

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian UMKM

Definisi mengenai usaha mikro di Indonesia beranekaragam. Beberapa lembaga bahkan undang-undang di Indonesia memberikan definisi sendiri mengenai usaha mikro. Biasanya usaha mikro didefinisikan berdasarkan jumlah tenaga kerja dan omzet penjualan. Badan pusat statistik Indonesia (BPS Indonesia) mendefinisikan industri skala kecil sebagai perusahaan yang memperkerjakan 5 sampai 9 orang pekerja, sementara industri mikro atau rumah tangga memperkerjakan kurang dari 5 orang pekerja pada tiap perusahaan, termasuk pekerja yang merupakan anggota keluarga dan tidak menerima upah (BPD Indonesia,1996), (Licolin Arsyad:2008:9).¹

Secara umum, UKM atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.00,00 (belum termasuk tanah dan bangunan).²

a. Kriteria UMKM

kriteria UKM secara umum, ada banyak UKM dengan kriteria yang berbeda, di antaranya adalah :

1) Manajemen bisnis sendiri

Pemilik UKM memiliki kebebasan untuk bertindak dan mengambil keputusan sendiri terkait dengan kemauan usahanya.

2) Modal usaha terbatas

Modal hanya berasal dari pemilik usaha atau bisa jadi sekelompok kecil orang yang ikut menginvestasikan uangnya untuk modal

¹ Lincolin Arsyad, *Lembaga Keuangan Mikro Institusi, Kinerja & Sustainabilitas*, CV Andi Offset, Yogyakarta, 2008, hlm. 9

² Akifa P. Nayla, *Komplet Untuk Ukm Dan Waralaba*, Laksana, Jogjakarta, 2014. hlm, 12.

UKM tersebut.

- 3) Karyawan kebanyakan dari penduduk local
Pemilik UKM ingin memberdayakan penduduk lokal agar bisa bekerja secara mandiri di daerah tersebut. Adanya keterbatasan biaya untuk menggaji karyawan yang berasal dari daerah luar.
- 4) Bersifat usaha keluarga
Usaha dijalankan dan dikembangkan sendiri oleh pemilik usaha bersama keluarga.
- 5) Posisi kunci dipegang oleh pemilik
Maju mundurnya UKM tergantung sepenuhnya oleh pemilik usaha.
- 6) Modal usaha berasal dari keuangan keluarga
Modal pihak luar hanya dibutuhkan ketika pemilik UKM ingin mengembangkan usaha tersebut ke luar daerah.
- 7) Menuntut motivasi tinggi
Untuk memajukan UKM, pemilik usaha dituntut untuk memiliki motivasi yang tinggi.
- 8) Menggunakan teknologi sederhana dalam proses produksi
Teknologi sederhana yang dimaksud adalah alat – alat yang masih tradisional dan belum canggih.³

Menurut undang-undang nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 mengenai UMKM, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria Usaha Mikro menurut undang- undang nomor 20 tahun 2008 pasal 6 adalah sebagai berikut:

- 1) Kriteria Usaha mikro
Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00

³ *Ibid*, Akifa, hlm. 17 – 20.

(lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2) kriteria Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3) Kriteria Usaha Menengah.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan tempat bangunan usaha.

- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).
- 4) Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Usaha mikro merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah.⁴

b. Kendala UMKM

Menurut Suharjono (2003) permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro meliputi:

- 1) Masalah financial
 - a) Kurangnya kesesuaian (terjadinya *mismatch*) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh usaha mikro.
 - b) Tidak adanya yang sistematis dalam pendanaan usaha mikro.
 - c) Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikururkan kecil.

⁴ Republik Indonesia, *UU.No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah*, Permata Press, Jakarta, hlm. 108-113.

