

**ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN
DAYA SAING USAHA KERAJINAN SAPU GLAGAH**

**(Studi Kasus pada Kerajinan *Home Industry* di Desa Sirau
Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah**

Oleh:

FENI INDAH NURLITA

NIM. 1617201057

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Feni Indah Nurlita
NIM : 1617201057
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi : **“Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan daya saing usaha Kerajinan Sapu Glagah (Studi Kasus pada Kerajinan *Home Industry* Di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga)”**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 07 Desember 2020

Saya yang menyatakan,

IAIN PURWOKERTO



Feni Indah Nurlita

NIM. 1617201057

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp: 0281-636624, 628260, Fax: 0281-636663, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN
DAYA SAING USAHA KERAJINAN SAPU GLAGAH
(STUDY KASUS PADA KERAJINAN *HOME INDUSTRY* DI DESA SIRAU
KECAMATAN KARANGMONCOL KABUPATEN PURBALINGGA)**

Yang disusun oleh Saudari **Feni Indah Nurlita NIM. 1617201057** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **14 Desember 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafarani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Mahardika Cipta Raharja, M.Si.
NIDN. 2010028901

Pembimbing/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si.
MDN. 0619018002

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 05 Januari 2021

Mencatat/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19520921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara :

Nama : Feni Indah Nurlita
NIM : 1617201057
Jenjang : S.1
Jurusan/Fakultas : Ekonomi Syari'ah/ Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan daya saing usaha Kerajinan Sapu Glagah (Studi Kasus pada Kerajinan Home Industry Di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E)

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 27 November 2020

Pembimbing,



Sulasih S.E., M.Si
NIDN. 0619018002

MOTTO

“ lakukan apa yang kamu bisa”



**“Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan daya saing usaha
Kerajinan Sapu Glagah (Studi Kasus pada Kerajinan *Home Industyi* Di
Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga)”**

Feni Indah Nurlita

NIM.1617201057

Email: feniindahnurlita26@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Untuk mengetahui suatu kondisi atau keadaan sebuah perusahaan dapat dilakukan dengan sebuah analisis yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan. Diperlukan strategi usaha yang kompetitif baik guna menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif. Fokus strategi yang diterapkan adalah dengan cara meminimalkan kelemahan dan ancaman, serta memaksimalkan kekuatan dan peluang.

Penelitian ini jika dilihat dari kajiannya maka menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. . Sumber data diperoleh dari sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan wawancara kemudian dianalisis dengan analisis SWOT.

Hasil penelitian ini dapat diketahui dengan tabel matriks IFAS dan EFAS dengan nilai dari matriks IFAS nya adalah 3,00 dan nilai dari matriks EFAS nya adalah 3,17. Nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci *strength* 1,44, *weakness* 1,56, *opportunity* 2,08, *threats* 1,09. Usaha kerajinan sapu di Desa Siau Kecamatan Karangmoncol ini berada pada kuadran ketiga yaitu kuadran *strategi Turn Around* dan matriks SWOT nya berada pada sel Strategi WO.

Kata kunci: Analisis SWOT, Strategi, Daya saing

SWOT analysis as a strategy to increase the competitiveness of the Sapu Glagah
handicraft business (Case Study on *Home Industry* Crafts in Sirau Village,
Karangmoncol, Purbalingga)

Feni Indah Nurlita

NIM. 1617201057

Email: feniindahnurlita26@gmail.com.

Syariah Economics department , Economics and Islamic Business Faculty, State
Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

To find out a condition or state of a company can be done by an analysis, such a SWOT analysis. SWOT analysis is the systematic identification of various factors to determine the company's strategy. A competitive business strategy is needed to confront more complex and competitive business competition. The focus of the strategy applied is to minimize weaknesses and threats, and maximize strengths and opportunity..

This research used field research (Field Research) with a descriptive qualitative approach. The data collection techniques used interview, observation, and documentation techniques. Sources of data obtained from primary data sources and secondary data. The technique of collecting data in this research was carried out by interview and analyzed by using a SWOT analysis.

The results of this study can be known from the IFAS and EFAS matrix tables. By the value of the IFAS matrix is 3.00 and the value of the EFAS matrix is 3.17. The total score of each factor is: strength 1.44, weakness 1.56, opportunity 2.08, threat 1.09. The broom handicraft business in Sirau Village, Karangmoncol is in the third quadrant, the Turn Around strategy quadrant and the SWOT matrix is in the WO Strategy cell.

Key terms : SWOT analysis, strategy, competitiveness

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap kalimat syukur Alhamdulillah kepada ALLAH SWT. Penelitian ini bisa terselesaikan dan segenap rasa cinta penulis ini akan mempersembahkan penelitian ini untuk:

1. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
2. Kedua orangtua beliau Bapak Nartim dan Ibu Watini yang begitu penulis sayangi dan dihormati. Senantiasa memberikan doa dan dukungan serta dorongan semangat untuk menggapai cita-cita.
3. Adikku Irfan Nurkholis yang telah memberikan doa dan dukungannya.
4. Teman-teman Ekonomi Syariah B 2016 terimakasih atas kebersamaannya.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	ba''	B	Be
ت	ta''	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titi di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	ḍ{ad	ḍ{	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭha	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Dẓad	Z̤	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	„el
م	Mim	M	„em
ن	Nun	N	„en
و	Waw	W	W
ه	ha”	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

Konsonan rangkap karena syaddah di tulis Rangkap

حَدَّثَا	Ditulis	<i>h{addas/ana></i>
عِدَّة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

Ta’ marbu>thah di akhir kata bila di matikan di tulih h

حِلْمَة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
جِزْيَة	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak di perlukan pada kata-kata arab yang sudah di serap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya kecuali di kehendaki lafal aslinya).

- a. Bila di ikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua terpisah maka di tulis dengan *h*.

كَرَامَةُ الْوَلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya’</i>
------------------------	---------	---------------------------

- b. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan *t*

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>zakāt al-fīṭr</i>
-------------------	---------	----------------------

Vokal Pendek

----َ----	Fathah	Ditulis	A
----ِ----	Kasrah	Ditulis	I
----ُ----	d’ammah	Ditulis	U

Vokal Panjang

1	Fathah + Alif	Ditulis	<i>Ā</i>
	جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2	Fathah + ya'mati	Ditulis	<i>Ā</i>
	تَنْسَى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3	Kasrah + ya'mati	Ditulis	<i>ī</i>
	كَرِيم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4	Dhammah + wāwu mati	Ditulis	<i>ū</i>
	فُرُود	Ditulis	<i>furūd</i>

Vokal Rangkap

1	Fathah + ya'mati	Ditulis	<i>Ai</i>
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
	قَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata di pisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

Kata sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf Qamariyah

الذُرَّان	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah di tulis dengan menggunakan huruf asyamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan *l* (el) nya.

انكاح	Ditulis	<i>An-nika>h</i>
الشمر	Ditulis	<i>asy-syams</i>

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

زوى الفروض	Ditulis	<i>zaw i al-furud</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT sebagai ungkapan terima kasih penulis atas limpahan taufiq, hidayah, serta cahaya keilmuan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan daya saing usaha Kerajinan Sapu Glagah (Studi Kasus pada Kerajinan *Home Industry* Di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga) guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Agung Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan kepada pengikutnya.

Penulis menyadari, penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya petunjuk, arahan, bimbingan, dan bantuan banyak pihak. Untuk itu atas segala hormat dan kerendahan hati saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim S. Ag, M.M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E.,M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Dr. H. A. Lutfi Hamidi, M.Ag., selaku pembimbing akademik.

8. Sulasih S.E., M.SI. selaku dosen pembimbing skripsi, terima kasih karena telah sabar, tulus, dan ikhlas meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada saya.
10. Kedua orangtua beliau Bapak Nartim dan Ibu Watini yang begitu penulis sayangi dan dihormati. Senantiasa memberikan doa dan dukungan serta dorongan semangat untuk menggapai cita-cita
11. Adikku Irfan Nurkholis yang telah memberikan doa dan dukungannya.
12. Keluarga besar Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto.
13. Sahabat Suci Wulandari, Wiwit Rahayu, Wihdatun Nisa, Winarni, Suparmi, Daryanti, Asih Nur Khamidah, Naela Khiyarunni'mah yang telah memberikan semangat dan dukungannya .
14. Misyoto S.E dan Dimas Andriansyah S.Pt yang telah memberikan dukungan dan dorongan serta membantu terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
15. Teman-teman Ekonomi Syariah B 2016 terimakasih atas kebersamaannya.
16. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak kekurangan dan keterbatasan. Akhir kata, semoga Allah SWT, membalas kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini menjadi suatu karya yang bermanfaat.

Purwokerto, 07 Desember 2020

Penulis,



Feni Indah Nurlita
NIM 1617201057

Daftar Isi

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xiii
Daftar Isi.....	xv
Daftar Tabel	xvii
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Lampiran	xix
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	7
C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	8
D. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	8
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI	10
A. Analisis SWOT	10
B. Strategi	21
C. Daya Saing	23
D. <i>Home Industry</i>	27
E. Sapu Glagah	31

F. Kerangka pemikiran	32
G. Kajian Pustaka.....	33
H. Hipotesis.....	37
I. Landasan Teologis	37
BAB III	42
METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis penelitian	42
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	42
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	43
D. Variabel dan Indikator penelitian.....	43
E. Pengumpulan Data	45
F. Teknis analisis data	48
BAB IV	53
PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Home Industry Kerajinan Sapu Glagah Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga.....	53
B. Analisis SWOT pada Home Industry Desa Sirau	54
C. Hasil penelitian.....	57
BAB V	74
PENUTUP.....	74
1. Kesimpulan	74
2. Saran.....	75

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Data Produksi Sapu Glagah setiap bulan

Tabel 2.1 Matriks Analisis SWOT

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 3.1 Skala Likert

Tabel 3.2 Tabel IFAS

Tabel 3.3 Tabel EFAS

Tabel 3.4 Matriks analisis SWOT

Tabel 4.1 Matriks IFAS

Tabel 4.2 Matriks EFAS

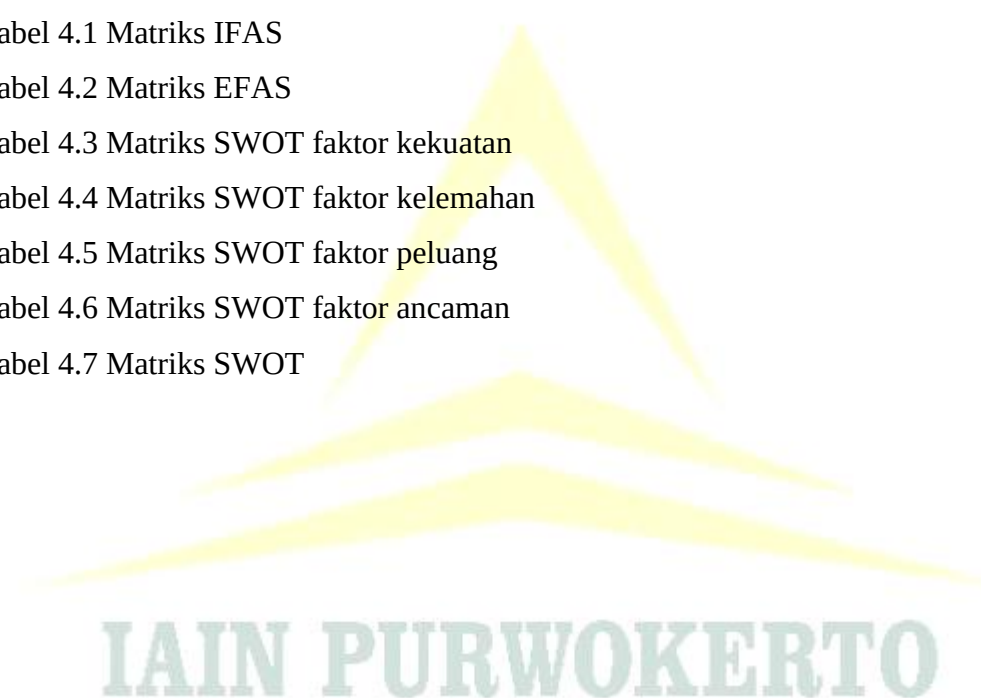
Tabel 4.3 Matriks SWOT faktor kekuatan

Tabel 4.4 Matriks SWOT faktor kelemahan

Tabel 4.5 Matriks SWOT faktor peluang

Tabel 4.6 Matriks SWOT faktor ancaman

Tabel 4.7 Matriks SWOT



IAIN PURWOKERTO

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Diagram Cartesius Analisis SWOT

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 4.1 Diagram Cartesius Analisis SWOT



Daftar Lampiran

Lampiran 1 Surat Keterangan Melakukan Wawancara

Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Narasumber

Lampiran 3 Kuisioner penelitian

Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian

Lampiran 5 Sertifikat BTA PPI

Lampiran 6 Sertifikat KKN

Lampiran 7 Sertifikat Bahasa Arab

Lampiran 8 Sertifikat Bahasa Inggris



BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Istilah *home Industry* atau usaha rumahan merupakan rumah usaha atau tempat yang bisa memproduksi baik barang atau jasa. *Home industry* atau usaha dirumah adalah tempat tinggal yang merangkap tempat usaha, baik berupa usaha jasa, kantor hingga perdagangan (Alkim, 2005) . *Home Industry* termasuk dalam kategori perusahaan yang pemilik usahanya masih milik perorangan dari suatu perusahaan perorangan. *Home Industry* paling banyak dijumpai di desa, dimana untuk modalnya sendiri relatif kecil, dan belum memiliki banyak jaringan dalam bisnisnya. *Home industry* disebut sebagai usaha kecil, karena jenis kegiatan produksinya dilakukan di rumah. Dalam ranah *home industry*, peralatan yang digunakan tidak seperti halnya industri skala besar yang menggunakan peralatan lengkap, tetapi *home industry* ini tidak menggunakan peralatan yang khusus dan canggih, terkadang hanya menggunakan peralatan yang seadanya bahkan menggunakan peralatan buatan sendiri. Namun, jika produksi home industri tersebut terus meningkat dan berjalan lancar serta laba yang dihasilkan melebihi modal awal maka *home industry* ini tergolong industri yang besar.

