

STRATEGI BISNIS USAHA HOME INDUSTRI SPERAI DI KOTA BENGKULU

Jayami¹⁾; Rahmat Al Hidayat²⁾

Department of Administration Business, STIA Bengkulu¹⁾²⁾

Email: yynrahmad@gmail.com¹⁾

ARTICLE HISTORY

Received [05 Desember 2022]

Revised [30 Desember 2022]

Accepted [26 Januari 2023]

KEYWORDS

Home Industry Sheet, Strategy,
Business Development

ABSTRAK

Home Industri Sperai adalah suatu unit usaha/perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang *home* industri sperai tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Peran *Home* Industri Sperai sangat berarti dalam memberdayakan masyarakat agar memiliki kemandirian dalam bidang ekonomi. *Home* Industri Sperai yang dijadikan mitra dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah usaha *home* industri sperai adalah Roza Bed Sheet, Tiara Bed Sheet, Barokah Bed Sheet, Lala Bed sheet, Putri Bed Sheet. Permasalahan yang sering dihadapi pada usaha *Home* Industri Sperai adalah hambatan dalam menghadapi pengembangan usaha karena sulitnya permodalan terutama pada saat pandemic Covid 19. Untuk memecahkan masalah tersebut, dukungan pemerintah sangat diperlukan oleh masyarakat dengan menawarkan lembaga keterampilan (LPK) yaitu diantaranya tenaga terlatih, kualitas produk, lokasi usaha strategis, sistem kekeluargaan, produksi bernilai ekonomi tinggi, dan pemanfaat teknologi informasi dalam memasarkan produknya. Materi yang disajikan pada kegiatan pendampingan adalah Strategi Bisnis Usaha Home Industri Sperai. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa secara kualitatif owner memperoleh tambahan pengetahuan, pemahaman, dan wawasan serta ketrampilan dasar tentang *home* industri sperai. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pendampingan penerapan *home* industri sperai dapat meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan wawasan bagi pelaku Usaha Home Industri Sperai.

ABSTRACT

Home Bedding Industry is a business unit/company on a small scale which is engaged in certain home linen industry. Usually this business only uses one or two houses as production, administration and marketing centers at the same time. The role of the Home Bedding Industry is very meaningful in empowering the community to have economic independence. Home Industry Bedding which is used as a partner in community service is the home industry for the bedding industry, namely Roza Bed Sheet, Tiara Bed Sheet, Barokah Bed Sheet, Lala Bed Sheet, Putri Bed Sheet. The problem that is often faced in the Home Bedding Industry business is an obstacle in facing business development due to the difficulty of capital, especially during the Covid 19 pandemic. To solve this problem, government support is needed by the community by offering skill institutions (LPK), including trained personnel, product quality, strategic business location, family system, high economic value production, and the use of information technology in marketing their products. The material presented in the mentoring activity is the Home Business Business Strategy for the Bedding Industry. The results of the mentoring show that qualitatively the owner gains additional knowledge, understanding, and insight as well as basic skills about the home bedding industry. From the results of the study, it can be concluded that assistance in the application of the home bedding industry can increase knowledge, understanding and insight for the Home Industry Bed linen business actors.

This is an open access
article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
license



PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Industri adalah semua perusahaan atau usaha yang melakukan kegiatan merubah bahan dasar atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya. Termasuk ke dalam sektor ini adalah perusahaan yang melakukan kegiatan jasa industri dan perakitan (*assembling*) dari suatu industri (BPS, 2002).

Perusahaan kecil ini juga disebut dengan IKM (Industri Kecil Menengah), ada juga istilah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). UMKM dibagi menjadi tiga jenis yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Dalam hal ini kegiatan usaha *home industry* merupakan kegiatan usaha UMKM kategori usaha kecil dan usaha menengah.

Sedangkan pengertian industri menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1984 tentang perindustrian. Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Dalam sektor industri dibedakan atas tiga jenis industri yakni industri besar, industri sedang atau menengah, industri kecil dan rumah tangga.