- d) Kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai.
 - e) Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi.
 - f) Banyak usaha mikro yang belum *bankable*, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.
- 2) Masalah nonfinansial
- a) Kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan *quality control* yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan.
 - b) Kurangnya pengetahuan pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dijangkau oleh usaha mikro mengenai pasar, selain karena keterbatasan kemampuan usaha mikro untuk menyediakan produk jasa yang sesuai dengan keinginan pasar.
 - c) Keterbatasan Sumber daya Manusia (SDM) serta kurangnya sumber daya untuk mengembangkan SDM.
 - d) Kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntansi.
- 3) Masalah *linkage* dengan perusahaan
- a) Industri pendukung yang lemah.
 - b) Usaha mikro yang memanfaatkan atau menggunakan sistem cluster dalam bisnis belum banyak.
- 4) Masalah ekspor
- a) Kurangnya informasi mengenai pasar ekspor yang dimanfaatkan.
 - b) Kurangnya lembaga yang dapat membantu mengembangkan ekspor.
 - c) Sulitnya mendapatkan sumber dana untuk ekspor.

- d) Pengurusan dokumen yang diperlukan untuk ekspor yang birokratis.⁵

c. Tantangan dan masalah pengembangan UMKM

Tantangan dan masalah pengembangan usaha mikro diantaranya meliputi:

- 1) Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar.
- 2) Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan.
- 3) Kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia.
- 4) Keterbatasan jaringan usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan.
- 5) Pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.⁶

d. Masalah umum yang dihadapi UMKM

Menurut Hubeis permasalahan umum yang biasanya terjadi pada UMKM yaitu :

- 1) Kesulitan pemasaran
Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UMKM. UMKM tidak melakukan perbaikan yang cukup disemua aspek yang terkait dengan pemasaran seperti peningkatan kualitas produk dan kegiatan promosi, sulit sekali bagi UMKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas.
- 2) Keterbatasan Finansial
Terdapat dua masalah utama dalam kegiatan UMKM di Indonesia, yakni dalam aspek finansial (mobilisasi modal awal dan akses ke

⁵ Suhardjono, *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil Dan Menengah*. UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 2003, hlm. 493 – 496.

⁶ *Ibid*, hlm. 38-39.

modal kerja) dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan output jangka panjang. Walaupun pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak memadai dalam bentuk kegiatan produksi maupun investasi. Walaupun begitu banyak skim-skim kredit dari perbankan dan bantuan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UMK.

3) Keterbatasan SDM

Salah satu kendala serius bagi banyak UMK di Indonesia adalah keterbatasan SDM terutama dalam aspek-aspek *entrepreneurship*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi data *processing*, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Semua keahlian ini sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar barang.

4) Masalah Bahan Baku

Keterbatasan bahan baku serta kesulitan dalam memperolehnya dapat menjadi salah satu kendala yang serius bagi banyak UMK di Indonesia. Hal ini dapat disebabkan harga yang relatif mahal. Banyak pengusaha yang terpaksa berhenti dari usaha dan berpindah profesi ke kegiatan ekonomi lainnya akibat masalah keterbatasan bahan baku.

5) Keterbatasan Teknologi

UMKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi yang tradisional, seperti mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang bersifat manual. Hal ini membuat produksi menjadi rendah, efisiensi menjadi kurang maksimal, dan kualitas produk relatif rendah.

6) Kemampuan Manajemen

Kekurangmampuan pengusaha kecil untuk menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap pengembangan usahanya, membuat pengelolaan usahamenjadi terbatas.

7) Kemitraan

Kemitraan mengacu pada pengertian berkerja sama antara pengusaha dengan tingkatan yang berbeda yaitu antara pengusaha kecil dan pengusaha besar. Istilah kemitraansendiri mengandung arti walaupun tingkatannya berbeda, hubungan yang terjadiadalah hubungan yang setara (sebagai mitra kerja).⁷

e. Masalah Dasar UMKM

Masalah dasar yang dihadapi oleh usaha mikro menurut Tambunan (2002) adalah:

1) Kesulitan pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan usaha mikro dan kecil. Hasil studi lintas negara yang dilakukan James dan Akrasanee (dikutip Tambunan, 2002) di sejumlah negara ASEAN menunjukkan bahwa termasuk *growth constrains* yang dihadapi oleh banyak pengusaha kecil menengah (kecuali Singapura). Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran adalah tekanan-tekanan persaingan, baik pasar domestik dari produk serupa buatan usaha besar dan impor, maupun pasar ekspor.

