



**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KILANG
PADI SEHAT DESA SITAMPA KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

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

Oleh

SELAMET RIADI
NIM.16 402 00237

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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

2021



**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KILANG
PADI SEHAT DESA SITAMPA KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

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

Oleh

SELAMET RIADI
NIM.16 402 00237

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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



**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KILANG
PADI SEHAT DESA SITAMPA KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

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

Oleh

SELAMET RIADI
NIM.16 402 00237

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

Pembimbing I

Muhammad Isa, ST., M.M.
NIP. 198006052011011003

Pembimbing II

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

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



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Selamet Riadi**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, Desember 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Selamet Riadi** yang berjudul "**Analisis Pengembangan Usaha Kilang Padi Sehat Desa Sitampa Kabupaten Tapanuli Selatan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

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

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, ST., M.M.
NIP. 198006052011011003

PEMBIMBING II

Hamni Fadliah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **SELAMET RIADI**
NIM : 16 402 00237
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Pengembangan Usaha Kilang Padi Sehat Desa Sitampa Kabupaten Tapanuli Selatan**

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

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 19 Oktober 2021
Saya yang menyatakan,


5D7AJX438515695

SELAMET RIADI
NIM. 16 402 00237

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

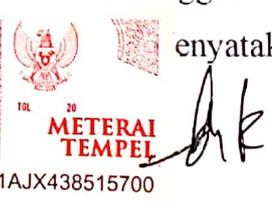
Nama : SELAMET RIADI
Nim : 16 402 00237
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Analisis Pengembangan Usaha Kilang Padi Sehat Desa Sitampa Kabupaten Tapanuli Selatan** Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 19 Oktober 2021

 menyatakan

TOL 20 METERAI TEMPEL
CDB31AJX438515700

SELAMET RIADI
NIM. 16 402 00237



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

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Selamat Riadi
Nim : 16 40200237
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha Kilang Padi Sehat
Desa Sitampa Kabupaten Tapanuli Selatan

Ketua

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

Sekretaris

Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP. 19841130 201801 2 001

Anggota

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

Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP. 19841130 201801 2 001

H. Aswadi Lubis, M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 19870413 201903 2 011

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 07 Desember 2021
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 76,25(B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,53
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

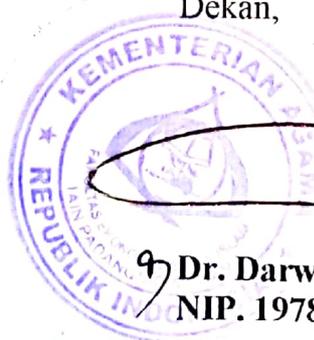
PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KILANG
PADI SEHAT DESA SITAMPA KABUPATEN
TAPANULI SELATAN**

**NAMA : SELAMET RIADI
NIM : 16 402 00237**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 24 Februari 2022
Dekan,



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

ABSTRAK

NAMA : Selamat Riadi
NIM : 160200237
JUDUL : Analisis Pengembangan Usaha Kilang Padi Sehat Desa Sitampa Kabupaten Tapanuli Selatan.

Kilang Padi Sehat merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang penggilingan padi atau gabah yang berdiri sejak tahun 1964 dan memproduksi beras dan dedak. Latar belakang masalah dari penelitian ini banyaknya persaingan antara sesama penggilingan padi dan menganalisis strategi pengembangan usaha yang dilakukan Kilang Padi Sehat dalam menghadapi para pesaing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lingkungan internal, eksternal perusahaan dan posisi perusahaan pada saat ini. Serta alternatif strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan perusahaan. Lokasi dan waktu penelitian ini adalah Kilang Padi Sehat desa Sitampa Simatoras, Kecamatan Batang Angkola, Kabupaten Tapanuli Selatan.

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan pengertian dan fungsi strategi, pengertian dan tahapan pengembangan usaha, strategi pengembangan usaha dalam perspektif Islam, analisis SWOT dan BCG. Penelitian ini adalah kualitatif. Subjek penelitian ini adalah struktural perusahaan dengan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan teknik pengolahan data yaitu menggunakan analisis *Matriks Internal Factor Evaluation* (IFE), *Matriks Eksternal Factor Evaluation* (EFE), Matriks SWOT, dan *Matriks Boston Consulting Group* (BCG).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti dapat diketahui yaitu total skor dari Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE yaitu 3,43 sedangkan Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) total skor) yaitu 2,84. Kemudian dari hasil kedua total nilai dari IFE dan EFE digabungkan, maka diperoleh matriks IE dengan tumbuh dan kembangkan strategi intensif dan integratif. Setelah matriks IFE, EFE dan IE maka didapatkan matriks SWOT yaitu dengan strategi SO yaitu melakukan kerja sama dengan distributor, memberikan diskon dan menjaga kualitas beras. Strategi WO yaitu melakukan kerja sama dengan petani dan membangun ruang untuk para konsumen yang berkunjung. Strategi ST yaitu menjaga dan meningkatkan kualitas beras dan meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan. Strategi WT yaitu menambah kerja sama dengan para petani dan mengoptimalkan pemasaran. Serta untuk *Matriks Boston Consulting Group* (BCG) berada di posisi bintang (*Star*) yang artinya perusahaan tersebut berada pada keadaan pertumbuhan yang tinggi dan pangsa pasar yang tinggi. Strategi yang perlu digunakan Kilang Padi Sehat adalah meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan jaringan distribusi.

Kata Kunci: Strategi, SWOT, BCG

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr.Wb Alhamdulillah, puji syukur kita sampaikan kehadirat Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan judul penelitian **ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KILANG PADI SEHAT DESA SITAMPA KABUPATEN TAPANULI SELATAN**. Shalawat dan salam kita hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ummatnya dari zaman kebodohan ke zaman yang berilmu pengetahuan seperti yang ada pada saat sekarang ini.

Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Bidang Manajemen dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat sulit diwujudkan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusinya baik secara material maupun spiritual khususnya kepada:

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, Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.A., Wakil Rektor bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Naser Hsb, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, MA., Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Delima Sari Lubis, MA., Ketua Prodi Ekonomi Syariah, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Muhammad Isa, ST., M.M Pembimbing I dan Ibu Hamni Fadlillah Nasution, M.Pd Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., Kepala Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen, Pegawai dan Civitas Akademik IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan, dorongan, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Ibunda tercinta Targiah dan Ayahanda tercinta Saleh, Abang tercinta Rianto dan Syarifa Aini yang selalu memberi semangat, serta kepada seluruh saudara dan kerabat yang tidak dapat peneliti ucapkan satu persatu yang telah memberikan dukungan penuh kepada peneliti, baik dalam bentuk dukungan moril ataupun dukungan materil. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan keridhoan kepada mereka.
8. Untuk sahabat dan teman-teman peneliti Ichsan Rohmansyah, Ahmad Kiromansyah, Marwaji Adlani, Emeli Andriansih, Fauziah Hafni, Diah Permata Sari, Roron Khoiron. dan teman-teman lain yang tidak dapat peneliti ucapkan nama-namanya satu-persatu yang telah memberikan semangat serta membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidempuan, 19 Desember 2021
Peneliti

SELAMET RIADI
NIM. 16 402 00237

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. 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	Śa	Ś	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	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	şad	Ş	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	ain	ع	Koma terbalik 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

B. Vokal

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

1. 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
—و	<i>Dommah</i>	U	U

2. Vokal Rangkap

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

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

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اُ... اِ... اِ...	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
اِ... اِ...	<i>Kasrah dan ya</i>	i	i dan garis di bawah
اُ... اُ...	<i>ḍommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

1. *Ta marbutah* hidup

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

2. *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).

D. *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.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. 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.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

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

F. 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.

G. 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.

H. 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.

I. 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	
Lembar pengesahan halaman	
Surat pernyataan menyusun skripsi sendiri	
Halaman pernyataan persetujuan publikasi	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Batasan Istilah	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Kegunaan Penelitian	7
G. Sistematika Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	10
1. Pengertian Strategi.....	10
2. Fungsi Strategi.....	11
3. Klasifikasi Strategi	12
4. Analisis Swot.....	21
5. Faktor-Faktor Analisis Swot.....	21
6. Pengertian Matriks <i>Boston Costing Group</i> (BCG).....	24
7. Konsep dan Karakteristik Matrik <i>Boston Costing Group</i> (BCG)	25
8. Strategi Pengembangan Usaha Menurut Perpektif Islam.....	20
B. Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
B. Jenis Penelitian.....	38
C. Subjek Penelitian.....	39
D. Sumber Data.....	39
1. Data Primer.....	39
2. Data Sekunder	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Metode Observasi.....	40
2. Metode Wawancara	40
3. Metode Dokumentasi.....	41
4. Studi Pustaka	41

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	41
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kilang Padi Sehat.....	46
1. Sejarah Kilang Padi Sehat.....	46
2. Struktur Organisasi	46
B. Strategi Pengembangan Usaha	48
1. Analisis Lingkungan Eksternal	48
2. Analisis Lingkungan Internal.....	51
C. Hasil Penelitian.....	53
1. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	54
2. Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE).....	55
3. Matriks IE	56
4. Matriks SWOT.....	57
5. Analisis BCG Kilang Padi Sehat	62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Luas lahan dan perkiraan produksi pada tahun 2019.....	2
Table II.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Table IV.1 Hasil Pembobotan Matriks IFE.....	54
Table IV.2 Hasil Pembobotan Matriks EFE.....	55
Table IV.3 Matriks IE	57
Tabel IV.4 Matriks SWOT	58

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kewirausahaan adalah suatu profesi yang timbul karena interaksi antara ilmu pengetahuan yang dapat diperoleh dari pendidikan formal dengan seni yang hanya dapat digali dari rangkaian kerja yang diberikan dalam praktek.¹ Kegiatan dalam berwirausaha merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah, atau laba usaha.

Indonesia yang makanan pokok penduduknya adalah nasi, harus dituntut untuk dapat menyeimbangkan antara ketersediaan cadangan pangan nasional khususnya beras dengan jumlah konsumsi beras masyarakat setiap tahunnya. Berbagai cara telah ditempuh oleh pemerintah, seperti mencetak lahan tidur menjadi lahan-lahan sawah baru yang dapat ditanami padi dan termasuk juga yang paling penting adalah dengan mengintensifkan peran lumbung padi nasional untuk menghasilkan gabah setiap tahunnya. Pada tahun 2020, luas lahan diperkirakan sebesar 10,79 juta hektar dengan produksi 55,16 juta ton gabah kering giling (GKG). Jika dikonversikan menjadi beras maka menjadi produksi padi pada tahun 2020 mencapai 31,63 juta ton.

Di provinsi Sumatera Utara pada tahun 2018 memproduksi padi sebanyak 2,1 juta ton dan menghasilkan 1,2 juta ton beras. Sedangkan pada tahun 2019, produksi padi 2,07 juta ton dan beras 1,18 juta ton. Penurunan

¹ M manullang, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Indonesia Pustaka, 2016), hlm. 62.

produksi tersebut dipengaruhi oleh cuaca yang tidak menentu.²

Kabupaten Tapanuli selatan merupakan salah satu kabupaten yang memiliki lahan persawahan yang cukup luas. Pada tahun 2019 luas lahan sawah di Kabupaten ini yaitu 39,6 ribu hektar dengan perkiraan produksi padi 213,1 ribu ton. Berikut ini luas sawah berdasarkan kecamatan:

Tabel I.1
Luas Lahan Dan Perkiraan Produksi Pada Tahun 2019

No	Nama Kecamatan	Luas Sawah (ha)	Perkiraan Produksi (ton)
1	Batang Angkola	3.538,40	19.022,44
2	Sayur Matinggi	2.726,00	14.654,98
3	Tantom Angkola	4.827,70	25.953,72
4	Angkola Muaratais	3.538,40	19.022,44
5	Angkola Timur	4.654,90	25.024,74
6	Angkola Selatan	924,40	4.969,57
7	Angkola Barat	1.872,70	10.067,64
8	Angkola Sangkunur	1.014,40	5.453,41
9	Batang Toru	1.565,70	8.417,20
10	Marancar	2.352,70	12.648,12
11	Muara Batang Toru	490,10	2.634,78
12	Sipirok	5.503,60	29.587,35
13	Arse	2.260,80	12.154,06
14	Saipar Dolok Hole	3.083,44	16.576,36
15	Aek Bilah	1.286,70	6.917,30

Sumber: Badan Pusat Statistik, Tapanuli Selatan Dalam Angka 2020

Karena lahan sawah luas maka diperlukan penggilingan padi. Penggilingan padi memiliki peran yang sangat penting. Peranan ini dilihat dari besarnya jumlah penggilingan padi yang hampir menyebar merata di seluruh Indonesia. Penggilingan padi merupakan pusat pertemuan antara produksi, paska panen, pengolahan dan pemasaran gabah atau beras. Sehingga merupakan mata rantai yang sangat penting dalam suplai beras

² “Bps luas panen dan produksi padi di Indonesia 2020.”

nasional yang dituntut untuk dapat memberikan kontribusi dalam penyediaan beras, baik dari segi kuantitas maupun kualitas.

