



**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN TENUN
SILUNGKANG KOTA SAWAHLUNTO DITINJAU DARI PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana

(S-1)

Jurusan Ekonomi Syariah

Oleh :

SINTIA PRATIWI

1730402076

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

2021 M / 1442 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **SENTIA PRATIWI** NIM : **1730402076** dengan judul **"ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KEBAJINAN TENUN SILUNGKANG KOTA SAWAILUNTO DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diajukan ke sidang munaqoroh.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 04 Agustus 2021

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Pembimbing



Gamito, S.E., MSI
NIP. 19670219 200501 1 005



Dr. Alinda, Lc., M.A.
NIP. 19720505 200212 1 004

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.A., CEC
NIP. 19731007 200212 1 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Sebelum akan nama Sima Pribawa, NIM : 171000076, judul **ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERAJINAN TENUS SELUNGKANG KOTA SAWARLUKTO DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**, telah siap dalam Ujian Murnawatiyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batanghari yang dilaksanakan tanggal 13 Agustus 2021.

Demiakadik menanggapi ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana

| No | Nama/NIP Penguji | Jabatan dalam Tim | Fanggot Persetujuan |
|----|---|-------------------------|---|
| 1 | Dr. H. Aliman, Lc., M.Ag NIP. 197205032002121004 | Ketua Subang Pembimbing |  |
| 2 | Toni Anandita S.H., M.E.Sy NIP. 199006142015032006 | Pengaji I |  |
| 3 | Kharulis Shabirin, SE, MM | Pengaji II |  |

Batanghari, 13 Agustus 2021
Mengetahui
Dehan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. A. Rizal, M.Ag, CHP@
NIP. 197310072002121001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

| | |
|---------------|-----------------|
| Nama | Sinta Pratiwi |
| NIM | 1730402076 |
| Program Studi | Ekonomi Syariah |

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul **"ANALISIS STRATEGI
PEGEMBANGAN USAHA KERAJINAN TENUN NILUNGKANG KOTA
SAWAHLUNTO DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"** adalah hasil karya
sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia
menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bemangkar, 14 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan


Sinta Pratiwi
NIM 1730402076

MOTTO

**“Seberat Apapun Cobaan Atau Rintangan Yang Kita Hadapi,
Berusahalah Untuk Tetap Ikhlas Dan Selalu Tersenyum”**

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan saya kekuatan dan memberkati saya dengan ilmu. Terima kasih telah memberikan saya kemudahan sehingga saya ditempah menjadi seorang hamba yang mengerti akan rasa sabar dan rasa syukur.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu mendo'akan, memberikan kekuatan dan semangat, mendukung saya baik moral maupun material. Semoga Allah selalu melindungi mereka dunia dan akhirat.
2. Adik saya satu-satunya yang saya sayangi (Muhammad Farel Al Hafiz) yang selalu mendo'akan, memberi semangat, dukungan dan pengertian selama ini. Semoga selalu dilimpahi kebahagiaan dari Allah.
3. Sahabat/besti yang sangat saya sayangi, (Silvi Kurniawati), yang senantiasa selalu ada membantu saya dalam segala kondisi baik kondisi senang maupun susah, memberikan canda tawa dan semangat buat saya dan yang selalu membantu saya dalam membuat skripsi saya. Semoga Allah membalas semua kebaikannya dan senantiasa diberikan kemudahan.
4. Teman-teman saya, (Popi Julita, Yolaisa, Rahmatullah, Muhammad Antoni Pratama dan Ridwan Syafrullah), yang selama ini telah berjuang bersama-sama dalam keadaan suka maupun duka.
5. Keluarga EKSYA B angkatan 2017 yang penuh kehangatan, canda tawa, dan keserua. Terima kasih untuk waktu yang singkat ini yang akan selalu saya rindukan.
6. Pembimbing skripsi saya (Bapak Dr. Alimin, Lc., M.Ag.), yang telah memberikan waktu, ilmu, perhatian, dan masukan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semua dukungan dan do'a baik yang selalu kalian berikan untuk saya.
8. Agama yang telah menuntun saya dan Almamater kebanggaan saya yang telah menempah saya.

Terimalah ini sebagai bentuk terima kasih saya pada kalian semua yang telah memberikan saya dorongan, motivasi, semangat, pengorbanan, kesabaran, ketabahan serta do'anya kepada saya.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur senantiasa penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, sehingga berkat rahmat dan karunia-Nya itulah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”**. Penelitian skripsi ini bertujuan sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (SI) Jurusan Ekonomi Syariah guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar. Kemudian shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Usaha dan upaya dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dan bimbingan yang diberikan dari semua pihak sehingga skripsi ini bisa diselesaikan, maka dari itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan serta bantuan baik secara materil maupun non-materil dalam penyelesaian skripsi ini, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Marjoni Imamora, M. Sc selaku Rektor IAIN Batusangkar
2. Bapak Dr. H Rizal, M.Ag. CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar
3. Bapak Gampito, SE.,M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Batusangkar
4. Bapak Dr. Alimin, Lc., M.Ag. selaku Ketua Lektor IAIN Batusangkar sekaligus selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga dalam upaya penulisan skripsi

5. Ibu Tezi Asmadia, S.H.I., M.E.Sy selaku Anggota Asisten Ahli Jurusan Ekonomi Syariah sekaligus sabagai penguji I skripsi ananda pada sidang munaqasyah
6. Bapak Khairulis Shobirin, SE., MM selaku Anggota Asisten Ahli Jurusan Ekonomi Syariah sekaligus sebagai penguji II skripsi ananda pada sidang munaqasyah
7. Seluruh staff akademik yang telah bersedia membantu selama penulis menimba ilmu di IAIN Batusangkar
8. Ibu Aina, Ibu Ellen dan Ibu Rita selaku pemilik usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto sekaligus sebagai narasumber tempat penulis penelitian
9. Orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan materi dan non materi kepada penulis dalam meyelesaikan pendidikan program Strata Satu (SI) Jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Batusangkar
10. Sahabat Silvi Kurnawati sebagai orang dibalik layar yang senantiasa membantu penulis dalam pembuatan penyelesaian skripsi ini
11. Seluruh rekan seperjuangan yang telah memberikan bantuan dan semangat dalam menyelesaikan kripsi ini

Akhirnya, kepada Allah jualah penulis berserah diri semoga bantuan, motivasi dan bimbingan seta nasehat dari berbagai pihak menjadi amal ibadah yang ikhlas hendaknya, dan dibalas oleh Allah SWT. Dengan balasan yang berlipat ganda. Semoga SKRIPSI ini dapat memberi manfaat kepada kita semua. *Amin*

Batusangkar, 12 Agustus 2021

Penulis



SINTIA PRATIWI
NIM. 1730402076

ABSTRAK

Sintia Pratiwi, NIM 1730402076. Judul Skripsi: “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam**”. Program Strata Satu (SI) Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengusaha tenun Silungkang yang mengalami kendala dalam pengembangan usahanya di masa pandemi Covid-19 berupa sulitnya memperoleh bahan baku, daya beli masyarakat yang menurun, dan pemasaran yang sulit untuk dilakukan oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha tenun Silungkang agar dapat bertahan pada masa pandemi Covid-19.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana strategi pengembangan usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha kerajinan tenun Silungkang yaitu dengan cara melakukan pengembangan produk, pengembangan pasar, serta melakukan inovasi baru. Sedangkan dalam perspektif ekonomi Islam strategi pengembangan usaha tenun Silungkang dilakukan dengan cara menerapkan sikap jujur, profesional, silaturahmi serta menunaikan zakat, infak, dan sadaqah. Untuk kedepannya pengusaha kerajinan tenun Silungkang diharapkan untuk lebih giat dan kreatif lagi dalam menghadapi kendala-kendala yang ada, lebih ramah lagi dalam melayani pelanggan, agar tidak merusak silaturahmi antar sesama.

ABSTRACT

Sintia Pratiwi, NIM 1730402076. Thesis Title: "**Analysis of Weaving Craft Business Development Strategy Silungkang Sawahlunto City Reviewed From An Islamic Economic Perspective**". Strata One Program (SI) Department of Islamic Economics State Islamic Institute (IAIN) Batusangkar.

This research was motivated by Silungkang weaving entrepreneurs who experienced obstacles in the development of their businesses during the Covid-19 pandemic in the form of difficulty obtaining raw materials, declining people's purchasing power, and marketing that was difficult to do therefore the right strategy was needed to develop silungkang weaving business in order to survive the Covid-19 pandemic.

This research aims to analyze how the strategy of weaving craft business development Silungkang Sawahlunto City is viewed from an Islamic economic perspective.

The type of research that the author uses is field research with a qualitative descriptive approach. The data collection techniques the authors used in the study include observation, interviews, and documentation.

Based on the results of research that has been carried out business development strategies carried out by silungkang weaving craft entrepreneurs, namely by doing product development, market development, and making new innovations. While in the perspective of Islamic economics, the strategy of silungkang weaving business development is carried out by applying honest, professional, syllabus and fulfilling zakat, infak, and sadaqah. In the future, silungkang weaving craft entrepreneurs are expected to be more enterprising and creative again in the face of existing obstacles, more friendly in serving customers, so as not to damage friendship between each other.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | |
| PENGESAHAN TIM PENGUJI | |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | |
| MOTTO | |
| PERSEMBAHAN | |
| KATA PENGANTAR..... | i |
| ABSTRAK | iii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR TABEL | vi |
| DAFTAR GAMBAR..... | vii |
| DAFTAR LAMPIRAN | viii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Fokus Penelitian..... | 9 |
| C. Rumusan Masalah..... | 9 |
| D. Tujuan Penelitian | 9 |
| E. Manfaat dan Luaran Penelitian..... | 10 |
| F. Definisi Operasional | 10 |
| | |
| BAB II KAJIAN TEORI | |
| A. Strategi | 12 |
| 1. Pengertian Strategi..... | 12 |
| 2. Perumusan Strategi | 18 |
| 3. Manajemen Strategi | 19 |
| B. Pengembangan Usaha | 21 |
| 1. Pengertian Pengembangan | 21 |
| 2. Pengertian Usaha | 22 |
| 3. Pengertian Pengembangan Usaha..... | 23 |
| 4. Tahapan Pengembangan Usaha..... | 28 |
| 5. Teknik Pengembangan Usaha | 30 |
| 6. Prinsip-Prinsip Pengembangan Usaha | 33 |
| 7. Manfaat Pengembangan Usaha | 33 |
| 8. Tujuan Pengembangan Usaha | 34 |
| 9. Tingkatan Dalam Pengembangan Usaha | 34 |
| 10. Aspek-Aspek yang Diperhatikan dalam Pengembangan Usaha..... | 35 |
| 11. Unsur-Unsur Pengembangan Usaha | 36 |
| 12. Jenis-jenis Pengembangan Usaha | 37 |
| C. Strategi Pengembangan Usaha | 38 |
| 1. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha | 38 |
| 2. Jenis Strategi Pengembangan Usaha | 42 |
| 3. Faktor-faktor Strategi Pengembangan Usaha | 46 |

| | |
|--|----|
| D. Strategi Pengembangan Usaha dalam Perspektif Islam..... | 47 |
| E. Kerajinan Tenun Songket Silungkang | 57 |
| F. Penelitian Relevan | 58 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Jenis Penelitian | 63 |
| B. Latar dan Waktu Penelitian | 63 |
| C. Instrument Penelitian | 65 |
| D. Sumber Data | 65 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 65 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 66 |
| G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data | 68 |

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS

| | |
|--|----|
| A. Temuan Penelitian | 69 |
| 1. Sejarah Singkat Usaha Kerajinan Tenun Silungkang | 69 |
| 2. Visi dan Misi Usaha Kerajinan Tenun Silungkang | 70 |
| 3. Kain Songket Silungkang | 70 |
| 4. Proses Pembuatan Songket Silungkang | 76 |
| 5. Fungsi Kain Songket Silungkang | 79 |
| 6. Gambaran Umum Wilayah | 79 |
| 7. Struktur Organisasi Usaha Tenun Silungkang | 80 |
| B. Pembahasan | 81 |
| 1. Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto | 81 |
| 2. Kendala Yang Dihadapi Oleh Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota sawahlunto | 85 |
| 3. Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam | 87 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 90 |
| B. Saran | 91 |

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Statistik Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota sawahlunto

Tabel 4.1 Cara Kerja Proses Menenun

Tabel 4.2 Luas Wilayah Kota Menurut Kecamatan

Tabel 4.3 Perkembangan Jumlah Penduduk Kota Sawahlunto

Tabel 4.4 Kelerengan Lahan Di Kota Sawahlunto

Tabel 4.5 Persentase Penduduk Usia 15 Tahun Ke Atas Yang Bekerja

DAFTAR GAMBAR

Gambar 7.1 Struktur Organisasi Perusahaan Tenun Silungkang

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Foto Songket Kristal Salendang Kecil
- Lampiran 2. Foto Songket Salendang Besar Motif Pucuak Rabuang
- Lampiran 3. Foto Songket
- Lampiran 4. Foto Songket Colek-Colek
- Lampiran 5. Foto Baju Benang Dua
- Lampiran 6. Foto Songket Keong Mas Sutra
- Lampiran 7. Foto Katun Bahan Baju
- Lampiran 8. Foto Cawek/Ikat Pinggang
- Lampiran 9. Foto Songket Salendang dan Baju
- Lampiran 10. Foto Benang
- Lampiran 11. Foto Benang Bordir
- Lampiran 12. Foto Benang Sutra (Pakan)
- Lampiran 13. Foto Gun Yang Berbentuk Bulat
- Lampiran 14. Foto Jenis-Jenis Produk Tambahan Selain Songket
- Lampiran 15. Foto Baju Jadi
- Lampiran 16. Foto Masker Dari Bahan Songket
- Lampiran 17. Foto Baju Koko
- Lampiran 18. Foto Alat Tenun Songket/Gedukan (ATBM)
- Lampiran 19. Foto Peneliti Dengan Pemilik Usaha Tenun Silungkang
- Lampiran 20. Foto Sertifikat Merek Usaha
- Lampiran 21. Surat Mohon Penerbitan Surat Izin Penelitian
- Lampiran 22. Media Sosial

Artinya : “... dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

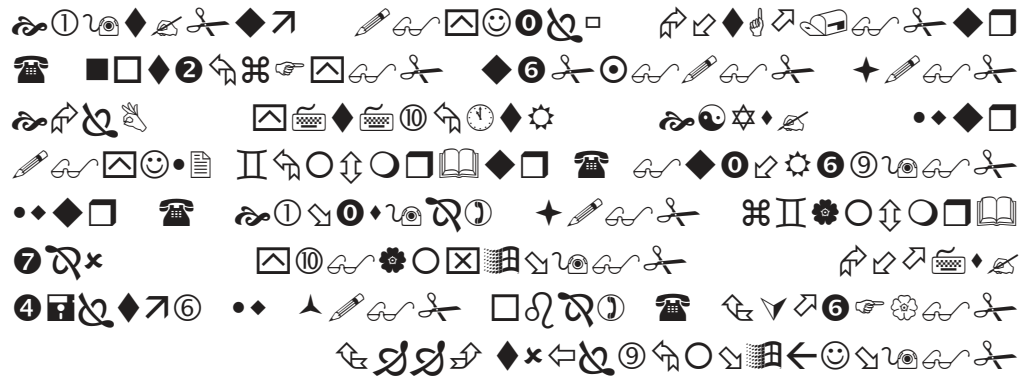
Ayat di atas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli barang jasa, dengan pengertian bahwa jual beli terdapat penyerahan barang atau jasa dari si penjual dengan penggantian yang seimbang dari pihak pembeli. Tetapi Allah mengharamkan riba. Karena dalam riba tidak ada penyeimbang langsung, kecuali kesempatan pemanfaatan uang. (Dwi Suwiknyo, 2010: 128)

Namun Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya dalam melaksanakan bisnis atau usaha tersebut, yakni Al-Qur'an dan sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis atau usaha disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dalam waktu. Seperti yang terlihat dalam beberapa ayat Al-Qur'an yaitu firman Allah dalam QS. Al-Jumu'ah : 10 dan QS. Al-Qhashash : 77 sebagai berikut :

QS. Al-Jumu'ah : 10 :

Artinya : “Apabila telah dilaksanakan shalat, maka bertebaranlah kamu di bumi ; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”

QS. Al-Qhashash : 77 :



Artinya : “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

Dari kedua ayat diatas, mengisyaratkan bahwa manusia diperintahkan untuk melakukan kegiatan usaha atau bisnis untuk mencapai tujuan kehidupan. Namun, bukan semata-mata materi atau kekayaan sebagai tujuan utama, melainkan keseimbangan antara materi dan rohani. Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan di bidang usaha guna pemenuhan kebutuhan individu, baik berupa produksi, konsumsi maupun distribusi yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan. Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.

Dengan melakukan bisnis atau usaha para pelaku usaha bisa mendapatkan penghasilan yang cukup mesti hanya dengan sebuah usaha yang kecil, namun bisa mendapatkan penghasilan yang lumayan besar, itupun jika para wirausaha memiliki niat usaha yang bagus untuk memajukan sebuah usaha yang kecil menjadi besar, dengan bermodalkan kemampuan dalam mengolah sebuah usaha, maka mereka bisa mendapatkan profit atau keuntungan yang cukup menjanjikan dari usaha tersebut.

Suatu usaha harus mampu bertahan dalam dunia persaingan dengan terus menghasilkan produk-produk baru yang inovatif. Agar suatu usaha tersebut tetap mampu bersaing dengan usaha sejenis lainnya, maka dari itu manajemen perusahaan harus mampu menerapkan strategi yang tepat agar dapat mempertahankan usahanya tersebut. Usaha tidak akan bertahan lama apabila usaha tersebut tidak mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya.

Pengembangan suatu usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Tapi tidak semua bentuk usaha yang sudah berkembang dan sudah menjanjikan di kalangan masyarakat, bisa meningkatkan perekonomian wirausahawan tersebut, karena mereka perlu menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik, agar nantinya usaha, perekonomiannya bisa tercukupi tanpa ada kekurangan dan perlu dibarengi dengan penerapan praktek usaha yang baik sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Menurut Mulyadi Nitisusantoro, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat, dan stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain, perluasan skala usaha, perluasan cakupan usaha dan perluasan dengan kerjasama, penggabungan serta ekspansi baru.

Sedangkan strategi pengembangan usaha dalam perspektif Islam meliputi beberapa sikap yaitu sebagai berikut: takwa, adil, pribadi yang baik, menepati janji, dan melayani pelanggan dengan rendah hati dan menepati janji. Adapun hal-hal yang berpengaruh dalam pengembangan usaha

berdasarkan prinsip syariah diantaranya adalah bangun motivasi dan bulatkan tekad, perkuat tawakal kepada Allah, pilih bisnis yang paling dikuasai dengan cepat, perkuat kesabaran dan ketakwaan, dan berbuat baiklah serta tinggalkan maksiat.

Usaha kerajinan Tenun Silungkang merupakan industri tenun yang sudah dikenal banyak oleh masyarakat awam, industri ini berasal dari Kota Sawahlunto sejak zaman dahulunya. Silungkang diyakini sebagai salah-satu nagari sentral awal kerajinan tenun di Sumatera Barat, dan membuktikan bahwa pengrajinannya telah melakukan diversifikasi produk tenun sejak lama. Makna tenun bagi orang Silungkang bukan hanya sekedar aktivitas ekonomi semata tetapi juga sebagai produk kebudayaan, karena tenun telah menjadi identitas yang melekat pada budaya orang Silungkang.

Berikut data statistik usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto menurut kapasitas dan jumlah pengusaha. Kota Sawahlunto sangat potensial terhadap pertumbuhan industri, baik industri kecil maupun menengah. Kota Sawahlunto memiliki 15 sentral, jumlah unit usaha yang tergabung dalam sentral tersebut sebanyak 846 unit usaha dengan anggota berjumlah 861 anggota yang dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1.1
Data Statistik
Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto
Menurut Kapasitas dan Jumlah Pengusaha

| No | Nama Usaha | Jumlah Unit Usaha | Jumlah Anggota | Pengelola | |
|----|--|-------------------|----------------|-----------|-----------|
| | | | | Laki-laki | Perempuan |
| 1 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Lumindai | 55 | 55 | 1 | 54 |
| 2 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Balai Batu Sandaran | 26 | 27 | | 27 |
| 3 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Talago Gunung | 5 | 5 | | 5 |
| 4 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Santur | 13 | 13 | | 13 |
| 5 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Lunto Barat | 59 | 60 | 3 | 57 |
| 6 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Lunto Timur | 187 | 187 | 21 | 166 |
| 7 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Pasar Kubang | 53 | 62 | 1 | 61 |
| 8 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Kubang Tengah | 46 | 46 | 3 | 43 |
| 9 | Sentra Tenun Songket | 23 | 23 | 2 | 21 |

| | | | | | |
|--------|--|-----|-----|----|-----|
| | Silungkang Desa Kubang Utara Sikabu | | | | |
| 10 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Sirakuk Selatan | 13 | 13 | - | 13 |
| 11 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Silungkang Oso | 135 | 135 | 7 | 128 |
| 12 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Silungkang Duo | 49 | 49 | 1 | 48 |
| 13 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Silungkang Tigo | 142 | 146 | 18 | 128 |
| 14 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Muaro Kalaban | 26 | 26 | 1 | 25 |
| 15 | Sentra Tenun Songket Silungkang Desa Talawi Mudik | 14 | 14 | | 14 |
| Jumlah | | 846 | 861 | 58 | 803 |

Sumber : Dinas Koperindag Kota Sawahlunto tahun 2019

Usaha Tenun Silungkang telah bertahan selama ratusan tahun, dan bahkan mampu menjadi penopang ekonomi di tengah ambruknya sektor ekonomi pada masa krisis ekonomi beberapa tahun yang lalu. Hal tersebut bisa terjadi karena Industri Tenun Silungkang memiliki strategi pemasaran yang cukup bagus dalam menjalankan usahanya, hal tersebut terbukti dengan dikenalnya usaha kerajinan ini oleh berbagai wilayah. Namun bukan berarti usaha tenun Silungkang ini tidak memiliki kendala dalam mengembangkan usahanya. Salah satu kendala yang saat ini dihadapi oleh ekonomi global adalah adanya pandemi Covid-19.