Dalam strategi menghadapi pesaing dapat dilakukan dengan menggunakan strategi yang kompetitif. Posisi strategi kompetitif meliputi strategi pemimpin pasar (*market leader*), strategi penantang pasar, (*marker chalangger*), strategi pengikut pasar (*market follower*), strategi relung pasar (*market nicher*) (Kasmir, 2007). Untuk itu usaha ini harus menjalankan seluruh oprasinya secara efektif dan efesien maka diperlukan adanya suatu strategi agar dapat bersaing, tidak terkecuali dibidang pemasaran.

Tujuan nya adalah agar suatu usaha dapat meningkatkan penjualan dan pengembangan usaha tercapai secara optimal. Hal yang harus kita ketahui dari pesaing yaitu dengan cara membandingkan produk pesaing baik mutu, kemasan lebel atau lainnya, harga yang ditawarkan pesaing kepada pelanggan, masalah distribusi produk atau saluran produksi, dan masalah promosi yang dilakukan pesaing.

Langkah-langkah untuk mengetahui suatu kondisi atau keadaan sebuah perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai analisis, salah satunya yaitu sebuah analisis SWOT. Peneliti memilih menggunakan analisis SWOT karena analisis SWOT ini mudah dipahami dan merupakan alat sederhana yang mampu mengukur kemampuan sumber daya organisasi dan kekurangan, peluang pasar, dan ancaman eksternal dimasa mendatang. Sebagai sebuah alat yang digunakan untuk perencanaan dan manajemen strategis dalam sebuah perusahaan, SWOT berguna untuk membangun strategi organisasi yang efektif, SWOT sangat penting dalam proses menganalisis perusahaan dengan lingkungan internal dan eksternal. SWOT membuka peluang dan memberikan kesempatan bagi organisasi dengan memahami kelemahan, ancaman bisa teratasi dan diminimalisir.

Analisis SWOT ini nantinya akan menghasilkan adanya beberapa alternatif strategi untuk pengambilan keputusan yang nantinya kita harus memilih alternatif strategi mana yang baik dijalankan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Sedangkan menurut Jogiyanto SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi (Mashuri & Nurjanah, 2020).

Analisis lingkungan internal perusahaan mempunyai arti penting terutama untuk mengetahui kesesuaian antara strategi perusahaan dengan sumber daya internal maupun dengan dinamika eksternal pasar, juga kapasitas bersaingnya. Analisis internal adalah kajian terhadap kekuatan dan kelemahan organisasi. Analisis ini mengidentifikasi kualitas dan kuantitas sumber yang tersedia bagi organisasi (Akdon, 2009). Dalam menjalankan usahanya pengusaha harus mengetahui berbagai kelemahan dan kelebihan pesaing agar bisa dengan mudah untuk melakukan berbagai serangan terhadap kelemahan pesaing dan berusaha untuk bertahan jika suatu waktu terjadi penyerangan balik dari pesaingnya. Analisis faktor internal dapat diidentifikasi dari kekuatan dan kelemahan dari perusahaan yang meliputi: manajemen, pemasaran, keuangan, produksi dan operasi, serta penelitian dan pengembangan (David, 2011). Industri sapu yang berada di desa Sirau ini memiliki analisis internal untuk mengetahui kekuatan diantaranya, banyaknya jumlah pekerja, bahan baku dapat diperoleh dengan mudah. Adapun kelemahan yang dimiliki seperti strategi promosi yang kurang, kurangnya manajemen.

Analisis faktor eksternal adalah aktivitas memonitor dan mengevaluasi lingkungan eksternal perusahaan kepada orang-orang penting yang ada di dalam perusahaan meliputi faktor peluang dan ancaman (Amir, 2011). Dengan memahami lingkungan eksternal, maka perusahaan dapat memperkuat sumberdaya internal agar terjadi *strategic fit* yang memberikan peluang bagi perusahaan untuk terus tumbuh dan berkembang. Lingkungan eksternal meliputi: lingkungan makro dan lingkungan industri. Lingkungan makro meliputi faktor ekonomi, faktor sosial budaya, demografi dan lingkungan serta faktor politik seperti pemerintah dan hukum, serta teknologi. Lingkungan industri meliputi kemungkinan masuknya pesaing baru, persaingan antara perusahaan sejenis, potensi pengembangan produk

substitusi baru, kekuatan tawar menawar pembeli/konsumen, kekuatan tawar menawar penjual/pemasok (Amir, 2011). Sedangkan analisis eksternal industri sapu mempunyai peluang antara lain, variasi produk yang semakin banyak dan menarik, perkembangan IT yang cepat,. Dan ancaman yang dihadapi diantaranya yaitu banyaknya pesaing lain yang sama bergerak dibidang kerajinan sapu, kurangnya kepuasan dari konsumen dengan hasil dari kerajinan sapu.

Dalam dunia bisnis jika suatu perusahaan tidak memiliki daya saing maka akan ditinggalkan oleh pasar karena sama halnya perusahaan tersebut tidak memiliki keunggulan atas produk yang mereka ciptakan. Salah satu cara meningkatkan daya saing adalah peningkatan kualitas secara terus menerus dan terencana dengan baik sehingga proses peningkatan mutu dapat berjalan secara berkesinambungan dan mencapai hasil seperti menjadi daya tarik (Syarafuddin, 2012). Seorang pengusaha harus menerapkan strategi bersaing yang tepat agar perusahaan bisa terus berkembang dan dapat mencapai target omset usahanya. Strategi yang tepat adalah strategi dimana pengusaha bisa membaca peluang yang ada, dengan membuat sesuatu yang berbeda dengan yang lain, dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau, dengan harapan konsumen dapat tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan sehingga omset penjualan pun akan meningkat.

Penelitian ini dilakukan di Desa Sirau yang berada di wilayah Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan di Desa Sirau yang mayoritas penduduknya ialah didominasi sektor pertanian sumber bekerja sebagai petani. Desa Sirau merupakan salah satu desa di kecamatan Karangmoncol yang memiliki usaha kecil dan merupakan salah satu desa yang memiliki sentra usaha kerajinan yaitu sapu yang terbuat dari tanaman glagah. Usaha Sapu yang ada di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol dilatar belakangi oleh adanya dorongan

ekonomi karena sebagian besar masyarakat yang berprofesi sebagai petani tidak bisa mencukupi kebutuhan hidup, akibat dari semakin bertambah jumlah penduduk. Sehingga berusaha menciptakan usaha pabrik sapu sendiri dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat.

Kerajinan sapu ini merupakan salah satu pendorong ekonomi masyarakat sehingga diperlukan identifikasi terkait keadaan usaha untuk membantu dalam kegiatan pengembangan usaha. Menurut hasil wawancara dengan Pihak Desa menjelaskan bahwa Desa Sirau hampir 60% masyarakatnya menopang hidupnya dari kerajinan sapu glagah. Dari 1426 jumlah kepala keluarga di desa Sirau hampir 855 kepala keluarga yang mampu menghasilkan kerajinan sapu. Kerajinan sapu glagah ini dilihat dari skala usahanya mampu menghasilkan sapu yang sudah cukup banyak (Dirun, 2020).

Peneliti memilih 5 pengrajin sapu karena memiliki permasalahan yang sudah cukup kompleks, dilihat dari lama berdirinya usaha tersebut yang sudah memiliki banyak sisi positif dan negatif juga dikarenakan apa yang ada di kelima pengrajin sapu tersebut mereka mampu mewakili beberapa aspek yang akan peneliti teliti, dan dari keseluruhan pengrajin itu memang memiliki beberapa faktor permasalahan yang sama. Disisi lain kelima pengrajin sapu tersebut sudah mampu memproduksi sapu yang cukup banyak dan tahun berdiri usahanya sudah cukup lama sehingga kelima pengrajin tersebut dianggap bisa mewakili dari pengrajin lainnya. Adapun nama pengusaha sapu yang terdapat di Desa Sirau yaitu:

Tabel 1.1
Data Produksi Sapu Glagah setiap bulan

NO	Nama Pengrajin	Kapasitas Produksi
a.	Afifulloh	3500-7000 sapu
b.	Suhridi	8550-9750 sapu

c.	Ruwadi	7500-8350 sapu
d.	Riyanto	3250-7.200 sapu
e.	Tarman	8000-9250 sapu

Menurut data yang penulis teliti dari laporan produksi sapu di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol hasil produksi sapu memiliki selisih yang cukup banyak sehingga dengan adanya selisih hasil produksi nantinya akan memunculkan sebuah persaingan usaha sehingga home industri tersebut harus melakukan strategi yang tepat agar dapat bersaing dengan pengrajin home industri lain yang sejenis, dikarenakan pesaing tersebut beralokasi masih dalam satu wilayah.

Dengan adanya hal tersebut, maka hal yang utama disini yang dilakukan pengusaha sapu dalam mempertahankan kelangsungan hidup bisnis usahanya adalah menghadapi adanya suatu persaingan khususnya di daerah Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol. Persaingan yang semakin ketat dan tajam khususnya pada usaha sapu mengakibatkan usaha ini membutuhkan antisipasi yang tepat dan akurat sehingga usaha ini dapat memasarkan produknya ke para konsumennya. Untuk itu usaha ini harus menjalankan seluruh oprasinya secara efektif dan efisien maka diperlukan adanya suatu strategi bersaing, tidak terkecuali di bidang pemasaran. Tujuan nya adalah agar suatu usaha dapat meningkatkan penjualan dan pengembangan usaha tercapai secara optimal.

Untuk menghadapi sebuah persaingan maka perlu mengetahui faktor-faktor kelemahan dan kelebihan pesaing untuk memanfaatkan sebuah peluang dan tantangan pesaing. Atas kondisi tersebut disini pengelola usaha dituntut harus mampu memanfaatkan kondisi lingkungan tersebut dalam perkembangan usahanya. Salah satu bentuk untuk mempermudah dalam

memanfaatkan kondisi lingkungan tersebut adalah dengan melakukan atau menggunakan penerapan suatu analisis lingkungan atau disebut juga dengan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu metode untuk mengevaluasi suatu bisnis usaha untuk mencari strategi usaha apa yang tepat akan dilakukan untuk kedepannya untuk memenangkan persaingan. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan (Rangkuti, Freddy, 2018).

Pengunaan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats* (SWOT) efektif dapat memegang peranan penting untuk menentukan strategi kompetitif, agar dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam menjaga kelangsungan hidup dan kontinuitasnya. Industri sapu ini harus dapat menerapkan suatu strategi yang tepat agar persaingan sehingga industri sapu ini dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan. Industri sapu harus dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki agar mengetahui, memahami, serta menerapkan suatu strategi yang baik. Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats* (SWOT) dilakukan secara internal untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan sedangkan analisis eksternal untuk mengetahui peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam usaha kerajinan sapu .

Berdasarkan latarbelakang yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti mengambil judul “ Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Kerajinan Sapu Glagah (Studi Kasus pada Kerajinan *Home Industyi* di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga) ”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana penerapan Analisis SWOT

sebagai Strategi dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kerajinan Sapu Glagah di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan dengan menggunakan Analisis SWOT dalam Strategi Meningkatkan Daa Saing Usaha Kerajinan Sapu Glagah di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga.

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

- a. Bagi Penulis

Penulis dapat menambah pengetahuan serta dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku perkuliahan.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat digunakan sebagai masukan dan pertimbangan bagi perusahaan mengenai analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing kerajinan sapu glagah.

D. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk memperoleh gambaran yang jelas serta mempermudah dalam pembahasan serta menyeluruh, maka disajikan sistematika pembahasan dengan beberapa pembagian. Pembagiannya adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini memuat uraian tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini memuat uraian tentang kerangka yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian. Bab ini menguraikan beberapa teori yang dapat digunakan sebagai landasan penelitian, kajian pustaka dan kerangka berfikir.

Bab III Metode Penelitian

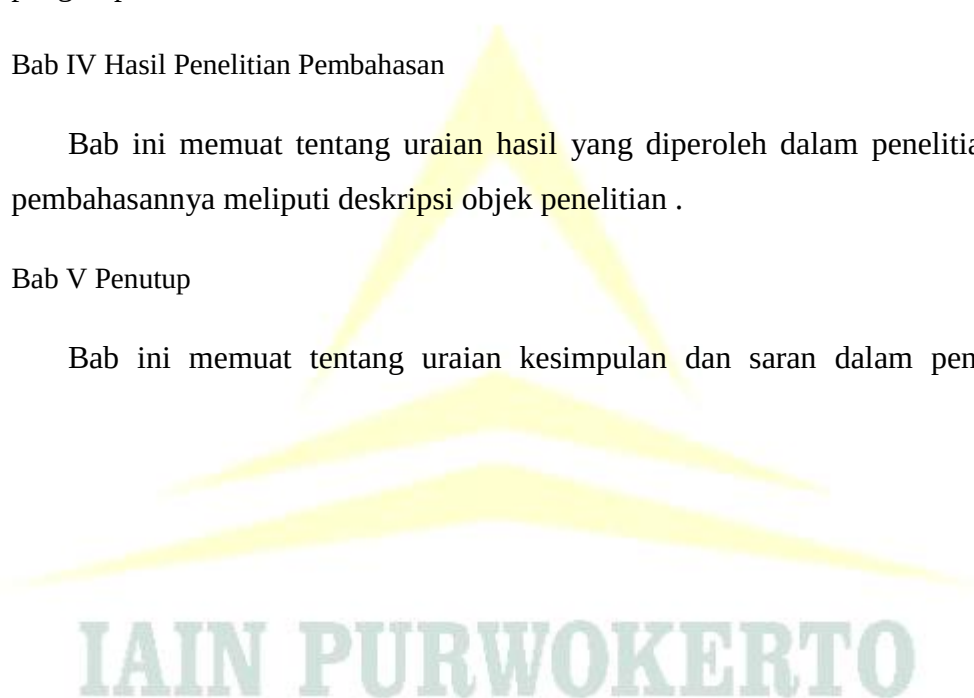
Bab ini memuat deskripsi tentang jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknis analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian Pembahasan

Bab ini memuat tentang uraian hasil yang diperoleh dalam penelitian dan pembahasannya meliputi deskripsi objek penelitian .