Penggilingan padi merupakan proses pengolahan gabah menjadi beras dengan kadar air 13-14%. Umumnya proses penggilingan padi dapat dipisahkan antara pengolahan gabah menjadi beras pecah kulit dan proses penyosongan yakni pengolahan beras pecah kulit menjadi beras sosoh atau beras putih. Dalam proses ini menggunakan alat yang terpisah yakni pemecah kulit (*husker*) dan pemutih (*whitener*). Berdasarkan penggunaan alat pada umumnya, penggilingan padi cenderung untuk meningkatkan mutu dan pengembangan usaha. Terutama pada penggilingan padi yang berskala kecil.³

Kilang Padi Sehat merupakan salah satu penggilingan padi yang berada di desa Sitampa Simatoras, Kecamatan Batang Angkola. Kilang Padi Sehat tersebut sudah berjalan sejak tahun 1962 dan saat ini sudah 2 generasi. Pada generasi saat ini pemilik Kilang Padi Sehat tersebut yaitu Bapak Enda Muda Dalimunthe.

Letak penggilingan padi Kilang Padi Sehat sudah tergolong strategis, karena terletak dipinggir jalan lintas sehingga mudah dalam mengakses barang keluar dan masuk. Selain itu usaha juga dekat dengan lahan sawah milik masyarakat yang merupakan sebagai bahan baku dalam produksi.

Berbagai kelemahan yang dihadapi Kilang Padi Sehat seperti belum menggunakan mesin kasir, oven, serta lingkup pemasaran yang masih lokal. Hal tersebut ditambah pula dengan banyaknya pesaing usaha penggilingan

³ Wawancara dengan Bapak Enda Muda, Pemilik Kilang Padi Sehat, di Kilang Padi Sehat, Pada Sabtu 26 Maret 2021, Pukul 11.25 WIB.

padi, kenaikan harga bahan baku serta beragamnya jenis beras di pasar, secara langsung dan tidak langsung akan berpengaruh pada kelangsungan usaha penggilingan padi. Dengan demikian usaha Kilang Padi Sehat memerlukan langkah-langkah yang strategis agar dapat mengembangkan usahanya melalui analisis internal dan eksternal yang dimiliki perusahaan.

Usaha penggilingan padi menghadapi banyaknya persaingan antara sesama penggilingan padi merupakan strategi awal dalam memajukan dan memenangkan persaingan usahanya di kemudian hari. Jika strategi tersebut berjalan sesuai dengan rencana maka kegiatan usaha akan dapat bertahan dari waktu ke waktu. Untuk menghadapi persaingan pasar, Kilang Padi Sehat dalam mengembangkan bisnis tersebut menggunakan strategi intensif. Strategi intensif tersebut dapat digunakan perusahaan untuk memperbaiki posisi kompetitifnya, sehingga dapat bertahan dari tahun ke tahun.

Dengan semakin meningkatnya usaha dan persaingan yang semakin ketat saat ini, jadi bagaimana Kilang Padi Sehat dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya agar dapat bersaing dengan penggilingan padi yang lain. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mendeskripsikan kondisi lingkungan internal dan eksternal Kilang Padi Sehat dengan cara menganalisa lingkungan internal dan eksternal melalui fungsi bisnis dan kemudian dilanjutkan dengan memformulasikan strategi pengembangan usaha. Maka berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT dan Matriks Boston Consulting Group (BCG). Adapun judul

penelitian ini adalah **ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KILANG PADI SEHAT DESA SITAMPA KABUPATEN TAPANULI SELATAN.**

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dilakukan dengan tujuan untuk membatasi ruang lingkup dan pendekatan agar pelaksanaan kegiatan penelitian tidak terlalu luas dan disesuaikan pula dengan keterbatasan kemampuan peneliti. Untuk memperjelas dan memberi arah yang tepat, maka peneliti membatasi penelitian ini hanya pada perumusan alternatif strategi pengembangan usaha penggilingan padi dengan analisis SWOT dan *Matriks Boston Consulting Group* (BCG).

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya pemahaman yang berbeda terhadap istilah yang digunakan dalam pembahasan ini maka peneliti akan membatasi permasalahan sesuai dengan istilah berikut:

1. Strategi, yang dimaksud dengan strategi dalam penelitian ini adalah rencana atau cara yang cermat dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya industri untuk mencapai target, yang dilakukan oleh UD Sehat.
2. Pengembangan, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebuah aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan laba sebuah perusahaan.
3. Usaha, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu kegiatan individu untuk melakukan sesuatu yang terorganisasi untuk

menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

4. Kilang Padi Sehat merupakan salah satu penggilingan padi yang berada di desa Sitampa Simatoras, Kecamatan Batang Angkola, Kabupaten Tapanuli Selatan.

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi lingkungan Internal dan Eksternal pada usaha Kilang Padi Sehat Desa Sitampa Kabupaten Tapanuli Selatan?
2. Strategi apa yang dapat dilakukan Kilang Padi Sehat Desa Sitampa Kabupaten Tapanuli Selatan berdasarkan analisis SWOT?
3. Strategi apa yang dapat dilakukan Kilang Padi Sehat Desa Sitampa Kabupaten Tapanuli Selatan berdasarkan metode *Matriks Boston Consulting Group* (BCG)?

E. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi lingkungan Internal dan Eksternal pada usaha Kilang Padi Sehat Desa Sitampa Kabupaten Tapanuli Selatan.
2. Untuk mengetahui strategi dan peningkatan yang didapatkan Kilang Padi Sehat Desa Sitampa Kabupaten Tapanuli Selatan dengan pengembangan usaha melalui analisis SWOT.

3. Untuk mengetahui strategi dan peningkatan yang didapatkan Kilang Padi Sehat Desa Sitampa Kabupaten Tapanuli Selatan dengan pengembangan usaha melalui metode *Matriks Boston Consulting Group* (BCG).

F. KEGUNAAN PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yang berupa :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT dan *Matriks Boston Consulting Group* (BCG).

2. Bagi Kilang Padi Sehat

Sedangkan manfaat bagi perusahaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan informasi dan referensi mengenai pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT dan *Matriks Boston Consulting Group* (BCG).

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat untuk pengembangan pengetahuan di bidang bisnis. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk mengembangkan ilmu. khususnya ilmu Ekonomi sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak kampus IAIN Padangsidimpuan sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Bab I : Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

Bab II : Berisi pembahasan yaitu mengenai strategi yaitu yang berisikan (pengertian strategi, manajemen strategi, pemilihan strategi, pengertian pengembangan jenis-jenis strategi pengembangan, strategi pengembangan dalam perspektif islam) dan membahas penelitian terdahulu yang sama-sama membahas strategi.

Bab III : Berisikan lokasi dan waktu penelitian yaitu penelitian dilakukan di Kilang Padi Sehat, jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, sumber data dan teknik pengumpulan data menggunakan sumber primer. Sumber primer adalah langsung memberikan data kepada pengumpul data tanpa perantara.

BAB IV : Membahas tentang hasil penelitian yang berisikan sejarah, visi dan misi, serta perkembangan Kilang Padi Sehat, Hasil Penelitian, dan pembahasan.

BAB V : Merupakan bab penutup dari keseluruhan isi skripsi yang memuat kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah disertai dengan saran-saran kemudian dilengkapi dengan literatur.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*” (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang.⁴

Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Didalam bukunya Freddy Rangkuti menjelaskan beberapa pengertian mengenai strategi menurut beberapa para ahli, dijelaskan sebagai berikut. Menurut Chandler strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut Learned, Christensen, Andrews, dan Guth, strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.⁵

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut :⁶

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan

⁴ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), hlm. 2.

⁵ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm. 3.

⁶ Sofjan Assauri, *Management: Sustanble Competitive Advantage* (Jakarta: Rajawali pers, 2013), hlm. 7.

- b. agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki *Distinctive Competence*.
- c. *Competitive Advantage* : kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar.

2. Fungsi Strategi

Fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat beberapa fungsi yang harus dilakukan, yaitu :

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atas aktivitas organisasi kedepan.

- f. Menanggapi dan beraksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.⁷

3. Klasifikasi Strategi

a. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Strategi Integrasi vertikal Adalah kombinasi dari proses produksi, penjualan, atau proses ekonomi lainnya yang secara teknologi berbeda dalam batas-batas satu perusahaan tunggal. Strategi Integrasi Vertikal dibedakan menjadi :

1) Strategi Integrasi ke Depan (*Forward Integration Strategy*)

Strategi integrasi ke depan berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor.⁸ Beberapa hal yang menjadi faktor pertimbangan untuk melakukan strategi integrasi vertikal ke depan, antara lain adalah :

- a) Ketika distributor yang ada saat ini sudah terlalu mahal dan tidak mampu memenuhi kebutuhan perusahaan, serta ketersediaan distributor berkualitas sangat terbatas.
- b) Ketika situasi bahwa distributor yang ada saat ini mempunyai keuntungan yang cukup tinggi.
- c) Apabila perusahaan industri sangat pesat dan berkesinambungan.

⁷ Sofjan Assauri, *Management: Sustanble Competitive Advantage*, hlm. 8.

⁸ Rahmat, *Manajemen Strategik* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014), hlm. 144.

- d) Ketika perusahaan memiliki modal, manajemen, dan sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam mengelola bisnis yang baru.
- e) Apabila proses produksi cukup stabil, maka dengan strategi ini diharapkan dapat meningkatkan permintaan atas produk/ jasa yang dihasilkan.⁹

2) Strategi Integrasi ke Belakang (*Backward Integration Strategy*)

Strategi integrasi ke belakang merupakan suatu strategi perusahaan agar pengawasan terhadap bahan baku dapat ditingkatkan, apabila para pemasok sudah dinilai tidak menguntungkan perusahaan, seperti keterlambatan dalam pengadaan bahan, kualitas bahan yang menurun, biaya yang meningkat sehingga tidak lagi dapat diandalkan.

Dalam melakukan strategi integrasi ke belakang, maka diperhatikan faktor-faktor penentu kapan strategi tersebut dapat dilaksanakan dengan baik, antara lain sebagai berikut :

- a) Apabila pemasok pada saat ini sudah terlalu mahal dan tidak mampu memenuhi kebutuhan perusahaan.
- b) Ketika jumlah pemasok sedikit dan jumlah pesaing banyak.
- c) Apabila pertumbuhan industri tumbuh dengan cepat.
- d) Ketika perusahaan memiliki baik modal, manajemen, maupun sumber daya manusia untuk mengelola bisnis

⁹ Jamsly Hutabarat, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer, Operasionalisasi Strategi* (Jakarta: PT Elex Media Komputind, 2006), hlm. 164.

pemasokan bahan mentahnya sendiri yang baru.

- e) Ketika pemasok saat ini memiliki margin laba yang tinggi, yang menunjukkan bahwa bisnis pemasokan produk atau jasa di suatu industri layak untuk dikembangkan.

3) Strategi Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration Strategy*)

Strategi ini bermaksud agar perusahaan meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing perusahaan walaupun harus memilikinya. Jadi, tujuan strategi ini adalah untuk mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan pengendalian para pesaing.¹⁰ Dalam melakukan strategi integrasi horizontal, maka agar efektivitasnya tinggi, perlu diperhatikan beberapa faktor, antara lain adalah sebagai berikut :

- a) Apabila keunggulan bersaing perusahaan menjadi besar seiring dengan meningkatnya skala ekonomi.
- b) Jika industri yang digeluti perusahaan sedang tumbuh.
- c) Ketika perusahaan memiliki modal, manajemen dan sumber daya serta sumber daya manusia yang baik untuk mengelola perusahaan.
- d) Ketika perusahaan mengalami kesulitan dalam sumber daya dan dukungan tertentu.

¹⁰ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: jakarta pres, 2010), hlm. 30.

b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi ini dapat digunakan pada saat menentukan strategi atas produk baru atau penawaran produk baru di pasar yang ada maupun pasar yang baru.¹¹ Strategi ini dibedakan menjadi 3 yaitu :

1) Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration Strategy*)

Penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Adapun beberapa kondisi atau faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam penerapan strategi penetrasi pasar, diantaranya adalah :

- a) Ketika pasar belum jenuh dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- b) Apabila terjadi peningkatan skala ekonomi, untuk membangun keunggulan bersaing.
- c) Ketika pangsa pasar pesaing utama mengalami penurunan sementara penjualan industri meningkat.
- d) Ketika adanya korelasi secara historis yang cukup tinggi antar penjualan dengan biaya pemasaran.¹²

2) Strategi Pengembangan Pasar (*Market Development Strategy*)

Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa

¹¹ Rahmat, *Manajemen Strategik*, hlm. 144-145.

¹² Jamsly Hutabarat, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer, Operasionalisasi Strategi*, hlm. 72.

yang ada sekarang ke daerah-daerah yang secara geografis merupakan daerah baru.¹³ Beberapa kondisi atau faktor-faktor tertentu yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi pengembangan pasar, antara lain sebagai berikut :

- a) Apabila kondisi perusahaan cukup bagus dan berhasil, maka strategi ini cukup efektif.
- b) Pasar yang dimasuki belum jenuh terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- c) Apabila industri yang digeluti perusahaan semakin global.
- d) Apabila saluran distribusi yang baru tersedia dan mempunyai kualitas yang baik, dapat diandalkan serta murah.
- e) Ketersediaan modal dan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan untuk mengelola ekspansi usaha.
- f) Strategi ini diterapkan bila perusahaan mempunyai kapasitas produksi lebih.¹⁴

3) Strategi Pengembangan Produk (*Product Development Strategy*)

Pengembangan produk adalah strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini. Strategi pengembangan produk biasanya mencakup tiga jenis kegiatan,

¹³ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, hlm. 32

¹⁴ Jamsly Hutabarat, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer, Operasionalisasi Strategi*, hlm. 173-174.

yaitu mengembangkan dan meluncurkan produk baru, mengembangkan variasi mutu produk lama, dan mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan terhadap produk lama tersebut.