Selain itu, terbatasnya informasi banyak usaha kecil menengah, khususnya yang kekurangan modal dan SDM serta berlokasi di daerah-daerah pedalaman yang relatif terisolir dari pusat informasi, komunikasi, dan transportasi, juga mengalami kesulitan untuk memenuhi standar-standar internasional yang terkait dengan produksi dan perdagangan.

⁷ Musa Hubeis, *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2009. hlm. 4-6.

2) Keterbatasan Fianancial.

Usaha mikro, khususnya di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial: mobilisasi modal awal (*star-up capital*) dan akses ke modal kerja, seperti finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan *output* jangka panjang. Kendala ini disebabkan karena lokasi bank yang terlalu jauh bagi banyak pengusaha yang tinggal di daerah yang relatif terisolasi, persyaratan terlalu berat, urusan administrasi terlalu bertele-tele, dan kurang informasi mengenai skim-skim perkreditan yang ada dan prosedur.

3) Keterbatasan SDM.

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak usaha mikro di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek *enterpreunership*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, *data processing*, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Keterbatasan ini menghambat usaha mikro di Indonesia untuk dapat bersaing di pasar domestik maupun pasar internasional.

4) Masalah bahan baku.

Keterbatasan bahan baku (dan *input-input* lainnya) juga sering menjadi salah satu kendala serius bagi pertumbuhan *output* atau kelangsungan produksi bagi banyak usaha mikro di Indonesia. Keterbatasan ini dikarenakan harga baku yang terlampaui tinggi sehingga tidak terjangkau atau jumlahnya terbatas.

5) Keterbatasan teknologi.

Usaha mikro di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi lama atau tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya *total factor productivity* dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat. Keterbatasan teknologi, khususnya usaha-

usaha rumah tangga (mikro) disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru atau menyempurnakan proses produksi, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi atau mesin-mesin dan alat-alat produksi baru dan keterbatasan SDM yang dapat mengoperasikan mesin-mesin baru atau melakukan inovasi-inovasi dalam produk maupun proses produksi.⁸

f. Kelebihan dan kekurangan UKM

Kelebihan UKM

- 1) Pemilik memiliki kebebasan untuk bertindak
- 2) Meningkatkan perubahan struktur ekonomi di Daerah tempat berdirinya UKM
- 3) Meningkatkan kemampuan produktif sumber daya manusia

Kekurangan UKM

- 1) Sistem produksi dan pemasaran relatif lemah
- 2) Sulit mendapatkan modal jangka panjang
- 3) Pemilik tidak mampu mengelola usaha dan sumber daya manusia.⁹

g. UMKM dalam pandangan islam

UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) konveksi adalah sebuah usaha yang memproduksi pakaian jadi.¹⁰

Dalam ekonomi Islam, produksi mempunyai motif kemaslahatan, kebutuhan dan kewajiban. Perilaku produksi merupakan usaha seseorang atau kelompok untuk melepaskan dirinya dari kefakiran. Menurut Yusuf Qardhawi, secara eksternal perilaku produksi dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan setiap individu sehingga dapat membangun kemandirian ummat. Sedangkan motif perilakunya adalah keutamaan mencari nafkah, menjaga semua sumber daya (flora-fauna dan alam sekitar), dilakukan secara *profesional (amanah & itqan)* dan berusaha

⁸ Tulus Tambunan, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, Salemba, Jakarta, 2002, hlm. 123.

⁹ akifa *Log Cit* hlm, 20 -22

¹⁰ Adhitya Wijaya, *Op cit*, Hlm. 284.

pada sesuatu yang halal.¹¹

Dalam pandangan Islam, ekonomi adalah khadim (penopang atau sarana pendukung) bagi nilai-nilai dasar seperti aqidah islamiyah, ibadah dan akhlaqul karimah. Maka apabila ada pertentangan antara tujuan ekonomi bagi individu atau masyarakat dengan nilai-nilai dasar itu maka Islam tidak mau peduli dengan tujuan-tujuan tersebut dan sanggup mengorbankan tujuan-tujuan itu dengan kerelaan hati. Hal itu dalam rangka memelihara prinsip-prinsip tujuan dan keutamaan manusia itu sendiri.¹²

Ciri – ciri penting sistem ekonomi islam tersebut digambarkan dalam al Qur'an surat Al Hasyr ayat 7 :

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَىٰ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ
وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.”