Bab V Penutup

Bab ini memuat tentang uraian kesimpulan dan saran dalam penelitian



IAIN PURWOKERTO

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (ancaman). Analisis SWOT merupakan identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan sebuah strategi yang di terapkan di sebuah perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan sebuah kekuatan (*Strength*), dan peluang(*opportunities*) dan dapat meminimalkan sebuah kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Analisis ini yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan (Fahmi, 2013).

Menurut Rangkuti analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal sebuah perusahaan . Sedangkan menurut Jogiyanto (2005) SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi (Mashuri & Dwi, 2020).

Analisis SWOT adalah analisis informasi yang diperoleh, dicari atau diterima dari beberapa sumber hasil dari pertanyaan apa yang sedang

terjadi, kenapa terjadi, dimana terjadi dan kapan terjadi, yang semuanya berasal dari internal perusahaan dan eksternal berkaitan dengan usaha perusahaan. analisis SWOT dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi berorientasi profit dan non profit dengan tujuan untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif (Sabariah, 2016). Instrumen dalam analisis SWOT meliputi:

a. Kekuatan (*strength*)

Kekuatan (*strength*) adalah sumberdaya keterampilan atau keunggulan keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dengan pemasok, dan faktor-faktor lain. Faktor-faktor kekuatan yang dimaksud dengan faktor-faktor yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran.

b. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, citra merek dapat merupakan sumber kelemahan. Faktor-faktor kelemahan, jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu perusahaan, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

c. Peluang (*opportunity*)

Peluang (*opportunity*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Faktor peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

d. Ancaman (*threath*)

Ancaman (*threath*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang, dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis, jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun masa depan (Rangkuti, 2016).

2. Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT

Tujuan dari analisis SWOT adalah membantu mengembangkan kesadaran penuh dari semua faktor yang dapat mempengaruhi perencanaan strategi dan pengambilan keputusan, tujuan yang dapat diterapkan hampir semua aspek industry. Tujuan dan manfaat lainnya dari analisis SWOT adalah :

- a. untuk memadukan empat faktor atau komposisi secara tepat tentang bagaimana mempersiapkan kekuatan (*strength*), mengatasi kelemahan (*weaknes*), menemukan peluang (*opportunity*) dan strategi menghadapi berbagai ancaman (*threath*).
- b. Untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan. Ketika teknik ini dapat dijalankan secara tepat dengan menggabungkan ke empat elemen tersebut maka kesempurnaan dalam meraih visi dan misi program yang direncanakan tentunya akan bertujuan lebih baik dengan hasil yang optimal.

- c. Berperan sebagai alat untuk meminimalisasikan kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.
- d. Memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan, selanjutnya melalui informasi yang ada tersebut akan menjadi pedoman bagi pemilik perusahaan maupun perancang kebijakan untuk melakukan berbagai kebijakan baru sebagai solusi atas hasil analisa yang ada.

3. Faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT

Dalam faktor yang mempengaruhi analisis SWOT ada dua, yakni faktor dari dalam lingkungan perusahaan (internal) dan dari luar lingkungan perusahaan (eksternal).

a. Faktor internal

adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan dimana terdapat dua komponen yaitu kekuatan dan kelemahan. Kedua komponen tersebut berdampak pada lebih baiknya suatu penelitian jika kekuatan lebih besar dari pada kelemahan. Sehingga, jika kekuatan internal perusahaan ini menjadi lebih maksimum maka akan memberikan hasil penelitian yang jauh lebih baik. Berikut ini faktor internal yang mempengaruhi analisis SWOT, diantaranya yaitu:

1. Manajemen

Menurut Dian Wijayanto mengemukakan bahwa:

Manajemen merupakan ilmu dan seni. Manajemen sebagai ilmu yang disusun melalui proses pengkajian yang panjang oleh para ilmuwan bidang manajemen dengan pendekatan ilmiah. Dalam aplikasinya manajemen merupakan seni, yaitu mengelola sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ingin diraih (Wijayanto, 2012).

Manajemen adalah proses perencanaan, pengoorganisasian, pengarahan, dan pengontrolan sumber-sumber yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk mendapatkan tujuan secara efektif dan efisien. Pengelolaan

sumberdaya manusia, dan keuangan. Manajemen ini memiliki 5 fungsi yaitu: fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi pengarahan, fungsi pengendalian, dan fungsi pengkoordinasian.

2. Pemasaran

Merupakan proses menetapkan, mengantisipasi, menciptakan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan akan produk atau jasa.

3. Keuangan

Kondisi keuangan perusahaan dapat menjadi daya tarik bagi investor. Penetapan kekuatan dan kelemahan finansial sebuah perusahaan sangat penting untuk memformulasikan strategi secara efektif.

4. Produksi dan operasi

Merupakan seluruh aktivitas yang merubah input menjadi output dalam sebuah produksi. Manajemen produksi dan operasi erat kaitannya dengan *input*, proses dan *output*.

5. Penelitian dan pengembangan

Penelitian dan pengembangan biasanya diarahkan pada produk-produk baru sebelum pesaing melakukannya, hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan pemasaran serta mendapatkan keunggulan dari biaya melalui efisiensi

b. Faktor Eksternal

Merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan. Faktor eksternal terbagi dua bagian yaitu ancaman dan peluang. Adanya kedua komponen tersebut maka akan memberikan data yang perlu dimasukkan dalam jurnal penelitian sehingga akan menghasilkan strategi untuk menghadapinya. Faktor eksternal yang mempengaruhi analisis SWOT, diantaranya yaitu:

1. Lingkungan makro

a. Faktor ekonomi

Sifat dan arah sistem ekonomi akan mempengaruhi kinerja organisasi yang berada di wilayah tersebut. Perekonomian berkaitan dengan bagaimana orang atau bangsa memproduksi barang atau jasa. . Dan perlu memperhatikan sejauh mana perekonomian dapat mempengaruhi organisasi dari segi upah, tenaga kerja, inflasi, perpajakan, pengangguran dan harga barang dikelola (Amir, 2011).

b. Faktor sosial, budaya, demografi dan lingkungan

Organisasi adalah bagian dari sistem sosial masyarakat, karena itu tidak bisa terlepas dari pengaruh aspek sosial. Misalnya aspek demografis seperti pertumbuhan populasi, distribusi usia populasi, tingkat kelahiran, dan sebagainya. Begitu pula dengan gaya hidup dan harapan karier. Budaya sekitar perusahaan, juga akan berdampak pada sumber daya manusia suatu perusahaan. Perusahaan mendapatkan pengaruh budaya-budaya yang dianut oleh konsumennya oleh pemasok dan oleh pemerintah yang berurusan denganya. Perusahaan juga mendapatkan pengaruh dari budaya yang dianut karyawan dan calon karyawannya.

c. Faktor politik seperti pemerintah dan hukum,

Aktivitas politik memiliki dampak besar atas dua fungsi pemerintah yang mempengaruhi lingkungan umum, yakni:

1. Fungsi pemasok: keputusan pemerintah tetnag akseibilitas usaha swasta ke sumberdaya alam dan candangan nasional hasil pertanian milik pemerintah akan sangat mempengaruhi kelayakan strategi organisasi tertentu.
2. Fungsi pelanggan: kebutuhan pemerintah akan produk dan jasa dapat menciptakan, mempertahankan, memperkuat, atau meniadakan banyak peluang pasar.

3. Kebijakan pemerintah melalui peraturannya yang mengatur tentang koperasi merupakan salah satu variabel yang sangat berpengaruh terhadap kegiatan koperasi (Amir, 2011).

d. Teknologi

Faktor teknologi pada saat ini berkembang demikian pesatnya diikuti dengan semakin majunya ilmu pengetahuan. Berbagai perangkat keras maupun lunak yang mendukung kegiatan usaha kini semakin beraneka ragam. Adaptasi teknologi yang tepat guna dapat membuka kemungkinan terciptanya produk baru maupun penyempurnaan terhadap proses produksi dan produk yang sudah ada.

2. Lingkungan industri

a. Kemungkinan masuknya pesaing baru

Masuknya pendatang baru pada suatu industri, lebih-lebih perusahaan tersebut melakukan diversifikasi melalui akuisisi (beli-alih) merupakan ancaman yang serius bagi perusahaan dan menimbulkan kegoncangan karena mempengaruhi harga dan pendatang baru mampu memanfaatkan sumber daya potensial (Abdurrahman, 2015).

b. Persaingan antara perusahaan sejenis

Persaingan antar industri terjadi karena adanya tekanan atau peluang untuk memperbaiki posisi. Apabila ada gerakan (aksi) dari suatu perusahaan, pesaing-pesaing lainnya akan melakukan reaksi untuk menandinginya. Dengan demikian, perusahaan sangat tergantung satu sama lain. apabila gerakan aksi itu berjalan dengan tepat dan meningkat, akan membawa akibat lebih buruk lagi, terutama bagi perusahaan yang tidak mampu menghadapinya (Abdurrahman, 2015).

c. Potensi pengembangan produk substitusi baru

Untuk menciptakan produk pengganti, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi yaitu:

1. Mempunyai kecenderungan untuk memiliki harga atau prestasi yang lebih berkembang produk industri
2. Dihasilkan oleh industri yang berlaba tinggi (Abdurrahman, 2015).

d. Kekuatan tawar menawar pembeli/konsumen

Pembeli mempunyai kekuatan tawar-menawar jika berada dalam keadaan berikut:

1. Adanya pembelian dalam jumlah yang relative besar terhadap produksi penjual, disebut kelompok pembeli terpusat.
2. Produk yang dibeli dan industri merupakan bagian dan biaya, artinya, apabila produk yang dijual industri hanya merupakan bagian kecil dari biaya pembeli, pembeli biasanya sangat tidak peka harga.
3. Produk yang dibeli dan industri tidak terdiferensiasi sehingga pembeli selalu memilih alternatif lain.
4. Pembeli menjadi kuat apabila menghadapi biaya pengalihan, artinya, melakukan ikatan tertentu dengan pembeli.
5. Produk industri tidak penting bagi jasa pembeli, artinya produk industri menjadi tidak peka harga bagi pembeli karena mutu produk tidak menjadi perhatian pembeli.
6. Pembeli mempunyai informasi lengkap tentang permintaan harga pasar dan biaya pemasok (Abdurrahman, 2015).

e. Kekuatan tawar menawar penjual/pemasok.

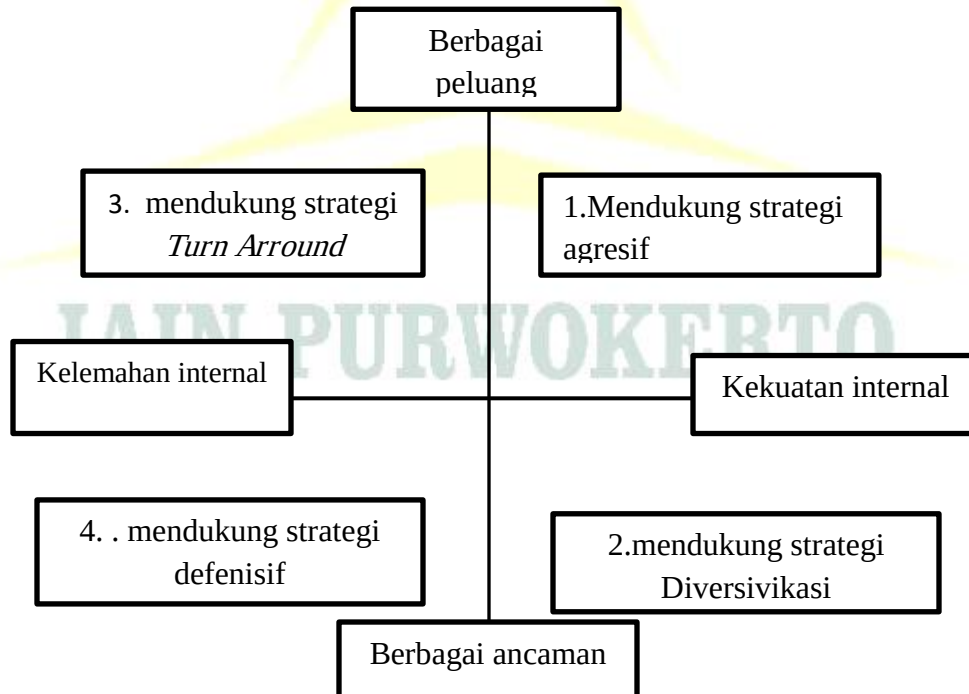
Perusahaan harus hati-hati menghadapi ancaman pemasok, sering menaikkan harga atau menurunkan mutu produk yang diperlukan industri, terutama pada saat terjadinya kelangkaan produk, pemasok akan kuat apabila:

1. Pemasok dikuasai hanya oleh beberapa perusahaan tertentu (biasanya perusahaan besar atau konglomerat)
2. Pemasok tidak menghadapi produk pengganti, sehingga tidak ada pilihan industri
3. Produk pemasok merupakan bahan penting bagi bisnis pembeli
4. Pemasok merupakan bahan penting bagi bisnis pembeli (Abdurrahman, 2015).

4. Diagram SWOT

Dapat dibuat dengan cara menelaah melalui titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X di dapat dari selisih antara total *Strength* dan total *Weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara total antara *Opportunities* dan total *Threat*.

Gambar 2.1
Diagram Cartesius Analisis SWOT



Sumber : Buku karya Fredd Rangkuti tekhnik membedah kasus bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, *Rating*, dan OCAI

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran 1

Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal.

b. Kuadran 2

Kuadran ini menandakan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

c. Kuadran 3

Kuadran ini jelas memperlihatkan bahwa kondisi perusahaan sangat lemah namun memiliki peluang yang besar untuk bisa berkembang. Untuk perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya, karena dikhawatirkan perusahaan akan sulit menangkap peluang yang ada, serta perusahaan harus memperbaiki kinerja dari pihak internal.

d. Kuadran 4

Kuadran ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena jelas terlihat bahwa dari pihak internal maupun eksternal sangat lemah. Untuk itu diharapkan perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, dengan memperbaiki kinerja internalnya agar tidak semakin terpuruk. (Rangkuti, 2018).