Membicarakan jenis usaha tentu saat ini masyarakat banyak menggeluti usaha rumah tangga atau bisa dikenal dengan *home industry*. Jadi kegiatan ini adalah kegiatan usaha yang dijalankan dalam rumah tangga yang memiliki porsi yang sangat besar dibandingkan jenis-jenis usaha lainnya. Bisnis rumah tangga umumnya dikerjakan di rumah dengan menggunakan fasilitas yang ada dalam rumah sebagai modal berusaha untuk meminimalkan biaya awal dan biaya operasi.

Home industry (industri rumahan) bisa juga berwujud kelompok usaha mikro yang diatur secara informal. Kegiatan *home industry* dapat berbentuk kerajinan, produksi makanan, produksi minuman atau kegiatan usaha lainnya termasuk kegiatan usaha *home industry* usaha spre. Kriteria *home industry* dalam UU No. 20 Tahun 2001 adalah; milik WNI, berdiri sendiri, berafiliasi langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar dan berbentuk badan usaha perorangan, baik berbadan hukum maupun tidak. Peluang usaha *home industry* merupakan basis ekonomi kerakyatan yang mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat kecil, usaha yang diawali dari rumah ini menjadi wadah pembelajaran bagi masyarakat. Salah satu industri yang ada di Kota Bengkulu adalah *Home Industri Sperai*. Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul, "**Strategi Bisnis Usaha Home Industri Sperai Di Kota Bengkulu**".

LANDASAN TEORI

Usaha Mikro Kecil Menengah

Usaha menurut Subanar (2001) dalam buku Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah ada dua definisi usaha kecil yang di kenal di Indonesia adalah sebagai berikut :Pertama, definisi usaha kecil Usaha menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 3/9/Bkr tahun 2001 tentang Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp. 1 miliar dan memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, paling banyak Rp. 200 juta.

Usaha menurut Subanar (2001) berdasarkan bentuk usahanya, maka UKM terdapat di Indonesia dapat di golongkan ke dalam 2 sebagai berikut :

1. Usaha Perseorangan
Usaha perseorangan bertanggung jawab kepada pihak ketiga atau pihak lain (dalam hal ini konsumen) dengan dukungan harta kekayaan perusahaan yang merupakan milik perusahaan dari pengusaha yang bersangkutan. Jumlahnya di Indonesia cukup besar dan skala usahanya relatif kecil. Pada umumnya lebih mudah untuk didirikan, karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan bertahap seperti bentuk-bentuk usaha lainnya.
2. Usaha Persekutuan/Partnership
Usaha persekutuan berusaha mencapai tujuan-tujuan perusahaan dalam memperoleh laba. Merupakan bentuk kerja sama dari beberapa orang yang bertanggung jawab secara pribadi terhadap kewajiban-kewajiban usaha persekutuannya. Bentuk pertanggung jawaban dan pola kepemimpinannya berbeda-beda Usaha menurut bentuk-bentuk persekutuan yang di bentuk.

Manajemen Strategi

Dalam manajemen strategi, (Mintzberg dalam Suryana, 2001) mengemukakan strategi yaitu perencanaan (plan), pola (*patern*), *posisi (position)*, *perspektif (perspective)* dan *permainan atau taktik (play)*.