Inovasi-inovasi baru sangat diperlukan untuk memuaskan konsumen mengingat kepuasan konsumen cenderung akan sering berubah seiring dengan berubahnya kemampuan ekonomi dan pola hidup masyarakat.¹⁵ Dalam menerapkan strategi pengembangan produk perlu diperhatikan faktor-faktor penentu kapan strategi tersebut dapat dilaksanakan dengan baik, antara lain :

- a) Kemampuan riset dan pengembangan perusahaan. Strategi ini efektif jika perusahaan memiliki kemampuan dalam riset dan pengembangan yang kuat, dengan demikian produk baru dapat dilansir dengan cepat, diterima pasar dan terus menerus.
- b) Daur hidup produk dan keberhasilan produk di mata pelanggan. Bila produk telah mencapai tahap dewasa dalam daur hidup produk serta produk berhasil di mata pelanggan, maka strategi ini efektif untuk dilakukan, dengan harapan agar pelanggan tersebut tertarik untuk mencoba produk baru yang diluncurkan.

¹⁵ Suwinjo Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 23.

- c) Perkembangan teknologi. Strategi ini sangat cocok diterapkan bila persaingan industri dalam pengembangan teknologi sangat cepat.
- d) Persaingan produk di pasar. Strategi ini efektif dilakukan pada saat pesaing sedang gencar-gencarnya melansir produk baru dengan biaya, mutu, dan waktu yang lebih baik.
- e) Pertumbuhan industri. Strategi ini efektif jika perusahaan bersaing dalam industri dengan pertumbuhan yang sangat tinggi.¹⁶

Strategi pengembangan produk ini dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya :

- a) Dilakukan dengan cara mengembangkan (merubah) ciri dan atribut produk.
- b) Dengan cara mengembangkan produk yang memiliki berbagai tingkatan kualitas.
- c) Dengan cara mengembangkan produk dengan berbagai ukuran dan model.
- d) Dengan cara melakukan inovasi produk.¹⁷

4) Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi ini menuntut perusahaan untuk tumbuh dengan

¹⁶ Jamsly Hutabarat, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer, Operasionalisasi Strategi*, hlm. 173.

¹⁷ Suwarsono Muhammad, *Manajemen Strategik Konsep dan Analisis* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Cet. ke-1, 2013), hlm. 296-297.

cara menambahkan produk atau devisa yang berbeda dengan produk atau devisa yang sudah ada.¹⁸ Hal ini biasanya dilakukan saat perusahaan berada pada industri yang telah terkonsolidasi dan pertumbuhannya menjadi terbatas. Dengan diversifikasi, perusahaan berpeluang tumbuh besar lagi. Strategi diversifikasi dibagi menjadi dua, yaitu :

a) Strategi Diversifikasi Terkait / Konsentrik

Strategi ini dapat dilakukan dengan cara menambah produk atau jasa baru, tetapi masih saling berhubungan. Strategi ini dapat dilaksanakan apabila perusahaan memiliki posisi bersaing yang kuat, tetapi daya tarik industrinya rendah.¹⁹ Beberapa faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam melakukan strategi diversifikasi konsentrik, antara lain adalah :

- (1) Jika siklus produk atau jasa yang digeluti perusahaan berada dalam tahap sedang menurun.
- (2) Apabila pertumbuhan industrinya lambat atau sama sekali tidak tumbuh.
- (3) Jika perusahaan mempunyai sistem dan manajemen yang cukup baik atau kuat serta didukung oleh sumber daya yang cukup baik.
- (4) Ketika menambah produk atau jasa, diharapkan

¹⁸ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, hlm. 25.

¹⁹ M. Taufik Amir, *Manajemen Strategi: Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: Rajawali pers, 2011), hlm. 135.

produk dapat dijual dengan harga yang relatif bersaing dan dapat meningkatkan penjualan secara signifikan.

b) Strategi Diversifikasi Tidak Terkait / Konglomerat

Strategi ini dapat dilakukan dengan cara menambah produk atau jasa baru yang tidak saling berhubungan.²⁰ Pertimbangan dan kondisi yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi diversifikasi konglomerat, antara lain sebagai berikut :

- (1) Pasar yang digeluti oleh perusahaan saat ini sudah mulai jenuh.
- (2) Penjualan dan keuntungan perusahaan mengalami penurunan, sehingga untuk menghindari kondisi ini, maka diperlukan bisnis baru untuk memperbaiki kondisi perusahaan.
- (3) Ketersediaan modal dan sumber daya yang dimiliki dalam menunjang keberhasilan bisnis yang baru.
- (4) Anti monopoli yang bermaksud untuk menguasai dan konsentrasi pada industri tertentu agar bisa dikuasai secara monopoli.
- (5) Sinergi dalam hal keuangan.²¹

²⁰ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, hlm. 34.

²¹ Jamsly Hutabarat, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer, Operasionalisasi Strategi*, hlm. 161.

4. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi.²²

5. Faktor-Faktor Analisis SWOT

Analisis SWOT terdiri dari 4 faktor, yaitu:

a. *Strengths* (Kekuatan)

Strengths merupakan sebuah kondisi yang menjadi dalam organisasi. Faktor-faktor sebuah kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri. Faktor-faktor kekuatan tersebut merupakan nilai plus atau keunggulan komparatif dari sebuah organisasi. Hal tersebut mudah terlihat apabila sebuah organisasi memiliki hal khusus yang lebih unggul darimesaing-pesaingnya serta dapat memuaskan *stakeholders* maupun pelanggan.

²² Fajar Nur'aini, *Teknik Analisis SWOT* (Anak Hebat Indonesia, 2016), hlm. 7.

Bagi sebuah organisasi, mengenali kekuatan dasar organisasi tersebut merupakan langkah awal atau tonggak menuju organisasi yang memiliki kualitas tinggi. Mengenali kekuatan dapat, menjadi langkah besar untuk menuju kemajuan organisasi. Dengan mengenali aspek- aspek apa saja yang menjadi kekuatan dari organisasi, maka tugas selanjutnya adalah mempertahankan dan memperkuat kelebihan yang menjadi kekuatan organisasi tersebut.²³

b. *Weaknesses* (Kelemahan)

Weaknesses merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi. Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Bisa juga menjadikan kelemahan menjadi sebuah sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh organisasi yang lain.

Kelemahan ini dapat berupa kelemahan dalam sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan karyawan yang ada dalam organisasi, lemahnya kepercayaan konsumen, tidak sesuainya antara hasil produk dengan kebutuhan konsumen atau dunia

²³ Fajar Nur'aini, *Teknik Analisis SWOT*, hlm. 13-14.

usaha dan industri dan lain-lain. dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi. Oleh karena itu, ada beberapa faktor kelemahan yang harus segera dibenahi. Kelemahan yang oleh para stakeholder dalam suatu perusahaan, antara lain yaitu:

- 1) Lemahnya SDM dalam organisasi
- 2) Kurangnya sensitivitas dalam menangkap peluang yang ada, sehingga cenderung membuat organisasi mudah puas dengan keadaan yang dihadapi sekarang ini
- 3) Output pada produk yang belum sepenuhnya bersaing dengan produk perusahaan yang lain dan sebagainya

c. *Opportunities* (Peluang)

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan/ organisasi. Anda dapat mengetahui hal-hal eksternal mana yang dapat Anda jadikan peluang dengan cara membandingkan analisis internal (*strengths* dan *weaknesses*) perusahaan atau organisasi Anda dengan analisis internal dari kompetitor lain.

d. *Threats* (Ancaman)

Threats atau ancaman ini merupakan kebalikan dari peluang atau *opportunities*. Ancaman merupakan merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya

sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat tercapainya visi dan misi sebuah organisasi atau perusahaan.²⁴

6. Pengertian Matriks *Boston Consulting Group* (BCG)

Matriks BCG merupakan matriks yang secara grafis menggambarkan perbedaan antardivisi dalam posisi pangsa pasar relatif dan tingkat pertumbuhan industri. Matriks BCG juga dapat diartikan sebagai metode dalam mengevaluasi bisnis relatif terhadap tingkat pertumbuhan dari pasar bisnis dan pangsa organisasi dalam pasar. Suwarsono mengemukakan bahwa Matriks BCG mulanya di desain untuk melihat posisi portofolio unit bisnis yang diperlukan oleh manajemen pada tingkat korporat. Posisi pasar yang tergambar disusun sesuai dengan karakteristik pasar yang melekat pada masing-masing unit usaha strategik. Dalam perkembangannya kemudian alat analisis ini digunakan untuk melihat bukan saja portofolio bisnis, tetapi juga portofolio produk.

Metode ini merupakan salah satu metode populer dan mudah diaplikasikan dan metode ini member panduan kepada manajemen dalam pemilihan strategi untuk mengambil langkah mempertahankan

²⁴ Fajar Nur'aini, *Teknik Analisis SWOT*, hlm. 15-18.

eksistensi perusahaan maupun pengembangan perusahaan. Pada hakekatnya analisis matriks BCG bertumpu pada 2 dimensi yang menjadi dasar, yakni:

- a. Pangsa pasar relatif pada sumbu x adalah rasio pangsa pasar yang dikuasai berbanding dengan jumlah seluruh pangsa pasar industri yang sama.
- b. Tingkat pertumbuhan penjualan industri pada sumbu y adalah presentase pertumbuhan penjualan tahunan industri terkait.²⁵

7. Konsep dan Karakteristik *Matriks Boston Consulting Group* (BCG)

- a. Konsep matriks BCG

Boston Consulting Group mengembangkan sebuah konsep kedalam model portofolio yang menghubungkan matriks pertumbuhan dan pangsa pasar. Matriks pertumbuhan dan pangsa pasar dikenal dengan Matriks BCG. Dengan mengetahui angka pertumbuhan produk perusahaan secara keseluruhan dalam pasar yang dilayani dan identifikasi pangsa pasar atas produk perusahaan di dalam pasar sehingga mengetahui produk perusahaan berada di posisi yang mana. Matriks *Boston Consulting Group* terbagi ke dalam dua dimensi yaitu:

- 1) Dimensi pertumbuhan pasar

²⁵ Jim hoy yam, *Manajemen Strategi Konsep Dan Implementasi* (Makassar: CV. media nas pustaka, 2020), hlm. 57.

Pertumbuhan akan permintaan atas produk adalah informasi terbaik untuk sebuah organisasi sehingga organisasi berpeluang untuk menggali potensi dari pemakai-pemakai baru yang datang walaupun belum mengembangkan loyalitas mereka terhadap produk. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasar yang selalu dihubungkan dengan kurva pengalaman. Posisi produk dalam suatu pertumbuhan pasar akan dapat lebih buruk jika perusahaan berusaha untuk bertahan pada posisi tersebut. Dalam pasar yang mengalami pertumbuhan, permintaan sering melebihi persediaan, kelebihan permintaan akan mendorong kenaikan harga dan peningkatan laba.²⁶

2) Dimensi pangsa pasar

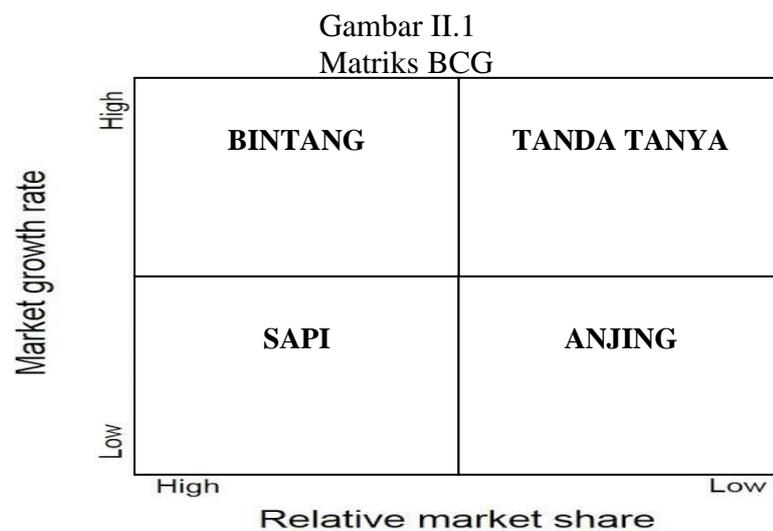
Dimensi kedua dari matriks BCG adalah pangsa pasar yang ditunjukkan dalam sumbu horizontal. Pemimpin pasar adalah posisi terbaik untuk memanfaatkan kurva pengalaman karena organisasi akan menghimpun pengalaman yang lebih cepat dari pesaing-pesaing. Sebagai contoh pengalaman produksi kumulatif akan menghasilkan harga-harga unit yang lebih rendah karena waktu pembelajaran, peningkatan teknologi di dalam

²⁶ Thomas sumarsan, *sistem pengendalian manajemen: konsep, aplikasi dan pengukuran kerja* (Jakarta: PT. Indeks, 2013), hlm. 75.

produksi atau operasional perusahaan, dan perancangan produk baru kembali untuk menggantikan produk yang sudah mulai menurun (daur hidup produk).²⁷

b. Karakteristik matriks BCG

Matriks BCG terdiri dari matriks yang berukuran 2 baris \times 2 kolom atau terdiri dari 4 sel (4 kuadran). 4 sel tersebut pada dasarnya mewakili 4 kategori portofolio produk perusahaan dari 2 dimensi klasifikasi bisnis unit yaitu tingkat pertumbuhan pasar (*market growth rate*) dan pangsa pasar relatif (*relative market share*)



Sumber: *Dr. Ir. Ahmad, AC, ST,MM*

1) Bintang (*Star*)

Produk atau unit bisnis yang memiliki pangsa pasar yang dominan dan pertumbuhan yang cepat serta menghasilkan

²⁷ Thomas Sumarsan, *Sistem Pengendalian Manajemen: Konsep, Aplikasi Dan Pengukuran Kerja*, Hlm 76

uang (pendapatan) yang besar. Ini berarti produk-produk yang dihasilkan merupakan produk-produk terkemuka yang diminati oleh pasar.²⁸ Ada 5 opsi strategi yang cocok untuk perusahaan yaitu: integrasi hulu, integrasi hilir, penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.²⁹

2) Tanda Tanya (*Question Marks*)

Produk atau bisnis unit yang memiliki prospek pertumbuhan yang tinggi tetapi pangsa pasarnya masih sangat rendah. Penghasilan (uang) yang didapat umumnya tidak sebanding dengan biaya-biaya yang dikeluarkan (lebih banyak pengeluaran dari pada pendapatan). Namun karena prospek pertumbuhannya sangat pesat sehingga berpotensi untuk berubah menjadi Stars atau Bintang. Manajemen perusahaan tersebut disarankan untuk tetap berinvestasi pada produk atau bisnis unit yang berada dalam kategori *Question Marks* ini karena pertumbuhan yang tinggi.