Tidak bisa dipungkiri wabah Covid-19 juga memberikan dampak yang sangat buruk kepada seluruh aspek ekonomi regional, nasional dan bahkan kepada ekonomi global. Hal ini juga berlaku pada usaha tenun Silungkang, pada masa pandemi Covid-19 banyak orang yang kehilangan pekerjaannya sehingga daya beli masyarakat juga ikut menurun, oleh karena itu hasil penjualan usaha kerajinan tenun Silungkang juga mengalami penurunan.

Sebagai mana wawancara penulis dengan beberapa pengusaha Tenun Silungkang dibawah ini:

Berdasarkan survei awal peneliti dengan Ibuk Ellen selaku pemilik usaha tenun pada bulan Januari tahun 2021, beliau menyatakan pasca pandemi Covid-19 penjualan saya berkurang sehingga pendapatan pun berkurang drastis sehingga produksi tenun di kurangi sehingga target penjualan tidak tercapai dan saya juga melakukan pengurangan terhadap tenaga kerja. (Ellen, Wawancara Pra-riset, 23 Januari tahun 2021).

Hal serupa juga dialami oleh Ibuk Aina, beliau menegaskan sejak pandemi Covid-19 ini pengunjung jadi berkurang dan penjualan usaha saya pun berkurang sehingga produksi terpaksa saya kurangi untuk mengurangi kerugian karna bahan baku yang digunakan untuk membuat tenun ini juga susah didapatkan apalagi sekarang adanya PPKM yang diterapkan oleh pemerintah. (Aina, Wawancara Pra-riset, 23 Januari tahun 2021)

Penulis juga melakukan wawancara dengan Ibuk Rita yang memaparkan penjualan saya sangat berkurang sejak adanya pandemi Covid-19 ditambah lagi pemberlakuan PPKM yang menyebabkan susahya pengiriman bahan baku tenun, sehingga pendapatan berkurang dan produksi pun mengalami hambatan. (Rita, Wawancara Pra-riset, 23 Januari 2021)

Maka untuk mengatasi hal tersebut pengusaha tenun perlu menciptakan inovasi baru dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha agar mampu meningkatkan perekonomiannya kembali.

Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul, **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang menjadi fokus penelitian pada penelitian ini yaitu **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”**

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan Fokus Penelitian yang telah penulis kemukakan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha kerajinan tenun Silungkang ditinjau dari perspektif ekonomi Islam ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi Usaha Kerajinan Tenun Silungkang dalam mengembangkan usaha yang di jalankan ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis paparkan sebelumnya, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisa strategi pengembangan usaha kerajinan tenun Silungkang ditinjau dari perspektif ekonomi Islam
2. Menganalisa Apa saja kendala yang dihadapi Usaha Kerajinan Tenun Silungkang dalam mengembangkan usaha yang di jalankan.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kejelasan teori dan bermanfaat dibidang ilmu pendidikan serta dapat menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya.

- a. Bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan memperoleh wawasan terkait dengan masalah yang penulis teliti.
- b. Bagi perusahaan sebagai bahan masukan pada pihak Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto dalam strategi pengembangan usaha ditinjau dari perspektif ekonomi islam.
- c. Untuk akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi serta dapat menambah pengetahuan, menjadi sumber informasi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Luaran Penelitian

Adapun luaran penelitian ini untuk diterbitkan pada jurnal ilmiah, di seminarisasikan pada forum seminar.

F. Definisi Operasional

Ada beberapa istilah pokok yang diinginkan dalam penelitian ini dan perlu diberi penjelasan, hal ini dilakukan dengan maksud untuk tidak terjadi kemungkinan adanya kesalahan pemahaman dalam memahami judul penelitian ini.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam kurun waktu.

Pengembangan Usaha adalah suatu cara atau proses dalam memperbaiki pelaksanaan pekerjaan baik sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan suatu usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga, dan badan guna mencapai tujuan tertentu.

Ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meninjau, meneliti dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara yang islami dengan mendasarkan segala aspek antologi, epistemologi dan aksiologinya kepada agama Islam. (Gampito, 2013: 17)

Dalam pandangan syariat Islam strategi pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses dalam memperbaiki pelaksanaan pekerjaan secara keseluruhan yang berkaitan dengan masalah gagasan, perencanaan, dan eksklusi sebuah hasil baik sekarang maupun yang akan datang dengan meninhgkatkan perluasan suatu usaha atau produksi dari kegiatan ekonomi dengan menggunakan aspek-aspek dan kaidah syariat Islam.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu kata *Stratus* yang berarti militer dan yang artinya memimpin. Penggabungan dari dua kata tersebut adalah panglima perang. Pada zaman dahulu memang sering terjadi peperangan, sehingga seseorang pemimpin harus memahami strategi untuk melawan musuh. *Strategi* dapat pula diartikan sebagai suatu keterampilan mengatur suatu kejadian atau peristiwa. Konsep strategi dalam militer seringkali diterapkan kedalam dunia bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya suatu organisasi. Semakin meningkatnya perkembangan strategi agar memenangkan pasar bisnis, maka cara-cara akan semakin berkembang untuk memasarkan produk yang diproduksi oleh setiap produsen.

Istilah strategi (*Strategy*) oleh manajer diartikan sebagai rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebuah strategi merupakan rencana permainan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Suatu strategi mencerminkan kesadaran perusahaan tentang bagaimana, kapan, dan dimana perusahaan tersebut berkompetisi akan melawan siapa dalam kompetisi tersebut dan untuk tujuan apa suatu perusahaan untuk berkompetisi. (John A Pearce, 2014: 4)

Dalam dunia usaha dan bentuk usaha apapun tidak lepas dari macam-macam masalah dalam sudut atau dari luar perusahaan yang harus dihadapi setiap saat. Apabila tantangan itu berasal dari dalam perusahaan berarti masih dapat diselesaikan oleh perusahaan itu sendiri, tapi apabila tantangan itu berasal dari luar perusahaan yang mana tidak dapat

dikendalikan atau berada diluar kemampuan perusahaan, maka langkah yang ditempuh adalah memperkuat posisi dengan menyusun suatu strategi dalam menghadapi tantangan. Kemudian dalam menyusun strategi perlu ditunjang dengan kebijaksanaan atau pencapaian sarana suatu tujuan perusahaan. (Retina Sari Sedjati, 2015: 122)

Secara umum strategi dikaitkan dengan rangkaian cara untuk mencapai sebuah tujuan. Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan, dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Stephane K. Marrus, strategi di definisikan 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. (Husein Umar, 2013: 16)

Strategi dapat didefinisikan paling sedikit dari dua perspektif yang berbeda : dari perspektif mengenai apa yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi dan juga dari perspektif mengenai apa yang pada akhirnya dilakukan oleh sebuah organisasi, apakah tindakannya sejak semula memang sudah demikian direncanakan atau tidak. Dari perspektif yang pertama, strategi adalah “program” yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya.

Kata “program” dalam definisi ini menyiratkan adanya peran yang aktif, yang disadari, dan yang rasional, yang dimainkan oleh manajer dalam merumuskan strategi perusahaan/organisasi. Dari perspektif yang kedua, strategi adalah “pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu”. Dibutuhkan suatu pelaksanaan program pemasaran yang tepat.

Dalam definisi ini, setiap organisasi mempunyai suatu strategi walaupun tidak harus selalu efektif sekalipun strategi itu tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Artinya setiap organisasi mempunyai

hubungan dengan lingkungannya yang dapat diamati dan dijelaskan. Pandangan seperti ini mencakup organisasi di mana perilaku para manajernya adalah reaktif, artinya para manajer menanggapi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan hanya jika mereka merasa perlu untuk melakukannya.

Menurut Andrews mendefinisikan strategi sebagai pola, sasaran, tujuan, dan kebijakan/rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan, yang dinyatakan dengan mendefinisikan apa bisnis yang dijalankan oleh perusahaan, atau yang seharusnya dijalankan oleh perusahaan.

Menurut Steiner dan Milner mengemukakan strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasi secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Menurut Hamdun Hanafi strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Johnson dan Scholes strategi ialah arah dan ruang lingkup dari sebuah organisasi atau lembaga dalam jangka panjang, yang mencapai keuntungan melalui konfigurasi dari sumber daya dalam lingkungan yang menantang, demi memenuhi kebutuhan pasar dan suatu kepentingan. (Nurul Mubarak, 2017: 77)

Pengertian lain strategi merupakan serangkaian rancangan besar yang menentukan bagaimana perusahaan harus beroperasi agar mencapai tujuan. (Nurahmi Hayati, 2012: 86)

Strategi merupakan tujuan suatu bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha dalam sebuah organisasi.

Strategi juga dapat berkaitan dengan sikap dan perilaku pengusaha dalam memasarkan produk atau jasanya karena tujuan utama bisnis adalah

mendapatkan keuntungan, maka para pengusaha harus menempatkan dirinya pada sudut pandang konsumen. (Santy Permata Sari, 2020: 294)

Secara khusus strategi adalah penempatan tujuan perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan tidak melupakan kekuatan *eksternal* dan *internal*, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya dengan tepat, sehingga tujuan dan target utama suatu perusahaan tercapai.

Secara konseptual, strategi juga sering diartikan dengan beragam pendekatan, diantaranya sebagai berikut :

- a. Strategi sebagai suatu rencana, strategi merupakan pedoman atau acuan yang dijadikan sebagai landasan dalam pelaksanaan sebuah kegiatan demi tercapainya tujuan-tujuan yang ditetapkan.
- b. Strategi sebagai suatu kegiatan, strategi merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh setiap individu, organisasi, atau perusahaan untuk memenangkan persaingan, demi tercapainya tujuan yang diharapkan atau telah ditetapkan.
- c. Strategi sebagai suatu instrumen, strategi merupakan alat yang digunakan oleh semua unsur pimpinan organisasi sebagai pedoman sekaligus alat pengendali pelaksanaan kegiatan.
- d. Strategi sebagai suatu sistem, strategi merupakan satu kesatuan rencana dan tindakan yang komprehensif dan terpadu yang diarahkan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- e. Strategi sebagai pola pikir, merupakan suatu tindakan yang dilandasi oleh wawasan yang luas tentang keadaan internal dan eksternal dalam jangka panjang.

Sebuah perusahaan atau organisasi tentu memiliki tujuan yang ingin dicapai. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, tentu sebuah perusahaan atau organisasi harus memiliki cara, langkah-langkah, serta rencana strategi agar tercapainya mampu maksimal dan sesuai dengan

yang diinginkan. Cara atau langkah-langkah untuk mencapai tujuan ini dapat berbentuk sebuah program-program, kebijakan, maupun keputusan.

Cara atau langkah-langkah tersebut merupakan bagian dari strategi. Dimana ia menjadi pedoman bagi suatu perusahaan atau organisasi dalam menjalankan setiap aktivitas perusahaan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Litani bahwa strategi merupakan penentuan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasi aktivitas, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah.

Strategi juga memiliki ciri-ciri, sebagaimana di kemukakan oleh Kuncoro ciri-ciri sebuah strategi yang utama antara lain :

- a. *Goal directed Action*, yaitu aktivitas yang menunjukkan apa yang diinginkan organisasi dan bagaimana mengimplementasikannya.
- b. Mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapabilitas), serta memperhatikan peluang dan tantangan.

Ciri-ciri strategi secara umum yaitu sebagai berikut :

- a. Wawasan waktu, strategi menggambarkan kegiatan dengan cakrawala jangka panjang atau pandangan yang jauh ke depan, yaitu waktu untuk melaksanakan dan melihat hasilnya.
- b. Dampak, pengaruh strategi akan sangat berarti pada hasil akhirnya.
- c. Pemusatan upaya, dengan memfokuskan pada kegiatan yang terpilih mengharuskan pemusatan pemanfaatan sumber daya yang ada.
- d. Pola keputusan, strategi mensyaratkan sederetan keputusan tertentu perlu diambil sepanjang waktu mengikuti suatu pola yang konsisten.
- e. Peresapan, strategi mencakup kegiatan yang luas mulai alokasi sumber daya sampai kegiatan operasional perusahaan. (Anang Firmansyah, 2019: 46)

Dari berbagai pendapat diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rangkaian keputusan, rencana, dan tindakan-tindakan yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasaran atau tujuan dari organisasi tersebut. Strategi merupakan suatu proses yang penting dan diperlukan karena kaitannya dengan pelaksanaan dan pengendalian aktivitas yang dilakukan guna memenangkan persaingan demi tercapainya tujuan.

Strategi (*strategies*) dimaksudkan untuk pencapaian tujuan jangka panjang. Strategi bisnis mungkin merangkup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasaran, pengurangan, divestasi, likuidasi, dan join venture. Strategi yang saat ini diikuti oleh beberapa perusahaan.

Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang besar, sebagai tambahan, strategi mempengaruhi kesejahteraan jangka panjang organisasi, biasanya paling sedikit lima tahun, dan oleh karena itu berorientasi masa depan. Strategi memiliki konsekuensi multifungsi atau multidimensi dan membutuhkan pertimbangan, baik faktor internal maupun eksternal yang dihadapi oleh perusahaan. (Jusuf Udaya, 2013: 11)

Strategi merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang berhubungan dengan keunggulan strategis perusahaan terhadap tantangan lingkungan yang dirancang untuk dapat memastikan tujuan dari perusahaan dapat dicapai pelaksanaannya yang tepat oleh organisasi. (Rahmi Yuliana, 2013: 81)

Menurut Webster's New World Dictionary (1991), strategi adalah:

- a. Ilmu merencanakan serta mengarahkan kegiatan-kegiatan militer dalam skala besar dan memanuver kekuatan-kekuatan ke dalam posisi yang paling menguntungkan sebelum bertempur dengan musuhnya.
- b. Sebuah keterampilan dalam mengelola atau merencanakan suatu strategi atau cara yang cerdas untuk mencapai suatu tujuan strategi disini diartikan sebagai trik atau skema untuk mencapai suatu maksud. (Jusuf Udaya, 2013: 6)

Maka dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu taktik atau kemampuan yang dimiliki suatu perusahaan maupun lembaga untuk memasarkan produknya agar mendapat keuntungan bagi pelaku dalam melakukan persaingan usahanya pada masa yang akan datang.

2. Perumusan Strategi

Perumusan Strategi sangat diperlukan setelah mengetahui sesuatu ancaman yang dihadapi perusahaan, peluang atau kesempatan yang dimiliki serta kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan.

a) Misi

Misi organisasi adalah tujuan atau alasan berdirinya suatu organisasi. Pernyataan misi organisasi yang disusun dengan baik, mengidentifikasi tujuan mendasar dan yang membedakan antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain, dan mengidentifikasi jangkauan operasi perusahaan dalam produk yang ditawarkan dan pasar yang dilayani.

b) Tujuan

Tujuan merupakan hasil akhir aktifitas perencanaan. Tujuan merumuskan hal-hal yang akan diselesaikan, dan sebaiknya diukur jika memungkinkan. Pencapaian tujuan perusahaan merupakan hasil dari penyelesaian misi.

c) Strategi

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang cara perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan kemampuan bersaing.

d) Kebijakan

Kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan. Kebijakan juga merupakan pedoman luas yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi melalui strategi dan tujuan divisi masing-masing. Divisi-divisi kemudian akan mengembangkan kebijakannya yang akan menjadi pedoman bagi wilayah fungsional yang diikutinya.

3. Manajemen Strategi

Menurut sejarah manajemen, strategi diciptakan oleh bangsa Yunani dengan tujuan untuk mencapai kemenangan dalam suatu perang dan memenuhi kebutuhan perang. Maka strategi adalah memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif untuk mencapai kemenangan dalam suatu pertempuran. Seiring dengan perkembangan jaman dan intelektual manusia pemakaian strategi juga berkembang pada bidang bisnis, yang dalam implementasinya diformulasikan dalam bentuk konsep kerja yang mempertimbangkan berbagai faktor yang berpengaruh. Pada hakikatnya implementasi manajemen strategi oleh perusahaan adalah untuk menentukan pola dan komposisi yang tepat dalam mengalokasikan seluruh

sumber daya untuk mencapai kinerja finansial dan non finansial sesuai dengan perencanaan.

Manajemen strategi merupakan proses manajemen yang komprehensif dan berkelanjutan yang ditujukan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi yang efektif. Hal ini merupakan sebuah cara untuk menggapai peluang dan tantangan bisnis. Strategi yang efektif adalah strategi yang mendorong terciptanya suatu keselarasan yang sempurna antara organisasi dengan lingkungannya dan antara organisasi dengan pencapaiannya dari tujuan strateginya.

Dengan mengimplementasikan strategi yang efektif maka manajemen strategi dapat dicapai dalam sebuah lembaga tersebut dalam mencapai tujuannya. Sebagian besar bisnis dalam mengembangkan strategi terdapat dua tingkatan yang berbeda. Kedua tingkatan tersebut memberikan kombinasi yang kaya dari berbagai pilihan strategi bagi organisasi yaitu sebagai berikut :

a. Strategi Tingkat Bisnis (*Business Level Strategy*)

Strategi tingkat bisnis adalah serangkaian strategi alternative yang dipilih organisasi pada saat organisasi tersebut berbisnis dalam suatu industri atau pasar tertentu. Alternatif semacam itu membantu organisasi untuk memfokuskan usaha persaingannya dalam setiap industri atau pasar tertentu.

b. Strategi Tingkat Korporasi (*Corporate Level Strategy*)

Strategi tingkat korporasi adalah serangkaian alternatif strategi yang dipilih organisasi pada saat organisasi mengelola operasinya secara simultan di beberapa industri atau di beberapa pasar (mengembangkan suatu strategi yang bersifat menyeluruh).

Menurut Bhalla et.al. (2009) Manajemen Strategi merupakan suatu metode dan perilaku eksekusi yang dihasilkan dari perpaduan 2 unsur utama yakni sosiologi dan ekonomi. Substansi unsur sosiologi dalam manajemen strategi terfokus pada pelaku yang terlibat dalam aktivitas

organisasi sedangkan substansi unsur ekonomi terfokus pada kinerja finansial dan non finansial.

Menurut Fred R.David dan Forest R.David (David & David, 2017), Mandefinisikan Manajemen Strategi adalah ilmu dan seni formulasi, implementasi dan evaluasi keputusan lintas fungsional dalam satu organisasi untuk mencapai tujuan. Fokus definisi ini terletak pada proses pembuatan kebijakan dan koordinasi implementasi lintas fungsional dalam perusahaan.

Manfaat dari manajemen strategi adalah berfungsi sebagai kompas atau pedoman langkah teknis bagi pelaku organisasi, sehingga arah yang dituju dan langkah yang diambil dalam operasional menjadi jelas dan terfokus. (Jim Hoy Yam, 2020: 2-18)

B. Pengembangan Usaha

1. Pengertian Pengembangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Sehubungan dengan pengembangan usaha, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam usahanya setiap hari.

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui usaha yang akan dilakukan.

Pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sadar, terencana dan terarah untuk membuat atau memperbaiki, sehingga menjadi produk yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan dan mendukung serta meningkatkan kualitas sebagai upaya menciptakan mutu yang lebih baik.

Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk

melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.

Menurut Hafsah pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha-usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Sedangkan menurut Mangkuprawira menyatakan bahwa pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan di masa depan. Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang memberikan informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usaha.

2. Pengertian Usaha

Menurut Kamus Besar Indonesia usaha adalah kegiatan dengan menggunakan tenaga pikiran atau badan untuk menyatakan suatu maksud. Usaha juga diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seorang wirausaha dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dari usaha yang akan dilakukannya nanti.

Setiap manusia tentu mempunyai naluri atau keinginan dalam hidupnya untuk berusaha mencapai apa yang dicita-citakannya. Untuk mencapai keinginan itu manusia berusaha dalam mencapai kehidupan yang lebih baik. Dalam usaha inilah manusia dapat mendirikan berbagai

macam usaha yang mendapatkan kesuksesan. Dalam memenuhi kebutuhan manusia, maka usaha dapat menimbulkan adanya dunia usaha yang menciptakan barang dan jasa.

Usaha merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah atau laba usaha. Secara sederhana arti wirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi yang tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok. (Kasmir, 2011: 19)

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

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa usaha adalah suatu kegiatan yang didalamnya mencakup kegiatan produksi, dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran, dan badan untuk mencapai suatu tujuan.

3. Pengertian Pengembangan Usaha

Lingkungan usaha jasa saat ini mampu menghadirkan sejumlah implikasi penting terhadap perkembangan usaha kedepannya, misalnya munculnya inovasi dalam jasa itu sendiri, meningkatkan partisipasi konsumen terhadap jasa dan meningkatkan jasa pada barang-barang.

Pengembangan usaha merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menambah skala usaha, mendiversifikasi produk, membuat inovasi produk, mamperluas pasar, dan melakukan inovasi pasar. Secara harfiah pengembangan usaha memiliki tujuan utama yaitu pendapatan yang meningkat.

Pengembangan usaha sebagai suatu cara atau proses yang dilakukan untuk memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari suatu kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Pengembangan usaha harus dilakukan dengan mengikuti perkembangan zaman. Usaha yang tidak mengikuti perkembangan zaman searah dengan konsumennya dapat berakibat fatal bagi keberlangsungan usaha. Pengusaha yang menutup diri dari pengembangan usaha tidak akan mengalami peningkatan keuntungan.