1. Strategi adalah perencanaan (*Plan*)
Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dimasa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan dimasa lampau, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan dimasa lampau.
2. Strategi adalah Pola (*Patern*)
Strategi adalah pola "*strategy is patern*", yang selanjutnya disebut sebagai "*intended strategy*", karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan atau disebut juga sebagai "*realized strategy*" kerana telah dilakukan oleh perusahaan.
3. Strategi adalah Posisi (*Position*)
Definisi ketiga adalah *strategy I position*, yaitu menempatkan produk tertentu dipasar yang dituju. Strategi sebagai posisi cenderung melihat kebawah, yaitu suatu titik bidik dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan dan melihat keluar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.
4. Strategi adalah Perspektif (*perspectife*)
Jika dalam pola dan posisi cenderung melohat kebawah dan keluar, maka sebaliknya dalam perspektif cenderung melihat kedalam keadaan yaitu kedalam organisasi dan keatas yaitu melihat grand visison dari perusahaan.
5. Strategi adalah Permainan atau taktik (*play*)
Strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya pesaing. Suatu merk misalnya mengeluarkan merk kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak tersentuh, karena merk-merk pesaing akan sibuk melawan merk kedua tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Metode yang digunakan adalah kualitatif. untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (*natural setting*), dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Teknik Pengumpulan Data Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data (Sugiyono, 2008).

Cara Pengumpulan Data

1. *Indeept interview* (wawancara mendalam)
2. *Participant observation* (observasi berperanserta)
3. Dokumen

Teknik Analisis Data

Sebelum membuat matriks faktor strategi internal dan eksternal, harus menentukan faktor strategi internal dan eksternal dengan langkah-langkah berikut (Kinneear dan Taylor, 1995) :

- a. Menyusun daftar faktor utama yang mempunyai dampak penting (*critical success factors*) untuk aspek internal (kekuatan dan kelemahan) dan aspek eksternal (peluang dan ancaman) yang ditempatkan pada kolom pertama.
- b. Penentuan bobot dilakukan dengan mengajukan identifikasi faktor internal dan eksternal tersebut pada pihak manajemen dengan menggunakan metode "*Paired Comparison*".
- c. Menentukan rating masing-masing faktor dengan skala 1 sampai 4.
- d. Mengalikan nilai bobot dengan nilai rating untuk mendapatkan skor terbobot.
- e. Menjumlahkan semua skor pembobotan secara vertikal untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian ini adalah tentang penerapan strategi bisnis usaha home industri sperai yang ada di Kota Bengkulu. Adapun hasil temuan yang berkenaan dengan penelitian ini disusun berdasarkan hasil observasi atau pengamatan langsung yang dilakukan peneliti terhadap pelaku usaha *home* industri

sperai di Kota Bengkulu, kemudian berdasarkan pernyataan-pernyataan yang diberikan oleh peneliti terhadap responden melalui kegiatan kuesioner yang dilakukan terhadap pihak-pihak terkait yaitu pelaku Pelaku usaha *home* industri sperai.

Hasil Perhitungan

Faktor Strategi Kekuatan (*strenghts*)

Merupakan faktor internal yang positif dan mendukung proses pencapaian tujuan.

Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Tentang Faktor Kekuatan (*Strenghts*)

No	Faktor Internal	Jawaban				Jumlah responden	Total skor	Rata-rata
		1	2	3	4			
	Kekuatan	1	2	3	4	25	*)	**)
1	Kualitas produk usaha home industri sperai sangat memuaskan konsumen yang ada di Kota Bengkulu	-	-	3	22	25	97	3,88
2	Tenaga terlatih dapat menjamin kualitas usaha home industri di Kota Bengkulu	-	-	3	22	25	97	3,88
3	Lokasi usaha strategi usaha home industri sperai dapat mempermudah konsumen di Kota Bengkulu	-	-	3	22	25	97	3,88
4	Sistem kekeluargaan masyarakat dapat memajukan usaha home industri sperai di Kota Bengkulu	-	-	8	17	25	92	3,68
5	Produk usaha home industri sperai bernilai ekonomis tinggi di Kota Bengkulu	-	1	8	16	25	90	3,60

Sumber : Hasil Penelitian (2022)

Faktor Strategis Kelemahan (*Weaknesses*)

Merupakan faktor yang negatif yang berasal dari internal, hal ini menghambat atau merugikan proses dalam pencapaian suatu tujuan.