3) Sapi Perah (*Cash Cows*)

Produk atau unit bisnis yang merupakan pemimpin pasar, menghasilkan uang atau pendapatan yang lebih banyak dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh

²⁸ Thomas sumarsan, *sistem pengendalian manajemen: konsep, aplikasi dan pengukuran kerja*. hlm 76

²⁹ Jim hoy yam, *Manajemen Strategi Konsep Dan Implementasi* ,hlm. 58.

perusahaannya. Produk atau unit bisnis pada kategori ini memiliki pangsa pasar yang tinggi namun prospek pertumbuhan kedepan akan sangat terbatas. Pendapatan yang didapat pada tingkat *Cash Cows* ini biasanya digunakan sebagai pendanaan untuk penelitian dan pengembangan produk-produk baru yang masih berada di kategori Tanda Tanya (*Question Marks*). Kondisi ini juga digunakan untuk membayar hutang-hutang perusahaan serta membayar dividen kepada pemegang saham. Perusahaan disarankan untuk tetap berinvestasi pada produk-produk dalam kategori *Cash Cows* ini untuk mempertahankan produktivitas dan kualitas atau dapat juga dijadikan pendapatan pasif bagi perusahaan.

4) Anjing (*Dog*)

Produk atau unit bisnis yang memiliki pangsa pasar rendah dan mengalami tingkat pertumbuhan yang rendah. Produk-produk pada kategori ini biasanya hanya memberikan kontribusi keuntungan yang sangat rendah atau bahkan harus menderita kerugian. Produk atau bisnis unit kategori *Dogs* ini umumnya merupakan beban bagi perusahaan karena dapat menguras waktu manajemen dan sebagian besar sumber daya perusahaan. Unit bisnis atau produk yang telah berada pada kategori ini biasanya akan

mengalami pengurangan, divestasi ataupun likuidasi oleh manajemen perusahaan.³⁰

Rumus dalam menghitung Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) yaitu:

1) Menghitung tingkat pertumbuhan pasar

Indeks

$$\text{Pertumbuhan Pasar N} = \frac{\text{Total Penjualan (th2)} - \text{Total Penjualan (th1)}}{\text{Total Penjualan (th1)}} \times 100\%$$

2) Menghitung Tingkat Pangsa Pasar

Indeks

$$\text{Pertumbuhan pasar} = \frac{\text{Volume Penjualan Tahun (th-1)}}{\text{Volume Penjualan Pesaing Pokok (th-1)}} \times 100\%$$

8. Strategi pengembangan usaha menurut perspektif islam

Dalam ajaran agama Islam mewajibkan seluruh ummatnya, khusus yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Dengan bekerja menjadi sebab pokok yang memungkinkan manusia mempunyai harta kekayaan. Bekerja merupakan bagian dari ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah SWT, dengan suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia bisa melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. Dengan begitu, seseorang bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya.

Perencanaan merupakan proses yang berlangsung secara terus-menerus dalam suatu perusahaan. Oleh sebab itu strategi dari setiap

³⁰ Thomas sumarsan, *sistem pengendalian manajemen: konsep, aplikasi dan pengukuran kerja*, hlm.76-77.

perusahaan merupakan rencana yang menyeluruh dimana perusahaan berharap mencapai sasaran yang telah ditentukan, yang pada akhirnya untuk merealisasikan tujuan dari perusahaan yang bersangkutan. Menyusun strategi dan membuat perencanaan dengan baik sebelum melakukan suatu aktifitas yang dianjurkan di dalam ajaran islam, Menurut prinsip syariah, dalam kegiatan berbisnis harus dilandasi dengan semangat beribadah kepada Tuhan yang Maha Esa, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Rasulullah SAW telah mengajarkan kepada ummatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktifitas ekonomi, ummat islam dilarang melakukan tindakan bathil, namun harus melakukan kegiatan ekonomi dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah ta'ala dalam surah An-nisa ayat 29 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.³¹

³¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahl (Penerbit CV Diponegoro, 2005), hlm. 526.

Dari ayat di atas menceritakan bahwa harta pribadi demi pribadi, seharusnya dirasakan dan difungsikan sebagai milik bersama, harta kamu yang dibuktikan dengan fungsi sosial harta itu. Redaksi ini juga mengundang kerjasama dan tidak saling merugikan. Dari ayat tersebut dapat kita ketahui pula, pertama, perusahaan harus dapat menjamin produknya. Jaminan yang dimaksud mencakup dua aspek material, yaitu mutu bahan, mutu pengolahan, dan mutu penyajian; aspek non-material mencakup kehalalan dan keislaman dalam penyajian. Kedua, yang dijelaskan Allah adalah manfaat produk. Produk bermanfaat apabila proses produksinya benar dan baik.

Tafsir surah *Annisa* ayat 29 dalam Tafsir Al-Mishbah oleh M.Quraish shihab dijelaskan dari kata “*an taradhin minkum*” yaitu keharusan adanya kerelaan kedua pihak. Walaupun kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi di hati, tanda tandanya dapat terlihat, seperti melakukan ijab dan kabul saat melakukan transaksi. Maka dari itu jual beli harus dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak.³²

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan

³² M.Quraish Shihab, *tafsir Al-Misbah (pesan kesan dan keserasian Al-quran* (Jakarta: lentera hati, 2012), hlm. 499.

sadaqoh. Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non materiil (mendapat ridha dari Allah SWT).³³ Profesional yang didukung oleh sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Tidak mudah menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindari dari resiko.

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada ummatnya mengenai bisnis syari'ah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu: Jujur, Ikhlas, Professional, Silaturahmi, Niat suci dan ibadah, menunaikan zakat, Infaq dan Shodaqoh.³⁴

Ada beberapa hal dalam mengembangkan usaha secara syari'ah,

³³ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Islam* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013), hlm. 84.

³⁴ M. Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah* (Banjar Masin: Antasari Press, 2011), hlm. 40.

diantaranya adalah:

- a. Bangun motivasi dan bulatkan tekad
- b. Perkuat tawakal kepada Allah
- c. Saat berusaha jangan memaksakan diri untuk berbisnis sesuai gambaran ideal yang anda miliki.
- d. berbisnis sesuai gambaran ideal yang anda miliki
- e. Pilih bisnis yang paling dikuasai dengan cepat
- f. Tentukan diferensiasi produk
- g. Pilih fokus dan bekerjalah secara fokus
- h. Carilah teman atau partner
- i. Perkuat kesabaran, ketaqwaan dan tawakal
- j. Berbuat baiklah dan tinggalkan maksiat ³⁵

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan.

Tabel II.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Ringkasan Hasil Penelitian
1	Risda Pratiwi (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas	Strategi pengembangan usaha rengginang pulut dengan metode analisis SWOT (studi kasus usaha	bahwa strategi dalam mengembangkan usaha rengginang pulut CV. Uul Jaya Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai

³⁵ mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Pernada Media Grup, 2014), hlm. 76.

	Islam Negeri Sumatera Utara 2018)	rengginang pulut cv. Uul jaya di desa kebun lada kecamatan hinai kabupaten langkat)	Kabupaten Langkat dengan memproduksi rengginang pulut yang berkualitas, menjual produk dengan harga yang murah, meningkatkan promosi penjualan dan memilih lokasi yang pas.
2	Siti Laeliah (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2017)	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Usaha Kang Bagong Catering Semarang)	strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh Kang Bagong Catering yaitu strategi kombinasi bersama, yakni strategi integrasi vertikal (strategi integrasi ke depan, strategi integrasi ke belakang, dan strategi integrasi horizontal), strategi intensif (strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk), dan strategi diversifikasi yakni menerapkan strategi diversifikasi terkait/konsentrik.
3	Khusniatul Mazidun Nikmah (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019)	Analisis Swot Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia Sari Catering Semarang Dan Ditinjau Dari Segi Bisnis Islam	faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2.99, hal ini mengidentifikasi bahwa usaha Kurnia Sari Katering berada diposisi internal yang kuat, dimana usaha ini memiliki kekuatan baik dari

			segi produk.
4	Istiqomah Dan Irsad Andriyanto (Jurnal, Dosen Syariah Dan Ekonomi Islam, 2017) ³⁶	Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Wisata Kaliputu Kudus)	UMKM Sentra Jenang desa wisata Kaliputu Kudus diharapkan untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas produknya dan Diperlukan dukungan dan komitmen yang kuat dari berbagai pihak terkait dalam menjadikan Desa Kaliputu sebagai sentra jenang di Kabupaten Kudus.
5	Dwi Dayani, Pribadiono dan Indah Noviandari (Jurnal, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, 2017) ³⁷	Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Pada Aspek Operasional Perusahaan Pada PT. Indo Caliplast	Posisi perusahaan pada matrik Internal-Eksternal, yaitu berada didalam kolom <i>Growth and Stability</i> , hal ini merupakan posisi yang baik untuk memulai berfikir ke depan mengenai pengembangan perusahaan ataupun langkah yang akan dicapai nantinya dengan strategi yang didapat.

Perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

Perbedaan dalam penelitian Risda Pratiwi adalah lokasi penelitian yang dilakukan di Kab. Langkat dan meneliti pada usaha rengginang.

³⁶<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/download/3019/2240>

³⁷ <http://fe.ubhara.ac.id/ojs/index.php/ebranchmarck/article/view/418>

sedangkan persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan analisis SWOT dalam penelitian tersebut.

Perbedaan dalam penelitian Siti Laeliya adalah lokasi penelitian dan meneliti di bidang usaha kuliner. Sedangkan persamaannya yaitu menggunakan analisis SWOT dan ditinjau dalam perspektif islam.

Perbedaan dalam penelitian Khusniatul Mazidun Nikmah adalah meneliti di bidang catering. Sedangkan persamaannya yaitu kedua penelitian ditinjau dari segi bisnis islam.

Perbedaan dalam penelitian Istiqomah Dan Irsad Andriyanto adalah meneliti pada UKM pembuatan jenang. Sedangkan persamaannya yaitu kedua penelitian meneliti pada aspek pengembangan usaha.

Perbedaan dalam penelitian Dwi Dayani, Pribadiono dan Indah Noviandari yaitu meneliti pada operasional perusahaan, sedangkan persamaannya yaitu persamaannya menggunakan analisis SWOT, *Internal Eksternal (IE)* , *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan *External Factor Evaluation (EFE)*.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kilang Padi Sehat yang beralamat di Desa Sitampa simatoras Kecamatan Batang Angkola, Kabupaten Tapanuli Selatan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2021 sampai dengan Oktober 2021.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah termasuk penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode penelitian kualitatif adalah yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, filsafat *postpositivisme* sering juga disebut sebagai paradigma interpretif dan konstruktif. Memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik/utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif (*reciprocal* = timbalbalik) digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.³⁸

Pendekatan kualitatif secara empiris dalam penelitian ini dilakukan dengan bertujuan untuk melihat secara keseluruhan bagaimana strategi pengembangan yang diterapkan oleh Kilang Padi Sehat kemudian pada analisis data menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini bertumpu pada data primer yaitu data yang diperoleh langsung melalui penelitian yang dalam hal

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Baru (Bandung: Alfabeta, t.t.), hlm. 9

ini didapatkan dari proses wawancara.

C. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini langkah pengambilan subjek dilakukan secara sengaja yaitu dipilih dengan mempertimbangkan dan tujuan tertentu. Subjek sebagai sumber data adalah mereka atau orang-orang yang tergolong atau terlibat serta masih terlihat dari kegiatan yang sedang diteliti, memiliki waktu yang memadai untuk diminta informasi serta dipercaya memberikan informasi yang akurat. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah bagian yang berhubungan dengan produksi dan pemasaran Kilang Padi Sehat yaitu pemilik usaha, para karyawan dan pelanggan.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Data primer dalam penelitian ini ialah pemilik Kilang Padi Sehat, karyawan-karyawan Kilang Padi Sehat ini yang akan diwawancarai seputar penelitian yang dibutuhkan peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari dokumen, buku, jurnal penelitian, dan referensi-referensi lainnya yang masih berkaitan dengan materi yang

sedang peneliti lakukan.³⁹

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode menghimpun data yang akan diolah dari lapangan dengan memakai perlengkapan yang dibutuhkan dalam penelitian merupakan pengertian dari instrument pengumpulan data. Selain menggunakan instrumen, dapat pula dilaksanakan dengan cara mempelajari pengarsipan atau catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian. Sebelum melakukan pengumpulan data maka hal yang terpenting adalah melakukan observasi (pengamatan langsung) kelapangan supaya tidak terkendala pada saat pelaksanaan penelitian.

1. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara langsung objek penelitian dengan sistematika fenomena-fenomena yang diselidiki. Maksudnya peneliti mengamati fenomena yang berkaitan dengan masalah yang terjadi pada Kilang Padi Sehat tersebut, disamping itu observasi juga melakukan berbagai aktivitas yang terjadi di lokasi penelitian, jadi observasi dapat dilakukan peneliti adalah menggunakan pendengaran dan penglihatan.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber

³⁹ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, Pertama (Jakarta: Prenadamedia Group, t.t.), hlm. 171.

atau sumber data. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu menentukan dan memilih informasi yang dianggap mengerti tentang apa yang diharapkan. Peneliti mewawancarai pemilik kilang padi sehat yaitu Bapak Enda Muda , bendahara yaitu Ibu Dewi Lukita, karyawan yaitu Ari, dan pelanggan kilang padi sehat yaitu Arif dan Rifai.

3. Metode Dokumentasi

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

4. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah peneliti mengambil buku-buku referensi ataupun jurnal- jurnal penelitian yang ada kaitannya dengan persoalan yang diteliti.⁴⁰

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Adapun teknik pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam- macam (*triangulasi*), dan dilakukan secara terus-menerus sampai datanya jenuh.

Dengan pengamatan terus menerus tersebut variasi data tinggi sekali, data

⁴⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif Kuantitatif R dan D* (Bandung: Alfa Beta, 2018), hlm. 308-309.

yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif sehingga teknik analisis data yang digunakan belum memiliki pola yang jelas sehingga sering mengalami kesulitan.⁴¹

2. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini ialah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data. Selanjutnya dikemukakan bahwa analisis data merupakan proses yang terus menerus dilakukan didalam riset observasi partisipan. Data atau informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian akan dianalisis secara *continue* setelah dibuat catatan lapangan untuk menemukan tema budaya atau makna perilaku subjek penelitian.⁴²

Analisis data terdiri dari tiga sub proses yang saling terhubung yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun

⁴¹ Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, Pertama (Bandung: CV Pustaka Setia, t.t.), hlm. 220.

⁴² Salim dan Syahrur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Pertama (Bandung: Citapustaka Media, t.t.), hlm. 145

yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data berbentuk teks naratif diubah menjadi berbagai bentuk jenis matriks, grafiks, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan. Penyajian data merupakan bagian dari proses analisis.

c. Kesimpulan dan Verifikasi

Kegiatan menyimpulkan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap- tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat. Kesimpulan sementara perlu diverifikasi. Teknik yang dapat digunakan untuk memverifikasi adalah triangulasi sumber data dan metode, dikusi teman sejawat, dan pengecekan anggota.⁴³

⁴³ Syahrums, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 148-150.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

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

1. Triangulasi

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

2. Menggunakan Bahan Referensi

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

3. Meningkatkan Ketekunan

Menurut Sugiyono meningkatkan ketekunan berarti melakukan observasi secara lebih cermat dan berkesinambungan. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca

berbagai referensi, buku, hasil penelitian, atau dokumentasi- dokumentasi yang terkait.⁴⁴

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hlm. 312.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kilang Padi Sehat

1. Sejarah Kilang Padi Sehat

Usaha Kilang Padi Sehat berdiri sejak tahun 1962 yang berada di Desa Sitampa Simatoras, Kecamatan Batang Angkola, Kabupaten Tapanuli Selatan. Kilang Padi Sehat didirikan oleh Bapak Koman Dalimunthe sebagai generasi pertama, sedangkan untuk generasi kedua saat ini yaitu Bapak Enda Muda Dalimunthe.

Kilang Padi Sehat menghasilkan tiga jenis produk yaitu; beras, dedak, dan abu cuci piring. Dalam memenuhi pasokan bahan baku, kilang padi sehat melakukan kerja sama dengan para petani setempat dengan memberikan pinjaman berupa pupuk dan obat-obatan agar hasil panen yang dihasilkan dapat maksimal, oleh karena itu Kilang Padi Sehat berkontribusi dalam kegiatan meningkatkan kesejahteraan para petani sekitar.

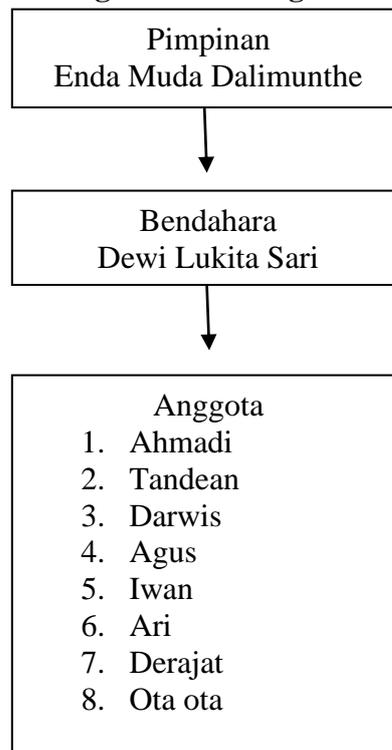
2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi memunculkan proses pendelegasian wewenang dan tugas. Seorang pemimpin akan memberikan tanggungjawab kepada bawahan untuk melaksanakan tugas-tugasnya. Disamping itu, bawahan diberi wewenang yang seimbang dengan tanggungjawab yang disandang. Setelah melaksanakan tugas-tugas

sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya, bawahan harus memberikan pertanggungjawaban kepada pimpinan.

Kilang Padi Sehat menciptakan struktur organisasi yang membantu di dalam aktifitas-aktifitas perusahaan yang disusun berdasarkan wewenang dan tugas masing-masing karyawan, sehingga dapat terlihat pembagian tugas secara sistematis. Hal ini dimaksudkan untuk kelancaran operasional perusahaan. Masing-masing karyawan harus mengetahui seberapa besar tugas, tanggungjawab dan wewenang yang dibebankan pada posisi jabatan yang terdapat pada perusahaan serta menjelaskan kepada siapa seorang karyawan akan mempertanggungjawabkan atas pekerjaannya. Adapun bagan struktur organisasi pada Kilang Padi Sehat adalah sebagai berikut:

Gambar IV.1
Struktur Organisasi Kilang Padi Sehat



Pimpinan merupakan tingkatan tertinggi di dalam struktur organisasi ini, dimana pemimpin bertanggungjawab penuh di dalam proses produksi dan penjualan. Dalam menjalankan perusahaan tersebut dibantu oleh seorang bendahara yaitu Bu Dewi yang bertanggung jawab mengelola keuangan perusahaan. Dalam bidang produksi beras dibantu oleh 8 orang karyawan yang dimana Bapak Otaota sebagai operator mesin sedangkan Darwis, Agus, Derajat, Iwan sebagai penjemur dan Tandean, Ari, Ahmadi menggiling gabah.⁴⁵

B. Strategi Pengembangan Usaha

1. Analisis Lingkungan Eksternal

a. Lingkungan Mikro

1) Informasi

Setelah mendapatkan data dan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, langkah selanjutnya adalah menggunakan semua informasi tersebut untuk memperoleh analisis yang lebih lengkap dan akurat. Perusahaan perlu memahami sumber bahan baku yang baik, proses produksi, serta para pelanggan, karena setiap pelanggan memiliki karakteristiknya masing-masing. Perusahaan juga perlu mengetahui gabah yang baik agar mendapatkan kualitas beras yang bersih, serta proses produksi harus dilakukan sesuai dengan prosedur.

⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Enda Muda, pemilik Kilang Padi Sehat, Pada Sabtu 26 Maret 2021 pukul 11.25 WIB.

2) **Ekonomi**

Perekonomian sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan, dimana perekonomian berdampak terhadap daya beli konsumen terhadap produk yang telah diproduksi. Sehingga terjadi penurunan tingkat penjualan beras oleh Kilang Padi Sehat.

3) **Perdagangan**

Persaingan dengan perusahaan sejenis sangat ketat. Pada umumnya setiap perusahaan mengandalkan kualitasnya masing-masing. Para pesaing terdiri dari Kilang Padi lain yang jaraknya berdekatan dikarenakan hampir setiap desa memiliki kilang padi.⁴⁶

b. Lingkungan Makro

1) **Persaingan Industri**

Persaingan dalam menjalankan bisnis yang sejenis, maka pesaing merupakan salah satu tantangan dalam menjalankan bisnis yang dihadapi. Setiap perusahaan memiliki keunggulan masing-masing dalam menarik konsumen untuk membeli barang yang telah diproduksi. Kilang Padi Sehat memiliki sistem pembayaran secara kredit bagi pelanggan tetap dan memberikan diskon bila melakukan transaksi diatas Rp.30.000.000,00. Sehingga para pelanggan tidak beralih kepada perusahaan sejenis lain yang

⁴⁶ Wawancara dengan Bapak Enda Muda, pemilik Kilang Padi Sehat, di Kilang Padi Sehat, Pada Sabtu 26 Maret /2021, pukul 11.43 WIB.

bergerak dibidang yang sama.⁴⁷

2) Pemasok

Pasokan bahan baku pada Kilang Padi Sehat di dapat langsung dari petani, dimana petani akan mangantar gabah hasil panen langsung ke kilang padi. Sebagian besar gabah berasal dari Kabupaten Tapanuli Selatan, Kabupaten Mandailing Natal, dan Kota Padangsidimpuan. Bila bahan baku di daerah tersebut tidak mencukupi, maka Kilang Padi Sehat akan mendatangkan pasokan gabah dari Kota Tebing Tinggi. Selama ini kerja sama antara Kilang Padi Sehat dengan para petani sangat baik, dimana Kilang Padi Sehat akan memberi pinjaman berupa pupuk untuk meningkatkan jumlah panen. Oleh karena itu, hubungan yang baik antara kilang padi dengan para petani maka pasokan bahan baku tetap stabil.⁴⁸

3) Pembeli

Jual beli merupakan suatu interaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak dengan tujuan menukarkan barang atau jasa dan sama-sama memiliki kesepakatan bersama dalam proses transaksi, dalam pembelian akan mendapatkan kesepakatan harga yang kemudian akan melakukan transaksi. Kilang Padi Sehat memiliki pelanggan dari berbagai Kabupaten/kota seperti Kota

⁴⁷ Wawancara dengan Ibu Dewi, Bendahara Kilang Padi Sehat, di Kilang Padi Sehat, Pada Senin 28 Maret 2021, Pukul 13.00 WIB.

⁴⁸ Wawancara dengan Bapak Enda Muda, pemilik Kilang Padi Sehat, di Kilang Padi Sehat, Pada Sabtu 26 Maret /2021,Pukul 13.03 WIB.

Padangsidempuan, Kabupaten Tapanuli Selatan, Kabupaten Mandailing Natal, Kabupaten Padang Lawas Utara, dan Kabupaten Padang Lawas.⁴⁹ Kelima Kabupaten tersebut menjadi Konsumen tetap pada Kilang Padi Sehat. Pada saat musim panen raya maka Kilang Padi Sehat juga akan mengirim beras ke Kota Medan.

2. Analisis Lingkungan Internal

a. Produksi

Produksi merupakan kegiatan untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi dan siap di pasarkan. Dalam kegiatan produksi sangat dibutuhkan pasokan bahan baku yang stabil. Dengan stabilnya bahan baku maka kegiatan produksi tersebut akan berlangsung lancar. Penyebab tidak lancarnya bahan baku disebabkan oleh kurangnya tingkat panen padi oleh petani dikarenakan faktor cuaca.⁵⁰

b. Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan untuk mengembangkan konsep strategi yang diarahkan untuk kebutuhan konsumen serta mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Dengan semakin banyaknya jumlah penjualan barang hasil produksi tersebut maka perusahaan juga akan mendapatkan laba yang semakin besar pula. Volume penjualan hasil produksi berupa beras dan dedak di Kilang Padi Sehat relatif

⁴⁹ Wawancara dengan Bapak Enda Muda, pemilik Kilang Padi Sehat, di Kilang Padi Sehat, Pada Senin 28 Maret 2021, Pukul 13.33 WIB.

⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Enda Muda, pemilik Kilang Padi Sehat, di Kilang Padi Sehat, Pada Senin 28 Maret 2021, Pukul 13.04 WIB.

stabil dalam 2 tahun terakhir ini.⁵¹ Ada beberapa faktor-faktor yang memengaruhi jumlah penjualan seperti: masuknya beras Impor dan melemahnya tingkat perekonomian masyarakat.⁵²

c. Pemasaran

Kegiatan pemasaran dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Oleh karena itu berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas. Kegiatan membangun strategi pemasaran inilah yang membedakan diferensiasi yang dilakukan suatu perusahaan dengan yang dilakukan oleh perusahaan lain. Dimana Kemampuan analisis pemasaran adalah faktor yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan. Jika suatu perusahaan dapat menjual lebih banyak produk yang sama, dengan kualitas yang sama, dengan harga yang lebih murah, atau dapat mengembangkan produk baru yang lebih diminati, perusahaan tersebut relatif telah berhasil menggunakan kemampuan analisis pemasarannya. Penjualan tatap muka merupakan aktivitas komunikasi antara produsen yang diwakili oleh tenaga potensial yang melibatkan pikiran dan emosi serta tentu saja berhadapan langsung dengan konsumen yang mempunyai kelebihan dibandingkan dengan alat

⁵¹ Wawancara dengan Bapak Enda Muda, pemilik Kilang Padi Sehat, di Kilang Padi Sehat, Pada Senin 28 Maret 2021, Pukul 14.33 WIB.

⁵² Wawancara dengan Bapak Enda Muda, pemilik Kilang Padi Sehat, di Kilang Padi Sehat, Pada Senin 28 Maret 2021, Pukul 13.53 WIB.

promosi lainnya. Situasi persaingan yang semakin ketat antara perusahaan-perusahaan sejenis yang ada di wilayah Kecamatan Batang Angkola memaksa setiap perusahaan untuk melakukan strategi pemasaran yang semakin baik. Kilang Padi Sehat selama ini terus berinovasi memberikan pelayanan yang memuaskan, tetapi masih banyak hal-hal yang perlu diperbaiki lagi, seperti menambah jumlah karyawan, menambah lokasi penjemuran gabah, membuat mesin oven, dan menambah mobil operasional.⁵³

d. Sumber Daya Manusia

Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaingnya. Sumber Daya Manusia ini bisa menjadi keunggulan tersendiri dari sebuah perusahaan. Sumber daya manusia yang sehat rohani dan jasmani akan meningkatkan produktivitas perusahaan. Salah satu Sumber Daya Manusia yang dimiliki Kilang Padi Sehat yaitu Jumlah tenaga kerja berjumlah 8 orang, untuk meningkatkan produktivitas maka jumlah karyawan masih perlu ditambah, namun sesuai dengan tingkat tingkat produksi beras dan hasil panen padi.

C. Hasil Penelitian

Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sebuah perusahaan maka dilakukan 4 analisis melalui *Matriks Internal Factor Evaluation* (IFE), *Matriks Eksternal Factor Evaluation* (EFE),

⁵³ Wawancara dengan Bapak Enda Muda, pemilik Kilang Padi Sehat, di Kilang Padi Sehat, Minggu 27Maret /2021,Pukul 09.12WIB.

Matriks Internal Eksternal 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 4 faktor kekuatan dan 4 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
Hasil Pembobotan Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor strategi internal	bobot	Rating	bobot × Rating
Kekuatan			
1. Memiliki kualitas beras yang bersih	0,14	4	0,58
2. Melakukan kerja sama dengan distributor lain	0,12	3,4	0,42
3. Mendapatkan diskon harga dan bonus bagi pelanggan tetap	0,13	3,8	0,53
4. Memiliki wilayah pemasaran yang luas khususnya di daerah Tapanuli bagian Selatan dan diluar Sumatra Utara	0,12	3,4	0,42
Kelemahan			
1. Tidak tercukupinya bahan baku dari daerah sekitar	0,11	3,2	0,37
2. Terbatasnya jumlah karyawan	0,10	2,8	0,28
3. Banyaknya pesaing	0,12	3,4	0,42
4. Tidak memiliki tempat yang luas untuk para konsumen	0,11	3,2	0,37
	1,00		3,43

Sumber: Hasil dari wawancara (diolah dengan bantuan Microsoft excel)

Dapat diketahui bahwa total bobot \times rating untuk faktor-faktor strategi internal sebesar 3,43. Tabel IFE menunjukkan bahwa kekuatan utama pada Kilang Padi Sehat adalah kualitas beras yang bersih berada pada total 0,58, selanjutnya di ikuti dengan memberikan diskon kepada pelanggan tetap dengan total 0,53. Sedangkan faktor kelemahan utama pada Kilang Padi Sehat berada pada total 0,28 dimana Kilang Padi Sehat memiliki tenaga kerja yang terbatas kemudian 0,37 yaitu tidak tercukupinya bahan baku dan tidak ada ruang untuk para konsumen yang datang.

2. Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)

Matriks *eksternal factor evaluation* (EFE) diperoleh berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor strategi eksternal perusahaan yang merupakan peluang dan ancaman. Hasil identifikasi faktor-faktor strategi eksternal diperoleh 4 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 diperingkatkan menurut bobot dan pengaruhnya adalah sebagai berikut.

Tabel IV.2
Hasil Pembobotan Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Faktor strategi eksternal	bobot	Rating	obot \times Rating
luang			
1. Meningkatnya jumlah permintaan dari luar daerah	0,17	3,8	0,64
2. Lokasi sawah dekat dengan perusahaan	0,15	3,4	0,51
3. Inovasi terus-menerus	0,16	3,6	0,57

dalam pengolahan gabah menjadi beras			
4. Semakin mudahnya jasa pengiriman barang	0,14	3,2	0,44
Ancaman			
1. Semakin banyaknya usaha sejenis diberbagai daerah	0,09	2	0,18
2. Hasil panen yang tidak menentu	0,08	1,8	0,14
3. Menurunnya tingkat perekonomian masyarakat	0,08	1,8	0,14
4. Ancaman pendatang/pesaing baru	0,10	2,2	0,22
	1		2,84

Sumber: Hasil dari wawancara (diolah dengan bantuan Microsoft excel)

Dapat diketahui bahwa total bobot \times rating untuk faktor-faktor strategi eksternal sebesar 2,84. Tabel EFE menunjukkan bahwa Peluang utama pada Kilang Padi Sehat adalah Meningkatnya jumlah permintaan dari luar daerah berada pada total 0,64. selanjutnya di ikuti dengan Inovasi terus-menerus dalam pengolahan gabah menjadi beras dengan total, 0,57. Sedangkan faktor Ancaman utama pada Kilang Padi Sehat berada pada total 0,14 dimana Hasil panen yang tidak menentu dan Menurunnya tingkat perekonomian masyarakat.

3. Matriks IE

Matriks IE dapat ditentukan setelah kedua nilai pada matriks IFE dan EFE di dapatkan. Hasil dari matriks IFE di peroleh 3,43 yang berada posisi internal yang tergolong sedang sedangkan skor untuk matriks EFE diperoleh sebesar 2,84. Matriks IE ditentukan sebagai berikut:

Tabel IV.3
Hasil Matriks IE (*Internal Eksternal*)

	4.0	3.0	2.0	1.0
	I	II	III	
3.0	IV	V	VI	
	3,43	2,84		
2.0	VII	VIII	IX	
1.0				

Sumber: Freddy Rangkuti (berdasarkan gabungan dari hasil matriks IFE dan Matriks EFE)

Berdasarkan hasil tabel Matriks IE maka posisi perusahaan berdatap pada sel ke IV yang artinya strategi yang tepat pada Kilang Padi Sehat yaitu tumbuh dan kembangkan strategi Intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integrative (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal) paling sesuai untuk divisi-divisi ini.

4. Matriks SWOT

Matriks SWOT akan menggambarkan bagaimana strategi pengembangan perusahaan yang sesuai dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dalam rangka merespon peluang dan menghadapi ancaman yang ada Analisis matriks ini akan menghasilkan empat jenis strategi utama yaitu strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T yang digambarkan sebagai berikut:

Tabel IV.4
Matrik SWOT Pengembangan Usaha Kilang Padi Sehat

	Kekuatan (<i>strengths</i>)	Kelemahan (<i>weaknesses</i>)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kualitas beras yang bersih 2. Melakukan kerja sama dengan distributor lain 3. Mendapatkan diskon harga dan bonus bagi pelanggan tetap 4. Memiliki wilayah pemasaran yang luas khususnya di daerah Tapanuli bagian Selatan dan diluar Sumatera Utara 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak tercukupinya bahan baku dari daerah sekitar 2. Terbatasnya jumlah karyawan 3. Banyaknya pesaing 4. Tidak memiliki tempat yang luas untuk para konsumen
Keuntungan (<i>Opportunities</i>)	S-O	W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya jumlah permintaan dari luar daerah 2. Lokasi sawah dekat dengan perusahaan 3. Inovasi terus-menerus dalam pengolahan gabah menjadi beras 4. Semakin mudahnya jasa pengiriman barang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerja sama dengan distributor untuk memenuhi permintaan luar daerah 2. Memberikan diskon untuk menarik pelanggan baru 3. Menjaga kualitas beras untuk meningkatkan permintaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerja sama dengan petani untuk memenuhi bahan baku 2. Memberikan diskon untuk menghadapi para pesaing 3. Membangun ruang untuk para konsumen yang berkunjung
Risiko (<i>Threats</i>)	S-T	W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyaknya usaha sejenis diberbagai daerah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga dan meningkatkan kualitas beras 2. Melakukan kerja sama 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah kerja sama dengan para petani sekitar untuk pemasok bahan baku

<p>2. Hasil panen yang tidak menentu</p> <p>3. Menurunnya tingkat perekonomian masyarakat</p> <p>4. Ancaman pendatang/pesaing baru</p>	<p>dengan para petani</p> <p>3. Meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan</p>	<p>2. Mengoptimalkan pemasaran</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------

Adapun penjelasan mengenai S-O, W-O, S-T, dan WT antara lain adalah:

a. Strategi SO

Strategi ini digunakan untuk menangkap dan memanfaatkan peluang yang ada dengan memaksimalkan kekuatan internal Usaha Kilang Padi Sehat. Alternatif strategi S-O antara lain:

1) Melakukan kerja sama dengan distributor

Kerja sama dengan distributor sangat penting dimana distributor berperan penting dalam penyaluran barang hasil produksi kepada para konsumen. Oleh karena itu kerja sama dengan distributor memudahkan para pelaku usaha dalam memasarkan produk.

2) Memberikan diskon

Memberikan diskon merupakan salah satu strategi penjualan agar untuk menarik pelanggan baru. Dengan diskon maka diharapkan jumlah pelanggan akan bertambah.

3) Menjaga kualitas beras

Dengan menjaga dan meningkatkan kualitas beras yang di miliki

Kilang Padi Sehat adalah sebagai strategi utama perusahaan untuk menjadi pembeda dengan perusahaan pesaing lainnya.

b. Strategi WO

Strategi ini untuk meminimalisir kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif Strategi W-O Kilang Padi Sehat antara lain adalah:

1) Melakukan kerja sama dengan petani

Melakukan kerja sama dengan petani ini seperti pemberian pupuk dan obat-obatan pertanian guna untuk meningkatkan hasil panen padi. Dan setelah panen padi tersebut akan dijual ke Kilang Padi Sehat. Dengan begitu ada hubungan timbal balik antara kilang padi dengan para petani.

2) Memberikan diskon

Memberikan diskon merupakan salah satu strategi penjualan agar untuk menarik pelanggan baru. Dengan diskon maka diharapkan jumlah pelanggan akan bertambah.

3) Membangun ruang untuk para konsumen yang berkunjung

Ruang yang kurang memadai untuk konsumen banyak maka perlu dilakukannya penambahan fasilitas untuk para konsumen agar konsumen merasa nyaman. Dalam hal ini disediakan ruang tunggu yang nyaman, tempat duduk, maupun televisi.

c. Strategi ST

Dalam strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal, strategi ini di buat untuk meminimalkan ancaman. Alternatif S-T sebagai berikut:

1) Menjaga dan meningkatkan kualitas beras

Kwalitas suatu produk bisa menjadi tolak ukur sukses atau tidaknya produk tersebut di pasar. Oleh karena itu Kilang Padi Sehat harus tetap menjaga dan meningkatkan kualitas beras yang di produksi.

2) Melakukan kerja sama dengan para petani

Melakukan kerja sama dengan petani ini seperti pemberian pupuk dan obat-obatan pertanian guna untuk meningkatkan hasil panen padi. Dan setelah panen padi tersebut akan di bawa ke Kilang Padi Sehat. Dengan begitu ada hubungan timbal balik antara kilang padi dengan para petani.

3) Meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan

Melakukan pelayanan maksimal kepada para konsumen agar para konsumen merasa nyaman. Pelayanan tersebut seperti pengantaran barang sampai ke rumah.

d. Strategi WT

- 1) Meningkatkan kerja sama dengan para petani sekitar agar pasokan bahan baku lancar dan tidak tersendat yang mengakibatkan berhentinya proses produksi.

- 2) Mengoptimalkan pemasaran
- 3) Mengoptimalkan pemasaran agar proses penjualan produk hasil produksi tetap stabil.

5. Analisis BCG Kilang Padi Sehat

Cara penggunaan Matrik BCG dengan mengidentifikasi unit analisis, mengumpulkan data yang diperlukan untuk analisis, menghitung pangsa pasar, membuat plot pangsa pasar pada diagram matrik BCG, rumusan setiap kuadran dimana tingkat pertumbuhan pasar pada umumnya dibedakan berdasarkan klasifikasi tinggi dan rendah. Selanjutnya, setelah semua bisnis unit tersebut dibuatkan plotnya dalam matrik BCG, pengaruhnya dapat dilihat dalam strategi di tingkat korporat secara keseluruhan dimana terdiri dari pertumbuhan tinggi/posisi persaingan tinggi (*the stars*), pertumbuhan rendah/posisi persaingan tinggi (*cash cows*), pertumbuhan rendah/posisi persaingan rendah (*the dogs*) dan pertumbuhan tinggi/posisi persaingan rendah (*question Mark*).