Islam menganjurkan suatu sistem yang sangat sederhana untuk peningkatan ekonomi masyarakat yang membolehkan anggotanya melakukan proses pembangunan ekonomi yang stabil dan seimbang. Sistem ekonomi islam menyediakan peluang – peluang yang sma dan

¹¹ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Rabbani Press, Jakarta, 1995, hlm. 154

¹² Yusuf Qardhawi, *Halal Haram Dalam Islam*, Era Intermedia, Solo, 2003, hlm. 354 - 356

memberikan hak –hak alami kepada semua (yaitu hak terhadap harta dan bebas berusaha), dan pada saat yang sama menjamin keseimbangan dalam distribusi kekayaan semata – mata untuk tujuan memelihara kestabilan dalam system ekonomi.¹³

2. Usaha Konveksi

Konveksi sendiri adalah istilah yang digunakan garment untuk memindahkan kontrak kerja yang mereka miliki kepada manufaktur-manufaktur skala kecil yang kemudian biasa disebut dengan konveksi. Usaha konveksi adalah segala jenis kegiatan yang berhubungan dengan tekstil, jahit, desain, dan cetak berdasarkan permintaan order klien dalam skala besar.¹⁴

konveksi adalah suatu perusahaan yang menghasilkan pakaian jadi pakaian wanita, pria, anak, pakaian olahraga, maupun pakaian-pakaian partai politik. Industri konveksi bisa di bilang perusahaan yang sedang karena tenaga kerjanya masih dibilang sedikit. Umumnya, perusahaan-perusahaan konveksi mempergunakan bahan baku berupa tekstil dari bermacam-macam jenis, seperti katun, kaos, linen, polyester, rayon, dan bahan-bahan syntesis lain ataupun campuran dari jenis bahan-bahan tersebut.¹⁵

Sedangkan dalam kamus bahasa Indonesia kata “konveksi” adalah perusahaan pakaian jadi.¹⁶

3. Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *Strength*, *Weakness*, *Opprtnunity and Threat* yaitu suatu analisis yang digunakan untuk

¹³ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, PT. Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta, 1995, hlm. 11 - 12

¹⁴ <http://pakarkonveksi.info/2012/06/arti-kata-konveksi.html/> (01 februari 2016 pukul 13.00 WIB)

¹⁵ <https://k3tium.wordpress.com/2013/05/15/a-latar-belakangindustri-konveksi-adalah-suatu-perusahaan-yang/> (17 februari 2016 pukul 14.25 WIB)

¹⁶ Adhitya Wijaya, *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*, Nusantara Surakarta, hlm. 284.

menganalisis lingkungan yang mengandung peluang dan ancaman serta mencari kekuatan ataupun kelemahan yang ada.¹⁷

Analisis swot adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman.¹⁸

Asumsi yang mendasari analisis ini adalah strategi efektif yang diturunkan dari kesesuaian antara sumberdaya internal perusahaan meliputi kekuatan dan kelemahan dengan situasi eksternalnya meliputi peluang dan ancaman. Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Kekuatan merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relative lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari kompetensi, kapabilitas atau sumber daya yang dimiliki perusahaan yang dapat digunakan sebagai alternative untuk menangani peluang dan ancaman.¹⁹

Dalam menggunakan analisis SWOT biasanya dapat mengambil kesimpulan untuk dipilih yang terbanyak plusnya (kelebihannya) atau yang paling sedikit minusnya (kekurangannya).²⁰

Menganalisis dan menentukan keputusan strategi dengan pendekatan matrik SWOT, pada tahap ini selanjutnya dilakukan analisis dan penentuan keputusan dengan menempatkan pendekatan matriks SWOT. Dimana setiap hubungan tersebut diberikan solusi strategi yang harus dilakukan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

¹⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Indeks, Jakarta, 2004, hlm. 88 – 89

¹⁸ Tedjo Tripomo Dan Udan, *Manajemen Strategi*, Rekayasa Sains, Bandung, 2005, hlm.118

¹⁹ M. Husni Mubarak, *Manajemen Strategi*, DIPA STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 55

²⁰ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2013, hlm.