5. Matrik Analisis SWOT

Matriks internal eksternal ini dikembangkan dari model General Elektrik. Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat korporat yang lebih detail. Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Matriks kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman).

Tabel 2.1
Matriks Analisis SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	Strategi SO Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang

Treats (T)	Strategi ST Strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Strategi yang meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman
------------	---	---

B. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta rumusan pada pendayagunaan dan semua alokasi sumberdaya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Stephani K. Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Umar, 2013).

Menurut Sulasih dalam jurnal yang ditulids di E-Bis menerangkan bahwa kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *stretogos* yang memiliki komandan militer (Sulasih, 2019). Menurut Hamel dan Prahalad strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang ”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan (Rangkuti, 2018).

Menurut Charles strategi merupakan keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan

tujuan agar bisnis atau perusahaan yang dijalankan berhasil dalam melakukan persaingan, dan melakukan imbal hasil atau pembagian deviden kepada pemegang saham (Atmoko, 2018). Menurut Chandler dalam buku Freddy Rangkuti (2005) mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Putriani, 2017).

Konsep sebuah strategi menurut Freddy Rangkuti terdapat dua konsep yaitu:

- a. *Distinctive Competence*, tindakan yang dilakukan oleh perusahaan 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*” menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi. Identifikasi *Distinctive Competence* ini meliputi kemampuan sumber daya dan keahlian tenaga kerja.
- b. *Competitive Advantage*, kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk merebut peluang pasar. Strategi yang digunakan untuk memperoleh keunggulan dalam bersaing adalah *cost leadership*, *differensial* dan *focus*.

2. Macam-macam strategi

Menurut Rangkuti, strategi dapat dikelompokkan menjadi tiga tipe strategi yaitu:

a. Strategi manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi pengembangan

strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, penerapan harga, akuisisi, pengembangan pasar, dan sekitarnya.

b. Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru dan sebagainya.

c. Strategi Bisnis

Strategi ini sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, produksi atau operasional, distribusi, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

C. Daya Saing

1. Pengertian Daya Saing

Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sector atau negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar. Daya saing dapat diartikan sebagai indikator tercapai atau tidaknya sebuah perusahaan. Menurut Wahyudi (1996, 3), ada beberapa keunggulan yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu: harga, pangsa pasar, merek, kualitas produk, kepuasan konsumen dan saluran distribusi (Mashuri & Dwi, 2020).

Daya saing adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Daya saing suatu negara secara global menurut *World Economic Forum* (WEF) didefinisikan sebagai kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan. Indikator daya saing secara global diukur dari kondisi ekonomi makro, birokrasi, serta teknologi suatu negara (Porter, 2001).

Daya saing menurut Porter adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja (Purnomo & Hadi, 2018). Daya saing merupakan konsep yang merujuk pada kemampuan suatu perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya untuk menciptakan nilai. Daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain itu, penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan bahkan lebih dan dapat menghasilkan nilai.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Saing

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah:

a. Lokasi

Memperhatikan lokasi usaha sangat penting untuk kemudahan pembeli dan menjadi faktor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi usaha yang strategis akan menarik perhatian pembeli. Walau tidak menutup kemungkinan konsumen dari jarak jauh juga akan membeli, tapi persentasenya kecil.

b. Harga

adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Faktor harga juga berpengaruh pada seseorang pembeli untuk membeli keputusan. Harga juga berhubungan dengan diskon, pemberian kupon berhadiah, dan kebijakan penjualan.

c. Pelayanan

Pelayanan ini meliputi pelayanan melalui produk yang bermutu. Pelayanan melalui kemampuan fisik lebih mengacu kepada kenyamanan peralatan (*trolley* atau keranjang belanja). Tempat parkir yang nyaman, penerangan ruangan yang baik, juga keramahan dari karyawan.

d. Mutu atau Kualitas

Keyakinan untuk memenangkan persaingan pasar akan ditentukan oleh kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Kualitas produk ditunjukkan oleh kesesuaian spesifikasi desainnya. Jadi suatu perusahaan memiliki daya saing apabila perusahaan itu menghasilkan produk yang berkualitas dalam arti sesuai dengan kebutuhan pasarnya.

e. Promosi

Promosi ini dilakukan dengan cara memperkenalkan produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik seorang konsumen. Promosi merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yang mencakup 4 P yaitu: *price*/ harga, *product*/produk yang ditawarkan, *Promotion*/ promosi dan *place*/ tempat. Semakin sering melakukan promosi, semakin banyak pengunjung dalam memenuhi kebutuhannya. Promosi bisa dilakukan melalui berbagai iklan, baik dimediacetak, elektronik maupun media lainnya.

3. Cara Menentukan Daya Saing

Dalam analisis tentang strategi bersaing suatu perusahaan, yaitu: keunggulan biaya (*cost leadership*), pembedaan produk (*differentiation*), dan *focus* (David, 2011).

a. Strategi biaya rendah (*cost leadership*)

Menekankan pada upaya memproduksi produk standar (sama dalam segala aspek) dengan biaya per unit yang sangat rendah. Dari sisi perilaku pelanggan, strategi jenis ini amat sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang termasuk dalam kategori perilaku *low-involvement*, ketika konsumen tidak (terlalu) peduli terhadap perbedaan merek, (relatif) tidak membutuhkan pembedaan produk, atau jika terdapat sejumlah besar konsumen memiliki kekuatan tawaran-menawar yang signifikan.

Dari sisi komoditi, strategi ini tidak hanya membuat perusahaan mampu bertahan terhadap persaingan harga yang terjadi tetapi juga dapat menjadi pemimpin pasar (*market leader*) dalam menentukan harga dan memastikan tingkat keuntungan pasar tinggi dan stabil melalui cara-cara yang agresif dalam efisiensi dan keefektifan biaya.

Untuk dapat menjalankan strategi biaya rendah, sebuah perusahaan harus mampu memenuhi persyaratan di dua bidang, yaitu: sumber daya dan organisasi. Strategi ini hanya mungkin dijalankan jika dimiliki beberapa keunggulan di bidang sumber daya perusahaan, yaitu: pemasaran produk, kreativitas dan bakat SDM, pengawasan yang ketat, riset pasar, distribusi yang kuat, ketrampilan kerja, serta biaya distribusi dan promosi rendah. Sedangkan dari bidang organisasi, perusahaan harus kuat dan mampu untuk melakukan koordinasi antar fungsi manajemen yang terkait, merekrut tenaga yang berkemampuan tinggi, insentif berdasarkan target (alokasi intensif berbasis hasil).

b. Strategi Pembedaan Produk (*Differentiation*),

Mendorong perusahaan untuk sanggup menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya. Keunikan produk (barang atau jasa) yang dikedipkan ini memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya. Cara pembedaan produk bervariasi dari pasar ke pasar, tetapi berkaitan dengan sifat dan atribut fisik suatu produk atau pengalaman kepuasan (secara nyata maupun psikologis) yang didapat oleh konsumen dari produk tersebut.

c. Strategi Fokus (*Focus*)

Strategi fokus digunakan untuk membangun keunggulan bersaing dalam suatu segmen pasar yang lebih sempit. Strategi jenis ini ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif kecil dan dalam pengambilan keputusannya untuk membeli relatif tidak dipengaruhi oleh harga. Dalam pelaksanaannya terutama pada perusahaan skala menengah dan

besar, strategi focus diintegrasikan dengan salah satu dari dua strategi generik lainnya: strategi biaya rendah atau strategi pembedaan karakteristik produk (David, 2011).

D. *Home Industry*

1. Pengertian *Home Industri*

Home berarti rumah atau tempat tinggal. Sedangkan Industri adalah suatu sekelompok usaha yang menghasilkan produk yang serupa atau sejenis. Sedangkan yang dimaksud produk adalah suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Home Industri Merupakan suatu usaha mencari manfaat atau faedah bentuk fisik dari suatu barang sehingga dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan dan dikerjakan di rumah (Syahdan & Husnan, 2019).

Menurut undang-undang No.5 tahun 1984 tentang perindustrian dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan industry adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi menjadi barang yang nilainya lebih tinggi untuk penggunaan. Sementara didalam kamus istilah ekonomi disebutkan bahwa industry adalah usaha produktif, terutama dalam bidang produksi atau perusahaan tertentu yang menyelenggarakan jasa-jasa seperti transportasi yang menggunakan modal serta tenaga kerja dalam jumlah relatif besar (Rachaety & Tresnawati, 2005)

Home industri dapat diartikan sebagai sebuah usaha rumahan yang memproduksi bahan mentah menjadi bahan jadi yang di kelola atau produksinya di rumahnya sendiri cenderung untuk peraklatan yang digunakan menggunakan peralatan yang masih sederhana.

2. Fungsi *Home Industri*

Dalam ruang lingkupnya usaha kecil atau yang biasa di sebut dengan home industri mempunyai dua fungsi yaitu fungsi mikro dan fungsi makro, yaitu:

- a. Fungsi mikro, secara umum usaha kecil adalah sebagai penemu (*inovator*) dan sebagai perencana (*planner*). Sebagai *inovator* usaha kecil berperan dalam menemukan dan menciptakan produk baru, teknologi baru, imajinasi dan ide baru, dan organisasi baru. Sedangkan sebagai *planner* usaha kecil berperandalam merancang *corporate plan*, *corporate strategy*, *corporate image and idea*, dan *corporate organisation*.
- b. Fungsi makro, usaha kecil berfungsi sebagai penggerak, pengendali dan pemancu perekonomian nasional suatu bangsa, sekaligus merupakan kekuatan ekonomi negara sehingga negara tersebut mampu menjadi kekuatan ekonomi dunia handal yang didukung oleh perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan inovasi.

Adapun fungsi home industri atau usaha kecil di antaranya:

- a. Usaha kecil dapat memperkokoh perekonomian nasional melalui berbagai keterkaitan usaha, seperti fungsi pemasok, produksi, penyalur, dan pemasaran bagi hasil produk-produk industri besar. Usaha kecil berfungsi sebagai transformator antar sektor yang mempunyai kaitan ke depan maupun kebelakang.
 - b. Usaha kecil dapat meningkatkan efisiensi ekonomi, khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada. Usaha kecil sangat fleksibel karena dapat menyerap tenaga kerja dan sumber daya lokal serta meningkatkan sumber daya manusia agar dapat menjadi wirausaha yang tangguh.
 - c. Usaha kecil dipandang sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan berusaha dan pendapatan, karena jumlahnya tersebar di perkotaan maupun pedesaan
3. Jenis-jenis home Industri

Industri sebelum memulai usaha, terlebih dahulu perlu pemilihan bidang yang ingin ditekuni. Pemilihan bidang usaha ini penting dan harus disesuaikan

dengan minat dan bakat seseorang karena minat dan bakat merupakan faktor penentu dalam menjalankan usaha (Kasmir, 2009).

- a. Berdasarkan SK Menteri Perindustrian No.19/M/I/1986 bahwa :
 1. Industri kimia dasar contohnya seperti industri semen, obat obatan, kertas, pupuk, dan sebagainya.
 2. Industri mesin dan logam dasar, misalnya seperti industri pesawat terbang, kendaraan bermotor, tekstil, dan lain-lain
 3. Industri kecil contoh seperti industri roti, kompor minyak, makanan ringan, es, minyak goreng curah, dan lain-lain.
- b. Berdasarkan jumlah tenaga kerja :
 1. Industri rumah tangga, adalah industri yang jumlah karyawan / tenaga kerja berjumlah antara 1-4 orang.
 2. Industri kecil adalah industri yang jumlah karyawan / tenaga kerja berjumlah antara 5-19 orang.
 3. Industri sedang atau industri menengah adalah industri yang jumlah karyawan/tenaga kerja berjumlah antara 20-99 orang
 4. Industri besar adalah industri yang jumlah karyawan/tenaga kerja berjumlah antara 100 orang atau lebih.
- c. Berdasarkan pemilihan lokasi :
 1. Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada pasar (*market oriented industry*) adalah industri yang didirikan sesuai dengan lokasi potensi target konsumen. Industri jenis ini akan mendekati kantong-kantong di mana konsumen potensial berada. Semakin dekat ke pasar akan semakin menjadi lebih baik.
 2. Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada tenaga kerja/labor (*man power oriented industry*) adalah industri yang berada pada lokasi di pusat pemukiman penduduk karena biasanya jenis industri tersebut membutuhkan banyak pekerja/pegawai untuk lebih efektif dan efisien.

3. Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada bahan baku (*supply oriented industry*) adalah jenis industri yang mendekati lokasi di mana bahan baku berada untuk memangkas atau memotong biaya transportasi yang besar.
- d. Berdasarkan produktifitas perorangan :
 1. Industri primer adalah industri yang barang-barang produksinya bukan hasil olahan langsung atau tanpa diolah terlebih dahulu contohnya adalah hasil produksi pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, dan sebagainya.
 2. Industri sekunder industri sekunder adalah industri yang bahan mentah diolah sehingga menghasilkan barang-barang untuk diolah kembali. Misalnya adalah pemintalan benang sutra, komponen elektronik, dan sebagainya.
 3. Industri tersier adalah industri yang produk atau barangnya berupa layanan jasa. contoh seperti telekomunikasi, transportasi, perawatan kesehatan, dan masih banyak lagi yang lainnya (Kasmir, 2009).
4. Kekuatan dan kelemahan Home Industri

Home industri memiliki beberapa kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Kekuatan tersebut akan menjadi andalan untuk terciptanya sebuah basis pengembangan yang akan terjadi di masa depan. Untuk kekuatan tersebut meliputi:

 - a. penyediaan lapangan kerja baru
 - b. dapat mendukung kembangnya sumber wirausaha baru
 - c. memiliki segmen pasar yang unik dengan cara melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
 - d. Memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki
 - e. Memiliki potensi untuk berkembang

Adapun home industri itu sendiri memiliki kelemahan, yaitu:

 - a. Masih terbatasnya sumber daya manusia

- b. Kurangnya kemampuan dalam mengakses fungsi-fungsi pemasaran sehingga akan terjadi kendala dalam pemasaran produk karena lebih memprioritaskan pada aspek produksi.
- c. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk
- d. Kendala permodalan yang masih memanfaatkan modalnya sendiri yang cenderung masih relatif kecil

E. Sapu Glagah

Sapu merupakan termasuk salah satu peralatan rumah tangga yang terbuat dari ijuk yang nantinya digunakan untuk membersihkan sampah, debu dan lainnya. Glagah (*shaccarum spontaneum sp*) termasuk dalam keluarga rumput rumputan. Glagah tumbuh berumpun dan diantara satu buluh dengan buluh lainnya berjarak. Tanaman glagah ini nantinya akan di proses menjadi sebuah kerajinan sapu. Pembuatan sapu ini dimulai dari pemetikan bunga dari tanaman glagah kemudian di jemur hingga kering dan dibersihkan dari serbuk yang menempel pada tanaman.