Pengembangan usaha harus direncanakan dengan maksimal dan tidak asal-asalan. Sebelum melakukan pengembangan usaha, diperlukan perencanaan akan komponen-komponennya dengan jelas. Rencana pengembangan dibuat secara sistematis sebagai pedoman untuk melakukan usaha yang terancang dan tersusun dengan rapi. (Ridha Rizki Novanda dkk, 2019: 83-84)

Pengembangan usaha juga dapat diartikan sebagai cara sistematis perusahaan untuk mempersiapkan kemungkinan pertumbuhan perusahaan yang potensial, bantuan dan juga pengawasan terhadap penerapan peluang pengembangan usaha namun tidak mencakup keputusan berkaitan dengan strategi dan pelaksanaan kesempatan pengembangan usaha tersebut.

Pengembangan usaha adalah berkaitan dengan semua aktivitas dalam membenahi implementasi kerja baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang dengan cara menyampaikan informasi yang dapat mempengaruhi sikap juga kemampuan perusahaan. Pengembangan usaha berkaitan dengan tanggung jawab para pengusaha yang memerlukan pandangan yang maju ke depan, dukungan dan juga daya cipta. Umumnya dalam mengembangkan usahanya para wirausaha dituntut untuk bisa melihat peluang yang orang lain tak bisa baca, tak bisa mengambil peluang, mengawali dan menjalankan usahanya dengan baik. Dengan

melakukan pengembangan usaha maka pengusaha akan mengarahkan semua pikiran dan juga tenaga untuk bisa memperbaiki kinerja perusahaan mereka dengan cara melakukan perluasan dan meningkatkan mutu dan jumlah produksi perusahaan. (Nasir Asman, 2020: 92)

Pengembangan usaha adalah mengatur proses kegiatan usaha, produksi, pemasaran, penjualan, perluasan usaha, pembelian, tenaga kerja, dan pengadaan peralatan usaha untuk mencapai tujuan.

Pengembangan usaha adalah keseluruhan proses hal-hal yang akan dikerjakan pada masa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang sudah ditentukan.

Pengembangan usaha adalah perkembangan sistematis dari program tindakan dan ditujukan pada pencapaian tujuan usaha yang telah disepakati dengan proses analisis, dan seleksi di antara kesempatan-kesempatan pembangunan usaha yang ada. (Retno Murty Setyorini, 2019: 66)

Pengembangan usaha adalah pengembangan yang berfokus pada implementasi dari rencana bisnis strategi melalui ekuitas pembiayaan, akuisisi/ divestasi teknologi, produk, dan lain-lain. (Saryanto, 2021: 113)

Ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli diantaranya sebagai berikut :

Menurut Mahmud Mach Foedz, Pengembangan Usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Brown dan Petrello, Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

Menurut Steinfeld, Pengembangan Usaha adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki surat izin tempus usaha.

Menurut Hughes dan Kapoor, Pengembangan Usaha ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang jasa guna mendapatkan keuntungan.

Menurut Mussleman dan Jackson, Pengembangan Usaha adalah suatu aktifitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan di organisasikan untuk terlibat dalam aktifitas tersebut.

Menurut Allan Affuah, Pengembangan Usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasi sumber daya menjadi barang/ jasa yang diinginkan konsumen.

Menurut Glos, Steade dan Lawry, Pengembangan Usaha adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standard serta kualitas hidup mereka.

Adapun strategi-strategi dalam pengembangan usaha yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi Pengembangan pasar adalah strategi yang memasarkan produk atau jasa kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun wilayah area geografis pasar yang baru.
- b. Strategi Pengembangan Produk yaitu perusahaan berusaha bertahan, memperkuat posisi, dan memperluas pangsa pasar yang lebih besar dengan menggunakan tambahan pilihan produk atau jasa baru.

- c. Strategi Inovasi adalah strategi untuk meraih margin premium yang berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan, produk atau jasa baru.

Menurut Huat, T Chwee, Pengembangan Usaha itu ada 2 yaitu : pengembangan usaha dalam arti luas adalah istilah umum menggambarkan semua aktifitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Pengembangan usaha adalah sekumpulan uang kecil yang dikelola sekumpulan orang banyak sehingga berubah menjadi barang nyata. (Saryanto, 2021: 118-119)

Menurut Anoraga (2007), pengembangan suatu usaha dapat diartikan sebagai tanggung jawab semua *enterprenuer* atau wiraswata berkaitan dengan orientasi masa depan, dorongan untuk maju dan kreativitas untuk memajukan perusahaan. Apabila pengembangan usaha bisa dilaksanakan oleh semua *enterprenuer*, sehingga usaha *enterprenuer* tersebut dapat berkembang dengan baik dari skala kecil, sedang dan bahkan menjadi skala besar. Aktifitas usaha bisa diawali dengan merintis usaha, menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang berkepentingan maupun dengan membeli hak paten usaha lain menggunakan sistem *franchising*. Tetapi hal yang sangat perlu untuk dipahami yaitu ke arah mana usaha yang kita miliki akan dibawa kedepannya. Oleh sebab itulah, dibutuhkan sebuah pengembangan usaha untuk memperbanyak dan mempertahankan usaha tersebut sehingga bisa berjalan sesuai dengan harapan sehingga menghasilkan keuntungan. (Nasir Asman, 2020: 91)

Dari penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa pengembangan usaha adalah suatu kegiatan wirausaha dalam memperbaiki pekerjaan atau usaha yang sedang atau mau dijalani baik saat sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga, dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu dan juga untuk menghasilkan keuntungan.

4. Tahapan Pengembangan Usaha

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

a. Memiliki Ide Usaha

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

b. Penyaringan Ide/ Konsep Usaha

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

c. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana (*business plan*), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.

d. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan

menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

Mengidentifikasi tahapan sangat penting dalam pengembangan usaha dan kapan hal tersebut terjadi. kadang kita perlu membahas tahapan-tahapan yang sudah dilakukan, sehingga pengkaji memahami seberapa cepat usaha telah berkembang sampai pada titik persiapan rencana usaha.

Untuk keperluan perencanaan, menyiapkan jadwal yang jauh lebih rinci sebagai kalender waktu dan tindakan atau kalender implementasi adalah lebih baik. Jadwal ini biasanya tidak dimasukkan ke dalam rencana usaha yang disajikan. Rincian ini akan membantu wirausahawan menetapkan rencana kemajuan usaha yang realistis. Beberapa hal yang perlu di pertimbangkan adalah sebagai berikut :

- a) Kemajuan akan terjadi lebih lambat dari yang diantisipasi, khususnya ketika diperlukan kerja sama dari individu atau organisasi eksternal. Meski usaha mungkin dianggap paling penting bagi wirausahawan, tetapi bagi penanam modal usaha, pemberi pinjaman, pemasok atau pengacara mungkin tidak begitu penting. Oleh karena itu mungkin akan terjadi keterlambatan.
- b) Batas nyaman yang mencukupi harus selalu dimasukkan dalam perencanaan. Lakukan pendekatan kepada sumber dana dengan baik sebelumnya, dan biarkan terjadinya keterlambatan dalam penyerahan dan pemasangan perlengkapan.
- c) Dalam menyiapkan jadwal tahapan yang penting, tawarkan jadwal yang ambisius tetapi dapat dipenuhi atau dilampaui. Dengan cara ini, wirausahawan dapat membangun reputasi untuk mencapai sasaran, yang akan meningkatkan kredibilitas di masa mendatang.

5. Teknik Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan sejumlah tugas atau proses yang bertujuan untuk menumbuhkan usaha yang dilakukan. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya sebagai berikut :

a. Perluasan Skala Usaha

Beberapa cara umum yang digunakan untuk memperluas skala usaha antara lain :

- 1) Menambah kapasitas mesin dan tenaga kerja serta tambahan jumlah modal untuk investasi. Ketika memperluas produksi, seorang wirausaha harus memperhitungkan mengenai prospek pemasarannya.
- 2) Menambah jenis barang atau jasa yang dihasilkan. Pengembangan jenis ini baik dilakukan untuk menurunkan biaya jangka panjang sekaligus menaikkan skala ekonomi.
- 3) Menambah lokasi usaha ditempat lain.

Perluasan skala usaha juga harus memperhatikan beberapa aspek yaitu sebagai berikut :

- 1) Produktivitas modal dan tenaga kerja.
- 2) Biaya tetap dan biaya variabel.
- 3) Biaya rata-rata.
- 4) Skala produksi yang paling menguntungkan.

Berdasarkan hal di atas, maka skala usaha terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Skala usaha tidak ekonomis terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan menaikkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha. Oleh karena skala ekonomis menunjukkan pengurangan biaya yang muncul

sebagai akibat adanya kenaikan volume secara komulatif. Misalkan ada penurunan biaya dari 10 hingga 30 persen akibat dari adanya kenaikan output komulatif dua kali lipat. (Basrowi, 2011: 157)

b. Perluasan Cakupan Usaha

Perluasan cakupan usaha atau diversifikasi usaha dilakukan dengan mengembangkan jenis usaha baru diwilayah usaha yang baru, serta dengan jenis produk yang baru dan bervariasi.

c. Perluasan dengan kerja sama, Penggabungan dan Ekspansi Baru

Ada beberapa jenis perusahaan dengan cara ini yaitu sebagai berikut :

1) *Joint Venture*

Joint Venture adalah bentuk kerja sama beberapa perusahaan dari Negara yang berbeda menjadi satu perusahaan untuk mewujudkan konsentrasi kekuatan-kekuatan yang lebih padat.

2) *Merger*

Merger adalah penggabungan dua perseroan menjadi satu perusahaan. Salah satu perusahaan tersebut akan tetap berdiri dengan nama yang sama, sementara perusahaan yang lain akan hilang, dan kekayaan menjadi milik perusahaan yang baru. Merger terbagi menjadi tiga, yaitu :

a. *Merger Horizontal*

Merger Horizontal yaitu merger yang dilakukan oleh usaha sejenis.

b. *Merger Vertikal*

Merger vertikal yaitu merger yang terjadi antara perusahaan-perusahaan yang saling berhubungan.

c. *Konglomerat*

Konglomerat yaitu merger antara berbagai perusahaan dengan produk-produk yang berbeda dan tidak saling berkaitan.

d. *Holding Company/ Akuisisi*

Holding company adalah penggabungan beberapa perusahaan dengan salah satu perusahaan yang bertujuan untuk memiliki saham dari perusahaan yang lain dan bisa mengatur perusahaan tersebut.

e. Sindikat

Sindikat adalah kerja sama antara beberapa orang bermodal untuk mendirikan perusahaan besar.

f. Kartel

Kartel merupakan kesepakatan tertulis antara beberapa perusahaan yang sejenis untuk mengatur dan mengendalikan berbagai hal dengan tujuan menekan persaingan dan meraih keuntungan.

d. Memelihara Spirit Usaha

Untuk mendorong perilaku kreatif agar wirausaha memperoleh keuntungan dipasar dapat dilakukan dengan cara berikut :

- a) Mendidik wirausaha tentang pelayanan perusahaan 1 khusus tentang alasan mereka memberi produk dan jasa, tentang masalah yang dihadapi pelanggan, dan tentang apa kebutuhan serta keinginan yang spesifik dari pelanggan.
- b) Mendidik wirausaha tentang nilai-nilai perbaikan produk dan pemasarannya, tentang proses distribusi dan perbaikan produksinya untuk dapat bersaing.
- c) Menciptakan iklim kerja yang positif yang mendorong terciptanya ide- ide baru. Dengan iklim yang kondusif, para enterpreuner akan lebih kreatif dalam mentransformasikan ide-idenya. Para enterpreuner secara ideal adalah individu-individu yang bertanggung jawab dalam bidang marketing, teknologi, dan keuangan. Mereka adalah para kreator dan inovator pada perusahaan orang lain.

6. Prinsip-Prinsip Pengembangan Usaha

Prinsip-prinsip pengembangan usaha terdiri dari :

- a. Harus dapat diterima oleh semua pihak dan dapat dilaksanakan.
- b. Harus dibuat secara fleksibel dan realistis.
- c. Harus mencukupi semua aspek kegiatan usahanya.
- d. Harus merumuskan cara-cara kerja efektif dan efisien. (Retno Murti Setyorini, 2019: 66)

7. Manfaat Pengembangan Usaha

Manfaat pengembangan usaha antara lain :

- a. Sebagai alat untuk membimbing jalannya pelaksanaan pengembangan usaha.
- b. Mengamankan kelangsungan hidup pengembangan usaha.
- c. Meningkatkan kemampuan manajerial dalam rangka pengembangan usaha.
- d. Sebagai pedoman wirausaha dalam pelaksanaan pengembangan usaha.
- e. Sebagai alat untuk mengetahui yang akan terjadi dalam rangka pelaksanaan pengembangan usaha.
- f. Sebagai alat berkomunikasi dalam rangka pelaksanaan pengembangan usaha.
- g. Sebagai alat untuk memperkecil risiko dalam pelaksanaan pengembangan usaha.
- h. Memperbesar peluang usaha dalam rangka pelaksanaan pengembangan usaha.
- i. Sebagai alat pengendalian pengembangan usaha.
- j. Sebagai alat memudahkan bantuan kredit modal usaha dari bank dalam rangka pengembangan usaha. (Retno Murti Setyorini, 2019: 66-67)

8. Tujuan Pengembangan Usaha

Tujuan pengembangan usaha antara lain sebagai berikut :

- a. Membantu wirausaha untuk berorientasi ke masa depan dalam pengembangan usaha.
- b. Mengkoordinasikan keputusan dan menentukan gagasan dalam pengembangan usaha.
- c. Membantu wirausaha meningkatkan akses pasar dan memperbesar pangsa pasar dalam pengembangan usaha.
- d. Membantu wirausaha meningkatkan akses dan penguasaan teknologi dalam pengembangan usaha.
- e. Membantu wirausaha meningkatkan akses sumber modal usaha dan memperkuat struktur modal dalam pengembangan usaha.
- f. Membantu wirausaha meningkatkan kemampuan organisasi dan manajemen dalam rangka pengembangan usaha. (Retno Murti Setyorini, 2019: 67)

9. Tingkatan Dalam Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha memiliki tingkat yang berbeda. Level atau tingkatan tersebut menjadi produk, komersial, dan korporasi. Berikut ini akan dijelaskan tentang tingkatan-tingkatan yang ada pada pengembangan usaha yaitu :

a. Tingkat Produk

Pada level produk pengembangan usaha berarti mengembangkan produk atau teknologi baru. Meskipun tingkat pengembangan dapat berbeda dari perusahaan ke perusahaan. Tingkat perkembangan usaha dibagi menjadi satu kategori yaitu : perkembangan incremental. Perkembangan incremental adalah perkembangan yang meningkatkan fungsi yang ada platform atau teknologi, sementara pengembangan mengganggu atau terputus-putus benar-benar hal baru yang dikembangkan dari awal.

b. Tingkat Komersial

Dalam contoh bentuk perkembangan usaha tingkat komersial berarti prospeksi murni et Dur. Ini berarti berburu pelanggan baru disegmen pasar yang baru. Dengan demikian pekerjaan ini memerlukan individu secara psikologis yang kuat dan yang sangat didorong mampu menangani banyak masalah. Tingkat berikutnya dari pengembangan usaha komersial adalah saluran atau setup organisasi penjualan. Saluran atau organisasi penjualan dapat terdiri dari mitra, agen, seperti, distributor, pemegang lisensi, franchise atau cabang sendiri baik nasional maupun internasional.

c. Tingkat korporasi

Bila organisasi memutuskan apakah akan membuat atau membeli kompetensi organisasi tertentu. Kemudian memasuki bidang pengembangan bisnis perusahaan. Fokusnya adalah bukan pada produk maupun komersial tingkat tetapi pada korporasi tingkat usaha. (Saryanto, 2021: 113-114)

10. Aspek-Aspek yang Diperhatikan dalam Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha terdiri dari aspek strategi, manajemen pemasaran, dan penjualan yaitu seperti berikut :

a. Aspek strategi

- 1) Meneliti jenis usaha baru dengan penekanan pada mengidentifikasi kesenjangan (yang ada / atau diharapkan) oleh konsumen.
- 2) Menciptakan pasar baru.
- 3) Menciptakan produk baru dengan karakteristik yang menarik konsumen.

b. Aspek Manajemen Pemasaran

- 1) Menembus dan menguasai pangsa pasar.
- 2) Mengolah situasi / peluang pasar yang ada dengan teliti.

- 3) Produk dengan jaringan yang luas seperti impor produk ke luar negeri.
 - 4) Membuat strategi pemasaran yang dapat membuat konsumen membeli produk kita seperti memasang iklan, brosur, dan lain-lain.
- c. Aspek Penjualan
- 1) Memberikan saran tentang perancangan dan menegakkan kebijakan penjualan dan proses tindak lanjut penjualan.
 - 2) Banyak volume produk yang akan dijual.
 - 3) Tingkat keamanan dalam proses penjualan barang.
 - 4) Menjual produk dengan harga yang terjangkau dan memiliki kualitas yang baik. (Saryanto, 2021: 115)

11. Unsur-Unsur Pengembangan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam pengembangan usaha yaitu sebagai berikut :

- a. Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal)
 - 1) Adanya niat dari pengusaha / wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.
 - 2) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang / produk dan lain-lain.
 - 3) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.
- b. Unsur dari pihak luar (pihak eksternal)
 - 1) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
 - 2) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.
 - 3) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik / kondusif untuk usaha.

- 4) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui. Strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula. (Saryanto, 2021: 119-120)

12. Jenis-Jenis Pengembangan Usaha

Menurut Subagyo (2008), ada 2 jenis pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh pengusaha yakni :

- a. Pengembangan usaha vertikal, yaitu pengembangan usaha yang dilakukan dengan cara menciptakan inti dari usaha baru yang masih berkaitan dengan usaha lama.
- b. Pengembangan usaha horizontal, yaitu pengembangan usaha yang dilakukan dengan cara menguatkan usaha lama supaya memperoleh keunggulan kompetitif dibandingkang pesaing.

Menurut Humaizar (2010), menjelaskan ada 3 jenis pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu sebagai berikut :

- a. Perluasan usaha ke hulu dan ke hilir, pengembangan usaha ini dilakukan berdasarkan letak usaha. Jika saat ini usaha berada di hulu maka arah pengembangan usaha yang baru dilakukan ke arah hilir begitu pula sebaliknya.
- b. Diversifikasi usaha, yaitu pengembangan usaha dilakukan dengan melakukan beragam usaha.
- c. *Franchise*, adalah kegiatan pengembangan usaha dengan menjual bisnis dengan menjual hak paten atas produk/ jasa dan konsep penjualannya. (Nasir asman, 2020: 93)

C. Strategi Pengembangan Usaha

1. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha adalah memilih dan menganalisis pasar yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dan menciptakan suatu bauran usaha yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Dunia usaha diibaratkan dengan suatu medan tempur bagi para produsen dan para pedagang yang bergerak dalam komoditas yang sama sehingga perlu sekali diciptakan strategi pengembangan usaha agar dapat memenangkan peperangan tersebut. (Idris, 2015: 278)

Strategi pengembangan usaha adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar baik internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan serta kondisi pasar eksternal yang meliputi peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi apa yang harus dilakukan.

Strategi pengembangan usaha adalah rencana jangka panjang yang telah disiapkan untuk mencapai misi perusahaan dan menghadapi berbagai kendala yang akan dimasuki perusahaan. Strategi yang dimiliki oleh perusahaan harus konsisten dengan sasaran perusahaan dan dapat dicapai dengan sumber daya yang ada, atau yang diperkirakan akan ada serta memperhitungkan masalah-masalah peluang yang mungkin ada pada lingkungan.

Jika ditinjau dari jenis pengembangannya, maka bisa dibagi menjadi beberapa strategi, yaitu sebagai berikut:

a. Mengembangkan Bisnis Dengan Mengembangkan Pasar

1) Mengembangkan Pasar Dari Sisi Produk

Mengembangkan pasar dari sisi produk merupakan langkah yang paling memungkinkan untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh, sehingga

masalah profitabilitas (kemampuan mendapatkan laba) serta popularitas dan kualitas sudah diterima pasar.

2) Mengembangkan Pasar Dari Sisi Sistem Penjualan

Strategi mengembangkan pasar yang dilakukan dari sisi sistem penjualan yaitu sebagai berikut:

- a) Mengembangkan sistem distribusi penjualan kedalam (internal) antara lain yaitu:
 - 1. Mengembangkan sendiri, seperti: membuka cabang baru dikota-kota besar, membuka *outlet*, agen atau sejenisnya atas dana sendiri dan membuka jalur distribusi sendiri.
 - 2. Mengembangkan melalui kerja sama dengan pihak lain.
- b) Mengembangkan sistem jaringan pemasaran dengan pihak lain.
- c) Mengembangkan pasar dengan menggabungkan bisnis yang lain dalam satu industri.

3) Mengembangkan Pasar Dengan Strategi Integrasi (Penyatuan)

Ada 2 jenis strategi integrasi yaitu sebagai berikut:

a) Integrasi *vertikal* (hulu ke hilir dari *flow industry*)

Penyatuan integral *vertikal* dengan cara membeli perusahaan kedalam (pemasok, konsultan, produsen dan lain-lain) atau membeli perusahaan keluar arah konsumen (distributor, *wholeseller*, agen, *outlet*, dan lain-lain).

b) Integrasi *horizontal* (antar produk, dan antar kategori)

Penyatuan integrasi perusahaan-perusahaan yang produknya tidak sama tetapi menunjang kesuksesan bisnisnya.