Tabel 2.1 format menganalisis dan menentukan keputusan strategi dengan pendekatan Matrik SWOT.

	<i>Strength</i> (S) (kekuatan)	<i>Threats</i> (T) (kelemahan)
<i>Opportunity</i> (O) (peluang)	Strategi untuk SO	Strategi untuk WO
<i>Weaknesses</i> (W) (ancaman)	Strategi untuk ST	Strategi untuk WT

Berdasarkan nilai peringkat dan pembobotan yang kemudian dikalikan akan diperoleh hasil kombinasi antara beberapa situasi sebagai berikut :

- a. (kekuatan, kesempatan atau S, O) artinya perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan dan kesempatan yang bisa memanfaatkan kekuatan untuk menggunakan peluang sebaik – baiknya.
- b. (kelemahan, kesempatan atau W, O) artinya perusahaan harus membuat strategi bagaimana meminimalkan kelemahan yang selalu muncul dalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang menguntungkan.
- c. (kekuatan, ancaman atau S, T) artinya perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan baik dalam hal management, sistem pemasaran maupun kemampuan financial untuk mengatasi ancaman.
- d. (kelemahan, ancaman atau W, T) artinya perusahaan harus meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.²¹

B. Penelitian Terdahulu

Pelaksanaan penelitian terdahulu ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang ruang penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Dengan penelusuran penelitian ini akan dapat dipastikan sisi ruangan yang akan diteliti yang dapat diteliti dalam ruangan ini, dengan harapan

²¹ Irham Fahmi, 2014, *Manajemen Strategi Teori Dan Aplikasi*, ALFABETA, Bandung, Hlm. 263-264

penelitian ini tidak tumpang tindih dan tidak terjadi penelitian ulang dengan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang berhasil dipilih untuk dikedepankan dapat dilihat berikut ini:

1. Sri Endah wahyuningsih, Urip Wahyuningsih dan Muh Fakhrudin dengan judul “*Permasalahan wanita pengusaha kecil menengah pakaian jadi dalam mengembangkan industry konveksi di era Global*” Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Permasalahan yang dialami adalah meliputi permasalahan structural, SDM, proses produksi, permasalahan rumah tangga.²²
2. Mohammad Adam Jerusalem dengan judul “*Perancangan strategi usaha industri kecil menengah di bidang usaha konveksi*” penelitian ini menggunakan metode analisis internal dan analisis eksternal. Dari metode yang diterapkan dapat mengetahui kendala yang menyebabkan tidak berkembang.²³
3. Ferdiansa, Abu bakar, dan lisyie Fitria, dengan judul “*Analisis kelayakan usaha pembuatan seragam sekolah di desa pangirapan soreang kabupaten Bandung*” Analisis kelayakan usaha dengan menggunakan analisis aspek kelayakan bisnis meliputi aspek pasar, aspek teknis, aspek legal dan lingkungan, aspek MSDM dan aspek financial. Berdasarkan hasil analisis kelayakan kelima aspek, usaha pembuatan seragam sekolah ini dinyatakan layak untuk dijalankan. Selanjutnya dilakukan analisis sensitivitas terhadap variabel-variabel yang dapat mempengaruhi perubahan keputusan layak menjadi tidak layak.²⁴
4. Munawir dengan judul “*Usaha konveksi baju kaos bermerek*” penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis studi kasus.

²² Sri Endah wahyuningsih, Urip Wahyuningsih dan Muh Fakhrudin “*Permasalahan wanita pengusaha kecil menengah pakaian jadi dalam mengembangkan industry konveksi di era Global*”. Di Akses pada Tanggal 20 Oktober 2015.

²³ Mohammad Adam Jerusalem “*Perancangan strategi usaha industri kecil menengah di bidang usaha konveksi*”. Di Akses pada Tanggal 20 Oktober 2015.

²⁴ Ferdiansa, Abu bakar, dan lisyie Fitria “*Analisis kelayakan usaha pembuatan seragam sekolah di desa pangirapan soreang kabupaten Bandung*”. Di Akses pada Tanggal 21 Oktober 2015.