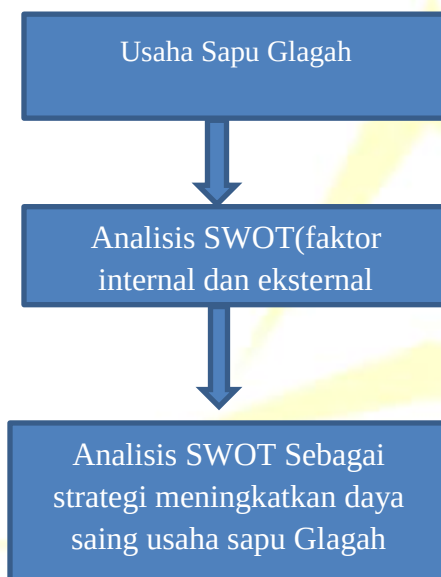
Sapu glagah ini merupakan salah satu hasil dari kerajinan *home industry* yang sudah berdiri sejak lama. Kerajinan ini merupakan hasil dari masyarakat Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga. Sapu glagah ini bahan bakunya berupa bunga dari tanaman yang dinamakan glagah. *Home industry* mampu berdiri ditengah masyarakat Desa Sirau, salah satunya adalah *Home industry* Sapu Glagah yang berdiri di Desa Sirau.

Pembuatan sapu glagah dikerjakan secara manual, menggunakan tenaga kerja yang relatif sedikit dan peralatan yang digunakan masih sederhana. Pembuatan sapu glagah ini tergolong cepat dan dapat dilakukan dengan mudah, karena tidak diperlukan pendidikan yang tinggi, hanya saja diperlukannya sebuah ketrampilan menjahit sapu.

F. Kerangka pemikiran

Untuk mendekatkan masalah yang akan dianalisis pada permasalahan penelitian, maka perlu dibuat kerangka teoritis sebagai dasar pemikiran penelitian ini. Kerangka yang dimaksud akan lebih mengarahkan penulis untuk menemukan data dan informasi dalam penelitian ini guna memecah masalah yang telah dipaparkan sebelumnya. Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka teori, sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka pemikiran penelitian



Kerangka teoritis dari penelitian ini dimulai dengan penggalian informasi dari sumber informasi yaitu pengusaha sapu, dari penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Pertanyaan yang diajukan dibagi ke dalam dua bagian, sesuai dengan pembagian dalam analisis SWOT. Pertama, pertanyaan tentang faktor-faktor internal dari pengembangan usaha sapu, yaitu kekuatan dan kelemahan. Kedua, pertanyaan tentang faktor-faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman.

Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan itu kemudian diolah menggunakan analisis SWOT yang berujung pada lahirnya strategi-strategi untuk masing-masing matriks (keadaan). Strategi matriks yang menjadi hasil akhir dari

penelitian itu yang nantinya diharapkan dapat menjadi solusi untuk strategi yang tepat bagi usaha kerajinan sapu glagah di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga.

G. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan telaah pada teori yang dijadikan acuan dalam masalah penelitian ini. Dalam hal ini, penulis akan mengemukakan teori yang relevan serta menelaah penelitian terdahulu dengan membandingkan perbedaan dan persamaannya. Adapun kajian pustakan terlebih dahulu ialah sebagai berikut:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
Munawir Muhammad(2018)	Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga Merah (<i>Hylocereus costaricensis</i>) Kecamatan Wasile Timur Kabupaten Halmahera Timur	Sama-sama dalam penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (<i>purposive</i>) karena merupakan salah satu sentral pengembangan usaha.	Analisis SWOT digunakan untuk strategi meningkatkan pengembangan usaha.
Hafid Abdul Aziz	Analisis	Menggunakan	Dalam

dkk (2017)	SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing pada produk Fariz Fashion	analisis SWOT untuk meningkatkan volume penjualan.	penelitian ini untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dengan mengubah strategi pemasarannya
Dian putriani(2017)	Analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi bersaing pada produk asuransi jiwa perorangan AJB Bumi Putera 1912 KPR Pekanbaru	Sama-sama menggunakan analisis SWOT sebagai strategi untuk bahan instropeksi dan cara meningkatkan daya saing usaha.	Objek yang diteliti berbeda. Objek penelitian ini memfokuskan pada kegiatan Asuransi serta pembatasan masalah yang berbeda.
Purnomo dan Yuswono hadi (2018)	Analisis SWOT dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing	Metode analisisnya Sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif.	Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan kualitatif.

	UKM es puter di kota Malang		
Sulasih (2019)	Implementasi Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik SWOT dan QPSM untuk menentukan alternatif strategi guna meningkatkan keunggulan kompetitif bagi usaha produksi kelompok buruh pembatik di Keser Notog Ptikraja Banyumas	Menggunkan matrik SWOT untuk menganalisis datanya.	Tahap awal yang digunakan untuk mengumpulkan data dilakukan melalui FGD/wawancara

Pada jurnal yang dibuat oleh Munawir Muhammad yang berjudul “*Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga Merah (Hylocereus costaricensis) Kecamatan Wasile Timur Kabupaten Halmahera Timur* “ menjelaskan bahwa untuk mengidentifikasi sebuah masalah, digunakan analisis SWOT dengan mengidentifikasi berbagai faktor

secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Muhammad,2018).

Penelitian dilakukan oleh Hafiz Abdul Aziz dengan judul “*Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing pada produk Fariz Fashion*” menjelaskan bahwa dengan adanya kemerosotan pada volume penjualan menjadi perhatian karena akan berdampak pada keberlangsungan hidup perusahaan. salah satu faktor yang terpenting adalah dari segi pesaing karena kemajuan teknologi yang berkembang saat ini sehingga diharapkan agar perusahaan mampu bertahan dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Dengan menggunakan analisis SWOT ini diharapkan dapat menjadi usulan agar mampu bersaing dengan lainnya dan dapat meningkatkan volume penjualan (Aziz, Praptono, & Tripiawan, 2017).

Dalam jurnal yang ditulis oleh Dian Putriani yang berjudul “*Analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi bersaing pada produk asuransi jiwa perorangan AJB Bumi Putera 1912 KPR Pekanbaru*” menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan dan satu cara yang tepat untuk menganalisis faktor internal maupun faktor eksternal. Untuk mengantisipasi kondisi persaingan usaha dilakukan sebuah evaluasi strategi untuk merumuskan strategi dengan mempertimbangkan beberapa faktor persaingan dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada dilingkungan bisnis (Putriani, 2017).

Pada jurnal yang berjudul “*Analisis SWOT dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UKM es puter di kota Malang*” yang di tulis oleh Purnomo dan Yuswono Hadi juga menjelaskan bahwa untuk memecahkan berbagai permasalahan diperlukan sebuah strategi pengembangan baik dari segi daya saing produk, daya saing daerah, bahkan turut mendukung kearah daya saing global. Strategi diperlukan untuk

mengarahkan usaha yang memiliki peran strategis dalam perekonomian yang memiliki kinerja usaha yang lebih baik dimasa yang akan mendatang. Untuk meningkatkan daya saing diperlukannya sebuah strategi pemasaran agar bisa memenangkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan baik untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa (purnomo & hadi, 2018).

Pada jurnal yang ditulis oleh Sulasih dengan judul penelitian *“Implementasi Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik SWOT dan QPSM untuk menentukan alternatif strategi guna meningkatkan keunggulan kompetitif bagi usaha produksi kelompok buruh pembatik di Keser Notog Ptikraja Banyumas”* menjelaskan bahwa analisis SWOT dapat menganalisis rumusan strategi alternatif bisnis agar dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan pesaing dan untuk memperkuat daya saing pada usaha produksi Batik di Notog (Sulasih, 2019).

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah dibuat maka peneliti menentukan hipotesis alternatif dari penelitian ini adalah analisis SWOT ini memiliki pengaruh terhadap peningkatan daya saing kerajinan sapu glagah di Desa Sirau.

I. Landasan Teologis

1. Analisis SWOT dalam Islam

Analisis SWOT dalam kehidupan, dalam salah satu ayat Al-quran Allah bersabda :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتِظِرْ نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat) dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (QS. Al-Hasyr Ayat 18)

Bila kita perhatikan, ini adalah pertanyaan dari Allah yang mengharuskan kita berfikir dan bermuhasabah terhadap apa yang sudah atau akan kita lakukan dalam hidup. Sehingga kita bisa memakai sebuah cabang ilmu manajemen dengan menggunakan strategi manajemen. Bila kita menguraikan SWOT satu persatu, maka pertama kali yang akan dibicarakan tentang kekuatan kita sebagai umat islam adalah keimanan. Ini adalah modal yang sangat besar dan tidak semua orang mendapatkan hidayah ini.

Kemudian kekuatan lain ialah kesehatan, kemampuan berpikir, kesempatan melakukan hal-hal yang potensial dan sedikit kekayaan. Kelemahan kita mungkin belum memiliki cukup ilmu, sebab dalam Islam sebuah ilmu harus mendahului amal. Sementara tantangan dalam kehidupan antara lain masalah pola kehidupan yang sudah sangat dipenuhi dengan pola pikir materialistic yang sangat mengagungkan kesenangan dunia.

2. Daya Saing dalam Islam

Islam mengajarkan bagi pelaku usaha untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk. Islam melarang jual beli produk yang belum jelas (gharar) bagi pembelinya. Selain keberadaan suatu produk, Islam juga memerintahkan untuk memperhatikan kualitas produk, barang yang dijual harus jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian. Tentang kualitas dan keberadaan produk Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخْدِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji

Berdasarkan ayat diatas, Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun jasa dan mendapatkan kepuasan sari pelanggan hendaknya memberikan yang berkualitas. Islam mengajarkan kualitas pelayanan yang baik harus dilaksanakan pada segala kegiatan termasuk kegiatan ekonomi (bermuamalat).

Bisnis dalam islam harus dilakukan dengan cara profesional yang melibatkan ketelitian dan kecermatan dalam proses manajemen dan administrasi agar terhindar dari kerugian, juga harus terbatas dari unsur-unsur penipuan (*gharar*), kebohongan, riba, dan praktek-praktek lain yang dilarang oleh syariat. Hal ini bertujuan untuk memelihara unsur keadilan semua pihak dan islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan secara adil. Persaingan dan globalisasi adalah sesuatu yang mesti dihadapi. Untuk menghadapinya diperlakukan kekuatan-kekuatan atau daya saing (terutama dalam bidang produksi termasuk perniagaan), antara lain sebagai berikut :

- a. Daya saing harga, tidak mungkin akan memenangkan persaingan jika produk-produk yang dimiliki dan ditawarkan harganya sangat mahal, tidak mungkin akan memasarkan produk dengan harga yang tinggi sekalipun dengan kualitas yang baik.
- b. Daya saing kualitas, produk-produk yang akan dipasarkan harus memiliki karakteristik dan keunggulan yang berbeda dari produk lainnya.

- c. Daya saing *marketing*, hal terpenting dari segi *marketing* ialah bagaimana bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk yang biasa kita miliki dan merasa puas dengan apa yang kita pasarkan.
- d. Daya saing jaringan kerja, suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing dan akan kalah jika "bermain sendiri" dalam hal ini bermakna tidak melakukan kerja sama, koordinasi, dan strategi dengan pihak bisnis maupun diberbagai bidang.

Berkaitan dengan daya saing, Islam juga menganjurkan untuk berlomba-lomba dalam hal kebaikan yaitu pada Q.S Al-Baqarah ayat 148 yaitu:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ مَّا مَوَّجَّاهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ
عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.

Dalam konteks persaingan usaha dikembangkan prinsip bersaing yang sehat dan benar. Prinsip persaingan yang sehat dan benar menurut islam, antara lain: memberikan yang terbaik kepada konsumen, tidak berlaku curang, dan kerjasama positif. Prinsip memberikan yang terbaik kepada konsumen dapat berupa memberikan harga kompetitif dibandingkan dengan yang lain dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Dalam konsep ini, segala aktivitas bisnis mulai dari kegiatan produksi sampai kegiatan barang tiba dipasar, ditunjukkan untuk merebut hati atau membangun *image* konsumen dengan memberikan yang terbaik. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam prespektif islam (fiqh muamalat) harus memenuhi standarisasi mutu dan keberadaan barang. Fiqh muamalat tegas

mengharamkan praktik jual beli yang menipu dengan ketidak jelasan mutu dan keberadaan barang.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan menganalisis secara langsung data yang diperoleh dari lapangan, baik berupa data lisan maupun data tertulis atau dokumen. Langkah awal dalam melakukan penelitian ini yaitu menentukan lokasi penelitian, mengetahui data yang akan diukur dan dianalisis. Untuk menjawab rumusan masalah, digunakan teori-teori sebagai dasar interpretasi hasil, menentukan pendekatan yang digunakan dan instrumen penelitian yang relevan. Selanjutnya data yang sudah ada dianalisis untuk ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode Penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada falsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga. Waktu penelitian. Waktu penelitian ini berlangsung selama kurang lebih dari bulan Maret sampai September 2020.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti (Martono, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengrajin kerajinan sapu glagah.

b. Sampel

Sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Sampel juga diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian bias, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat diwakili populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2017).

c. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* yaitu *simple random* sampling dimana teknik penentuan sampel ini dilakukan secara acak tanpa memperlihatkan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2017). Pengambilan sampel berdasarkan pada responden yang mampu mewakili aspek yang akan diteliti oleh peneliti, responden sudah mampu memproduksi sapu dalam jumlah banyak, responden sudah cukup lama dalam mendirikan usaha sapu tersebut.