4) Mengembangkan Pasar Dengan Sinergisme

Pengembangan pasar dengan cara mengadakan perjanjian kerja sama antara dua perusahaan yang berbeda pasar dengan tujuan *swap market* atau tukar pasar dan memperkuat satu sama lain

karena keduanya mempunyai keistimewaan. Perusahaan yang satu ingin memsarkan produknya kepasar dan perusahaan yang lainnya ingin menambah calon pelanggan. (Hendro, 2011: 515-517)

b. Strategi Mengembangkan Bisnis Dengan Cara Kerja Sama Untuk Mencapai Puncak

Salah satu cara untuk mengembangkan bisnis apabila sebuah bisnis sudah cukup besar dan ingin mengembangkan bisnisnya yaitu dengan cara mengembangkan skala organisasinya. Ada beberapa strategi yang sering digunakan oleh pebisnis saat ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Membeli bisnis lain diluar industrinya
- 2) Menemukan bisnis baru dan memasukinya
- 3) Melakukan aliansi strategi atau usaha patungan (Hendro, 2011: 518-519)

c. Melakukan Sinergisme (Kerja Sama Saling Menguatkan)

Sinergi berkembang melalui ekspansi internal, yang tujuan untuk membesarkan organisasi. Sinergi itu bila kekuatan-kekuatan perusahaan yang bersinergi dapat menutupi kelemahan-kelemahan yang terjadi. ada beberapa jenis sinergi dalam bisnis yaitu sebagai berikut:

- 1) Sinergisme penjualan
- 2) Sinergisme investasi
- 3) Sinergisme operasional
- 4) Sinergisme manajemen

d. Mengembangkan Bisnis Yang Sedang Stabil

Tidak banyak yang harus dilakukan apabila sebuah bisnis sedang tumbuh dengan stabil. Namun dana yang ada dari pertumbuhan laba bisa digunakan untuk keperluan sebagai berikut:

- 1) Melakukan efesiansi produksi agar pertumbuhan laba lebih baik lagi untuk mempersiapkan strategi ekspansi bisnis yang lebih tepat

- 2) Melakukan perencanaan strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif untuk memperkuat merk dan popularitas
- 3) Melakukan perbaikan organisasi yang bisa membuat perusahaan lebih ramping, efisien, dan efektif
- 4) Mempertahankan pangsa pasar dengan melakukan pembentukan komunitas dan pertumbuhan bisnis
- 5) Menyempurnakan produk dengan kreatif dan inovatif (Hendro, 2011: 519)

Dalam menjalankan usaha pastilah seorang pengusaha akan mempunyai saingan. Untuk itu, perlu melakukan strategi bisnis dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya. Ide pengembangan usaha seharusnya didasari pemikiran terhadap hal-hal sebagai berikut:

a. Lingkungan

Lingkungan hidup sering kali menjadi menjadi sumber ide untuk mengembangkan usaha. Hal ini dapat berkaitan dengan kegiatan atau usaha yang telah dilakukan oleh keluarga. Seseorang dapat menemukan ide usaha dari tekanan kebutuhan keluarga atau lingkungan.

b. Minat

Minat atau hobi dapat menjadi sebuah ide untuk membuka usaha. Dari aktivitas menyenangkan yang dilakukan hingga timbul keinginan untuk menjadikannya sebagai sebuah bisnis karena banyak orang yang menyukainya.

c. Pendidikan

Latar belakang atau tingkat pendidikan juga bisa menjadi salah satu munculnya ide usaha. Mereka bisa mendirikan usaha sesuai dengan bidang kemampuan mereka.

d. Kesempatan

Adanya permintaan auatu produk dari lingkungan dan didasarkan pada pengalaman dapat memunculkan ide usaha.

e. Investasi

Terdapat kelebihan dana atau keinginan untuk memperoleh pendapatan tambahan dapat memunculkan ide usaha.

f. Pengalaman

Dikarenakan pengalaman seseorang bisa menjadi ide usaha, seperti teman atau keluarga memiliki usaha yang menguntungkan sehingga seseorang mempunyai ide untuk mengikuti jejak bisnis teman atau keluarganya tersebut.

g. Jaringan

Ide usaha bisa muncul ketika ada penawaran atau ajakan dari teman. Semakin luas lingkup pergaulannya maka semakin luas juga jaringan usahanya. (Heny Yuningrum, 2016: 123)

Setiap perusahaan memiliki strateginya masing-masing dalam mengembangkan usahanya. Namun, ada beberapa strategi yang umum digunakan oleh beberapa perusahaan.

2. Jenis Strategi Pengembangan Usaha

Menurut P. Siagian, ada sekitar dua belas strategi alternatif yang digunakan oleh perusahaan sebagai dasar untuk mencapai tujuan jangka panjang. Akan tetapi, dalam praktiknya, manajemen biasa menggunakan kombinasi dari beberapa strategi tersebut. Dua belas strategi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Konsentrasi

Ketika memilih alternatif ini, perusahaan mengarahkan seluruh dana, daya dan upaya untuk membuat produk yang diperkirakan menguntungkan, bergerak pada lingkungan pasar tertentu dan mengandalkan manfaat satu jenis teknologi tertentu. Strategi ini dipilih karena beberapa alasan yaitu:

1. Resiko yang dihadapi relatif kecil
2. Tambahan modal dan tenaga masih dalam batas kemampuan perusahaan
3. Pemilihan produk andalan didasarkan pada kemampuan yang telah dimiliki oleh perusahaan
4. Memiliki penilaian baik di kalangan konsumen sehingga mudah untuk merebut pangsa pasar

Namun, pendekatan konsentrasi cenderung mengakibatkan perolehan keuntungan dan pertumbuhan perusahaan menjadi rendah, sehingga kurang menarik perhatian investor.

b. Pengembangan Produk

Strategi ini dilakukan dengan meningkatkan kualitas atau memodifikasi produk yang ada agar penjualan dapat meningkat. Tahap ini dilakukan ketika penjualan produk mulai melemah dan pesaing mampu menawarkan produk yang lebih baik. Strategi ini biasanya dilakukan dengan tiga jenis kegiatan, yaitu meluncurkan produk baru, mengembangkan mutu produk lama dan memodifikasi produk lama.

c. Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar merupakan penjualan produk andalan perusahaan ke dalam pasar baru. Pengembangan pasar biasanya dilakukan dengan pembukaan cabang perusahaan baru di kota-kota lain bahkan melakukan pemasaran global. Tujuan dari pengembangan pasar ini adalah untuk mengenalkan produk ke daerah-daerah baru. Upaya menambah konsumen dilakukan dengan saluran distribusi produk dengan media iklan untuk menarik minat konsumen.

d. Inovasi

Inovasi baru terhadap sebuah produk sangat diperlukan seiring perkembangan zaman dan teknologi yang semakin maju, serta bertambahnya pengetahuan masyarakat. Inovasi baru diperlukan agar

dapat terus bersaing dan tidak tertinggal dengan perusahaan lainnya. Inovasi dapat berupa penawaran produk baru, penggunaan teknologi terbaru, menciptakan sasaran pasar yang baru, dan lain sebagainya.

e. Integrasi Horizontal

Strategi ini merupakan strategi jangka panjang berdasarkan pertumbuhan melalui pengambilan alih perusahaan lain yang berada pada tahap produksi dan pemasaran yang sama. Strategi ini dipilih agar perusahaan mendapatkan pasar baru dan menghilangkan persaingan. Contohnya jika satu pabrik tekstil mengambil alih pabrik tekstil saingannya.

f. Integrasi Vertikal

Strategi ini memiliki dua bentuk, yaitu:

- 1) Strategi vertikal ke atas, yaitu ketika akuisisi dilakukan kepada pemasok bahan untuk pengolahan lebih lanjut.
- 2) Strategi vertikal ke bawah, yaitu ketika perusahaan diakuisisi mengakibatkan produk yang dihasilkan semakin dekat dengan pasar.

g. Usaha Patungan

Tujuan dari strategi ini adalah untuk menggabungkan beberapa perusahaan menjadi satu perusahaan baru. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan kemudahan karena mereka tidak mampu bersaing dengan perusahaan yang lebih besar. (Husein Umar, 2010: 30)

h. Diversifikasi Konsentrik

Merupakan strategi yang digunakan dengan menambah produk yang masih berhubungan. Strategi ini dilakukan dengan alasan menambah nilai saham, meningkatkan laju perusahaan, meningkatkan efisiensi kerja untuk meningkatkan pendapatan dan mengeluarkan produk baru jika produk yang sudah ada tidak lagi diminati masyarakat.

i. Diversifikasi Konglomerat

Strategi ini adalah strategi yang dilakukan dengan menambah peoduk baik barang ataupun jasa tetapi tidak saling berhubungan. Strategi ini dilakukan ketika industri telah mengalami kemunduran dan ada peluang bisnis lain yang tidak ada kaitannya. Strategi ini memerlukan kecakapan, kecermatan, pengelolaan serta modal yang cukup besar.

j. Pengurangan Kegiatan

Hal ini dilakukan ketika perusahaan mengalami kemunduran yang disebabkan oleh persaingan yang semakin ketat atau kalah dengan inovasi yang dihasilkan oleh pesaing. Pengurangan kegiatan dapat dilakukan dengan mengurangi biaya maupun aset perusahaan.

k. Pelepasan Kepentingan Bisnis

Maksudnya adalah ketika pimpinan perusahaan memutuskan untuk menjual sebagian atau seluruh kmpinen perusahaan. Hal ini dilakukan ketika strategi pengurangan kegiatan tidak mampu menciptakan keadaan yang diinginkan. Pelepasan kepentingan bisnis ini dapat memperkuat posisi keuangan perusahaan, mengurangi pajak dan hurang.

l. Strategi Likuidasi

Strategi ini dilakukan dengan menjual seluruh aset perusahaan yang nilainya dapat dihitung. Hal ini dilakukan ketika perusahaan tidak dapat mempertahankan keberadaannya. Dengan menjual seluruh aset maka dapat memperkecil kerugian investor. (Husein Umar, 2010: 37)

3. Faktor-Faktor Strategi Pengembangan Usaha

a. Faktor Internal

1) Manajemen

Manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan guna mencapai tujuan organisasi dengan cara bekerja sama secara tim.

2) Pemasaran

Pemasaran dapat dideskripsikan dengan proses pendefinisian, penciptaan, pengantisipasi, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa.

3) Keuangan

Keuangan adalah pembelajaran bagaimana individu, bisnis, dan organisasi meningkatkan, mengalokasikan, dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu serta menghitung resiko dalam menjalankan proyek.

4) Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan atau menghasilkan dan menambah nilai guna terhadap suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan oleh orang atau badan. (Diyanto, 2011: 32)

b. Faktor Eksternal

1) Ekonomi

Ekonomi adalah suatu ilmu sosial yang mempelajari aktifitas manusia yang berkaitan dengan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan, meliputi produksi, konsumsi, dan distribusi terhadap barang dan jasa.

2) Sosial, Budaya, dan Lingkungan

Sosial merupakan cara individu saling berhubungan satu sama lain. Budaya merupakan cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke

generasi. Lingkungan merupakan kondisi fisik yang mencakup keadaan SDA dengan kelembagaan.

3) Pemerintah

Pemerintah adalah sebuah organisasi yang memiliki kekuasaan membuat dan menetapkan hukum serta Undang-Undang di suatu wilayah.

4) Teknologi

Teknologi adalah seluruh sarana yang digunakan untuk menghasilkan barang yang dibutuhkan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.

5) Kompetitif

Kompetitif atau keunggulan bersaing adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri dan pasar yang sama.

D. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam

Pada zaman Rasulullah SAW, proses perumusan strategi sering kali digunakan untuk berdakwah yang bertujuan untuk memperluas daerah kekuasaan dan juga untuk berperang. Seperti kisah Khalid bin Walid RA yang pada saat itu sangat menyadari bahwa tidak mungkin melindungi pasukan sebesar pasukan kerajaan Romawi. Lalu ia mengatur strategi, menebarkan rasa takut ke diri musuh dengan selalu mengganti formasi pasukan dalam setiap harinya yang tujuannya agar pasukan Romawi mengira pasukan Islam membutuhkan bantuan tambahan pasukan baru. Dengan strategi ini pasukan musuh akan takut dan akhirnya mengundurkan diri dari medan perang. Pasukan Islam kemudian kembali ke Madinah, mereka tidak mengejar pasukan Romawi yang lari karena dengan mundurnya pasukan Romawi, berarti Islam telah menang.

Dalam kisah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa secara tidak langsung Islam telah mengajarkan umatnya dalam menyusun dan menerapkan strategi agar dapat tercapai suatu tujuan yang diinginkan. Islam telah mengajarkan bahwa hakikat amal perbuatan berorientasi bagi pencapaian ridho Allah SWT, sebagaimana firman Allah AWT bersabda dalam Al-Qur'an surah Al-Mulk ayat 2-3:

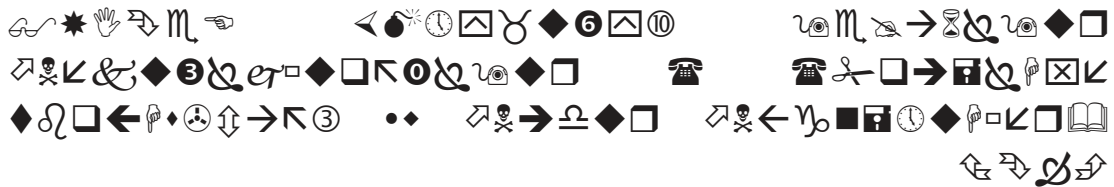


Artinya : “ 2) Yang menciptakan mati dan hidup, untuk menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dan Dia Maha Perkasa, Maha Pengampun. 3) Yang menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. Tidak akan kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang pada ciptaan Tuhan yang Maha Pengasih. Maka lihatlah sekali lagi, adakah kamu lihat sesuatu yang cacat? ”.

Ayat di atas menjelaskan tentang manusia dalam menjalankan aktifitasnya harus memenuhi dua syarat sekaligus yaitu niat dan ikhlas serta cara yang harus sesuai dengan hukum syariat Islam. Perbuatan manusia yang memenuhi dua syarat tersebut tergolong ke dalam ahsan (*ahsanul ‘amal*) yaitu amal baik di sisi Allah SWT.

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia untuk memiliki harta kekayaan. Menurut Dr. Yusuf

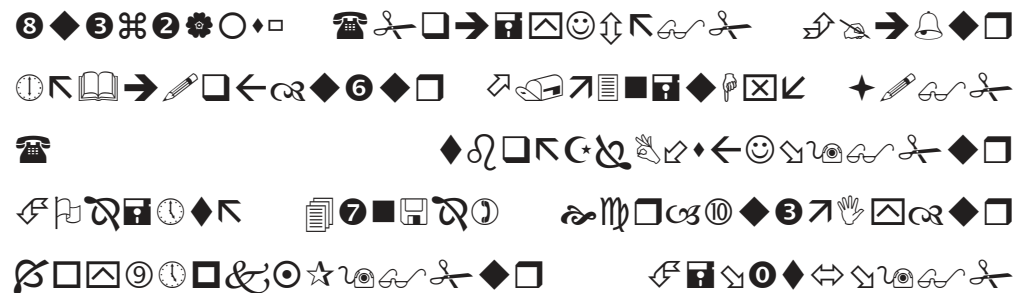
Qardhawi, bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang besar. Demikian pula dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja. Seperti yang dijelaskan Allah dalam QS. Al-Ahqaf : 19 :

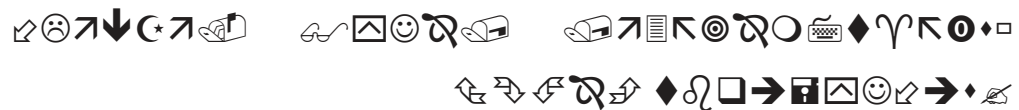


Artinya : “Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka.”

Dalam surah tersebut dijelaskan, orang-orang Islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan riba. (Departemen Agama RI, 2010, hal.504)

Dalam surah At-Taubah juga dijelaskan bahwa umat muslim harus bekerja untuk mendapatkan kekayaan dari hasil pekerjaannya tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam QS. At-Taubah : 105 :





Artinya : *Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”*

Nabi Muhammad telah memberikan contoh kepada umatnya tentang cara berbisnis yang baik dan sesuai dengan aturan dan ajaran Islam. Untuk memulai dan mengembangkan suatu usaha diperlukan adanya strategi yang tepat. Strategi bisnis menurut Rasulullah SAW adalah:

a. Jujur

Dengan memiliki sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan kepada pebisnis. Karena dengan adanya sikap kepercayaan ini akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

b. Ikhlas

Dengan adanya sikap ikhlas dalam berbisnis maka akan membentuk pribadi seorang pebisnis yang tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non material (mendapat ridha dari Allah SWT).

c. Professional

Bentuk sikap profesional dalam berbisnis yaitu sikap jujur dan ikhlas yang merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Pantang menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindar dari resiko.

d. Silaturahmi

Sikap Silaturrahim merupakan sebuah jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturrahmi juga menjadi dasar dari membina hubungan baik dengan pelanggan, investor, calon pelanggan (future market), dan bahkan dengan kompetitornya.

e. Niat Suci dan Ibadah

Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. (Ma'aruf Abdullah, 2011: 40)

Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-Dzariyat (51) : 56 :



Artinya : *“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.”* (Departemen Agama RI, 2010, hal. 523)

f. Menunaikan Zakat, Infaq, dan Shadaqoh

Dengan menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh merupakan budaya bagi pebisnis syariah. Karena dalam ajaran Islam harta atau hasil dari usaha yang kita jalankan harus disisihkan sebagiannya untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqoh agar harta kita bersih dari hal-hal yang dilarang dalam ajaran Islam, dengan berzakat, infaq, dan shadaqoh ini juga menjadi tabungan bagi kita yang akan dilipatgandakan oleh Allah baik didunia maupun diakhirat nantinya, sehingga dapat juga menyuburkan bisnis. (Ma'aruf Abdullah, 2011: 41)

Sebagaimana Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah : 261





Artinya : “Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuan bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui. (Departemen Agama RI, 2010: 44)

Adapun hal-hal yang berpengaruh dalam pengembangan usaha yang berdasarkan prinsip syariah, diantaranya sebagai berikut :

- a. Bangun motivasi dan bulatkan tekad.
- b. Perkuat tawakal kepada Allah.

Untuk menjalankan usaha mereka juga selalu bertawakal kepada Allah, dan mematuhi segala perintah-Nya dibuktikan dari sikap dan cara mereka melakukan sebuah usaha.

Allah berfirman dalam QS. Ali-Imran (3) : 159 :



Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.” (Departemen Agama RI, 2010: 71)

- c. Saat merintis usaha, jangan memaksakan diri untuk berbisnis.
- d. Gambaran ideal yang anda miliki.
- e. Pilih bisnis yang paling dikuasai dengan cepat.
- f. Pilih fokus dan bekerjalah secara fokus.
- g. Carilah teman atau partner.
- h. Perkuat kesabaran, ketaqwaan dan tawakal.

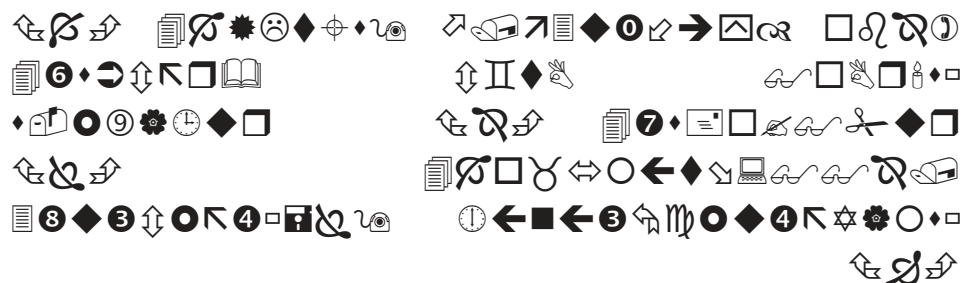
Sebagaimana Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah (2) : 153 :



Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.” (Departemen Agama RI, 2010: 23)

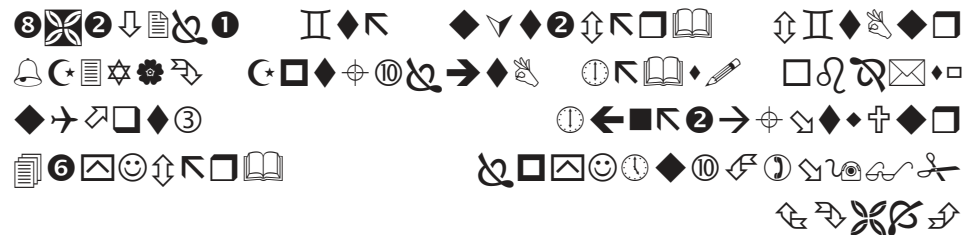
- i. Berbuat baiklah dan tinggalkan maksiat.

Allah berfirman dalam QS. Al-lail (92) : 4-7 :



Artinya : “*Sesungguhnya usaha kamu memang berbeda-beda (4) “Adapun orang yang memberikan (hartanya di jalan Allah) dan bertakwa (5) “Dan membenarkan adanya pahala yang terbaik (syurga) (6) “Maka Kami kelak akan menyiapkan baginya jalan yang mudah (7).”* (Departemen Agama RI, 2010: 23)

Dan dalam QS. Thaha (20) : 124



Artinya : “*Dan Barang siapa berpaling dari peringatan-Ku, Maka Sesungguhnya baginya penghidupan yang sempit, dan Kami akan menghimpunkannya pada hari kiamat dalam Keadaan buta.”*

Dalam pengembangan suatu usaha umat muslim juga dijelaskan dalam hadist atau dalil yang dijelaskan sebagai berikut :

من كان يومه خيرا من امسه فهو رابح. ومن كان يومه مثل امسه فهو مغبون. ومن كان يومه شرا من امسه فهو ملعون. (رواه الحاكم)

Artinya : “*Barang siapa hari ini lebih baik dari hari kemarin, dialah tergolong orang yang beruntung, Barang siapa yang hari ini sama dengan hari kemarin dialah tergolong orang yang merugi dan Barang siapa yang hari ini lebih buruk dari hari kemarin dialah tergolong orang yang celaka.”* (HR. Al Hakim)

خير الناس من طال عمره وحسن عمله وشر الناس من طال عمره وساء عمله. (رواه طبرانی)

Artinya : “*Sebaik-baik manusia orang yang panjang umurnya, dan baik perbuatannya. Dan sejelek-jelek manusia orang yang panjang umurnya, dan buruk kelakuannya.”* (HR. Thabrani)

Dari kedua Hadist diatas menjelaskan bahwa seorang mukmin harus selalu berubah kepada arah yang lebih baik lagi agar usaha yang kita jalani nantinya dapat berkembang dengan baik sesuai dengan syariat Islam dan tidak menjadi pribadi yang merugi.