Adapun analisis tingkat pertumbuhan pasar Usaha Kilang Padi Sehat. Tingkat pertumbuhan pasar didapatkan dari proyeksi tingkat penjualan untuk sebuah pasar yang nantinya akan dilayani, dan biasanya diukur dengan peningkatan presentase dari volume penjualan dalam 2 tahun terakhir. Pada Usaha Kilang Padi Sehat untuk mengetahui seberapa besar tingkat pertumbuhannya dan untuk menghitung posisi matrik BCG mengukurnya dengan persentase dari data jumlah penjualan beras pada tahun 2019 dan tahun 2020. Berikut ini adalah tabel volume penjualan

kilang padi sehat pada tahun 2019 sampai 2020 dan volume penjualan pesaing tahun 2020 :

Tabel. IV. 5
Volume Penjualan Tahun 2019-2020

TAHUN 2019		TAHUN 2020	
Bulan	Volume Penjualan (Ton)	Bulan	Volume Penjualan (Ton)
Januari	9,7	Januari	12,3
Februari	10,1	Februari	9,6
Maret	8,9	Maret	10,2
April	9,5	April	8,9
Mei	10	Mei	11,5
Juni	9,7	Juni	10,7
Juli	9,4	Juli	9,8
Agustus	10,3	Agustus	13,1
September	11,2	September	12,9
Oktober	9,8	Oktober	10,8
November	9,5	November	10,7
Desember	10,6	Desember	13,9
Jumlah	118,7	Jumlah	134,4

Tabel. IV. 6
Volume Penjualan Pesaing

Volume Penjualan 2019		Volume Penjualan 2020	
Bulan	Jumlah penjualan (Ton)	Bulan	Jumlah penjualan (Ton)
Januari	8,7	Januari	10,3
Februari	9,5	Februari	11,4
Maret	6,7	Maret	8,7
April	8,4	April	9,5
Mei	7,5	Mei	9,6
Juni	11,2	Juni	9,6
Juli	7,4	Juli	9,1
Agustus	11,1	Agustus	9,9
September	8,4	September	11,5
Oktober	8,9	Oktober	10
November	11,4	November	9,2
Desember	8,3	Desember	10,8

Jumlah	107,5	Jumlah	119,8
--------	-------	--------	-------

a. Tingkat Pertumbuhan Pasar Kilang Padi sehat

$$TPP = \frac{\text{total penjualan 2020} - \text{total penjualan 2019}}{\text{total penjualan 2019}} \times 100\%$$

$$TPP = \frac{134,4 \text{ (ton)} - 118,7 \text{ (ton)}}{118,7 \text{ (ton)}} \times 100\%$$

$$TTP = 13,22 \%$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan matriks BCG di atas, maka dapat diketahui tingkat pertumbuhan pasar penjualan beras Kilang Padi Sehat sebesar 13,22 % yang berarti bahwa Kilang Padi Sehat memiliki pertumbuhan pasar yang tinggi.

b. Pangsa Pasar Kilang Padi Sehat

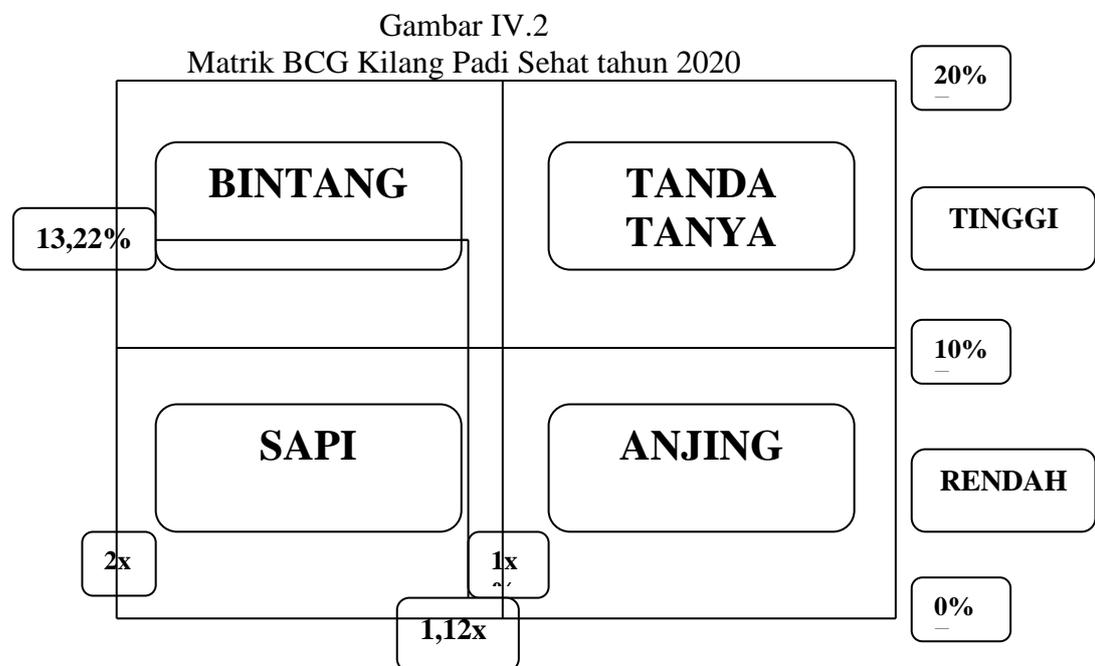
a. Pangsa Pasar tahun 2019

$$\begin{aligned} \text{pangsa pasar 2019} &= \frac{\text{total penjualan 2019}}{\text{total penjualan pesaing 2019}} \text{ kali} \\ &= \frac{118,7}{107,5} \text{ kali} \\ &= 1,10 \text{ kali} \end{aligned}$$

b. Pangsa Pasar tahun 2020

$$\begin{aligned} \text{pangsa pasar 2020} &= \frac{\text{total penjualan 2020}}{\text{total penjualan pesaing 2020}} \text{ kali} \\ &= \frac{134,4 \text{ (ton)}}{119,8 \text{ (ton)}} \text{ kali} \\ &= 1,12 \text{ kali} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan matriks BCG untuk mengetahui pangsa pasar maka telah diketahui bahwa pangsa pasar tahun 2019 sebesar 1,10 kali dan pada tahun 2019 sebesar 1,12 kali itu artinya persentase dari total pendapatan atau penjualan di pasar pada tahun 2020 mengalami kenaikan dari tahun 2019. Adapun apabila digambarkan dalam bentuk matrik BCG hasil perhitungan dari pertumbuhan bisnis dari Kilang Padi Sehat sebagai berikut :



Berdasarkan pada matriks BCG posisi Kilang Padi Sehat pada tahun 2020 berada pada posisi *star* atau bintang yang menunjukkan bahwa posisi Kilang Padi Sehat berada pada pertumbuhan tinggi dan pangsa pasar tinggi karena pangsa pasar Kilang Padi Sehat mempunyai nilai pangsa pasar relatifnya pada tahun 2020 lebih besar dari satu (>1). Strategi yang perlu di ambil untuk mempertahankan posisi *Star* yaitu:

1) Kualitas Produk

Meningkatkan inovasi dan mempertahankan kualitas produk sehingga respon pasar semakin baik karena dengan mempertahankan kualitas produk maka konsumen akan terus bertambah.

2) Kualitas Pelayanan

Memperbaiki kualitas pelayanan dari berbagai sisi untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen.

3) Jaringan Distribusi

Memperluas pemasaran dengan cara memperbanyak kerjasama dengan para distributor agar proses pemasaran tidak terhambat dan berkembang luas.

D. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi penelitian selama melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini yaitu :

1. Kurangnya buku untuk menambah teori tentang matriks *Boston Consulting Group* yang ada dalam penelitian ini.
2. Keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dikarenakan diterapkan PPKM yang diakibatkan oleh *Corona Virus (Covid-19)*

Meskipun demikian, peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian agar penelitian maksimal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kondisi lingkungan internal dari Kilang Padi Sehat yaitu Tidak tercukupinya bahan baku dari daerah sekitar, Terbatasnya jumlah karyawan Banyaknya pesaing,, dan Tidak memiliki tempat yang luas untuk para konsumen. Sedangkan kondisi lingkungan eksternal dari Kilang Padi Sehat yaitu Semakin banyaknya usaha sejenis diberbagai daerah, Hasil panen yang tidak menentu, Menurunnya tingkat perekonomian masyarakat, dan Ancaman pendatang/pesaing baru

Berdasarkan analisis SWOT dan BCG yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa strategi pengembangan usaha yang harus diterapkan Kilang Padi Sehat pada masa yang akan datang, yaitu: Strategi SO, Melakukan kerja sama dengan distributor untuk memenuhi permintaan luar daerah, Memberikan diskon untuk menarik pelanggan baru, Menjaga kualitas beras untuk meningkatkan permintaan. Untuk Strategi WO, Melakukan kerja sama dengan petani untuk memenuhi bahan baku, Memberikan diskon untuk menghadapi para pesaing, Membangun ruang untuk para konsumen yang berkunjung. Strategi ST, Menjaga dan meningkatkan kualitas beras, Melakukan kerja sama dengan para petani, Meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan, Strategi WT, Menambah kerja sama dengan para petani sekitar untuk pemasok bahan baku, dan

Mengoptimalkan pemasaran.

Matriks BCG posisi Kilang Padi Sehat pada tahun 2020 berada pada posisi *star* atau bintang yang menunjukkan bahwa posisi Kilang Padi Sehat berada pada pertumbuhan tinggi dan pangsa pasar tinggi karena pangsa pasar Kilang Padi Sehat mempunyai nilai pangsa pasar relatifnya pada tahun 2020 lebih besar dari satu (>1). Strategi yang perlu di ambil untuk mempertahankan posisi *Star* yaitu: Kualitas Produk agar meningkatkan inovasi dan mempertahankan kualitas produk sehingga respon pasar semakin baik. Dan Kualitas Pelayanan agar memperbaiki kualitas pelayanan dari berbagai sisi untuk memberikan kenyamanan bagi pembeli.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Melakukan kerja sama dengan petani ini seperti pemberian pupuk dan obat-obatan pertanian guna untuk meningkatkan hasil panen padi
 - b. Menjaga dan meningkatkan kualitas beras
 - c. Mengoptimalkan pemasaran agar proses penjualan produk hasil produksi tetap stabil.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang judul strategi pengembangan usaha

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah M. Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013.
- . *Wirausaha Berbasis Syariah*. Banjar Masin: Antasari Press, 2011.
- Assauri sofjan. *Management: Sustanble Competitive Advantage*. Jakarta: Rajawali pers, 2013.
- Amir M. Taufik. *Manajemen Strategi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali pers, 2011.
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahll. CV Diponogoro, 2005.
- Husein Umar. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Hutabarat jamsly. *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer, Opersionalisasi Strategi*. Jakarta: PT Elex Media Komputind, 2006.
- Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Pernada Media Grup, 2014.
- Nur'aini Fajar. *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia, 2016.
- Rachmat. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia Cet, ke-1, 2014.
- Rangkuti Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama, 2014.
- Shihab M.Quraish. *tafsir Al-Misbah (pesan kesan dan keserasian Al-quran)*. Jakarta: lentera hati, 2012.
- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfa Beta, 2012.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif Kuantitatif R dan D*. Bandung: Alfa Beta, 2018.
- Sumarsan Thomas. *sistem pengendalian manajemen: konsep, aplikasi dan pengukuran kerja*. Jakarta: PT. Indeks, 2013.
- Suwarsono Muhammad. *Manajemen Strategik Konsep dan Analisis*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Cet. ke-1, 2013.
- Suwinjo Johan. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu,

2011.

Tarigan Azhari Akmal. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Medan: La-Tansa Press, 2011.

Yam Jim hoy. *Manajemen Strategi Konsep Dan Implementasi*. Makassar: CV. media nas pustaka, 2020.

SUMBER LAIN

Wawancara dengan Bapak Enda Muda, pemilik Kilang Padi Sehat, di Kilang Padi Sehat, Pada Senin 28 Maret 2021, Pukul 13.33 WIB.

