 2016.

Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.

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).

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif Kuantitatif R Dan D*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Zuhrotun Nisak. “Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif” Volume 3, No. 2 (2017).

- Norvadewi. "Bisnis Dalam Perspektif Islam" Volume 1, No. *jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2015.
- Pendidikan Nasional, Departemen. *Kamus bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Risda Pratiwi. "Strategi Pengembangan Usaha Rengginan Pulut Dengan Metode Analisis Swot (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hini Kabupaten Lngkat)." *Sripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*, 2018.
- P.Siagian, Sondang. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- . *Teknik Membedah Kasus Bisnis, Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Satya Ari Narendra, Putu, dan Gusti Ayu Ketut Sri Ardani. "Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Perak dengan Metode Analisis Swot Pada Usaha SSS Silver" Volume 9, No. 10 *E-Jurnal Manajemen* 2020.
- M. Shihab. Quraish. *Tafsir Al-Mishbah*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Syaifullah Sitorus. "Analisis strategi pengembangan pada UMKM Tabo Kopi Sipirok." IAIN Padangsidimpuan, 2019.
- S.P Hasibuan, Malayu. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif Kuantitatif R Dan D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Yunus, Eddy. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Sri Wahyuni
Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidimpuan, 25 Mei 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Anak Ke : 2 dari 3 Bersaudara
Status : Mahasiswi
Alamat Lengkap : Jl. Banduasin hrp LK I Padangmatinggi
Gg. Balangkapidoli
Nomor HP / Email :0822-6724-0593/
sw389866@gmail.com

DATA ORANG TUA / WALI

Nama Orang Tua/Wali
Ayah : Suhermanto
Ibu : Lisnaida Nasution
Pekerjaan Orang Tua/Wali
Ayah : Wiraswasta
Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat Orang Tua/Wali : Jl. Banduasin hrp LK I Padangmatinggi
Gg. Balangkapidoli

Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2005-2011 : SD Negeri 200211 Padangsidimpuan
Tahun 2011-2014 : SMP N 5 Padangsidimpuan
Tahun 2014-2017 : SMA N 3 Padangsidimpuan
Tahun 2017-Sekarang : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi
Syariah IAIN Padangsisimpuan

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 10 informan yaitu $4+4+4+4+4+4+4+3+4+3 = 38$

b. Total IFE di dapat dari total jumlah jawaban 10 informan dari faktor kekuatan dan kelemahan. Perhitungannya adalah :

$$38+30+32+37+36+31+16+10+12+14+18= 274$$

c. Perhitungan total bobot untuk faktor kekuatan No 1 di dapat dari total jawaban 10 informan dibagi dengan total IFE perhitungannya adalah

$$\text{Bobot} = 38 : 274 = 0.14$$

d. Perhitungan rating untuk faktor kekuatan pada No 1 di dapat dari total jumlah 10 informan dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya adalah, $\text{Rating} = 38 : 10 = 3.8$

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

$$\text{Bobot x Rating} = 0.14 \times 3.8 = 0.53$$

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

Perhitungannya adalah :

$$0.53+0.33+0.37+0.5+0.47+0.36+0.09+0.04+0.05+0.07+0.12= 2.92$$

2. Contoh Perhitungan Matriks IFE

a. Perhitungan jumlah untuk faktor peluang pada No 1 di dapat dari total jawaban 10 informan yaitu $3+3+3+3+3+3+3+3+3+4= 31$

b. Total EFE di dapat dari total jumlah jawaban 10 informan dari faktor peluang dan ancaman. Perhitungannya adalah

$$31+26+26+30+27+30+12+13+14+15= 224$$

c. Perhitungan total bobot untuk faktor peluang No 1 di dapat dari total jawaban 10 informan dibagi dengan total EFE perhitungannya adalah sebagai berikut : $\text{Bobot} = 31 : 224 = 0.14$

d. Perhitungan rating untuk faktor peluang pada No 1 di dapat dari total jumlah 10 informan dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya adalah: $\text{rating} = 31 : 10 = 3.1$

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

$$\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0.14 \times 3.1 = 0.43$$

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

$$0.43+0.3+0.3+0.4+0.33+0.4+0.06+0.08+0.09+0.1 = 2.49$$

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 (2.92: 2.49) 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 untuk usaha batu bata ini adalah jaga dan pertahankan yaitu dengan melaksanakan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.

bata termasuk besar											
Masih menggunakan peralatan manual dalam pengolahan batu bata sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama dalam memproduksi batu bata	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	12
Masih kurang kegiatan promosi usaha batu bata. Promosi yang dilakukan terhadap produk batu bata masih menggunakan cara yang sederhana dan tradisional. Usaha produk batu bata ini belum menggunakan media sosial sebagai alat promosi.	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	14
Tidak adanya pembukuan yang dibuat dalam usaha batu bata	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	18
Total											274