Sehingga dapat mengetahui berbagai masalah yang terjadi pada industry konveksi dan juga mengetahui kelayakan hasil industri.²⁵

5. Siti hadijah, ending chumaidiyah, dan atya nur aisha, dengan judul “analisis kelayakan pengembangan usaha CV. Arga konveksi di Kota Depok, ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek financial. Penelitian ini menggunakan analisis kelayakan bisnis, hasil analisis kelayakan dapat digunakan untuk membantu dalam pengambilan keputusan.²⁶

Tabel 2.2
Perbandingan penelitian terdahulu

No.	Judul	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
1	Permasalahan wanita pengusaha kecil menengah pakaian jadi dalam mengembangkan industri konveksi di era Global	Sri Endah wahyuningsih, Urip, Wahyuningsih dan Muh Fakhruddin	Analisis yang digunakan untuk menganalisis sangat tepat unruk mengetahui serta untuk pengembangan usaha konveksi.	Membahas tentang faktor – faktor, permasalahan dalam usaha konveksi yang menyebabkan usaha konveksi berkembang dan tidak berkembang untuk pengembangan usaha.	Menemukan permasalahan yang sedang di alami untuk pengembangan usaha konveksi dengan melalui metode kualitatif, komprehensif, sistematis dan analisis induktif.	Menganalisis perbandingan umkm dengan menggunakan analisis SWOT untuk pengembangan usaha
2	Analisis kelayakan usaha pembuatan seragam sekolah di desa	Ferdiansa, Abu bakar, dan lisyette Fitria	Analisis yang dilakukan sudah tepat, karena dengan analisis tersebut	Membahas tentang faktor –faktor, permasalahan dalam usaha	Dalam merumuskan kegiatan usaha konveksi perlu dilakukan	Menganalisis perbandingan umkm dengan menggunakan analisis SWOT

²⁵ Munawir dengan judul “Usaha konveksi baju kaos bermerek”. Di akses pada Tanggal 21 Oktober 2015.

²⁶ Siti hadijah, ending chumaidiyah, dan atya nur aisha “analisis kelayakan pengembangan usaha CV. Arga konveksi di Kota Depok, ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek financial. Di akses pada Tanggal 22 Oktober 2015.

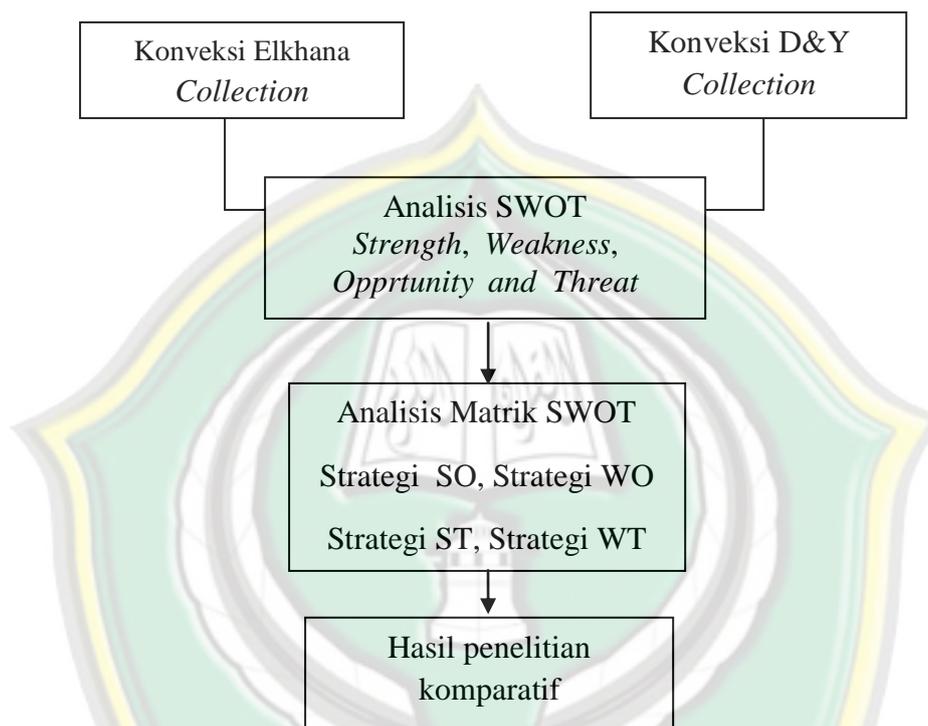
	pangirapan soreang kabupaten Bandung		perlu untuk adanya hasil aspek pasar, aspek teknis, aspek legal, dan lingkungan yang tepat.	konveksi yang menyebabkan usaha konveksi berkembang dan tidak berkembang untuk pengembangan usaha.	analisis menggunakan analisis aspek pasar, aspek teknis, aspek legal, dan lingkungan.	untuk pengembangan usaha
3	Perancangan strategi usaha industri kecil menengah di bidang usaha konveksi	Mohammad Adam Jerusalem	Menemukan bahwa strategi enhaje yang bertujuan untuk pengembangan usaha merupakan strategi yang tepat untuk diterapkan usaha konveksi saat ini.	Membahas tentang faktor –faktor, permasalahan dalam usaha konveksi yang menyebabkan usaha konveksi berkembang dan tidak berkembang untuk pengembangan usaha.	Dalam merumuskan strategi pengembangan usaha, peneliti menggunakan analisis eksternal dan analisis internal (strategi enhaje)	Menganalisis perbandingan umkm dengan menggunakan analisis SWOT untuk pengembangan usaha
4	Usaha konveksi baju kaos bermerek	Munawir	Menemukan bahwa analisis yang diterapkan pada usaha konveksi tersebut sangat tepat untuk pengembangan usaha karena analisis aspek tersebut dapat mengetahui bagaimana arah selanjutnya usaha	Membahas tentang faktor –faktor, permasalahan dalam usaha konveksi yang menyebabkan usaha konveksi berkembang dan tidak berkembang untuk pengembangan usaha.	Dalam pengembangan usahanya, penelitian ini menggunakan analisis, aspek produksi, aspek pemasaran, aspek manajemen dan perhitungan biaya dan penerimaan serta keuntungan	Menganalisis perbandingan umkm dengan menggunakan analisis SWOT untuk pengembangan usaha