Tabel 4.8. Distribusi Jawaban Tentang Faktor Kelemahan (*Weaknesses*)

No	Faktor internal	Jawaban				Jumlah responden	Total skor	Rata-rata
		1	2	3	4			
	Kelemahan	1	2	3	4	25		
1	Kurangnya promosi usaha home industri sperai di Kota Bengkulu	-	15	5	5	25	65	2,60
2	Kurangnya kemitraan usaha industri sperai di Kota Bengkulu	1	14	6	4	25	63	2,52
3	Kurangnya modal usaha home industri sperai di Kota Bengkulu	1	14	2	8	25	59	2,36
4	Teknologi produksi kurang di usaha home industri sperai di Kota Bengkulu	-	5	17	3	25	73	2,92
5	Kapasitas produksi usaha home industri sperai belum tercapai di Kota Bengkulu	-	13	4	8	25	70	2,80

Sumber : Hasil Penelitian (2022)

Faktor Strategis Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Tabel berikut merupakan hasil pengolahan faktor strategi internal, yaitu faktor kekuatan dan faktor kelemahan dari strategi bisnis usaha home industri sperai di Kota Bengkulu dalam meningkatkan kualitas produk di Kota Bengkulu.

Tabel 4.13 Hasil Penilaian Faktor Internal

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang (bobot x rating)
	Kekuatan			
1	Kualitas produk	0,15	4	0,6
2	Tenaga terlatih	0,15	4	0,6
3	Lokasi usaha strategis	0,15	4	0,6
4	Sistem kekeluargaan	0,14	3	0,42
5	Produksi bernilai ekonomis tinggi	0,14	3	0,42
	Kelemahan			
1	Kurang promosi	0,10	-3	-0,30
2	Kurangnya kemitraan usaha	0,10	-3	-0,30
3	Modal usaha	0,09	-2	-0,18
4	Teknologi produksi kurang	0,11	-4	-0,44
5	Kapasitas produksi	0,11	-4	-0,44
	Jumlah	1		-0,98

Sumber : Hasil Penelitian (2022)

Faktor Strategis Eksternal (Kesempatan dan Ancaman)

Tabel berikut merupakan hasil pengolahan faktor strategi eksternal, yaitu faktor kesempatan dan faktor ancaman dari strategi bisnis usaha home industri sperai di Kota Bengkulu dalam meningkatkan kualitas produk di Kota Bengkulu.

Tabel 4.14 Hasil Penilaian Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang (bobot x rating)
	Peluang			
1	Tersedianya tenaga kerja	0,14	3	0,42
2	Bertambahnya penduduk	0,15	4	0,60
3	Dukungan pemerintah	0,15	4	0,60
4	Upah tenaga kerja	0,13	3	0,39
5	Menjalin kerja sama dengan lembaga keterampilan (LPK)	0,14	4	0,56
	Ancaman			
1	Banyaknya gerai baru	-0,12	-3	-0,36
2	Produksi dari luar	-0,12	-3	-0,36
3	Penjualan <i>online</i>	-0,12	-3	-0,36
4	Persaingan harga produk	-0,12	-3	-0,36
5	Selera konsumen	-0,14	-4	-0,56
	Jumlah	1		-0,57

Sumber : Hasil Penelitian (2022)

Pembahasan

Berdasarkan matrik analisis SWOT, maka strategi bertahan yang digunakan oleh strategi bisnis usaha *home* industri sperai di Kota Bengkulu dalam meningkatkan kualitas produk di Kota Bengkulu yaitu strategi bertahan WT atau strategi bertahan peluang-ancaman menggunakan seluruh peluang internal strategi bisnis usaha *home* industri sperai di Kota Bengkulu dalam meningkatkan kualitas produk di Kota Bengkulu untuk mengatasi kekuatan dari luar. Solusi strategi bertahan tersebut yaitu :

1. Inovasi produk

Inovasi Produk adalah sebuah upaya yang dilakukan suatu usaha *home* industri sperai untuk mengembangkan, memperbaiki, menyempurnakan, serta meningkatkan kualitas.