Wawancara dengan Ibu Dewi, Bendahara Kilang Padi Sehat, di Kilang Padi Sehat, Pada Senin 28 Maret 2021, Pukul 13.00 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Selamat Riadi
Tempat/Tanggal Lahir : Aceh, 06 April 1998
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Anak Ke : 2 dari 2 Bersaudara
Status : Mahasiswa
Alamat Lengkap : Jalan Asrama Haji, Kelurahan Sihitang, Kecamatan
Padangsidimpun Tenggara, Kota Padangsidimpun
Nomor HP : 082370840056
Email : Selamatriadi15okt@gmail.com

B. DATA ORANG TUA/WALI

Ayah : M. Saleh
Pekerjaan : Petani
Ibu : Targiah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat Orang Tua/Wali : Jalan Asrama Haji, Kelurahan Sihitang, Kecamatan
Padangsidimpun Tenggara, Kota Padangsidimpun

C. Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2004-2010 : SDN 200212 Padangmatinggi
Tahun 2010-2013 : SMPN 5 Padangsidimpun
Tahun 2013-2016 : SMAN 3 Padangsidimpun
Tahun 2016-Sekarang : IAIN Padangsidimpun

D. Pengalaman Organisasi

Anggota Himpunan Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah tahun 2017-2019

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dengan pemilik Kilang Padi Sehat yaitu Bapak Enda Muda



Wawancara dengan operator mesin yaitu Bapak Otaota



Wawancara dengan penjemur gabah yaitu Bapak Tandean



Ruang produksi Kilang Padi Sehat





Wawancara dengan Pemilik Kilang Padi Sehat yaitu Bapak Enda Muda





A. Petunjuk Pengisian

1. Identitas responden

Petunjuk: isilah titik-titik yang tersedia dan berilah tanda () pada salah satu kolom yang tersedia

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Jabatan :

2. Pernyataan yang ada, **mohon dibaca dan dipahami Bapak/Ibu dengan sebaik baiknya, sehingga tidak ada pernyataan yang tidak terisi atau terlewati.**

3. Berilah tanda ceklist () pada jawaban yang Bapak/Ibu pilih dilembar jawaban yang telah disediakan. **Pilihlah jawaban yang sesuai dengan Perasaan, Pendapat, dan Keadaan yang sebenarnya.** Dengan keterangan di bawah ini :

4. Petunjuk pengisian Angket Analisis Faktor Internal

Peringkat yang dapat di isi dengan angka yang tertera dibawah ini :

4Sangat Kuat

3Kuat

2Lemah

1Sangat Lemah

Pembobotan berkisar antara **0,0 (tidak penting)** sampai **1,0 (sangat penting)**. Dengan syarat total bobot kekuatan dan kelemahan harus sama dengan 1.0.

0,0 Tidak Penting / 1,0 Sangat Penting N/B: faktor internal (**kekuatan**) yang dapat di isi hanya peringkat 4 dan3, Sedangkan (**kelemahan**) yang dapat di isi hanya peringkat 2 dan 1.

B. Angket Analisis Internal (kekuatan)

No	Pertanyaan	Bobot	Peringkat			
			1	2	3	4
1	Memiliki kualitas beras yang bersih					
2	Melakukan kerja sama dengan distributor lain					
3	Mendapatkan diskon harga dan bonus bagi pelanggan tetap					
4	Memiliki wilayah pemasaran yang luas khususnya di daerah Tapanuli bagian Selatan dan diluar Sumatra Utara					

C. Angket Analisis Internal (kelemahan)

No	Pertanyaan	Bobot	Peringkat			
			1	2	3	4
1	Tidak tercukupinya bahan baku dari daerah sekitar					
2	Terbatasnya jumlah karyawan					
3	Banyaknya pesaing					
4	Tidak memiliki tempat yang luas untuk para konsumen					

5. Petunjuk pengisian Angket Analisis Faktor Eksternal

Peringkat yang dapat di isi dengan angka yang tertera dibawah ini :

4 Sangat Kuat

3 Kuat

2 Lemah

1 Sangat Lemah

Pembobotan berkisar antara **0,0 (tidak penting)** sampai **1,0 (sangat penting)**. Dengan syarat total bobot peluang dan acaman sama dengan 1,0.

0,0 Tidak Penting/1,0 Sangat Penting

D. Angket Analisis Faktor Eksternal (Peluang)

No	Pertanyaan	Bobot	Peringkat			
			1	2	3	4
1	Meningkatnya jumlah permintaan dari luar daerah					
2	Lokasi sawah dekat dengan perusahaan					
3	Inovasi terus-menerus dalam pengolahan gabah menjadi beras					
4	Semakin mudahnya jasa pengiriman barang					

E. Angket Analisis Faktor Eksternal (Ancaman)

No	Pertanyaan	Bobot	Peringkat			
			1	2	3	4
1	Semakin banyaknya usaha sejenis diberbagai daerah					
2	Hasil panen yang tidak menentu					
3	Menurunnya tingkat perekonomian masyarakat					
4	Ancaman pendatang/pesaing baru					

5. Petunjuk pengisian Analisis SWOT:

Dalam pengisian pada kolom SO, WO, ST, WT, dengan faktor- faktor yang sudah ada dapat dilihat dari Angket Analisis SWOT (kekuatan), (kelemahan), (peluang), dan (ancaman).

F. Angket Analisis SWOT

	Kekuatan (<i>strengths</i>)	Kelemahan (<i>weaknesses</i>)
	5. Memiliki kualitas beras yang bersih 6. Melakukan kerja sama dengan distributor lain 7. Mendapatkan diskon harga dan bonus bagi pelanggan tetap 8. Memiliki wilayah pemasaran yang luas khususnya di daerah Tapanuli bagian Selatan dan diluar Sumatra Utara	5. Tidak tercukupinya bahan baku dari daerah sekitar 6. Terbatasnya jumlah karyawan 7. Banyaknya pesaing 8. Tidak memiliki tempat yang luas untuk para konsumen
	Peluang (<i>Opportunities</i>)	S-O
	5. Meningkatnya jumlah permintaan dari luar daerah 6. Lokasi sawah	W-O

<p>dekat dengan perusahaan</p> <p>7. Inovasi terus-menerus dalam pengolahan gabah menjadi beras</p> <p>8. Semakin mudahnya jasa pengiriman barang</p>		
Ancaman (<i>Threats</i>)	S-T	W-T
<p>5. Semakin banyaknya usaha sejenis diberbagai daerah</p> <p>6. Hasil panen yang tidak menentu</p> <p>7. Menurunnya tingkat perekonomian masyarakat</p> <p>8. Ancaman pendatang/pesain g baru</p>		

PEDOMAN WAWANCARA

I. Pengantar

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Sebelumnya saya mendoakan Bapak dalam keadaan sehat wal'afiat dan selalu berada dalam lindungan Allah SWT, sehingga bapak dapat bermurah hati dalam memberikan informasi kepada saya.

Dalam persyaratan ini saya susun semata-mata untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan yaitu untuk menyelesaikan untuk menyelesaikan pendidikan saya di perogram studi Ekonomi Syari'ah di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Dengan data yang Bapak berikan tersebut tidak akan menimbulkan masalah dikemudian hari. Atas kemurahan hati Bapak memberikan jawaban atas pertanyaan yang saya ajukan, saya ucapkan terima kasih.

II. Identitas Informan

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Jabatan :

III. Pertanyaan yang diajukan kepada Pemilik Kilang Padi Sehat

1. Bagaimana sejarah kilang padi sehat?
2. Bagaimana struktur kilang padi sehat?
3. Bagaimana kilang padi sehat menghadapi para pesaing?
4. Dari mana saja bahan baku didapatkan?

IV. Pertanyaan yang diajukan kepada Bendahara Kilang Padi Sehat

1. Apakah faktor ekonomi memengaruhi penjualan?
2. Bagaimana volume penjualan tahun 2020?
3. Bagaimana hubungan perusahaan dengan para petani?
4. Dari daerah mana saja pelanggan Kilang Padi Sehat?

V. Pertanyaan yang diajukan kepada Karyawan Kilang Padi Sehat

1. Apa yang memengaruhi proses produksi?
2. Bagaimana kualitas beras yang dihasilkan?
3. Apakah alat yang sudah ada dapat membantu pekerjaan?

VI. Pertanyaan yang diajukan kepada Pelanggan Kilang Padi Sehat

1. Sudah berapa lama bapak menjadi pelanggan Kilang Padi Sehat?
2. Bagaimana pelayanan Kilang Padi Sehat kepada para pelanggan?
3. Bagaimana kualitas beras yang dihasilkan?

HASIL WAWANCARA

I. Wawancara kepada Pemilik Kilang Padi Sehat yaitu Bapak Enda Muda

1. Bagaimana sejarah kilang padi sehat?

Usaha Kilang Padi Sehat berdiri sejak tahun 1962 yang berada di Desa Sitampa Simatoras, Kecamatan Batang Angkola, Kabupaten Tapanuli Selatan. Kilang Padi Sehat didirikan oleh Bapak Koman Dalimunthe sebagai generasi pertama, sedangkan untuk generasi kedua saat ini yaitu Bapak Enda Muda Dalimunthe.

2. Bagaimana struktur kilang padi sehat?

perusahaan ini dibantu oleh seorang bendahara yaitu Bu Dewi yang bertanggung jawab mengelola keuangan perusahaan. Dalam bidang produksi beras dibantu oleh 8 orang karyawan yang dimana Bapak Otaota sebagai operator mesin sedangkan Darwis, Agus, Derajat, Iwan sebagai penjemur dan Tandean, Ari, Ahmadi menggiling gabah.

3. Bagaimana kilang padi sehat menghadapi para pesaing?

Agar menarik konsumen untuk membeli barang yang telah diproduksi. Kilang Padi Sehat memiliki sistim pembayaran secara kredit bagi pelanggan tetap dan memberikan diskon bila melakukan transaksi diatas Rp. 30.000.000,00.

4. Dari mana saja bahan baku didapatkan?

bahan baku pada Kilang Padi Sehat di dapat langsung dari petani, dimana petani akan mangantar gabah hasil panen langsung ke kilang padi. Sebagian besar gabah berasal dari Kabupaten Tapanuli Selatan, Kabupaten Mandailing Natal, dan Kota Padangsidimpuan. Bila bahan baku di daerah tersebut tidak mencukupi, maka Kilang Padi Sehat akan mendatangkan pasokan gabah dari Kota Tebing Tinggi.

II. Wawancara kepada Bendahara Kilang Padi Sehat yaitu Ibu Dewi Lukita

1. Apakah faktor ekonomi memengaruhi penjualan?

Perekonomian sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan, dimana perekonomian berdampak terhadap daya beli konsumen terhadap produk yang telah diproduksi. Sehingga terjadi penurunan tingkat penjualan beras oleh Kilang Padi Sehat

2. Bagaimana volume penjualan tahun 2020?

TAHUN 2020	
Bulan	Volume Penjualan (Ton)
Januari	12,3
Februari	9,6
Maret	10,2
April	8,9
Mei	11,5
Juni	10,7
Juli	9,8
Agustus	13,1
September	12,9
Oktober	10,8
November	10,7
Desember	13,9
Jumlah	134,4

3. Bagaimana hubungan perusahaan dengan para petani?

Kerja sama antara Kilang Padi Sehat dengan para petani sangat baik, dimana Kilang Padi Sehat akan memberi pinjaman berupa pupuk untuk meningkatkan jumlah panen. Oleh karena itu, hubungan yang baik antara kilang padi dengan para petani maka pasokan bahan baku tetap stabil.

4. Dari daerah mana saja pelanggan Kilang Padi Sehat?

Kilang Padi Sehat memiliki pelanggan dari berbagai Kabupaten/kota seperti Kota Padangsidempuan, Kabupaten Tapanuli Selatan, Kabupaten Mandailing Natal, Kabupaten Padang Lawas Utara, dan Kabupaten Padang Lawas.

III. Wawancara kepada karyawan Kilang Padi Sehat yaitu bapak Ari

1. Apa yang memengaruhi proses produksi?

Salah satu yang memengaruhi proses produksi yaitu cuaca, dimana jika cuaca mendung maka tidak bisa dilakukan penjemuran gabah.

2. Bagaimana kualitas beras yang dihasilkan?

Kualitas beras yang dihasilkan kilang padi sehat relatif bersih dan sedikit menghasilkan menir, sehingga beras yang dihasilkan memiliki mutu yang baik.

3. Apakah alat yang sudah ada dapat membantu pekerjaan?

Mesin yang sudah ada masih kurang membantu pekerjaan, dimana kilang padi sehat belum memiliki oven untuk pengeringan gabah saat musim hujan.

IV. Wawancara kepada Pelanggan Kilang Padi Sehat yaitu bapak Arif

1. Sudah berapa lama bapak menjadi pelanggan Kilang Padi Sehat?

Saya berlangganan dengan kilang padi ini sejak tahun 2007, saya mengambil barang dari sini untuk di jual kembali di daerah tempat tinggal saya.

2. Bagaimana pelayanan Kilang Padi Sehat kepada para pelanggan?

Pelayanan cukup memuaskan, apalagi ada diskon jika pengambilan barang banyak dan saya sering dapat gratis ongkos kirim.

3. Bagaimana kualitas beras yang dihasilkan?

Kualitas beras yang dihasilkan cukup bersih dan harum jika di masak. Para pelanggan saya juga suka dengan kualitas beras tersebut.

V. Wawancara kepada Pelanggan Kilang Padi Sehat yaitu Bapak Rifai

1. Sudah berapa lama bapak menjadi pelanggan Kilang Padi Sehat?

Sejak tahun 2019 saya mulai berlangganan dengan kilang padi sehat ini, beras yang saya beli untuk kebutuhan rumah tangga saya dan sekaligus untuk berdagang juga.

2. Bagaimana pelayanan Kilang Padi Sehat kepada para pelanggan?

Pelayanan yang diberikan cukup lumayan, tetapi alangkah baiknya pihak kilang padi sehat memberikan ruangan yang nyaman untuk melakukan transaksi jual beli.

3. Bagaimana kualitas beras yang dihasilkan?

Kualitas berasnya menurut saya bersih dibandingkan dengan tempat yang lain dan aromanya cukup harum.