B. Faktor Peluang Dan Ancaman

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar Pertanyaan Untuk Pemilik Usaha Batu Bata:

1. Sudah berapa lama usaha batu bata ini berlangsung?
2. Dari mana pengusaha batu bata mendapatkan bahan baku?
3. Apakah pengusaha batu bata mempunyai modal dalam usaha ini?
4. Berapa jumlah karyawan pengusaha batu bata?
5. Bagaimana proses pembuatan batu bata?
6. Apakah usaha batu bata sudah menggunakan alat produksi teknologi tepat guna untuk meningkatkan produktivitas batu bata?
7. Apa saja target yang ingin dicapai dalam hal pengembangan produk ini dimasa yang akan datang?
8. Upaya apa saja yang telah Bapak/Ibu lakukan untuk mencapai target tersebut?
9. Apakah promosi yang dilakukan menggunakan jaringan internet/teknologi informasi?
10. Apa strategi yang dilakukan usaha batu bata untuk tetap bertahan selama bertahun-tahun?
11. Apa saja faktor kekuatan yang ada pada perusahaan untuk tetap bertahan menjadi pelanggan usaha batu bata ?
12. Apa saja faktor kelemahan yang dimiliki usaha batu bata?
13. Apa saja faktor yang dijadikan peluang oleh usaha batu bata?
14. Apa saja faktor ancaman yang ada pada usaha batu bata?
15. Hambatan apa saja yang dihadapi usaha batu bata?
16. Bagaimana solusi dalam mengatasi hambatan tersebut ?

DOKUMENTASI PENELITIAN

1. Wawancara dengan pemilik usaha batu bata







2. Wawancara Dengan Pembuat Batu Bata



3. Tahapan-Tahapan Proses Pembuatan Batu Bata

a. Tahap Membuat Adonan Batu Bata



b. Mencetak



c. Proses pengeringan batu bata



d. Proses Pembakaran Batu Bata



e. Proses pendistribusian





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 : 1700 /In.14/G.1/G.4b/PP.00.9/08/2020
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

31 Agustus 2020

Yth. Bapak;
1. Kamaluddin : Pembimbing I
2. Damri Batubara : 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 : Sri Wahyuni
NIM : 1740200042
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batubata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan 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 IAIN Padangsidempuan.



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 : 1904/In.14/G.1/G.4c/TL.00/09/2021
Hal : Mohon Izin Riset

07 September 2021

Yth. Lurah Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpuan Selatan

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

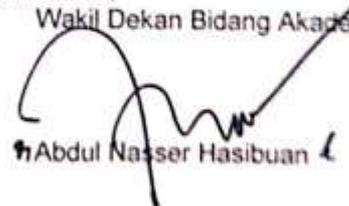
Nama : Sri Wahyuni
NIM : 1740200042
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpuan 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



PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN SELATAN
KELURAHAN SILANDIT
Jl. Silandit, Gg. Permai Padangsidimpunan

Kode pos : 22728

Nomor : 470/ 419 /09/2021
Hal : Balasan Izin Riset

20 September 2021

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

Dengan hormat,

Menindak lanjuti surat dari Dekan Fakultas dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpunan dengan nomor 1984/In. 14/G.1/G. 4c/TL. 00/09/2021. Bersama ini kami menyetujui pelaksanaan riset penelitian dan memberikan izin riset yang bertujuan untuk Penyelesaian Skripsi Dengan Judul "**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidimpunan Selatan**". Atas nama :

Nama : Sri Wahyuni
Nim : 1740200042
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian surat balasan riset ini kami sampaikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padangsidimpunan, 20 September 2021

Kepala Kelurahan Silandit

SARMAIDA NASUTION SH
NIP. 19720327 199602 2001



**PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN SELATAN
KELURAHAN SILANDIT**
Jl. Silandit, Gg. Permai Padangsidempuan

Kode pos : 22728

Nomor : 470/ 562/11/2021
Hal : Surat Keterangan Selesai Riset

15 November 2021

Yang bertanda tangan di bawah ini Lurah Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Sri Wahyuni
Nim : 1740200042
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bahwa nama di atas benar telah melakukan penelitian di kelurahan Silandit Kecamatan padangsidempuan selatan mulai September 2021 s/d November 2021 untuk memeproleh data dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batu Bata di Kelurahan Silandit Kecamatan Padangsidempuan Selatan**".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padangsidempuan, 15 November 2021

Kepala Kelurahan Silandit