Dalam menyusun strategi jika dilihat dari perspektif Islam, menekankan pada wilayah halal dan haram. Hal tersebut dapat dilihat pada prinsip-prinsip Islam mengenai halal dan haram, prinsip-prinsip tersebut sebagai berikut:

1. Segala sesuatu pada dasarnya boleh.
2. Untuk membuat absah dan untuk melarang adalah hak Allah semata.
3. Melarang yang halal dan memperoleh yang haram sama saja dengan syirik.
4. Larangan atas segala sesuatu didasarkan pada sifat najis dan melukai.
5. Apa yang halal adalah yang diperbolehkan, dan yang haram adalah yang dilarang. (Eriza Yolanda Maldina, 2017: 80)

Hal tersebut selaras dengan sabda Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Imam Muslim yang menekankan bahwa tolak ukur strategi adalah hukum syara' tentang halal dan haram, hadist tersebut berbunyi: *“Tinggalkan olehmu sekalian apa saja yang telah ku tinggalkan. Sesungguhnya yang menyebabkan kebinasaan umat-umat sebelum adalah banyaknya pertanyaan mereka dan mereka bertindak tidak sesuai dengan apa yang disampaikan oleh nabi-nabi mereka. Oleh karena itu, bila aku melarang sesuatu kepada kamu sekalian maka jauhilah, dan bila aku memerintahkan sesuatu maka kerjakanlah sekuat tenaga.”*

Islam menetapkan suatu tolak ukur bagi manusia untuk menilai segala sesuatu agar dapat diketahui perbuatan mana yang terpuji (baik) yang harus dilaksanakan dan perbuatan mana yang tercela (buruk) yang harus ditinggalkan. Hal tersebut dapat digunakan dalam menyusun strategi yang

bertujuan untuk menggapai visi dan misi (tujuan) organisasi yang harus melihat prinsip-prinsip halal dan haram, agar tujuan dari sebuah organisasi atau usaha tersebut tidak hanya demi menggapai keberhasilan materi saja tetapi juga menggapai ridho Allah SWT pada setiap proses usaha atau organisasi yang akan dilakukan nantinya.

Islam juga memiliki beberapa prinsip dalam berbisnis, yaitu bisnis harus terhindar dari unsur-unsur yang dilarang oleh syariah, seperti:

a. Haram

Haram merupakan sesuatu yang dilarang atau terlarang. Haram dikategorikan menjadi dua yaitu haram dilihat dari zatnya dan haram berdasarkan cara perolehannya. Contohnya barang-barang yang diharamkan untuk diperjualbelikan adalah babi, bangkai, khamr, berhala, dan lain sebagainya.

b. Mayir (Judi)

Masyir adalah memperoleh sesuatu dengan mudah tanpa perlu kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa kerja. Selain itu, masyir juga diartikan sebagai segala sesuatu yang mengandung unsur perjudian atau spekulasi. Allah telah melarang untuk melakukan masyir.

c. Gharar (Ketidakjelasan)

Ghara merupakan transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak diketahui keberadaannya, tidak diketahui kondisi, harga dan waktu penyerahannya. Contohnya transaksi yang mengandung gharar adalah jual beli buah yang belum matang di pohonnya, jual beli ikan di dalam kolam, dan lain sebagainya. Hukum larangan gharar ini terdapat dalam hadist yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah yang artinya "*Rasulullah SAW melarang jual beli hashah dan jual beli gharar*".

d. Riba

Riba berasal dari bahasa Arab *Az-Ziyadah* yang artinya tambahan. Secara istilah, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok secara bathil. Riba dalam Islam diharamkan karena mengandung ketidakadilan, sehingga merugikan salah satu pihak.

e. Ikhtikar (Penimbunan)

Ikhtikar adalah penimbunan barang untuk memperoleh keuntungan yang besar pada waktu tertentu. Dalam Hadist Riwayat Muslim, Rasulullah bersabda “*la yang menimbun adalah orang yang berdosa*”.

f. Tadlis (Penipuan)

Dalam Islam, kegiatan transaksi harus berdasarkan prinsip saling rela. Oleh karena ini Islam melarang transaksi yang mengandung tadlis (penipuan). Tadlis sendiri diartikan sebagai transaksi yang mengandung sesuatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak dalam jual beli. Contoh transaksi yang mengandung tadlis adalah mengurangi timbangan, menyembunyikan keburukan (cacat) barang, memanfaatkan ketidaktahuan pembeli dengan menaikkan harga melebihi harga pasar, dan lain sebagainya.

E. Kerajinan Tenun Songket Silungkang

Kerajinan tenun merupakan seni kerajinan tangan turun-temurun yang diajarkan kepada anak cucu demi kelestarian seni tenun tersebut. Motif tenunan yang dipakai seseorang akan dikenal atau sebagai ciri khas dari suku atau pulau mana orang itu berasal, setiap orang akan senang dan bangga mengenakan tenunan asal sukunya sendiri. (Suprihatiningsih, 2020: 15).

Secara umum tenun songket dikenal dengan kain yang ditenun menggunakan benang emas atau benang perak. Menurut Kamus Umum Bahasa

Indonesia kata songket berasal dari kata kerja *sungkit* yaitu menyungkit benang atau mencongkel benang. Sungkit atau bersungkit berarti bersulam benang emas atau benang perak. Pengertian lain kata sungkit (kata

benda) yaitu semacam alat yang bernama sungkit, berupa jarum yang terbuat dari tulang yang berguna untuk mengangkat benang sungsin dalam bertenun. Di Sumatera Barat songket disebut *Ratu Kain* bukan bukan semata karena harganya yang mahal, tetapi lebih karena nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

Tenun songket merupakan salah satu rencana busana yang istimewa dan layak disebut ratu kain untuk ratunya Sumatera Barat. Selain itu busana khusus kaum laki-laki Minangkabau, terutama untuk pakaian upacara adat yang terbuat dari tenun songket yang istimewa pula.

Kain tenun yang dihasilkan dari setiap daerah pasti memiliki ciri khasnya sendiri dan memiliki makna, nilai sejarah, serta teknik pembuatan yang berbeda juga. Hal ini terlihat dari segi warna, ragam hias, jenis bahan dan jenis benang yang digunakan. Pembuatan kain tenun membutuhkan proses yang cukup lama, semakin sulit desain yang dibuat maka semakin lama pula waktu yang diperlukan untuk pembuatannya. Salah satu kain tenun terbaik di Indonesia adalah kain tenun songket Silungkang. Kain songket yang berasal dari Sumatera Barat ini memiliki banyak motif dan makna tersendiri.

Motif tenun muncul dari daya kreasi dan imajinasi pengrajin tenun, hal ini berarti bahwa tenun Silungkang atau kain songket Silungkang erat kaitannya dengan artistic dan nilai seni yang muncul dari orang yang punya bakat seni yang tinggi.

Silungkang adalah kecamatan di Kabupaten Sawahlunto, yang terletak di tepi Jalan Raya Lintas Barat Sumatera sekitar 95 km di sebelah tenggara kota Padang. Keistimewaan kain tenun songket Silungkang terletak pada motif yang beranekaragam. Masing-masing dari motif tersebut mempunyai nama serta maknanya tersendiri dan biasanya motif pada kain songket terinspirasi dari tumbuhan, binatang, keadaan geografi, atau benda-benda yang ada di alam sekitarnya dan keistimewaan kain tenun songket Silungkang juga terlihat pada tenunannya yang menggunakan benang pakan (benang

hias). Hal inilah yang membuat kain tenun songket Silungkang lebih eksklusif dibandingkan dengan kain songket dari daerah lainnya.

Pengrajinan kain tenun songket Silungkang tidak hanya memproduksi satu jenis songket tertentu, seperti sarung dan atau kain saja. Akan tetapi, sudah merambah ke produk jenis lain, seperti gambar dinding, taplak meja, permadani bergambar, baju wanita, spreng, baju kursi, bantal permadani, selendang, serbet, kain lap dapur, sapu tangan, bahan kemeja (“hem”), tussor (bahan tenun diagonal), dan taplak meja polos.

F. Penelitian Relevan

Dalam penelitian terdahulu ini diharapkan peneliti dapat melihat perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang dilakukan.

1. Ulfatun Nisa' (2015), melakukan penelitian tentang “Strategi Pengembangan Usaha Pengusaha Batik Tulis Lasem” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan bisnis pengusaha Pribumi Muslim dalam memperebutkan pangsa pasar dengan pengusaha Tionghoa serta bagaimana kendala perkembangan bisnis pengusaha Pribumi Muslim dan pengusaha Tionghoa. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder yang didapat dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang bagaimana strategi pengembangan usaha dan juga meneliti tentang apa saja kendala yang dihadapi usaha dalam mengembangkan usaha yang dijalankan. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian Ulfatun Nisa' meneliti tentang strategi pengembangan usaha pengusaha batik tulis lasem

sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan usaha kerajinan tenun Silungkang.

2. Mariyatul Qibtiyah (2008), melakukan penelitian tentang “Pengembangan Usaha Sentral Pengrajin Batik Tulis Gedog Di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengembangan usaha sentral pengrajin batik tulis gedog dan mendeskripsikan apa faktor pendukung, penghambat dalam proses pengembangan usaha sentral pengrajin batik tulis gedog. Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data ada tiga tahapan yaitu penyederhanaan, penyajian data, penarikan dan kesimpulan. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan usaha dan metode yang digunakan juga sama yaitu metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian Mariyatul Qibtiyah meneliti tentang pengembangan usaha sentral pengrajin batik tulis gedog di desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto.
3. Dyas Nur Fajrina (2015), melakukan penelitian tentang “Analisis Peranan Bisnis Berbasis Syari’ah pada Wirausaha Muslim (Study Pada Wirausaha Muslim di perumahan Hibrida X Kota Bengkulu)”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami tentang konsep bisnis yang sesuai dengan syari’ah, untuk mengetahui arti wirausaha menurut agama Islam, untuk mengetahui tentang pemahaman bisnis berbasis syari’ah pada wirausahawan muslim di perumahan Hibrida X. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti usaha yang sesuai dengan syari’ah Islam atau ekonomi Islam. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah dimana penelitian Dyas Nur Fajrina ini meneliti tentang peranan bisnis yang

berbasis syari'ah pada wirausaha muslim di perumahan Hibrida X kota Bengkulu sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan usaha yang ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

4. Duma Sari Siregar (2021), melakukan penelitian tentang “Strategi Pengembangan Usaha Tenun Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha tenun Yanti Ulos Sipirok dan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis *matriks* IFE, *matriks* EFE, *matriks* IE, dan *matriks* SWOT. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan suatu usaha tenun. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian Duma Sari Siregar menggunakan teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis *matriks* IFE, *matriks* EFE, *matriks* IE, dan *matriks* SWOT sedangkan peneliti menggunakan teknik analisis datanya ada tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.
5. Suriani (2012), melakukan penelitian tentang “Efektivitas Usaha Tenun Songket Melayu Riau Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam (Study Usaha Tenun Melayu Winda Di Jalan Inpress Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja model-model usaha tenun songket Melayu Winda di Jalan Inpress Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru, bagaimana efektivitas usaha tenun songket Melayu Winda di Jalan Inpress Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru, dan bagaimana efektivitas usaha tenun songket Melayu Winda Di Jalan Inpress Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai

Pekanbaru ditinjau menurut ekonomi Islam. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti usaha tenun yang ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian Suriani meneliti tentang efektivitas usaha tenun songket Melayu Riau sedangkan peneliti meneliti tentang bagaimana strategi pengembangan usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto.

6. Lisyawati Nurcahyani (2018), melakukan penelitian tentang “Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Ikat Sintang”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi masyarakat Sintang dan pemerintah daerah merespon ancaman melalui kebijakan dan kerja sama dalam pengembangan produk tenun ikat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara dan pengamatan di lapangan serta didukung dengan studi kepustakaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang usaha tenun dan jenis penelitiannya juga sama yaitu penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian Lisyawati Nurcahyani meneliti tentang strategi masyarakat Sintang dan pemerintah daerah dalam merespon ancaman pengembangan produk tenun ikat sedangkan peneliti meneliti tentang strategi pengembangan usaha kerajinan tenun Silungkang Kota sawahlunto.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian pada usaha kerajinan tenun silungkang kota Sawahlunto. Sedangkan metode yang penulis gunakan yaitu metode penelitian Deskriptif Kualitatif yang akan menggambarkan Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Lokasi Pelaksanaan Penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto. Dan waktu Pelaksanaan Penelitian yang peneliti lakukan selama penelitian ini di mulai dari pertengahan Januari 2021 sampai dengan bulan Juni yang akan peneliti jabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1
Jadwal waktu penelitian

| Kegiatan | Jan | | Feb | | | | Maret | | | | April | | | | Mei | | | | Juni | | |
|----------------------------------|-----|---|-----|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|
| | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | |
| Observasi awal | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pengajuan Proposal | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bimbingan Proposal | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| Seminar proposal | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | |
| Revisi setelah bimbingan | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | |
| Pengurusan surat izin penelitian | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | |
| Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | |
| Bimbingan skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | |
| Pengajuan munaqasah | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | |
| Munaqasah | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

Sumber: Jadwal Waktu Penelitian

C. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian merupakan unsur yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena berfungsi sebagai sarana pengumpul data, maka instrument penelitian yang digunakan harus sesuai dengan situasi dan kondisi penelitian itu sendiri. Adapun instrument yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Handphone Sebagai Alat Perekam Dan Alat Dokumentasi

Alat perekam digunakan sebagai alat bantu agar tidak ada informasi yang terlewatkan dan selama wawancara peneliti dapat berkonsentrasi kepada pertanyaan yang akan diberikan tanpa harus mencatat. Alat perekam ini juga memudahkan peneliti mengulang kembali hasil wawancara agar dapat diperoleh data yang utuh, dan sesuai dengan apa yang disampaikan oleh responden dalam wawancara. Hal ini bermanfaat untuk meminimalisasi kesalahan yang sering terjadi karena keterbatasan peneliti. Alat perekam ini digunakan atas izin responden. Selain alat perekam peneliti juga menggunakan catatan yang digunakan sebagai alat bantu untuk mendeskripsikan situasi dan kondisi saat berlangsungnya proses wawancara dan semua respon yang ditunjukkan oleh responden.

2. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan untuk mengingatkan peneliti mengenai aspek-aspek yang harus ditelusuri lebih dalam, serta apa yang sudah atau belum ditanyakan kepada responden, adanya pedoman wawancara juga mempermudah peneliti untuk membuat kategori saat melakukan analisis data. Pedoman wawancara didasarkan kepada kerangka teori yang ada, untuk menghindari penyimpangan dari tujuan penelitian yang akan dilakukan. (Sugiyono, 2013: 355)

D. Sumber Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis data berupa data primer dan data sekunder diantaranya:

1. Sumber data Primer

Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah dan tujuan penelitian dengan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi penelitian yang dilakukan pada usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto, sumber data primer yang diperoleh yaitu didapatkan dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti kepada pemilik usaha kerajinan tenun silungkang kota Sawahlunto

2. Sumber data Sekunder

Sumber data sekunder yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sumber data tertulis atau dokumentasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan. Teknik ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kesesuaian antara teori yang digunakan dengan keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Dalam penelitian lapangan ini penulis menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktifitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus-menerus dari aktifitas bersifat alami untuk menghasilkan fakta. Oleh karena itu observasi merupakan bagian integral dari cakupan penelitian lapangan. (Hasyim Hasanah, 2016: 21)

Dengan metode pengamatan ini peneliti dapat mengamati bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto.

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara dengan pemilik usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto dan selain itu wawancara yang penulis lakukan juga dicatat atau direkam untuk memastikan dari setiap pernyataannya. Wawancara difokuskan pada strategi pengembangan usaha kerajinan tenun Silungkang dan apa saja kendala yang dihadapi dalam mengembangkan usaha yang dijalankan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. (Sugiyono, 2010: 82)

Pengumpulan data yang peneliti lakukan dengan cara mengumpulkan data-data berupa tulisan, gambar atau informasi yang diperoleh dari usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari data hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melaksanakan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. (Sugiyono, 2014: 89)

Setelah semua data diambil dan dikumpulkan dilapangan melalui wawancara, dokumentasi dan data deskriptif seperti ucapan atau tulisan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek) mengenai Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang. Selanjutnya setelah semua data didapatkan bisa dilakukan proses reduksi data atau proses

pemilihan dan pemusatan data, setelah semua data diolah, maka data bisa disajikan dan dapat ditarik kesimpulan.

Terdapat beberapa tahap dalam analisis deskriptif kualitatif diantaranya:

1. Tahap Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pemabstrakan, dan informasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan. Sedangkan data yang diperoleh dari lapangan datanya cukup banyak dalam berbagai bentuk dan data yang didapat melalui wawancara. Maka untuk menentukan data yang diperlukan menggunakan tahapan reduksi data.

Dengan demikian data yang penulis dapatkan dilapangan bisa mempermudah dan memberikan gambaran yang jelas kepada penulis untuk melakukan analisis selanjutnya.

2. Teknik Penyajian Data

Langkah berikutnya setelah reduksi data berlangsung adalah penyajian data, dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa diartikan sebagai bentuk uraian singkat atau pemaparan laporan. Penyajian data dalam laporan ini dengan menguraikan tentang Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam, sehingga peneliti dapat menyajikan data dengan sistematis dan efektif.

3. Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir proses analisis dalam penelitian ini adalah penarikan kesimpulan dalam penelitian ini menjelaskan Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam, dan beberapa permasalahan yang dihadapi usaha kerajinan tenun silungkang. (Sugiono 2014:405-408)

G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Adapun teknik penjamin keabsahan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi, dimana triangulasi ini terbagi tiga yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan waktu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah teknik pengumpulan data untuk menyiapkan data dari sumber yang berbeda dengan teknik yang sama. (Sugiyono, 2014: 241).

Dalam penelitian untuk menguji kredibilitas atau kepercayaan data kepada sumber yang sama dengan teknik yang sama. Peneliti melakukan pengambilan dengan teknik wawancara, maka data yang didapat dari wawancara berupa kata-kata maka mustahil kata yang disampaikan dari satu orang (subjek) ke orang lainnya sama, ada kemungkinan data kekeliruan dari orang (subjek) tersebut dalam menyampaikannya. Maka peneliti perlu melakukan triangulasi sumber untuk pengecekan data. Pada awalnya penulis memperoleh data dengan cara wawancara, lalu dicek dengan observasi, atau dokumentasi. Bila dengan tiga teknik pengujian menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan, untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Temuan Penelitian

1. Sejarah Singkat Usaha Kerajinan Tenun Silungkang

Kerajinan tenun Silungkang di Kota Sawahlunto merupakan kerajinan tenun khas Nagari Silungkang yang sudah ada sejak lama. Kerajinan tenun Silungkang sebenarnya sudah dikenal luas oleh masyarakat bahkan sampai ke luar negeri. Usaha kerajinan tenun Silungkang sudah berlangsung sejak lama dan dilakukan secara turun temurun, dan usaha ini merupakan jenis usaha industry rumah tangga.

Bukti sejarah sudah sejak lama menyebutkan bahwa seni budaya kain songket yaitu sudah sejak sekitar 2500 tahun yang lalu. Bermula dari daratan negeri China sesuai dengan budaya waktu dan tempat. 2000 tahun lamanya bangsa China menutup diri terhadap dunia luar sehingga negeri China dijuluki sebagai negeri Tirai Besi karena sebegitu kokohnya mereka dalam menyimpan rahasia negerinya. Setelah 500 tahun belakangan ini barulah bangsa China mulai membuka diri untuk mengenal dunia luar dalam kisah perjalan pertama mereka melangkah ke negeri PAEDO Thailand setelah itu mentebar ke tiga Negara bagian ditanah Simenanjung Malysia seperti Kelantan, Trengganu, dan Brunei Darussalam. Dan kemeudian menyebrang ke pulau Andalas (Sumatera) antara lain Silungkang, Siak dan Palembang. Songket Pandai Sikek dan Payakumbuh berasal dari Silungkang yang membawa ilmu songket dari Malaysia ke Silungkang adalah Hulu Balang (Pengawal) Tuanku Baginda Ali pada Abad ke 16 sekitar (400 tahun yang lalu). Tuanku Baginda Ali itu sendiri berasal dari Malaysia. Beliau hijrah ke Batu Bara Medan Sumatera Utara dan bermukim disana hingga akhir hayat. Dan Batu Bara juga sangat terkenal sebagai negeri penghasil kain tenun songket. Tuanku Baginda Ali berasal dari kampung Dalimo Singkek suko Dalimo negeri Silungkang Kota Swahlunto Provinsi Sumatera Barat. Pada tahun 1910

Songket Silungkang telah tampil Berjaya di gelanggang Internasional yaitu pada pekan raya ekonomi Brusel di Ibu Kota Belgia yang mendemonstrasikan cara bertenun songket di kala itu di pameran oleh Ande Baensa (Ibuk Baensa) dari kampung melayu Silungkang. Hanya dua daerah penghasil kain songket dari Indonesia yang tampil di arena Pekan Raya tersebut di atas yaitu Silungkang dan Bali, songket Silungkang bersal dari negeri Jiran Malaysia dan songket Bali berasal dari negeri aliran sungai Gangga India.

2. Visi dan Misi Usaha Kerajinan Tenun Silungkang

- a. Mengembangkan usaha sampai menampung hasil songket.
- b. Menyejahterkan Perekonomian Rumah Tangga.
- c. Terwujudnya Sawahlunto menjadi tempat yang lebih baik untuk hidup.
- d. Mengembangkan usaha ekonomi produktif.
- e. Menciptakan peluang usaha melalui keunggulan pariwisata dan produk lokal.