D. Variabel dan Indikator penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017) . Jenis-jenis variabel adalah sebagai berikut:

a. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen (variabel bebas) adalah suatu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lainnya (Tika, 2006). Variabel independent dalam penelitian ini adalah: analisis SWOT,.

b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependent (variabel terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel dependent dalam penelitian ini adalah daya saing dan kerajinan sapu glagah.

2. Indikator Penelitian

a. Analisis SWOT

Adalah analisis informasi yang diperoleh, dicari atau diterima dari beberapa sumber hasil dari pertanyaan apa yang sedang terjadi, kenapa terjadi, dimana terjadi dan kapan terjadi, yang semuanya berasal dari internal perusahaan dan eksternal berkaitan dengan usaha perusahaan. analisis SWOT dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi berorientasi profit dan non profit dengan tujuan untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif (Sabariah, 2016).

b. Strategi

Menurut Rangkuti strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta rumusan pada pendayagunaan dan semua alokasi sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. strategi dapat dijadikan sebagai alat untuk menciptakan sebuah keunggulan bersaing (Putriani, 2017).

c. Daya saing

Menurut Potter daya saing adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja (Purnomo & Hadi, 2018). Daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien.

d. *Home Industry*

Merupakan suatu usaha mencari manfaat atau faedah bentuk fisik dari suatu barang sehingga dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan dan dikerjakan di rumah (Syahdan & Husnan, 2019). *Home industry* dapat diartikan sebagai rumah usaha produk barang atau perusahaan kecil karena jenis kegiatannya dipusatkan di rumah.

e. Sapu Glagah

Merupakan salah satu hasil dari kerajinan *home industry* yang sudah berdiri sejak lama. Kerajinan ini merupakan hasil dari masyarakat Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga. Sapu glagah ini bahan bakunya berupa bunga dari tanaman yang dinamakan glagah.

E. Pengumpulan Data

a. Sumber data

1. Sumber primer

Sumber data primer adalah sumber yang dapat memberikan informasi langsung, serta sumber data tersebut memiliki hubungan dengan masalah pokok penelitian sebagai bahan informasi yang dicari. Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diungkapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang

berkenaan dengan variabel yang diteliti (Arikunto, Suharsimi, 2013). Data primer dalam penelitian ini berupa data yang diambil dari sumber berupa wawancara dan observasi dengan pengrajin sapu glagah di Desa Sirau.

2. Sumber sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber-sumber yang menjadi bahan penunjang dan melengkapi dalam suatu analisis, selanjutnya data ini disebut juga data tidak langsung. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen penjualan, foto-foto, atau sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Teknik Pengumpulan Data

adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data meliputi:

1. Metode Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih, yang pertanyaannya dilakukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab (Danim, 2002). Metode wawancara (*Interview*) dilakukan dengan cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang di kerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Wawancara yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah dengan mewawancarai pihak pengusaha sebagai manajer kerajinan Sapu Gelagah yaitu dengan mewawancarai Suhridi, Afifulloh, Ruwadi, Riyanto dan Tarman.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017). Kuesioner diberikan kepada 5 responden untuk memperoleh informasi yang sedang diteliti. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung. Penelitian

untuk setiap jawaban pada kuesioner yang disebar menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Rumusan skala tersebut sebagai berikut:

Tabel 3.1
(Skala Likert)

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
4	3	2	1

3. Metode dokumentasi

Yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, lengger, agenda, dan sebagainya (Arikunto, 2013). Teknik dokumentasi alat perekam berupa kamera. Kamera digunakan untuk mendokumentasikan kondisi fisik obyek dan lokasi penelitian. Hasil yang didapatkan berupa gambar/foto tentang kondisi dan aktivitas di lokasi penelitian.

4. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan sesuatu objek dengan sistematis fenomena yang diselidiki (Sukandarrumidi, 2012). Metode observasi adalah metode yang dilakukan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi ini dilakukan di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga.

F. Teknis analisis data

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT. SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Dimana SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Suliyanto, 2010). Identifikasi permasalahan dapat menggunakan analisis SWOT sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi akan menghasilkan sebuah strategi dimana strategi tersebut akan digunakan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi.

Analisis SWOT ini akan dilakukan pada strategi meningkatkan daya saing pada usaha kerajinan sapu gelagah di desa Sirau, hal ini disebut pula analisis situasi dengan model analisis SWOT. Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan. Matriks SWOT adalah alat pencocokan penting yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi: strategi kekuatan-peluang, strategi kelemahan-peluang, strategi kekuatan-ancaman, strategi kelemahan ancaman (David, 2016).

Analisa yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Tahap input

Model yang populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT dengan menggunakan *Matrix Internal Factor Analysis Summary* dan *Matrix Eksternal Factor Analysis Summary*.

1. *Matrix Internal Factor Analysis Summary*

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *strength and Weakness* perusahaan. Faktor internal yaitu meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi dan SDM, penelitian dan

pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan (Fahmi, Irham, 2014)

Tabel 3.2
Tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Total			

Berikut cara-cara penentuan faktor strategi internal:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam kolom 1 (5-10 faktor)
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis.
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 sampai 1,0
- e. Jumlahkan faktor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan (Rangkuti, 2018).

2. *Matrix Eksternal Factor Analysis Summary.*

Sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, maka harus mengetahui terlebih dahulu tabel EFAS faktor strategi eksternal. Faktor eksternal mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya. (Fahmi, 2014)

Tabel 3.3
Tabel EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Faktor-faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang			
Ancaman			
Total			

Berikut ini cara-cara penentuan faktor strategi eksternal:

- Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai 10 peluang dan ancaman)
- Beri bobot masing-masing dalam kolom 2 mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis
- Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan.
- Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 sampai 1,0
- Jumlahkan faktor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan (Rangkuti, 2018).

b. Tahap Matching, dibuat dengan menggunakan perbandingan analisis SWOT

Pembuatan matrik SWOT terdiri dari 8 tahapan. Tahap pertama dan kedua adalah mendata faktor peluang dan ancaman dari luar perusahaan. Tahap ketiga dan keempat adalah mendata kekuatan dan kelemahan perusahaan. Tahapan selanjutnya mencocokkan keempat faktor itu satu sama lain dengan berpasang-pasangan. Dimana hasil pasangan strateginya berupa S-O, W-O, S-T, W-T. (Sulasih, 2019)

Pada tahap ini selanjutnya dilakukan analisis dan penentuan keputusan dengan menempatkan pendekatan matriks SWOT. Dimana setiap hubungan tersebut diberikan solusi strategi yang harus dilakukan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Tabel 3.4
Matriks analisis SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
Treats (T)	Strategi ST	Strategi WT

Matrik ini menjelaskan bahwa ada 4 alternatif strategis yaitu:

- Strategi SO, di buat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

- c. Strategi WO, diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT, didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti, 2018).



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Home Industry Kerajinan Sapu Glagah Desa Sirau

Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga

1. Letak geogafis

Desa Sirau merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. Secara geografis desa Sirau terletak di Kabupaten Purbalingga tepatnya di Sebelah utara Purbalingga dengan luas wilayah daratan sebesar 1294 Ha. Desa Sirau secara letak astronomis berada pada $7^{\circ}23'54,6''$ - $7^{\circ}25'35,7''$ Lintang selatan dan $109^{\circ}25'49,5''$ - $109^{\circ}29'29,6''$ Bujur Timur. Desa Sirau terdiri dari beberapa dusun diantaranya dusun Karanggintung, Pengungsan, Paguyangan, Karangwuni Bandingan dengan batas administrasi sebagai berikut:

Sebelah Utara : Desa Danasari Kecamatan Karangjambu

Sebelah Timur : Desa Tundagan, Kecamatan Watukumpul

Sebelah Selatan: Desa Kramat Kecamatan Karangmoncol

Sebelah Barat : Desa Jinkang Kecamatan Karangjambu.

2. Demografi penduduk desa Sirau

Jumlah Penduduk desa Sirau sebanyak 5.560 jiwa yang terdiri dari 2660 jiwa laki-laki dan 2.900 jiwa perempuan. Mata pencaharian utama penduduk desa sirau bekerja sebagai petani yaitu sebanyak 936 jiwa dengan presentasi terbesar sebesar 50,21 %, Pedagang 567 jiwa (30,4%), Wiraswasta 95 jiwa (5,09%), Peternak 86 jiwa (4,61%), Sopir 63 Jiwa (3,37%), buruh bangunan 42 jiwa

(2,25%), , Pegawai Negeri Sipil sebanyak 17 jiwa (0,91%), perangkat desa 11 jiwa (0,59%) dan lain-lain sebanyak (2,14 %).

3. Sejarah Singkat *Home Industry*

Home industry kerajinan sapu glagah di Desa Sirau merupakan salah satu home industri utama dan sudah berdiri cukup lama sejak tahun 1990-an. Latar belakang didirikannya perusahaan ini berasal dari tanaman glagah yang menjadi salah satu komoditas perkebunan utama di desa ini. Selain itu latar belakang berdirinya *home industry* ini juga berasal dari keadaan ekonomi yang masih rendah sehingga mendorong masyarakat sekitar untuk menciptakan usaha dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada.

Home industry kerajinan sapu glagah pada awal perkembangannya hanya berdiri beberapa *home industry* saja dengan skala usaha yang kecil, namun setelah beberapa *home industry* ini berkembang dengan cukup pesat, kemudian menjadi daya tarik bagi masyarakat lainnya untuk ikut mendirikan usaha kerajinan sapu, sehingga sampai sekarang *home industry* ini mengalami peningkatan baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya.

Desa Sirau hampir 60% masyarakatnya menopang hidupnya dari kerajinan sapu glagah. Dari 1426 jumlah kepala keluarga di desa Sirau hampir 855 kepala keluarga yang mampu menghasilkan kerajinan sapu. Kerajinan sapu glagah ini dilihat dari skala usahanya mampu menghasilkan sapu yang sudah cukup banyak. Hasil produksi dari *home industry* berupa Sapu Glagah dengan pemasaran ke wilayah luar kota seperti Tegal, Solo, Cirebon.

B. Analisis SWOT pada Home Industry Desa Sirau

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi yang digunakan dari perusahaan. analisis ini didasarkan dari beberapa faktor dasar yaitu memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2016). Untuk mengetahui identifikasi dari faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dari

perusahaan dan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman pada usaha kerajinan sapu glagah yang ada di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga, selanjutnya disajikan data-data mengenai strategi peningkatan daya saing usaha kerajinan sapu. Peneliti melakukan kegiatan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait.

a. Faktor Internal

Berdasarkan kegiatan penelitian yang dilaksanakan diperoleh informasi terkait faktor internal usaha kerajinan sapu glagah. Faktor tersebut meliputi *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) dari perusahaan.

1. Kekuatan adalah situasi dan kondisi yang merupakan kekuatan dari sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan usaha yang diinginkan. Hal tersebut meliputi:
 - a. Modal usaha yang dimiliki oleh pengrajin cukup dan mendukung kegiatan produksi dan pengembangan usaha.
 - b. Bahan baku dapat diperoleh dengan mudah karena berasal dari sumber daya alam sekitar dan menjadi salah satu komoditas utama perkebunan.
 - c. Proses produksi yang mudah yaitu proses pembuatan kerajinan sapu yang tidak terlalu sulit dan tidak memerlukan waktu yang lama.
 - d. Banyaknya jumlah pekerja membantu dalam kegiatan produksi sehingga dapat meningkatkan kapasitas produksi
 - e. Ketrampilan tenaga kerja yang mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan.
 - f. Keberlangsungan produksi usaha nantinya akan membantu perekonomian masyarakat.
2. Kelemahan adalah kekurangan yang menjadi penghalang bagi keberlangsungan suatu usaha baik sumber daya maupun ketrampilan.
 - a. Bahan baku belum bisa memenuhi kebutuhan produksi karena tingkat produksi yang relatif tinggi sehingga harus mendatangkan bahan baku dari luar desa.

- b. Strategi promosi yang kurang karena kegiatan promosi dilakukan secara sederhana dan belum memanfaatkan teknologi yang ada.
- c. Kurangnya manajemen baik dalam kegiatan produksi maupun keuangan sehingga untuk pencatatan input maupun output belum maksimal
- d. SDM yang kurang memadai sehingga pelaksanaan kegiatan produksi belum dapat dilakukan dengan optimal.
- e. Kestabilan harga pasar yang tidak menentu akan mempengaruhi permintaan konsumen akan barang yang diproduksi.
- f. Mahalnya harga bahan pelengkap sehingga menambah biaya produksi
- g. Packaging yang kurang menarik sehingga belum menembus pasar modern

b. Faktor eksternal

Berdasarkan kegiatan penelitian yang dilaksanakan diperoleh informasi terkait faktor eksternal usaha kerajinan sapu glagah. Faktor tersebut meliputi *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman) dari perusahaan.

1. Peluang adakah sebuah kondisi eksternal yang menunjang sebuah organisasi atau perusahaan untuk mencapai objektifnya, yang terdiri dari:
 - a. Variasi produk yang semakin banyak dan menarik sehingga meningkatkan daya tarik konsumen yang menyebabkan peningkatan jumlah permintaan.
 - b. Perkembangan IT yang cepat dengan adanya kemajuan teknologi yang membantu dalam kegiatan inovasi produk dan pemasaran.
 - c. Tersedianya banyak lapangan kerja untuk mengurangi tingkat pengangguran yang ada.
 - d. Harga yang cukup terjangkau sehingga dapat bersaing dipasaran
 - e. Omset yang besar memberikan peluang untuk mendirikan tempat usaha baru.