2. Menjalin kerja sama dengan pihak luar

Berdasarkan penjelasan menjalin kemitraan dengan pihak luar dapat diambil makna bahwa kemitraan *home* industri merupakan proses kerja barang sekelas perumahan agar dapat dipasarkan oleh industri yang lebih besar. Sebagai contoh : hasil produksi ingin menjualnya di toko-toko maka anda perlu melakukan kemitraan dengan pihak toko agar produk dapat dipajang dan dijual oleh pihak toko.

3. Menjalिन kerja sama dengan instansi dinas perindustrian dan perdagangan agar mendapatkan bantuan alat kerja yang lebih teknologi canggih agar dapat meningkatkan kualitas produk dan menambah hasil produksi.
4. Harga produksi terjangkau
Dalam Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan konsumen sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Secara sederhana harga merupakan ukuran nilai yang ditukarkan konsumen membeli suatu produk. Dengan adanya harga produk terjangkau, akan membuat produksi lebih diterima dari mulai kalangan ekonomi menengah hingga ekonomi ke bawah. Menjadikan produk lebih memasar dan penjualannya diharapkan akan lebih meningkat.
5. Menjaga kualitas produk
Kualitas produk adalah elemen utama yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha *home* industri. Khususnya bagi mereka yang memang ingin mempertahankan bisnisnya di tengah sengitnya persaingan dan bahkan membuat bisnis tersebut semakin maju dan berkembang. Namun, tentu saja ini bukanlah perkara yang mudah. Pengertian kualitas produk yang baik harus terlebih dahulu dipahami, sehingga pelaku usaha *home* industri mengerti kualitas seperti apa yang bisa dibilang baik, bagaimana mencapainya, apa saja yang perlu dilakukan untuk mempertahankan tingkat kualitas tersebut, dan apa yang akan terjadi jika menemui kegagalan dalam upaya-upaya tersebut. Meski mungkin terdengar merepotkan dan seolah membutuhkan usaha yang besar, menjaga kualitas dari setiap produk atau jasa yang coba dipasarkan akan memberikan manfaat yang sangat besar bagi operasional serta pengembangan bisnis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor strategi bertahan pengembangan yang digunakan oleh strategi bisnis usaha *home* industri sperai di Kota Bengkulu dalam meningkatkan kualitas produk di Kota Bengkulu.
2. Strategi bertahan yang dapat dilakukan untuk pengembangan *home* industri sperai kecil pengolahan produk *home* industri sperai di Kota Bengkulu harus memperluas promosi produk dengan mengembangkan inovasi produk maka akan meningkatkan produksi yang lebih berkualitas dan bisa menjalin kerja sama dengan pihak luar untuk meningkatkan harga produk terjangkau oleh konsumen serta menjaga kualitas produk dan mengajarkan tentang bisnis dengan keahlian utama di bidang manajemen strategis dan keunggulan *Michael E. Porter*.

Saran

Agar Produk *home* industri sperai harus melakukan inovasi produk agar bisa menghasilkan kualitas produk yang lebih dan bisa diterima dipasaran dan khususnya para konsumen. Kemudian inovasi produk dapat menciptakan produk baru yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian* (Alih Bahasa : Jaka Wasana). Jilid 1. Edisi VI. Jakarta : Erlangga.
- McCarthy, E. Jerome dan William D. Perreault, Jr. 1995. *Intisari Pemasaran : Sebuah Rancangan Managerial Global* (Alih Bahasa : Ir. Agus Maulana MSM). Edisi keenam. Jakarta. Binarupa Aksara.
- Subanar, Harimurti, 2001. *Manajemen Usaha Kecil Edisi Pertama*, Yogyakarta : BPFE Krisyantono, Rakhmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono, 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta.
- Suryana, 2006. *Kewirausahaan*, Jakarta : Salemba Empat.