3. Kain Songket Silungkang

Kerajinan tenun songket tidak dapat dipisahkan oleh kaum wanita. Karena, setiap wanita di Nagari Silungkang harus pandai menenun. Hal ini dimaksudkan agar anak-anak gadisnya nanti memiliki kepandaian untuk bekal hidupnya nanti, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk membantu keluarga. Pada zaman dahulu kepandaian menenun songket di Silungkang hanya dimiliki oleh kaum wanita saja. Seorang ibu yang mempunyai kepandaian menenun akan mengajarkannya lagi kepada anak gadisnya. Seorang anak gadis akan mengajarkannya lagi kepada anak atau cucu mereka dalam satu keturunannya dan begitulah seterusnya.

Silungkang telah menjadi pusat pertenenan songket serta mendapatkan cirinya sendiri melalui waktu yang cukup lama dan pengelolaan yang

berubah-ubah dari satu masa ke masa berikutnya. Modal utama dari pengrajin tenun Silungkang adalah keuletan dan keterampilan, selain dari bakat seni dan kecintaannya pada pekerjaan tenun itu sendiri, itulah yang menjadi modal penting untuk bertahan dan menghasilkan tenunan yang bermutu tinggi.

Menenun songket Silungkang terdiri dari 2 tahap pekerjaan, yang pertama yaitu menenun dengan konstruksi tenunan rata atau polos. Dan yang kedua menenun bagian ragam hias yang merupakan bagian tambahan dari benang pakan. Tenunan dasar yang merupakan konstruksi anyaman polos atau datar, diperoleh dengan cara mengangkat dan menurunkan benang bergantian dengan irama pergantian 1-2 atau 1-3. Benang yang dipergunakan kebanyakan dari bahan serat kapas atau benang sutra. Benang tambahan atau pakan biasanya berbeda dari warna, ukuran benang, atau bahan seratnya dengan tenunan dasar. Perbedaan ini lah yang dimaksud dengan ragam hias yang terbentuk dapat segera terlihat dari bagian tenun latarnya. Kain tenun songket dibuat dan didesain dengan mempergunakan benang emas atau benang perak. Kain songket dibedakan menjadi 2 jenis yaitu sebagai berikut:

a. Kain Songket Balopak

Kain songket dengan desain benang emas atau benang perak yang padat, memenuhi seluruh bidang permukaan kain, sehingga dasarnya hampir tidak kelihatan kecuali benang emas atau benang peraknya saja maka akan terlihat lebih mewah

b. Kain Songket Batabuar

Kain songket dimana benang emas atau benang perak dengan motif-motif yang tersebar dan berserakan pada permukaan kain, sehingga dasar kain masih terlihat. Tenun songket batabuar kadang-kadang mempergunakan benang yang berwarna untuk membentuk motif sehingga tidak begitu terlihat gemerlapnya.

Ragam hias tenun songket diciptakan oleh teknik menenun yang dikenal dengan teknik pakan tambahan. Cara mengangkat lusi diataur dengan lidi-lidi, semakin banyak lidi-lidinya, maka semakin rumit cara pengerjaannya. Untuk ragam hias kain songket di Silungkang lebih banyak ditentukan oleh para konsumen atau selera pasar. Jadi terdapat 2 macam kain tenun songket menurut benang yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- a. Kain songket dengan ragam hias yang dibentuk oleh benang emas atau perak sebagai pakan tambahan
- b. Kain songket dengan ragam hias yang dibentuk oleh benang yang berlainan warna dengan warna dasar tenunan

Ragam hias tenun songket Silungkang tercipta dari suatu irama bentuk atau pola yang berderet-deret. Pengulangan garis dan bentuk pola dengan dasar kain yang disusun berimbang supaya sesuai dengan kegunaan songket tersebut sebagai kain atau selendang. Garis dan pola yang berirama itu diharapkan dapat membentuk tubuh si pemakai agar terlihat lebih indah dan cantik. Selain warna pada songket yang sudah ditentukan, telak besar atau kecilnya ragam hias juga sudah ditentukan oleh pengrajin yang sudah ahli. Dan juga, ragam hias mana yang akan diletakkan untuk bagian kepala kain, badan kain, pengapit kepala, dan hiasan pinggir kain yang telah diatur menurut keserasia, sehingga tercipta kain songket yang indah.

4. Proses Pembuatan Songket Silungkang

Songket Silungkang dikerjakan dengan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBK) atau dikerjakan secara manual oleh tangan. Menenun songket dikerjakan secara turun-temurun oleh penduduk di desa Silungkang. Bukan hanya di desa Silungkang saja tetapi di daerah sekitar desa Silungkang seperti Kota Sawahlunto juga memulai untuk menenun kain songket. Dari hasil wawancara dengan ketiga pemilik usaha kerajinan

tenun Silungkang yaitu, Aina, Ellen dan Rita, ditemukan kesamaan pernyataan tentang proses pembuatan kain songket Silungkang, yaitu:

- a. Manuriang (benang dicelup dan diberi pewarna, kemudian benang dipintal)
- b. Menghani (memasukkan benang ke gun)
- c. Mangarok (menyambung benng dari gun ke karok)
- d. Membuat motif
- e. Menenun

Proses pembuatan kain songket di Silungkang, sebenarnya hampir sama dengan pembuatan kain songket dari daerah lainnya. Setiap proses menenun dikerjakan oleh beberapa orang, ada yang pekerja khusus untuk menuring, menghani, mengarok, membikin motif dan menenun yang biasanya dikerjakan perorangan, tetapi jika penenun belum bisa untuk membuat motif biasanya proses untuk pembuatan motif diupahkan ke orang lain. Waktu yang diperlukan dari proses awal hingga menjadi selebar kain songket membutuhkan waktu kurang lebih 15 hari dimulai dari manuring 1 minggu, menghani 1 hari, mengarok 1 minggu, sedangkan untuk membuat motif dan proses menenun membutuhkan waktu kurang lebih 1 minggu sampai 1 bulan. Lamanya pembuatan kain songket tergantung dari rumit atau tidaknya motif yang akan dikerjakan. Semakin rumit dan penuh motif pada kain songket, maka waktu yang diperlukan juga akan semakin lama. Pewarna pada benang menggunakan pewarna alami dan sintesis, tetapi sekarang pewarna alami kurang diminati oleh penenun karena proses pengerjaannya yang lama dan hasilnya yang terkadang juga kurang memuaskan. Maka dari itu, penenun lebih memilih untuk menggunakan pewarna sintesis, karena warnanya yang lebih menarik dan juga tidak mudah luntur. Benang dasar (lusi) untuk menenun kain songket Silungkang menggunakan benang katun atau benang sutra, tetapi sekarang penenun sudah mulai menggunakan benang sintesis. Sedangkan untuk benang hias (pakan) biasanya menggunakan

benang *macau* emas atau perak, tetapi tidak hanya menggunakan benang emas atau perak saja, sekarang membuat motif pada kain songket Silungkang juga dapat menggunakan benang katun, benang sutera, dan benang *polyester* (sintesis) seperti: benang rayon, bordir, metalik, dan lainnya, sehingga warna yang dihasilkan jadi sangat beragam dan benangnya yang mudah didapat.

Jadi dari penjelasan proses pembuatan songket Silungkang diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat kesulitan dalam membuat selemba kain songket Silungkang yang paling utama yaitu pada motifnya, jika motifnya penuh maka proses pengerjaannya juga akan semakin lama, dan juga pada kualitas benang yang digunakan, serta peralatan yang digunakan. Membuat selemba kain songket Silungkang tidak hanya mengandalkan dari Sumber Daya Manusia (SDM), tetapi harus didukung oleh peralatan dan benang dengan kualitas yang baik agar hasil tenunnya juga bagus. Hal ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1
Cara Kerja Proses Menenun

| No. | Cara Kerja Menenun |
|-----|---|
| 1. | Memisahkan benang motif |
| 2. | Setelah motif dipisahkan, kemudian balero dimasukkan untuk memisahkan motif dan juga untuk memudahkan masuknya benang pakan |
| 3. | Injak bagian bawah pedal untuk memisahkan karok depan dan belakang |
| 4. | Masukkan benang pakan dari kiri ke kanan dan sebaliknya dari kanan ke kiri |
| 5. | Majukan suri untuk pengepresan benang atau memadatkan benang. Langkah selanjutnya yaitu ulangi dari memisahkan benang motif sampai proses selanjutnya untuk mendapatkan motif dan ukuran yang diinginkan |
| 6. | Setelah songket sudah selesai dengan panjang yang diinginkan, diberi tenunan benang pakan sekitar 1 cm kemudian dimasukkan lidi, setelah itu ditunen lagi sekitar 1 cm, baru kemudian digunting dibagian belakang atau ujung songketnya |

Sumber : Wawancara Langsung Pemilik Usaha Kerajinan Tenun Silungkang

5. Fungsi Kain Songket Silungkang

Berikut beberapa fungsi kain songket yaitu sebagai berikut:

- a. Tengkuluk yang dipakai oleh wanita untuk tutup kepala. Tengkuluk merupakan selendang dengan desain songket yang dibentuk pada kedua ujungnya menyerupai bentuk tanduk kerbau.
- b. Selendang/sandang, kain songket ini dipakai pada bahu wanita atau bahu laki-laki dan dipakai juga oleh penghulu.
- c. Sisamping, kain songket yang khusus dipakai oleh laki-laki yang di ikatkan di pinggang.
- d. Cawek, kain songket ini dipakai khusus untuk laki-laki di pakai sebagai ikat pinggang.
- e. Uncang, yaitu kantong tempat sirih dan perlengkapannya.
- f. Tarawi, yaitu kain songket berbentuk selendang yang dipakai dalam upacara perkawinan.

6. Gambaran Umum Wilayah

a. Letak Geografis, Batas dan Luas Wilayah

Kota Sawahlunto di kenal sebagai kota tambang dengan luas wilayah sebesar 27.345 ha atau 273,45 km², secara administrasi terdiri dari 4 kecamatan, 10 kelurahan dan 27 desa. Kecamatan terkecil adalah Kecamatan Silungkang dengan luas 32.93 km² sedangkan kecamatan terluas adalah Kecamatan Talawi dengan luas 99.39 km² untuk lebih jelasnya mengenai luas wilayah administrasi Kota Sawahlunto dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Luas Wilayah Kota Menurut Kecamatan

| Kecamatan | Luas wilayah (km ²) |
|------------------------|---------------------------------|
| Kecamatan Silungkang | 32,93 |
| Kecamatan Lembah Segar | 52,58 |
| Kecamatan Barangin | 88,55 |
| Kecamatan Talawi | 99,39 |
| Jumlah | 273.45 |

Sumber: BPS tahun 2020

Secara geografis Kota Sawahlunto berada pada posisi koordinat antara 100.41 dan 100.49 Bujur Timur, 0.34-0.46 Lintang Selatan, dengan batas wilayah sebagai berikut:

- a). Sebelah Utara : dengan Kabupaten Tanah Datar
- b). Sebelah Selatan : dengan Kabupaten Solok
- c). Sebelah Timur : dengan Kabupaten Sijunjung
- d). Sebelah Barat : dengan Kabupaten Solok

b. Demografi

Penduduk ialah semua orang yang berdomisili di suatu wilayah selama 6 bulan atau lebih dan mereka yang berdomisili kurang dari 6 bulan tapi bertujuan untuk menetap. Rata-rata pertumbuhan penduduk adalah angka yang menunjukkan tingkat pertambahan penduduk pertahun dalam jangka waktu tertentu. Angka ini dinyatakan sebagai persentase kenaikan dari penduduk pada tahun dasar. Dengan luas wilayah Kota Sawahlunto sekitar 273,45 km², kepadatan penduduk Kota Sawahlunto tahun 2019 adalah sebanyak 228,65 jiwa/km².

Tabel 4.3
Perkembangan Jumlah Penduduk Kota Sawahlunto, Menurut Kecamatan

| Kecamatan | Jumlah Penduduk | | |
|---------------|-----------------|---------------|---------------|
| | 2010 | 2018 | 2019 |
| Silungkang | 10.126 | 11.221 | 11.359 |
| Lembah Segar | 12.145 | 12.943 | 13.039 |
| Berangin | 16.912 | 18.502 | 18.701 |
| Talawi | 17.683 | 19.232 | 19.425 |
| Jumlah | 56.866 | 61.898 | 62.524 |

Sumber: Sawahlunto Dalam Angka 2020

Berdasarkan data di atas kecendrungan setiap kecamatan mengalami peningkatan kepadatan penduduk setiap tahunnya dengan kepadatan yang relatif masih sangat rendah.

c. Topografi

Secara topografi wilayah kota sawahlunto terletak di perbukitan dengan ketinggian antara 250-650 meter dari permukaan laut, terbentang dari utara ke selatan. Bagian timur dan selatan memiliki topologi yang relatif curam dengan kemiringan lebih dari 40%, yang keseluruhan luasnya mencapai 28,52% dari luas wilayah kota, sedangkan bagian utara bergelombang dan relatif datar. Permukiman perkotaan hanya dijumpai di kecamatan Talawi, Pusat Kota Lama dan sebagian wilayah Kecamatan Berangin, yang wilayahnya relatif datar dengan total luas 18% dari luas wilayah. Selengkapya kelerengan lahan di Kota Sawahlunto dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Kelerengan lahan Di Kota Sawahlunto

| Kecamatan | Luas lahan Dengan Kelerengan (Ha) | | | | | Jumlah |
|---------------|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | 0-2% | 2-15% | 15-25% | 25-40% | >40% | |
| Talawi | 991 | 1.420 | 2.680 | 3.195 | 1.653 | 9.939 |
| Barangin | 343 | 1.514 | 1.432 | 3.450 | 2.136 | 8.855 |
| Lb. Segar | 240 | 358 | 694 | 1.836 | 2.110 | 5.258 |
| Silungkang | 29 | 288 | 735 | 340 | 1.901 | 3.293 |
| Jumlah | 1.603 | 3.580 | 5.541 | 8.821 | 7.800 | 27.345 |

Sumber: Koto Sawahlunto dalam angka

d. Hidrologi

1). DAS (Daerah Aliran Sungai)

Kota Sawahlunto dilalui oleh Daerah Aliran Sungai (DAS) INDRAGIRI yang terdiri dari lima buah sungai atau batang utama yaitu :

a) Batang Ombilin

Sungai Ombilin adalah sungai terbesar yang mengalir dari utara ke selatan dari desa Talawi mudik ke desa Rantih Kecamatan Talawih. Sungai ini berhulu dari danau singkarak dan bermuara di batang Kuantan Riau, dengan debit sungai di daerah Sikalang-Rantih lebih dari 10 m³/detik. Batang Malakutan sungai ini mengalir dari barat yang berhulu di desa Siberambang, Kecamatan X Kota Kabupaten Solok ke timur melewati desa Kolok Mudiak dan desa Kolok Nan Tuo di Kecamatan Berangin yang akhirnya bertemu dengan batang Ombilin.

b) Batang Lunto

Sungai ini berhulu di desa Lumindai, Kecamatan Barangin dan mengalir dari arah barat menuju timur dan membela kota dan bermuara di Batang Ombilin.

c) Batang Sumpahan

Sungai ini berhulu di kubang utara Sikabu di Kecamatan Lembah Segar kemudian bertemu dengan batang lunto di kelurahan pasar dan akhirnya bermuara di batang ombilin.

d) Batang Lasi

Sungai ini berhulu di kecamatan IX Koto Sungai lasi, kabupeten Solok yang mengalir menyusuri jalan nasional Solok ke Sijunjung di kecamatan Silungkang, dan keluar di perbatasan kota Sawahlunto-Sijunjung. Sungai ini kemudian bertemu juga dengan batang ombilin di sungai kuantan dan Indragiri.

2). Air Tanah

Keberadaan air tanah terbatas pada kedalaman di bawah 400 m sementara celahan bantuan batu pasir penyusun formasi sawah tambang dan formasi Sawahlunto kurang mengindikasikan adanya lapisan pembawa air sehingga potensi air tanah sangat kecil. Kecilnya potensi ini menyebabkan air tanah tidak dapat diandalkan sebagai salah satu sumber air baku.

3). Mata Air

Mata air muncul pada lereng bukit, dimana debit kurang dari 2 lt/detik terdapat di Sikalang, yang mengalir sepanjang tahun, sumber mata air umumnya jernih dan digunakan sebagai salah satu sumber air bersih penduduk setempat dan PDAM. Mata air lain dijumpai ke arah tenggara Sawahlunto di bukit sibantar desa Sikalang, sementara sumber mata air dengan debit cukup besar yaitu lebih 5 lt/detik dan mengalir sepanjang musim terdapat di desa Balai Batu Sandaran. Mata air tersebut muncul pada kontak

antara pada gamping dan laipsan tufa yang ditampung pada kolom permanen dan dialirkan melalui pipa besi sebagai salah satu sumber air bersih kota Sawahlunto.

e. Ketenagakerjaan

Tahun 2019, sebanyak 64,48 persen dari penduduk usia kerja tergolong angkatan kerja dan 30,80 persen, termasuk bukan angkatan kerja. Angkatan kerja diklasifikasikan menjadi penduduk yang bekerja (64,48 persen) dan mencari kerja/pengangguran (4,72 persen). Sedangkan penduduk bukan angkatan kerja terdiri dari penduduk yang bersekolah (8,26 persen), mengurus rumah tangga (18,77 persen) dan melakukan kegiatan lainnya (3,82 persen).

Tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) tahun 2019 turun dibanding tahun 2018 yaitu 72,63 persen menjadi 69,20 persen. Apabila diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, dari total penduduk perempuan, maka TPAK perempuan yang tercatat hanya 57,82 persen jauh tertinggal dibandingkan TPAK laki-laki yang mencapai 80,82 persen pada tahun 2019. Begitu juga dengan penduduk yang bekerja, perempuan yang bekerja sebanyak 92,36 persen, sedangkan laki-laki sebanyak 93,63 persen. Sebagian besar penduduk sawahlunto memiliki mata percaharian utama di lapangan usaha jasa, yakni sebanyak 57,43 persen, diikuti lapangan usaha Manufaktur 28,74 persen dan lapangan usaha pertanian sebanyak 13,83 persen. Jika dilihat dari status pekerjaan utama Buruh/Karyawan/pegawai mendominasi yaitu sebesar 13.373 pekerja, berusaha sendiri sebesar 7.735 dan berusaha dibantu buruh tidak tetap/pekerja keluarga/tidak dibayar sebanyak 2.830.

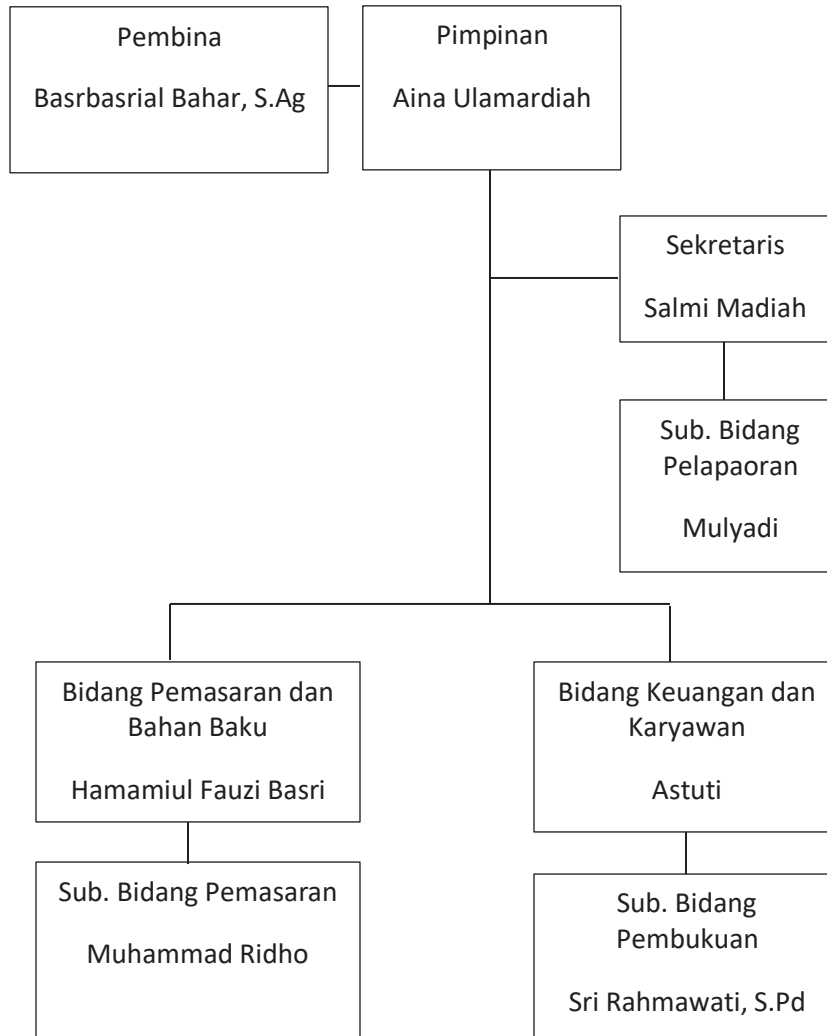
Tabel 4.5
Persentase Penduduk Usia 15 Tahun Keatas Yang Bekerja Menurut Status Pekerjaan Utama dan Jenis Kelaminan di Kota sawahlunto

| Status Pekerjaan Utama | Laki-laki | Perempuan | Total |
|---|------------------|------------------|---------------|
| Berusaha sendiri | 3.857 | 3.878 | 7.735 |
| Berusaha dibantu Buruh tidak tetap/pekerja keluarga/tidak dibayar | 1.686 | 1.144 | 2.830 |
| Berusaha dibantu buruh tetap dan dibayar | 948 | 251 | 1.199 |
| Buruh/karyawan/pegawai | 8.140 | 5.233 | 13.373 |
| Pekerja bebas dipertanian | 212 | 110 | 322 |
| Pekerja bebas di non pertanian | 1.290 | 66 | 1.356 |
| Pekerja keluarga/tidak dibayar | 805 | 1.497 | 2.302 |
| Jumlah | 16.939 | 12.179 | 29.117 |

Sumber : Keadaan Angkatan Kerja di Provinsi Sumatera Barat, 2020

7. Struktur Organisasi Usaha Tenun Silungkang Kota Sawahlunto

Gambar 7.1 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber : Wawancara Langsung Pemilik Usaha Kerajinan Tenun Silungkang

B. Pembahasan

1. Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto

Untuk mendapatkan data mengenai strategi pengembangan usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto, peneliti melakukan wawancara dengan berbagai narasumber yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

- a. Ibu Rita Kurnia umur 56 tahun adalah pemilik, pengrajin, pengusaha “INJ” salah satu toko dan tempat pembuatan songket Silungkang. Seorang pengusaha songket yang telah lama bergelut di bidang pembuatan songket Silungkang
- b. Ibu Ainul Mardiah umur 65 tahun adalah pemilik, pengrajin dan pengusaha “Aina” salah satu toko dan tempat pembuatan songket Silungkang. Seorang pengusaha songket yang telah lama bergelut di bidang pembuatan songket Silungkang.
- c. Ibu Mahdalena umur 40 tahun adalah pemilik, pengrajin dan pengusaha “Ellen Songket” salah satu toko dan tempat pembuatan songket Silungkang.