			berkembang.		usaha, dengan R/C rasio.	
5	Analisis kelayakan pengembangan usaha CV. Arga konveksi di Kota Depok, ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek financial.	Siti hadijah, ending chumaidiyah, dan atya nur aisha	Dari analisis – analisis yang dilakukan usaha konveksi ini selanjutnya dapat berproduksi dengan sesuai yang sudah di analisis dan layak untuk berkembang.	Membahas tentang faktor –faktor, permasalahan dalam usaha konveksi yang menyebabkan usaha konveksi berkembang dan tidak berkembang untuk pengembangan usaha.	Untuk menganalisis penelitian ini menggunakan analisis aspek pasar, analisis aspek teknis, analisis aspek legal dan lingkungan, analisis legal dan lingkungan, analisis aspek sumber daya manusia, aspek financial, analisis sensitivitas.	Menganalisis perbandingan umkm dengan menggunakan analisis SWOT untuk pengembangan usaha

C. Kerangka Berpikir

Dari latar belakang dan landasan teori yang sudah di paparkan di atas, maka dapat dibuat kerangka berpikir sebagai berikut :

Dari latar belakang dan landasan teori yang sudah di paparkan di atas, maka dapat dibuat kerangka berpikir sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka berpikir

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian komparatif antara UMKM Konveksi Elkhana *Collection* dan UMKM Konveksi D&Y *Collection* yang keduanya sama – sama UMKM dalam bidang konveksi.

UMKM konveksi Elkhana *Collection* dan UMKM Konveksi D&Y *Collection* perbedaan dalam jenis produk, pada UMKM konveksi Elkhana *Collection* memproduksi celana santai, sedangkan pada Konveksi D&Y *Collection* memproduksi kemeja yang tentunya produk berbeda dari pesaing sekitar namun dalam faktanya usaha Konveksi D&Y *Collection* belum mengalami perkembangan dibandingkan dengan usaha Konveksi Elkhana *Collection* yang memproduksi celana santai kebanyakan

diproduksi konveksi di Jepara. Sehingga perlu adanya analisis dengan menggunakan analisis SWOT yang kemudian di bandingkan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal penyebab tidak berkembang dan berkembangnya kedua usaha tersebut.