- f. Adanya mitra usaha dengan perum perhutani yang membantu dalam penyediaan lahan untuk memproduksi bahan baku.
 - g. Adanya perluasan pasar yang berpengaruh terhadap kapasitas penjualan
2. Ancaman adalah kondisi eksternal yang menghambat suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai objektifnya, yang terdiri dari:
- a. Perkembangan teknologi mesin modern memberikan ancaman terhadap keberlangsungan usaha.
 - b. Kurangnya kepuasan konsumen dengan hasil dari kerajinan sapu memberikan pengaruh terhadap penurunan pendapatan.
 - c. Iklim yang tidak menentu mempengaruhi permintaan konsumen dan kegiatan produksi.
 - d. Letak geografi lokasi usaha yang kurang strategis dan berada di wilayah rawan bencana alam
 - e. Masuknya produk substitusi baru dapat memberikan pengaruh terhadap beralihnya penggunaan produk.

C. Hasil penelitian

a. *Matrix Internal Factor Analysis Summary (IFAS)*

Didalam Matrik IFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari Tabel normalisasi bobot faktor internal Usaha kerajinan sapu dan juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian skor faktor internal pada usaha kerajinan sapu yang berada di Desa Sirau Kecamatan Kaangmoncol Kabupaten Purbalingga.

Tabel 4.1
Matriks IFAS

1	Faktor strategi internal	bobot	Rating	B X R
	Kekuatan			
	a. Modal usaha yang dimiliki	0,08	3	0,24
	b. Bahan baku dapat diperoleh dengan mudah	0,09	4	0,36

	c. Proses produksi yang mudah	0,08	3	0,24
	d. Banyaknya jumlah pekerja	0,08	3	0,24
	e. Ketrampilan tenaga kerja	0,06	2	0,12
	f. Keberlangsungan produksi usaha	0,08	3	0,24
	Sub total	0,47		1,44
	Kelemahan			
	a. Bahan baku belum bisa memenuhi kebutuhan produksi	0,07	3	0,21
	b. Strategi promosi yang kurang	0,04	2	0,08
	c. Kurangnya manajemen	0,07	3	0,21
	d. SDM yang kurang memadai tingkat pendidikan	0,07	3	0,21
	e. kestabilan harga pasar	0,07	3	0,21
	f. Mahalnya harga bahan pelengkap	0,08	3	0,24
	g. Packaging yang kurang menarik	0,01	4	0,4
	Sub total	0,53		1,56
	Total	1,00		3,00

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa nilai dari faktor kekuatan (*opportunity*) usaha kerajinan sapu adalah 1,44 lebih rendah dibandingkan nilai dari faktor kelemahan (*weakness*) adalah 1,56.

b. *Matrix Enternal Factor Analysis Summary* (EFAS)

Didalam matrik EFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari tabel normalisasi bobot faktor eksternal dan juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian faktor eksternal Usaha Kerajinan Sapu di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol.

Tabel 4.2
Matriks EFAS

2.	Faktor strategi eksternal	bobot	rating	B X R
	Peluang			
	a. Variasi produk yang semakin banyak dan menarik	0,08	3	0,24
	b. Perkembangan IT yang cepat kemajuan teknologi modern	0,09	3	0,36

	c. Tersedianya banyak lapangan kerja	0,11	4	0,44
	d. Harga yang cukup terjangkau sehingga dapat bersaing dipasaran	0,08	3	0,24
	e. Omset yang besar	0,11	4	0,44
	f. Adanya mitra usaha	0,08	3	0,24
	g. adanya perluasan pasar	0,06	2	0,12
	Sub total	0,61		2,08
	Ancaman			
	a. perkembangan teknologi mesin modern	0,07	3	0,21
	b. Kurangnya kepuasan dari konsumen dengan hasil dari kerajinan sapu	0,06	2	0,12
	c. Iklim yang tidak menentu	0,09	3	0,36
	d. Letak geografi lokasi usaha yang tidak strategis dan berada di wilayah rawan bencana alam	0,08	3	0,24
	e. Masuknya produk substitusi baru	0,08	3	0,16
	Sub total	0,39		1,09
	Total	1,00		3,17

Berdasarkan data di atas bahwa nilai kesempatan (*Opportunity*) adalah nilai tertinggi untuk matriks EFAS dengan jumlah 2,08 dibandingkan dengan faktor Ancaman (*Threats*) adalah 1,09 .

c. Diagram Cartesius *analisis* SWOT

Berdasarkan hasil dari tabel Matrik IFAS dan tabel Matrik EFAS dapat diketahui bahwa nilai dari faktor IFASnya adalah 3,00 berarti nilai Usaha kerajinan sapu di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol berada pada titik rata-rata dalam usahanya menjalankan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan.

Dan nilai EFASnya adalah 3,17 yang berarti bahwa Usaha kerajinan sapu yang beralokasi di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol berada pada titik rata-rata dalam usahanya untuk menjalankan strategi memanfaatkan peluang untuk menghindari ancaman. Nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci *strength* 1,44 , *weakness* 1,56, *opportunity* 2,08, *threats* 1,09 , Maka diketahui selisih total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah

(+)0,12, sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *threat* adalah (+) 0,99. Dibawah ini merupakan gambar diagram Cartesius Analisis SWOT

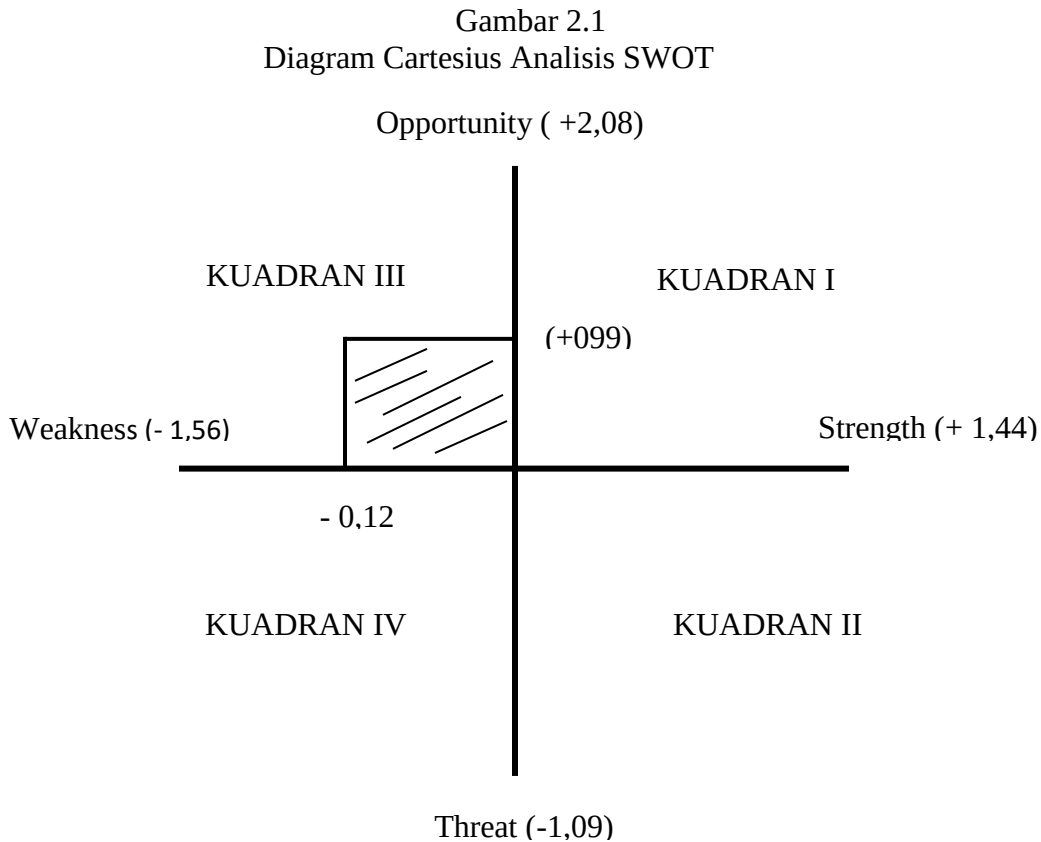


Diagram cartesius diatas, menunjukkan bahwa Usaha Kerajinan Sapu yang berada di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol ada pada kuadran ketiga yaitu kuadran *strategi Turn Around* dimana kuadran tersebut merupakan situasi dimana kondisi perusahaan memiliki kelemahan namun mempunyai peluang yang besar untuk bersaing di pasaran atau dengan kata lain bahwa perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi perusahaan tersebut menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal . fokus strategi yang diterapkan adalah dengan cara meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik. Dalam strategi ini dapat meningkatkan daya saing usaha sapu di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol

d. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Adapun faktor-faktor SWOT yang dimiliki oleh usaha sapu ini yaitu:

1. *Strength* (Kekuatan)

Tabel 4.3
Matrik SWOT faktor kekuatan

NO	VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPSI DARI INDIKATOR
1.	Keuangan	Modal usaha sebagai dasar untuk membangun usaha	Modal usaha yang dimiliki oleh pengrajin cukup dan mendukung kegiatan produksi dan pengembangan usaha
2.	Bahan pokok	Adanya bahan baku utama yang banyak	Bahan baku dapat diperoleh dengan mudah karena berasal dari sumber daya alam sekitar dan menjadi salah satu komoditas utama perkebunan.
3.	Produksi	Proses produksi yang mudah	proses pembuatan kerajinan sapu yang tidak terlalu sulit dan tidak memerlukan waktu yang lama
4.	SDM	Tersedianya Sumber daya manusia	Banyaknya jumlah pekerja membantu dalam kegiatan

			produksi sehingga dapat meningkatkan kapasitas produksi
5.	Tenaga kerja	Ketrampilan tenaga kerja	Mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan.
6.	Proses usaha	Keberlangsungan usaha	Keberlangsungan produksi usaha nantinya akan membantu perekonomian masyarakat.

2. Weakness (Kelemahan)

Tabel 4.4
Matrik SWOT faktor kelemahan

NO	VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPSI DARI INDIKATOR
	Bahan pokok	Bahan baku yang belum memenuhi kebutuhan	Bahan baku belum bisa memenuhi kebutuhan produksi karena tingkat produksi yang relatif tinggi sehingga harus mendatangkan bahan baku dari luar desa.
	Pemasaran	Strategi promosi yang masih kurang	Strategi promosi yang kurang karena kegiatan promosi dilakukan secara

			sederhana dan belum memanfaatkan teknologi yang ada.
	Manajemen	Kurang maksimalnya manajemen produksi	Kurangnya manajemen baik dalam kegiatan produksi maupun keuangan sehingga untuk pencatatan input maupun output belum maksimal
	SDM	Kualitas SDM	SDM yang kurang memadai sehingga pelaksanaan kegiatan produksi belum dapat dilakukan dengan optimal.
	Harga	Ketidakseimbangan harga pasar	Kestabilan harga pasar yang tidak menentu akan mempengaruhi permintaan konsumen akan barang yang diproduksi.
	Harga	Tingginya harga bahan pelengkap	Mahalnya harga bahan pelengkap sehingga menambah biaya produksi

	Kemasan	Belum adanya kemasan produk	Packaging yang kurang menarik sehingga belum menembus pasar modern
--	---------	-----------------------------	--

3. *Opportunity* (Peluang)

Tabel 4.5
Matrik SWOT faktor peluang

NO	VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPSI DARI INDIKATOR
	Produk	Keanekaragaman produk	Variasi produk yang semakin banyak dan menarik sehingga meningkatkan daya tarik konsumen yang menyebabkan peningkatan jumlah permintaan.
	Teknologi	Perkembangan IT	Perkembangan IT yang cepat dengan adanya kemajuan teknologi yang membantu dalam kegiatan inovasi produk dan pemasaran
	Tenaga kerja	Lapangan pekerjaan	Tersedianya banyak lapangan kerja untuk

			mengurangi tingkat pengangguran yang ada.
	Harga	Persaingan usaha	Harga yang cukup terjangkau sehingga dapat bersaing dipasaran
	Profit	Perluasan usaha	Omset yang besar memberikan peluang untuk mendirikan tempat usaha baru.
	Mitra usaha	Penyediaan bahan baku	Adanya mitra usaha dengan perum perhutani yang membantu dalam penyediaan lahan untuk memproduksi bahan baku.
	Pemasaran	Peningkatan kapasitas penjualan	Adanya perluasan pasar yang berpengaruh terhadap kapasitas penjualan

4. *Threath* (Ancaman)

Tabel 4.6
Matrik SWOT faktor ancaman

NO	VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPSI DARI INDIKATOR
	Tekhnologi	Penggunaan mesin modern	Perkembangan teknologi mesin modern memberikan ancaman terhadap keberlangsungan usaha.
	Kepuasan konsumen	Penurunan pendapatan	Kurangnya kepuasan konsumen dengan hasil dari kerajinan sapu memberikan pengaruh terhadap penurunan pendapatan.
	Iklim	Cuaca yang tidak stabil	Iklim yang tidak menentu mempengaruhi permintaan konsumen dan kegiatan produksi.
	Geografi	Lokasi usaha	Letak geografi lokasi usaha yang kurang strategis dan berada di wilayah rawan bencana alam
	Produk	Penggunaan produk baru	Masuknya produk substitusi baru dapat memberikan pengaruh terhadap beralihnya penggunaan

			produk
--	--	--	--------

Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Matriks SWOT

	Strengths (S)	Weaknesses (W)
IFAS	1. Modal usaha sebagai dasar untuk membangun usaha 2. Adanya bahan baku utama yang banyak 3. Proses produksi yang mudah 4. Tersedianya Sumber daya manusia 5. Ketrampilan tenaga kerja 6. Keberlangsungan usaha	1. Bahan baku yang belum memenuhi kebutuhan 2. Strategi promosi yang masih kurang 3. Kurang maksimalnya manajemen produksi 4. Kualitas SDM 5. Ketidakseimbangan harga pasar 6. Tingginya harga bahan pelengkap 7. Belum adanya kemasan produk
EFAS		

Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Keanekaragaman produk 2. Perkembangan IT 3. Lapangan pekerjaan 4. Persaingan usaha 5. Perluasan usaha 6. Penyediaan bahan baku 7. Peningkatan kapasitas penjualan	1. Adanya mitra usaha nantinya akan mempermudah pengusaha untuk memperoleh bahan baku. 2. Banyaknya lapangan pekerjaan sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang banyak 3. Ketrampilan tenaga kerja diharapkan mampu menghasilkan variasi produk yang lebih menarik dan bervariasi. 4. Dengan adanya keberlangsungan usaha tentunya dapat meningkatkan	1. Memperbaiki Proses packaging yang belum menarik sehingga dapat bermanfaat dalam perluasan pasar modern. 2. Pemanfaatan teknologi informasi yang terus berkembang guna membantu promosi produk usaha. 3. Dengan adanya mitra usaha diharapkan mampu membantu memenuhi bahan baku untuk kerajinan sapu

	penerimaan pendapatan yang berpengaruh terhadap omset yang besar.	
Treats (T) 1. Penggunaan mesin modern 2. Penurunan pendapatan 3. Cuaca yang tidak stabil 4. Lokasi usaha 5. Penggunaan produk baru	Strategi ST 1. Meningkatkan kualitas SDM guna untuk menghambat penggunaan peralatan modern sehingga dapat memperluas lapangan pekerjaan 2. Dengan kepemilikan modal yang ada dapat membantu proses membuka tempat usaha yang baru di wilayah yang strategis dan tidak rawan bencana. 3. Dengan proses produksi yang	Strategi WT 1. Meningkatkan kualitas packaging menjadi lebih menarik untuk menambah kepuasan konsumen terhadap produk yang kita jual. 2. Menjaga stok bahan baku untuk menghindari keadaan iklim yang tidak menentu sehingga kestabilan pasar tetap terjaga. 3. Memanfaatkan sumber daya alam yang ada untuk meminimalisir biaya pembelian bahan pelengkap agar mengurangi biaya

	mudah nantinya akan menambah kapasitas produksi sehingga mampu mengatasi permintaan konsumen sehingga dapat menghambat masuknya produk substitusi yang baru.	produksi dan distribusi bahan baku
--	---	---

Berdasarkan analisa di atas menunjukan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi antara faktor internal dan eksternal. Kombinasi antara kedua faktor tersebut di tunjukan dalam matriks dari hasil analisis SWOT. Berikut ini analisis kedua faktor tersebut berdasarkan matrik analisis SWOT di atas:

1. Strategi SO (*Strength- opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *strength* dan faktor eksternal *opportunity* yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya . strategi yang digunakan ooleh usaha kerajinan sapu glagah di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol yaitu:

- a. Adanya mitra usaha nantinya akan mempermudah pengusaha untuk memperoleh bahan baku.
- b. Banyaknya lapangan pekerjaan sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang banyak

- c. Keterampilan tenaga kerja diharapkan mampu menghasilkan variasi produk yang lebih menarik dan bervariasi.
- d. Dengan adanya keberlangsungan usaha tentunya dapat meningkatkan penerimaan pendapatan yang berpengaruh terhadap omset yang besar.

2. Strategi ST (*Strength- Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *strength* dan faktor eksternal *threat* yaitu strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengatasi berbagai ancaman dari luar. Strategi yang ditempuh oleh usaha kerajinan sapu glagah di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas SDM guna untuk menghambat penggunaan peralatan modern sehingga dapat memperluas lapangan pekerjaan
- b. Dengan kepemilikan modal yang ada dapat membantu proses membuka tempat usaha yang baru di wilayah yang strategis dan tidak rawan bencana.
- c. Dengan proses produksi yang mudah nantinya akan menambah kapasitas produksi sehingga mampu mengatasi permintaan konsumen sehingga dapat menghambat masuknya produk substitusi yang baru.

3. Strategi WO (*Weakness- opportunity*)

Strategi ini merupakan penggabungan dari faktor internal *weakness* dan faktor eksternal *opportunity*. Strategi yang digunakan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki perusahaan. Strategi yang ditempuh oleh usaha kerajinan sapu glagah di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol yaitu:

- a. Memperbaiki Proses packaging yang belum menarik sehingga dapat bermanfaat dalam perluasan pasar modern.
- b. Pemanfaatan teknologi informasi yang terus berkembang guna membantu promosi produk usaha.

- c. Dengan adanya mitra usaha diharapkan mampu membantu memenuhi bahan baku untuk kerajinan sapu

4. Strategi WT (*Weakness- Threats*)

Strategi ini merupakan penggabungan dari faktor internal *weakness* dan faktor eksternal *threats*, strategi ini berusaha untuk menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. strategi WT yang ditempuh oleh usaha kerajinan sapu glagah di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas packaging menjadi lebih menarik untuk menambah kepuasan konsumen terhadap produk yang kita jual.
- b. Menjaga stok bahan baku untuk menghindari keadaan iklim yang tidak menentu sehingga kestabilan pasar tetap terjaga.
- c. Memanfaatkan sumber daya alam yang ada untuk meminimalisir biaya pembelian bahan pelengkap agar mengurangi biaya produksi dan distribusi bahan baku.

Berdasarkan hasil penelitian yang ada jika dilihat dari diagram cartesius dapat dijelaskan bahwa usaha kerajinan sapu yang berada di desa Sirau tersebut menunjukkan bahwa berada di kuadran ketiga yaitu kuadran strategi *Turn Around* dimana kuadran tersebut merupakan situasi dimana kondisi usaha memiliki kelemahan namun mempunyai peluang yang besar untuk bersaing dipasaran. Jika dikaitkan dengan matriks SWOT maka usaha ini berada pada strategi WO (*Weaknesess-Opportunity*), dimana pada strategi ini merupakan strategi yang menggunakan pemanfaatan faktor peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki perusahaan. pada matriks WO usaha kerajinan sapu ini memiliki strategi yang dapat dijelaskan bahwa :

1. usaha sapu ini belum memiliki adanya kemasan produk sehingga diperlukannya untuk memperbaiki proses packaging yang belum menarik agar dapat menembus dalam perluasan pasar modern.

2. Dengan perkembangan teknologi yang semakin terus berkembang maka diperlukannya pemanfaatan teknologi informasi guna membantu promosi produk usaha agar produk yang dipasarkan akan menembus pasar yang nantinya diharapkan bisa memperoleh omset yang diinginkan.
3. Dengan adanya mitra usaha dari Dinas Perhutani diharapkan mampu membantu memenuhi bahan baku untuk kerajinan sapu sehingga dengan tersedianya banyak bahan baku akan membantu proses keberlangsungannya usaha sapu ini.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

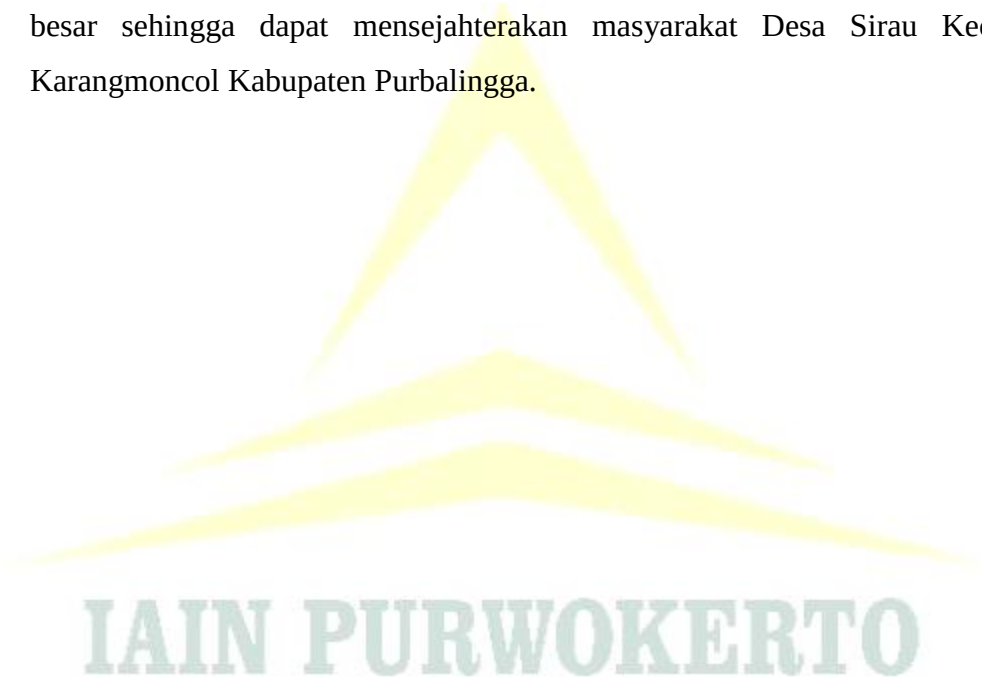
Dari penelitian diatas yang berjudul Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing usaha kerajinan sapu glagah di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga dapat diketahui dengan analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa dari hasil diagram cartesius, dijelaskan bahwa usaha sapu ini berada pada kuadran ketiga yaitu kuadran *strategi Turn Around* dimana kuadran tersebut merupakan situasi dimana kondisi perusahaan memiliki kelemahan namun mempunyai peluang yang besar untuk bersaing di pasaran atau dengan kata lain bahwa perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi perusahaan tersebut menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal.

jika dikaitkan dengan matriks SWOT maka usaha ini berada pada strategi WO (*Weaknesess-Opportunity*), dimana pada strategi ini merupakan strategi yang menggunakan pemanfaatan faktor peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki perusahaan. Fokus strategi yang diterapkan adalah dengan cara meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik. Dalam strategi ini dapat meningkatkan daya saing usaha sapu di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol.

2. Saran

Berdasarkan pembahasan diatas, peneliti mencoba untuk memberikan saran atau masukan terutama bagi pihak-pihak yang menyangkut dengan penelitian ini, yaitu:

1. Sebaiknya pengusaha sapu lebih memperhatikan setiap aspek yang mendukung keberlangsungan usaha sehingga usaha sapu tersebut dapat berjalan secara maksimal .
2. Sebaiknya adanya perhatian dari pemerintah dalam membantu pengusaha sapu terkait proses produksi dan fasilitas pendukung lainnya yang nantinya diharapkan dapat membantu peningkatan skala usaha kerajinan sapu glagah menjadi lebih besar sehingga dapat mensejahterakan masyarakat Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga.



Daftar Pustaka

- Abdurrahman, N. H. (2015). *manajemen strategi pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Akdon. (2009). *Manajemen Strategik untuk manajemen pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Alkim. (2005). *Pemberdayaan home industri terhadap masyarakat pesisir*. Jakarta: Gramedia.
- Amir, M. T. (2011). *manajemen strategik*. Jakarta: PT. Rajagafindo Persada.
- Arikunto, Sudarsimi. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Atmoko, P.H. (2018). stratgi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism Hospitally and Recreation*, Vol. 1(No. 2), 83-96.
- Aziz, H. A., Praptono, B., & Tripiawan, W. (2017). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing pada produk Fariz Fashion. *e-proceeding of Engineering*, Vol.4(No.3).
- Danim, Sudarwan. (2002). *menjadi peneliti kualitatif Ancangan metodologi,presentasi,dan publikasi hasil penelitian untuk mahasiswa dan peneliti pemula bidang ilmu sosial,pendidikan dan Humaniora*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- David, F. R. (2011). *Manajemen srtategis konsep* (12 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R. (2011). *manajemen strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dirun. (2020, Agustus 24). tentang data kependudukan desa Sirau. (F. I. Nulita, Pewawancara)
- Fahmi, Irham. (2013). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham. (2014). *Studi kelayakan bisnis dan Keputusan investasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fred R David, F. R. (2016). *Manajemen Stratejik; suatu pendekatan keunggulan bersaing-konsep*. Jakarta: SALEMBA EMPAT.
- Kasmir. (2007). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2009). *Kewirausahaan*. Jakaarta: Rajawal Pers.
- Martono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Mashuri, & Dwi, N. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing (studi pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru. *Jurnal Perbankan Syariah*, vol.1(No.1), 100.

- Muhammad, Munawir. (2018). Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga Merah (*Hylocereus costaricensis*) Kecamatan Wasile Timur Kabupaten Halmahera Timur. *jurnal ilmiah agribisnis dan perikanan (agrikan UMMU-Ternate)*, Vol.11(No.1).
- Porter, M. E. (2001). *Competitive Advantage, edisi bahasa Indonesia* (4 ed.). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Purnomo, & Hadi, Y. (2018). Analisis SWOT dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UKM es pute di kota Malang. *teknologi,informasi dan industri*, Vol. 1(No.1), 53.
- Putriani, Dian. (2017). Analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi bersaing pada produk asuransi jiwa perorangan AJB Bumi Putera 1912 KPR Pekanbaru. *Jurnal Fisip*, Vol.4(No.1).
- Rachaety, E., & Tresnawati, R. (2005). *kamus istilah ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rangkuti, Freddy. (2018). *Tekhnik membedah kasus bisnis Analisis SWOT cara perhitungan bobot, rating dan OCAI*. Jakarta: PT Granmedia Pustaka Utama.
- Sabariah. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *metodologi penelitian kuantitatif,kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sujarweni, W. v. (2014). *Metodologi penelitian(lengkap,praktis,dan mudah dipahami)*. Yogyakarta: Pustaka baru press.
- Sukandarrumidi. (2012). *metode penelitian:petunjuk praktis untuk peneliti semula*. Yogyakarta: GAJAH MADA UNIVERSITY PRESS.
- Sulasih. (2019). Implementasi Matrik EFE,Matrik IFE, Matrik SWOT dan QPSM untuk menentukan alternatif strategi guna meningkatkan keunggulan kompetitif bagi usaha produksi kelompok buruh pembatik di Keser Notog Ptikraja Banyumas". *Jurnal E-Bisnis*, Vol.3(No.1).
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Syahdan, & Husnan. (2019). peran Industry rumah tangga (home industry) pada usaha kerupuk terigu terhadap pendapatan keluarga di kecamatan sakra kabupaten lombok timur. *jurnal manajemen dan ilmu pendidikan*, Vol.1(No.1).
- Syarafuddin. (2012). *Pendidikan dan Pemberdaaan Masyarakat*. Medan: Perdana Publishing.
- Umar, Husein. (2013). *Desain penelitian manajemen stratejik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wijayanto, D. (2012). *pengantar manajemen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



IAIN PURWOKERTO