Dari beberapa wawancara peneliti dengan pengusaha tenun Silungkang yaitu : Ibuk Aina, Ellen dan Rita, dapat penulis simpulkan beberapa strategi yang dilakukan untuk mengembangkan usahanya di pasca pandemi Covid-19 diantaranya sebagai berikut:

1) Pengembangan Produk

Strategi ini dilakukan dengan meningkatkan kualitas atau memodifikasi produk yang ada agar penjualan dapat meningkat. Tahap ini dilakukan ketika penjualan produk mulai melemah dan pesaing mampu menawarkan produk yang lebih baik. Strategi ini biasanya dilakukan dengan tiga jenis kegiatan, yaitu meluncurkan produk baru, mengembangkan mutu produk lama dan memodifikasi produk lama.

Strategi ini dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produk, agar mampu meningkatkan penjualan dengan cara menciptakan produk baru dan memodifikasi produk lama.

Seperi wawancara peneliti dengan Ibuk Aina yang memaparkan salah satu strategi yang kami lakukan untuk mengembangkan usaha tenun ini adalah dengan memodifikasi produk salah satunya produk yang sudah lama kami modifikasi dengan menjadi produk yang sedang tren dikalangan masyarakat seperti warna hijau kami modifikasi menjadi warna mint yang kekinian. (Aina, Wawancara Langsung 16 Juli 2021)

Jadi strategi pengembangan produk oleh pengusaha tenun Silungkang dilakukan dengan cara memodifikasi produk yang lama menjadi produk yang sedang tren saat ini.

2) Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar merupakan penjualan produk andalan perusahaan ke dalam pasar baru. Pengembangan pasar biasanya dilakukan dengan pembukaan cabang perusahaan baru di kota-kota lain bahkan melakukan pemasaran global. Tujuan dari pengembangan pasar ini adalah untuk mengenalkan produk ke daerah-daerah baru. Upaya menambah konsumen dilakukan dengan saluran distribusi produk dengan media iklan untuk menarik minat konsumen.

Pengembangan pasar yang dilakukan oleh pengusaha tenun Silungkang adalah dengan memperbanyak promosi dan pengenalan produk. sebagai mana wawancara peneliti dengan Ibuk Ellen yang memaparkan pengembangan pasar yang kami lakukan adalah dengan cara mengenalkan produk kepada masyarakat umum melalui pameran, pelatihan, promosi khusus ke kantor-kantor besar, melalui kataloq, dan media sosial. Kami juga membuka cabang usaha di Bukittinggi dalam rangka mengembangkan pangsa pasar.

Tetapi karena adanya pandemi Covid-19 kami lebih memfokuskan promosi pada media sosial seperti Instagram, Facebook, Whattshap, google, tokopedia, shopee, dan media sosial lainnya. (Ellen, Wawancara Langsung 16 Juli 2021)

Jadi pada masa pandemi Covid-19 ini strategi pengembangan pasar difokuskan pada pengembangan pasar secara online karena biasanya pengusaha melakukan pengembangan pasar melalui pameran, pelatihan dan lainnya tidak bisa dilakukan pada masa pandemi Covid-19. Jadi pengusaha tenun Silungkang lebih memfokuskan pengembangan pasar secara online seperti pemasaran lewat whattshap, google, instagram, facebook, tokopedia, shopee, dan media lainnya.

3) Inovasi Baru

Inovasi baru terhadap sebuah produk sangat diperlukan seiring perkembangan zaman dan teknologi yang semakin maju, serta bertambahnya pengetahuan masyarakat. Inovasi baru diperlukan agar dapat terus bersaing dan tidak tertinggal dengan perusahaan lainnya. Inovasi dapat berupa penawaran produk baru, penggunaan teknologi terbaru, menciptakan sasaran pasar yang baru, dan lain sebagainya.

Inovasi yang dilakukan oleh pengusaha tenun Silungkang yaitu memperbaiki model, motif, kualitas, serta warna yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat.

Sebagaimana wawancara peneliti dengan Ibuk Rita yang menjelaskan kami menciptakan inovasi baru terhadap model, motif, kualitas dan warna kain tenun tersebut, sehingga produk yang kami hasilkan memiliki nilai tambah dan daya tarik keunikan dan keindahan yang kami buat dan menghasilkan banyak peminat atau memperluas pangsa pasar. (Rita, Wawancara Langsung 16 Juli 2021)

Jadi pengusaha tenun Silungkang melakukan inovasi produk dengan cara menciptakan model, motif, kualitas dan warna produk tenun sesuai dengan tren saat ini. .

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan secara langsung terhadap beberapa narasumber diatas, maka dapat penulis analisa bahwa strategi yang mereka lakukan pada masa pandemi Covid-19 ini yaitu dalam mengembangkan usahanya mereka melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas produk mereka, mulai dari pemilihan bahan baku, model, motif dan warna yang digunakan, sehingga dapat memberikan corak baru terhadap hasil produksi dan mampu meningkatkan minat atau daya tarik masyarakat dan pangsa pasar.

2. Kendala Yang Dihadapi oleh Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Kota Sawahlunto

Beberapa kendala yang dihadapi oleh usaha tenun Silungkang pada masa pandemi Covid-19 yaitu sebagai berikut:

a. Kesulitan Dalam Memperoleh Bahan Baku

Berdasarkan kebijakan pemerintah pada saat ini dalam membatasi aktivitas ekonomi masyarakat demi memutus rantai penyebaran virus tersebut, maka menyebabkan para produsen mengalami kesulitan dalam memperoleh bahan baku yang didapatkan dari Negara tetangga.

Sebagaimana wawancara penulis dengan Ibuk Rita, beliau menjelaskan akibat adanya PPKM sekarang ini pengiriman barang dan bahan baku sering mengalami hambatan. Barang yang sering dipesan sering datang terlambat bahkan sampai terjadi pembatalan kiriman sehingga proses produksi mengalami gangguan dan terkadang terjadi pembatalan pesanan akibat bahan baku yang sulit didapatkan. (Rita, Wawancara Langsung 16 Juli 2021)

Jadi salah satu kendala yang dihadapi oleh pengusaha tenun Silungkang adalah sulitnya memperoleh bahan baku yang biasanya mudah didapat tetapi sejak adanya pandemi Covid-19 dan

pemberlakuan PPKM membuat pengiriman bahan baku kepada pengusaha tenun Silungkang menjadi terhambat

b. Daya beli masyarakat menurun

Sebagaimana yang telah diketahui bahwa pandemi Covid-19 mengakibatkan ekonomi masyarakat menjadi menurun sehingga masyarakat lebih mementingkan kebutuhan pokoknya dari pada kebutuhan yang lain. Akibatnya minat masyarakat untuk membeli tenun menjadi berkurang dan penjualan tenun pun berkurang. Yang biasanya target penjualan tercapai tetapi sejak pandemi Covid-19 target penjualan sangat sulit tercapai

Sebagaimana wawancara peneliti dengan Ibuk Ellen yang menjelaskan sejak pandemi Covid-19 produksi saya kurangi, saya hanya memproduksi 2 kodi/minggu selama pandemi Covid-19 ini sedangkan sebelum pandemi Covid-19 saya mampu memproduksi kain sebanyak 4 sampai 5 kodi/minggu hal ini terjadi karena pembeli berkurang drastis jadi untuk mengurangi kerugian saya pun juga melakukan pengurangan terhadap karyawan. (Ellen, Wawancara Langsung 16 Juli 2021)

Jadi kendala lainnya yang dihadapi pengusaha tenun Silungkang pada masa pendemi Covid-19 adalah menurunnya daya beli masyarakat yang mengakibatkan sulit tercapainya target penjualan.

c. Pemasaran

Akibat pandemi Covid-19 pemasaran secara langsung tidak bisa dilakukan sehingga pemasaran seperti pameran, pelatihan dan hal lain sebagainya pun tidak dapat dilaksanakan.

Sebagaimana wawancara peneliti dengan Ibuk Aina yang menjelaskan karena tidak bisa melakukan pameran, pelatihan, dan hal lain sebagainya, sehingga pemasaran barang jadi banyak berkurang

karena pelaksanaan pameran dan pelatihan memiliki kontribusi besar terhadap pemasaran tenun. (Aina, Wawancara Langsung 16 Juli 2021)

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan secara langsung terhadap beberapa narasumber diatas, maka dapat penulis analisa bahwa yang menjadi kendala pada usaha kerajinan tenun Silungkang ini ialah dampak pandemi Covid-19 yang mengganggu operasional usaha mulai dari proses memperoleh bahan baku yang didapatkan dari Negara tetangga seperti China, India dan Jepang, maupun proses produksi hingga pemasaran karena kebijakan pemerintah dalam membatasi aktivitas ekonomi masyarakat demi memutus rantai penyebaran virus tersebut.

Jadi semenjak pandemi Covid-19 pemasaran produk tenun Silungkang hanya bisa dilakukan secara online karena pameran dan pelatihan tidak bisa dilakukan sehingga akibat pemasaran turun penjualan pun juga ikut turun.

3. Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tenun Silungkang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

Usaha kerajinan tenun Silungkang merupakan suatu jenis usaha yang sudah dikenal oleh banyak orang, baik di masyarakat sekitar bahkan luar negeri, hal ini terjadi karena para pengusaha kerajinan tenun Silungkang tersebut melakukan berbagai upaya dalam mengembangkan usahanya. Berikut ada beberapa strategi yang dilakukan para pengusaha kerajinan tenun Silungkang dalam mengembangkan usahanya di tinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

Untuk memulai dan mengembangkan suatu usaha diperlukan adanya strategi yang tepat. Strategi bisnis menurut Rasulullah SAW adalah:

a. Jujur

Dengan memiliki sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan kepada pebisnis. Karena dengan adanya sikap kepercayaan ini akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

Hal ini sudah diterapkan oleh pengusaha tenun songket, sebagaimana wawancara penulis dengan Ibuk Aina menjelaskan untuk mencari dan memperoleh langganan, jujur memang kunci utamanya dalam strategi pengembangan usaha. Dengan bersikap jujur maka konsumen dapat percaya dan puas terhadap hasil yang kita produksi. (Aina, Wawancara Pra-riset 16 Juli 2021)

Sifat jujur juga telah diterapkan oleh pengusaha tenun contohnya saat konsumen menemukan produk yang mengalami kerusakan akan selalu bisa di kembalikan selagi barang tersebut bukan rusak karna konsumen itu sendiri.

b. Professional

Bentuk sikap profesional dalam berbisnis yaitu sikap jujur dan ikhlas yang merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Pantang menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindar dari resiko.

Hal ini juga telah diterapkan oleh pengusaha tenun Silungkang dimana Ibuk Ellen menjelaskan dalam berbisnis kita harus bersungguh-sungguh karena kalau tidak fokus dan hanya mencari keuntungan semata maka bisnis tersebut juga akan cepat rugi. (Ellen, Wawancara Langsung 16 Juli 2021)

Jadi dalam berwirausaha pengusaha tenun Silungkang memang sangat memperhatikan kualitas produknya dan harus sesuai dengan pesanan konsumen sehingga kedua belah pihak tidak mengalami kerugian

c. Silaturahmi

Sikap Silaturrahim merupakan sebuah jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturahmi juga menjadi dasar dari membina hubungan baik dengan pelanggan, investor, calon pelanggan (future market), dan bahkan dengan kompetitornya.

Sebagaimana wawancara peneliti dengan Ibuk Rita menjelaskan bahwa ia juga memiliki mitra kerja, sehingga selain menjaga silaturahmi juga saling membantu sesama pengusaha atau mitra kerja dan menjaga relasi yang baik dengan pelanggan sehingga terciptanya sikap silaturahmi antara pengusaha dan pelanggan. (Rita, Wawancara Langsung 16 Juli 2021)

Jadi pengusaha tenun Silungkang memang mengedepankan silaturahmi yang baik dengan konsumen maupun rekan sesama bisnisnya agar relasi yang baik akan tetap tercipta.

d. Menunaikan Zakat, Infaq, dan Shadaqoh

Dengan menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh merupakan budaya bagi pebisnis syariah. Karena dalam ajaran Islam harta atau hasil dari usaha yang kita jalankan harus disisihkan sebagiannya untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqoh agar harta kita bersih dari hal-hal yang dilarang dalam ajaran Islam, dengan berzakat, infaq, dan shadaqoh ini juga menjadi tabungan bagi kita yang akan dilipatgandakan oleh Allah baik didunia maupun diakhirat nantinya, sehingga dapat juga menyuburkan bisnis.

Hal ini telah diterapkan oleh Ibuk Aina karena ia telah menunaikan zakat kepada orang yang sedang membutuhkan bantuan

materi, dan juga menyalurkan keuntungan usaha kepada orang yang berhak menerimanya seperti anak yatim-piatu, guru ngaji, tempat pengajian dan bahkan masyarakat umum yang benar-benar membutuhkan bantuan biaya, misalnya untuk acara pernikahan dan keperluan lainnya. Kami juga menunaikan zakat dalam bentuk THR kepada mitra-mitra usaha kerajinan tenun Silungkang. Hal tersebut sesuai dengan ajaran Ekonomi Islam yang memerintahkan kita untuk menyisihkan sebagian dari harta milik kita sebagai pensucian harta. (Aina, Wawancara langsung 16 Juli 2021)

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan secara langsung terhadap beberapa narasumber diatas, maka dapat penulis analisa bahwa strategi yang dilakukan oleh pengusaha kerajinan tenun Silungkang tersebut sudah sesuai dengan ajaran Islam, artinya para pengusaha kerajinan tenun Silungkang memperhatikan nilai-nilai Islam dalam mengembangkan usahanya seperti nilai kejujuran, profesional dan menjaga silaturahmi dengan karyawan maupun mitra kerja dan para pelanggan, menunaikan zakat, infak dan juga sadaqah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian tentang analisis strategi pengembangan usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto ditinjau dari perspektif ekonomi Islam terdapat beberapa kesimpulan:

1. Berikut beberapa strategi yang dilakukan oleh para pengusaha kerajinan tenun Silungkang dalam mengembangkan usahanya:

b) Pengembangan Produk

Strategi ini dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produk, agar mampu meningkatkan penjualan dengan cara menciptakan produk baru dan memodifikasi produk lama.

c) Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar kami lakukan dengan cara mengenalkan produk kepada masyarakat umum melalui pameran, pelatihan, promosi khusus ke kantor-kantor besar, melalui kataloq, dan media sosial. Kami juga membuka cabang usaha di Bukittinggi dalam rangka mengembangkan pangsa pasar.

d) Inovasi Baru

Kami menciptakan inovasi baru terhadap model dan motif kain tenun tersebut sehingga produk yang kami hasilkan memiliki nilai tambah dan daya tarik keunikan dan keindahan yang kami buat dan menghasilkan banyak peminat atau memperluas pangsa pasar.

2. Strategi yang dilakukan oleh pengusaha kerajinan tenun Silungkang tersebut sudah sesuai dengan ajaran Islam, artinya para pengusaha kerajinan tenun Silungkang memperhatikan nilai-nilai Islam dalam mengembangkan usahanya seperti nilai kejujuran, profesional dan menjaga silaturahmi dengan karyawan maupun mitra kerja dan para pelanggan, menunaikan zakat, infak dan juga sadaqah.

3. Yang menjadi kendala pada usaha kerajinan tenun Silungkang ini ialah dampak pandemi Covid-19 yang mengganggu operasional usaha mulai dari proses memperoleh bahan baku yang didapatkan dari Negara tetangga seperti China, India dan Jepang, maupun proses produksi hingga pemasaran karena kebijakan pemerintah dalam membatasi aktivitas ekonomi masyarakat demi memutus rantai penyebaran virus tersebut.

B. Saran

Mengenai hasil penelitian tentang analisis strategi pengembangan usaha kerajinan tenun Silungkang Kota Sawahlunto ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam terdapat beberapa kendala di dalamnya seperti:

1. Kesulitan dalam memperoleh bahan baku

Berdasarkan kebijakan pemerintah pada saat ini dalam membatasi aktivitas ekonomi masyarakat demi memutus rantai penyebaran virus tersebut, maka menyebabkan para produsen mengalami kesulitan dalam memperoleh bahan baku yang didapatkan dari Negara tetangga.

2. Daya beli masyarakat menurun

Karena pada masa pandemi ini masing-masing orang lebih mementingkan kebutuhan pokoknya, karena mayoritas masyarakat mengalami penurunan pendapatan dan bahkan ada yang sampai kehilangan pekerjaan.

3. Pemasaran berkurang

Pandemi Covid-19 benar-benar memberikan pengaruh buruk terhadap semua aspek ekonomi termasuk pada kegiatan usaha yang kami jalankan, selama pandemi Covid-19 kami tidak lagi mampu melakukan promosi secara langsung seperti melakukan pameran, pelatihan dan event di pasar dan kantor-kantor besar, melainkan hanya melakukan promosi melalui media sosial. Artinya pemasaran produk dilakukan secara terbatas sehingga mengurangi pemasaran produk.

Berdasarkan kendala-kendala tersebut ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan:

1. Diharapkan kepada pengusaha kerajinan tenun Silungkang untuk lebih giat dan kreatif lagi dalam menghadapi kendala-kendala yang ada sehingga usaha yang dijalankan tidak mengalami kerugian yang signifikan.
2. Diharapkan kepada pengusaha kerajinan tenun Silungkang untuk lebih ramah lagi dalam melayani pelanggan, agar tidak merusak silaturahmi antar sesama.
3. Diharapkan kepada pengusaha kerajinan tenun Silungkang untuk mampu mempertahankan konsistensinya dalam mengembangkan usaha yang berpatokan kepada ajaran Islam.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdullah, Ma'aruf. 2011. *Wirausaha Berbasis Syari'ah*. Banjarmasin : AntasariPress.
- Asman, Nasir. 2020. *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. Indramayu : CV Adanu Abimata.
- Ahmad Fatan Nurbasya. 2018. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus Pada Kelompok Budidaya Al- Amin Kec. Bonang Kab. Demak*. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Basrowi. 2011. *Kewirausahaan*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Departemen Agama RI. 2010. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung : Diponegoro.
- Diyanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Satu Nusa.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Surabaya : Qiara Media.
- Gampito. 2013. *Ekonomi Makro Islam*. Batusangkar : STAIN Batusangkar Press.
- Hasanah, Hasyim. 2016. *Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)*. *Jurnal At-Taqaddum*. Vol 8, No. 1, Hal. 21-46.
- Hayati, Nurahmi. 2012. *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*. Pekanbaru : Suska Press.
- Hendro. 2011. *Dasar Dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga.
- Idris. 2015. *Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*. Jakarta : Prenada Group.
- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Mubarok, Nurul dan Eriza Yolanda Maldina. 2017. *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*. *Jurnal I-Economic*. Vol 3, No. 1, Juni 2017.
- Novanda, Ridha Rizki, Ketut Sukiyo dkk. 2019. *Jejak Sukses Desa Membangun BUMDes : Belajar dari BUMDes Mart Sumber Rejo*. Jakarta : PUSDATIN BALILATFO.

- Peare, John A II, Richard B.Robinson. 2014. *Manajemen Strategi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sari, Santy Permata. 2020. *Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital*. *Jurnal Economic, Accounting, Management and Business*. ISSN 2621-3389, Vol 3, No. 3, Juli 2020.
- Saryanto. 2021. *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Kompetisi Keahlian : Teknik Kendaraan Ringan*. Jakarta : Gramedia Widiasarana.
- Sedjati, Retina Sri. 2015. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : CV BUDI UTAMA.
- Setryorini, Retno Murti. 2019. *Buku Saku Prakarya (Kerajinan) Ubtuk SMA Kelas X*. Ponorogo : Uwais Inspirasi Indonesia.
- Suprihatiningsih. 2020. *Prakarya dan Kewirausahaan Tata Busana Di Madrasah Aliyah*. Yogyakarta : CV BUDI UTAMA.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : AlfaBeta.
- Sugiyono, 2014. *Metedologi Penelitian Manajemen*. Bandung : AlfaBeta.
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : AlfaBeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung : AlfaBeta.
- Suwiknyo, Dwi. 2010. *Ayat-Ayat Ekonomi Islam (Kompilasi Tafsir)*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Udaya, Jusuf. 2013. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Umar, Husein. 2013. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Umar, Husein. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Yam, Jim Hoy. 2020. *Manajemen Strategi : Konsep & Implementasi*. Makassar : CV. Nas Media Pustaka.
- Yuliana, Rahmi. 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi Targeting dan Pasitioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang*. *Jurnal STIE Semarang*. ISSN 2252-7826, Vol 5, No. 2, Edisi Juni 2013.

Yuningrum, Heny. 2016. *Usaha Untuk Meningkatkan Loyalitas toko Kelontong Dalam Menghadapi Ritel Yang Menjamur di Masyarakat*. UIN Walisongo Semarang. *Jurnal Economica* Vo. VII, ed. 2.

Alat Pengumpulan Data (APD)

1. Bagaimana Cara Bapak/Ibu Dalam Menghadapi Persaingan?

“Dalam hal persaingan kami lakukan secara adil dan kami juga melakukan terobosan baru seperti warna, motif, dan kualitas barang.”

2. Apakah Usaha Tenun ini Dalam Memperoleh Keuntungannya Bersifat Stabil atau Berubah-Ubah?

“Keuntungan yang kami peroleh selalu berubah-ubah apalagi pada masa pandemi Covid-19 ini.”

3. Apa Saja Inovasi Pasar Yang Sudah Bapak/Ibu Lakukan?

“Inovasi yang kami lakukan yaitu melalui media sosial seperti google, wa, instagram dan lain-lain.”

4. Apa Saja Yang Menjadi Kendala Dalam Menjalankan Usaha Ini?

“Kendalanya terdapat pada pemasaran dan bahan baku. Dalam pemasaran kendalanya yaitu kurangnya produksi sehingga menyebabkan pasar berkurang, dan penurunan pendapatan karyawan hal ini terjadi karena pengaruh dari dampak pandemi Covid-19 sedangkan kendala dalam bahan baku yaitu terdapat pada benang karena benang tersebut di impor dari Negara luar seperti China, India dan Jepang hal ini terjadi juga dikarenakan oleh pengaruh dari dampak pandemi Covid-19 dan juga sekarang adanya kebijakan dari pemerintah yaitu PPKM sehingga sulitnya mendapatkan bahan baku tersebut.”

5. Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Tenun ini?

“Strategi pengembangan usaha yang kami lakukan yaitu dengan cara melakukan promosi melalui media sosial, katalog, pameran, pelatihan, ke kantor-kantor, ke pasar-pasar dan membuat produk baru agar pelanggan tidak bosan dengan produk itu-itu aja.”

6. Apa Upaya Yang Dilakukan Oleh Bapak/Ibu Dalam Pengembangan Usahanya Ketika Kebutuhan Masyarakat Meningkat?

“Upaya yang kami lakukan dalam pengembangan usaha ketika kebutuhan masyarakat meningkat yaitu dengan cara kami akan membuat pesanan untuk meningkatkan kebutuhan stock produk.”

7. Apakah Pengembangan Usaha Yang Bapak/Ibu lakukan Sudah Memperbaiki Kualitas Hidup?

“Pengembangan usaha yang kami lakukan sudah memperbaiki kualitas hidup karena kami sudah mampu memenuhi kebutuhan.”

8. Apakah Usaha Bapak/Ibu Sudah Membuka Cabang Usaha Di Daerah lain?

“Sudah, kami mempunyai cabang usaha di Bukittinggi.”

9. Apakah Usaha Bapak/Ibu Merupakan Bidang Usaha Tunggal atau Bekerja Sama Dengan Pihak Lain?

“Usaha kami ini yaitu usaha keluarga.”

10. Bagaimana Cara Bapak/Ibu Mengembangkan Usaha Dalam Segmen Pasar Baru?

“Cara kami mengembangkan usaha dalam segmen pasar baru yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk seperti membuat motif baru dan warna baru, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan ramah kepada konsumen.”

11. Bagaimana Proses Produksi Tenun?

“Proses pembuatan tenun songket ini dilakukan melalui dua tahapan. Tahap pertama adalah menenun kain dasar dengan konstruksi tenunan rata atau polos. Dan tahap kedua adalah menenun bagian ragam hias yang merupakan bagian tambahan dari benang pakan. Pada tahap pertama benang-benang yang akan dijadikan sebagai kain dasar dihubungkan ke *paso*. Posisi benang yang membujur ini disebut *benang tagak*. Setelah itu benang-benang tersebut direnggangkan dengan alat yang disebut *palapah*.

Pada waktu memasukkan benang-benang yang arahnya melintang, *benang tagak* direnggangkan lagi dengan *palapah*. Pemasukkan benang-benang yang arahnya melintang ini menjadi relatif lebih mudah karena masih dibantu dengan alat yang disebut *pancukia*. Setelah itu, pengrajin menggerakkan *karok* dengan menginjak salah satu *tijak-panta* untuk memisahkan benang sedemikian rupa, sehingga ketika benang *pakan* yang digulung pada *kasali* yang terdapat dalam *skoci* atau *turak* dapat dimasukkan dengan mudah, baik dari arah kiri ke kanan (melewati seluruh bidang *karok*) maupun dari kanan ke kiri (secara bergantian). Benang yang posisinya melintang itu ketika dirapatkan dengan *karok* yang bersuri akan membentuk kain dasar.

Tahap kedua adalah pembuatan ragam hias dengan benang *makao* (benang emas atau benang yang berwarna lain). Ragam hias tenun diciptakan dengan teknik menenun yang dikenal dengan teknik pakan tambahan. Caranya sedikit rumit karena untuk memasukkannya ke dalam kain dasar harus melalui perhitungan yang teliti. Dalam hal ini bagian-bagian yang menggunakan benang *lusi* ditentukan dengan alat yang disebut *pancukia* yang terbuat dari bambu. Biasanya, pekerjaan ini membutuhkan waktu yang cukup lama karena benang *makao* harus dihitung satu persatu dari pinggir kanan kain sampai kiri kain, menurut hitungan tertentu sesuai dengan conroh motif yang akan dibuat. Setelah jalur benang *makao* itu dibuat dengan *pancukia*, maka ruang untuk meletakkan *turak* itu diperbesar dengan alat yang disebut dengan *palapah*.

Selanjutnya, benang tersebut dirapatkan satu per satu, sehingga membentuk ragam hias yang diinginkan.

Lama tidaknya pembuatan suatu tenun tergantung pada jenis tenunan yang dibuat, ukuran, kehalusan, dan kerumitan motifnya. Semakin halus dan rumit motif songketnya maka semakin lama pengerjaannya begitupun sebaliknya.

12. Berapa Lama Waktu Yang Dibutuhkan Untuk Menjalankan Proses Produksi Tersebut?

“Tergantung motif karena untuk tiap produknya berbeda-beda. Waktu paling lama dibutuhkan sekitar 1 bulan dan menghasilkan 1 helai karena motifnya susah, sedangkan waktu paling cepat sekitar seminggu dan menghasilkan 12 helai karena motifnya mudah.”

13. Apa Saja Bahan Baku Yang Dibutuhkan?

“Bahan Baku yang dibutuhkan yaitu benang seperti benang *lusi* atau *lungsin*, benang *makao* atau benang *pakan*, benang sutra, benang kapas, benang emas, dan benang perak.”

14. Berapa Jumlah Karyawan Bapak/Ibu?

“Jumlah karyawannya ada 12 orang, dan mitra kerjanya ada sekitar 100 lebih. Masing-masing mitra ada yang punya anak buah ada juga tidak memiliki anak buah. Mitra kerja yang dimaksud disini yaitu mitra yang kami ajak kerja sama, kami bagi tugas sewaktu ada pesanan banyak. Jika ada pesanan dengan jumlah besar, kami panggil mereka untuk dibagi tugas, kami ajari dan bahan bakunya juga dari kami.”

15. Bagaimana Sistem Pembagian Tugasnya?

“Sistem pembagian tugasnya yaitu karyawan bekerja sesuai dengan kemampuan dan bidangnya masing-masing.”

16. Bagaimana Sistem Jam Kerjanya?

“Sistem jam kerjanya dari jam 08.00 pagi sampai jam 18.00 sore kerjanya setiap hari tidak ada libur karena sistem kerja rumahan.”

17. Bagaimana Cara Bapak/Ibu Merekrut Karyawan?

“Tergantung kebutuhan. Jika dibutuhkan tukang tenun maka kami mencari yang bisa menenun. Minimal sudah mempunyai keahlian menenun sedangkan untuk keterampilan selanjutnya bisa kami ajarkan secara bertahap dan kami juga menganggap karyawan seperti keluarga kami sendiri,”

18. Apa Saja Bentuk Kegiatan Pengembangan Karyawan Yang Pernah Dilakukan Oleh Bapak/Ibu?

“Kegiatan pengembangan karyawan yang pernah kami lakukan yaitu memberikan pelatihan baik secara teori maupun praktik. Pelatihan tidak

dilakukan secara rutin. Pelatihan hanya dilakukan apabila ada permintaan barang dengan motif baru.”

19. Bagaimana Sistem Pengupahan Karyawannya?

“Sistem pengupahan karyawannya yaitu tergantung kinerja karyawan dan atas persetujuan suka sama suka.”

20. Bagaimana Cara Bapak/Ibu Menjalin Hubungan Silaturahmi Dengan Karyawan Maupun Dengan Mitra Kerja?

“Cara menjalin hubungan silaturahmi dengan karyawan dan mitra kerja yaitu dengan cara menganggap mereka seperti keluarga.”

21. Berapa Modal Yang Dibutuhkan?

“Kurang lebih sekitar Rp 5.000.000 juta untuk satu unit tenun.”

22. Berapa Keuntungan Yang Diperoleh Untuk Setiap Bulannya?

“Tidak menentu, kurang lebih sekitar Rp 30.000.000 juta.”

23. Bagaimana Pengalokasian dari keuntungan Yang Diperoleh Tersebut?

“Dialokasikan kembali sebagai perputaran modal untuk membeli bahan baku dan juga dialokasikan sebagai tabungan untuk Umrah dan Haji.”

24. Apakah Hasil Dari Usaha Bapak/Ibu Juga Dialokasikan Untuk Pengeluaran Zakat, Infak dan Shadaqah?

“Iya. Setiap tahun kami pasti mengeluarkan zakat dan biasanya diberikan kepada anak yatim piatu, guru gaji, dan tempat pengajian.”

25. Bagaimana Pelabelannya?

“Kami tidak mempunyai label tapi kami memberikan pengaturan dan tips perawatan terhadap songket.”

26. Apa yang Bapak/Ibu Lakukan Seandainya Ada Pelanggan Yang Merasa Kurang Puas Dengan Produk Yang Dibeli/Dipesan?

“Apabila kesalahan itu dari kami maka pesanan tersebut akan kami ganti/tukar agar pelanggan merasa puas.”

27. Apakah Bapak/Ibu Memberikan Potongan Harga?

“Iya, kami memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah yang banyak dan kami juga memberikan bonus seperti cemilan.”

28. Bagaimana Sistem Pembayaran?

“Sistem pembayaran yang kami lakukan yaitu secara kontan dan kami tidak melayani pelanggan yang sistem pembayarannya berangsur-angsur.”

29. Bagaimana Bentuk Pendistribusian Produknya?

“ sistem pendistribusiannya yaitu ada yang langsung dari produsen ke konsumen dan ada juga yang melalui *reseller* (produsen-*reseller*-konsumen).”

30. Kemana Saja Produk Tersebut Didistribusikan?

“Produk kami distribusikan untuk wilayah sekitar Sumatera Barat Saja sekarang ini sedangkang untuk wilayah di luar Sumatera barat maupun ke luar Negeri kami tidak mendistribusikan produk kami untuk sekarang ini hal ini juga pengaruh dari dampak pandemi Covid-19.”

31. Bagaimana Cara Bapak/Ibu Melakukan Promosi Produknya?

“Promosi yang kami lakukan yaitu melalui media sosial seperti google, wa, instagram,dan fb, katalog dan pameran-pameran.”

32. Kegiatan Pameran Apa Saja Yang Pernah Bapak/Ibu Ikuti?

“Pameran yang pernah kami ikuti yaitu Pameran Go Jakarta Pers, Pameran PRJ, Pameran BUMN, Ulang Tahun Jakarta, Ulang Tahun Yogyakarta, Pameran PT Semen, Indonesian Fashion Week dan Iven-iven Kota.”

Batusangkar, 10 Agustus 2021

Penulis



SINTIA PRATIWI
NIM. 1730402076

LAMPIRAN

Lampiran 1

Foto Songket Kristal Salendang Kecil



Lampiran 2

Foto Songket Salendang Besar Motif Pucuk Rabuang





Lampiran 3

Foto Songket



Lampiran 4

Foto Songket Colek-Colek



Lampiran 5

Foto Baju Benang Dua



Lampiran 6

Foto Songket Keong Mas Sutra



Lampiran 7

Foto Katun Bahan Baju



Lampiran 8

Foto Cawek/Ikat Pinggang



Lampiran 9

Foto Songket Salendang dan Baju



Lampiran 10

Foto Benang



Lampiran 11

Foto Benang Bordir



Lampiran 12

Foto Benang Sutra (Pakan)



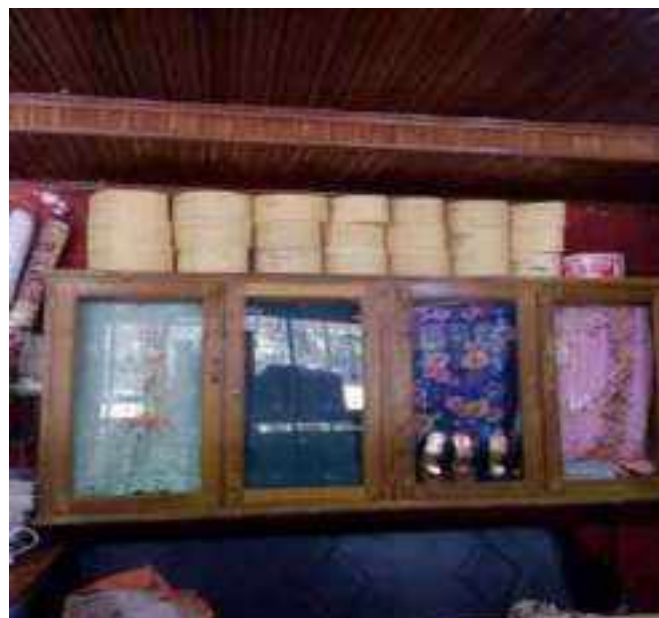
Lampiran 13

Foto Gun Yang Berbentuk Bulat



Lampiran 14

Foto Jenis-Jenis Produk Tambahan Selain Songket









Lampiran 15

Foto Baju Jadi



Lampiran 16

Foto Masker dari Bahan Songket



Lampiran 17

Foto Baju Koko



Lampiran 18

Foto Alat Tenun Songket/Gedukan (ATBM)



Lampiran 19

Foto Peneliti Dengan Pemilik Usaha Tenun Silungkang



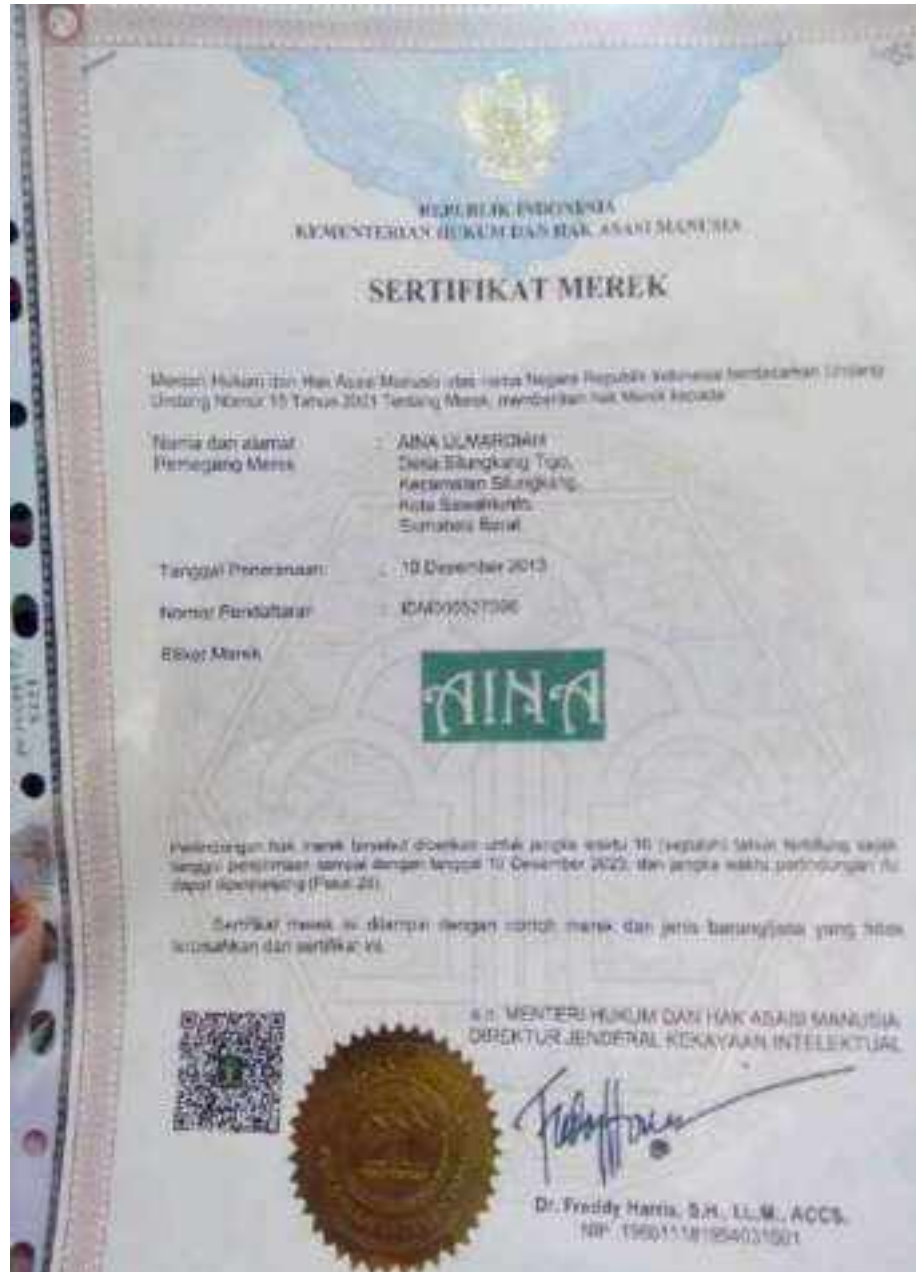






Lampiran 20

Foto Sertifikat Merek Usaha



Lampiran 21

Surat Mohon Penerbitan Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
Jl. Sadaria No.127 Kiburang Utara Karun Batusangkar 21212. Telp. (0752) 71153-32135 Fax. (0752) 71379
Website: www.iainbatusangkar.ac.id Email: kum@iainbatusangkar.ac.id

Nomor : B- 0502/It.27/L/ITL.00/01/2021 05 Juli 2021
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 Rangkap
Perihal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pemilik Usaha Kerajinan Tenun Silungkang
Silungkang

Assalamu alaikum W: WB
Dengan hormat,

Bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama/NIK : Sinta Pratiwi / 1730402076
Tempat/Tanggal Lahir : Tanjung Gedang, 12 Mei 1998
Kartu Identitas : KTP: 130335205900002
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Alamat : Jorong Kiri Baru Nagari Tanjung Gedang Kecamatan
Tanjung Gedang Kabupaten Sijunjung

akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan
Tenun Silungkang Kota Sawahlunto Ditinjau Dari
Perspektif Ekonomi Islam
Lokasi : Usaha Kerajinan Tenun Silungkang
Waktu : 06 Juli 2021 s.d 08 September 2021
Dosen Pembimbing 1 : Dr. Amin, Ed. M. Ag
2 : -

Untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan membuat izin dalam rangka pelaksanaan penelitian mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan, atas bantuannya diucapkan terimakasih.

Terbilang:

1. Rector IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan)
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan)

Lampiran 22

Media Sosial

1. Instagram

@ellen_songket2680

@songket_aina

@toko_songket_inj

2. Facebook

<https://www.facebook.com/ellen.len.9883>

<http://www.facebook.com/profile.php?id=100008434327754>

<http://www.facebook.com/groups/113013788716603/permalink/5098426096841989/?app=fbl>

<https://www.facebook.com/564591510556814/?app=fbl>

3. Google

<https://www.google.com/search?ie=UTF-8&source=android-browser&q=aina+songket>

<https://www.google.com/search?ie=UTF-8&source=android-browser&q=ellen+songket>

<https://www.google.com/search?q=inj+songket>

4. Tokopedia

Aina Songket

INJ Songket

5. Shopee

Aina Songket

INJ Songket



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Sintia Pratiwi, lahir pada tanggal 12 Mai 1998 di Tanjung Gadang, Kabupaten Sijunjung dan bertempat tinggal di Nagari Tanjung Gadang Kecamatan Tanjung Gadang Kabupaten Sijunjung. Penulis merupakan anak pertama dari 2 bersaudara yang mana terdiri dari satu orang adik laki-laki dari pasangan Bapak Edirahman dan Ibuk Deli Yarni yang berasal dari keturunan minang tulen. Sekolah Dasar Ditempuh di daerah tempat tinggal sendiri yaitu SDN 11 Tanjung Gadang selama 6 tahun (2005-2010). Kemudian setelah menyelesaikan studi di sekolah SDN 11 penulis melanjutkan studinya di SMPN 05 Sijunjung selama 3 tahun (2011-2013) dan setelah setelah menyelesaikan studi di SMPN 05 Sijunjung, penulis merantau ke Kiliran Jao untuk melanjutkan studi di SMKN 04 Sijunjung selama 3 tahun lamanya (2014-2016). Kemudian pada tahun 2017 penulis resmi diterima sebagai mahasiswa/I Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Batusangkar. Selama di bangku perkuliahan penulis sudah berusaha untuk menyeimbangkan antara akademik dan non akademik, dengan cara di samping jam perkuliahan penulis juga ikut berkecimpung di dunia organisasi kemahasiswaan, seperti IMAS (Ikatan Mahasiswa Sijunjung). Di IMAS inilah penulis banyak menghabiskan waktu selain jam perkuliahan.