

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil U.D Sukron Tulungagung

1. Sejarah U.D sukron Tulungagung

Usaha dagang U.D Sukron didirikan pada tahun 1998 oleh Bapak Imam. UD Sukron Beralamatkan Desa Graglan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Naman Sukron merupakan inisiatif dari anak pertama yang bernama Muhammad Sukron. UD Sukron ini berlangsung selama kurang lebih 20 tahun berjalan. Pada tahun 2002 UD sukron mendapatkan surat izin dagang dari pemerintah.

Berdirinya UD sukron ini bertujuan untuk menyuplai bahan pangan yang ada di Tulungagung. Pertumbuhan ekonomi juga menjadi alasan didirikannya UD Sukron. Seiring berkembangnya waktu dan zaman UD sukron mulai menunjukkan kemajuan yang signifikan, sehingga pemasaran mulai merambah ke luar Tulungagung, mulai dari Ponorogo, Blitar, Kediri, Nganjuk, serta Ngawi. Untuk saat ini UD Sukron di ambil Anak kedua dari Bapak Imam yang bernama Pak Riza yang saat ini merangkap menjual hasil dari toko Sukron

2. Visi, misi dan tujuan UD Sukron Tulungagung

a) Visi :

1. swadaya pangan beras di Tulungagung

2. Menjadi tonggak utama produksi beras di Tulungagung

b) Misi

1. Menjadi UD yang unggul dan terus berkembang
2. Mengutamakan produk yang berkualitas
3. Membangun ekonomi mikro

c) Tujuan

1. Agen pembangunan ekonomi
2. Swadaya pangan
3. Tonggak pangan pokok Tulungagung
4. Bekerja keras
5. Memajukan usaha dengan mengikuti perkembangan zaman

3. Struktur organisasi UD Sukron Tulungagung

struktur organisasi UD Sukron Tulungagung



B. Temuan Penelitian

1. instrument SWOT (*strenghtst,Weaknesess,opportunities,threats*) pada UD Sukron Tulungagung

a. Faktor-Faktor Kekuatan (*strengths*) dalam UD Sukron Tulungagung

Faktor kekuatan pertama yang di miliki oleh UD Sukron adalah legalitas dari pemerintah. UD sukron telah memiliki Surat Izin Usaha Dagang. Adanya surat ini, legalitas UD Sukron sudah terjamin. Hal ini dinyatakan langsung oleh Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung.

“sudah mas, setelah saya mendirikan UD ini senggang tiga tahun saya langsung cari surat izinya, ya supaya dalam usaha saya legalitas dari pemerinah dapat tejamin, selain itu kalau ada apa-apa saya sudah punya kekatan hokum dengan UD ini”¹

Hal serupa juga di nyatakan oleh mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung sebagai berikut.

“sudah mas, bapak sudah mencari legalitasnya kok, ya selain legalitas kalau punya surat itu punya badan hokum dan terpercaya.”²

¹ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

² Wawancara kepada Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

Pernyataan bapak Imam dan Mas Riza di perkuat oleh Bapak Sur selaku karyawan di UD Sukron Tulungagung, sebagai berikut.

*“sepertinya sudah mas, saya belum terlalu jelas. Tapi kalau dilihat sudah punya produk sendi mestinya sudah punya surat izin”.*³

Pada dasarnya surat izin usaha yang dimiliki oleh UD Sukron ini merupakan sesuatu yang sangat penting. Pasalnya dengan surat ini UD Sukron sudah mempunyai legalitas di usahanya serta mempunyai kekuatan hokum. Sehingga UD Sukron dapat berkembang dengan baik. Serta meningkatkan *kredibilitas* usaha dagangannya.

Kekuatan yang kedua adalah fasilitas dalam produksi juga distribusi yang mumpuni, sehingga para pekerja/karyawan akan lebih produktif dalam bekerja. Serta dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas. seperti yang di ungkapkan Bapak Imam selaku pimpinan di UD Sukron Tulungagung, sebagai berikut.

*“untuk fasilitas karyawannya tiap bagian pasti ada missal di bagian produksi ada mesin selip dua di bagian distrbusi ada tiga truck dan dua pick-up. dengan semua fasilitas saya miliki dapat meningktkan kuantitas dan kualitas produk yang saya buat.”*⁴

³ Wawancara kepada Bapak Sur selaku karyawan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

⁴Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

Hal ini di perkuat oleh Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung, bahwa fasilitas yang dipunyai UD Sukron sudah mumpuni seperti berikut:

*“kalau disini sudah lengkap mas mesinproduksi mesin pak dan kendaraan-kendaraan untuk distribusi dan produksi sudah lengkap. Ada tiga truck ada dua pick up juga montor yang digunakan karyawan untuk keperluan UD”*⁵

Hal serupa juga dilontarkan oleh Bapak Sur selaku karyawan UD Sukron Tulungagung bagian prduksi,sebagai berikut.

*“cukuplah mas, tidak memberatkan karyawan”*⁶

Jadi dapat disimpulkan dari pernyataan dari hasil wawancara tersebut juga dari bapak Sur selaku karyawan yang terjun langsung di bagian produksi. Bahwa fasilitas yang di miliki UD Sukron Tulungagung ini sangat di butuhkan dan sangat membantu. Serta fasilitas ini juga akan mempengaruhi kualitas produk yang baik dan kompetitif.

Kekuatan yang dimiliki ketiga adalah link pemasok dan pengepul yang sudah banyak dan menjadi pengepul dan pemasok Tetap. Hal ini sangatlah penting bagi UD Sukron demi berjalannya usaha dagang yang dimiliki Bapak Imam Makrus ini. Karena UD Sukron juga harus mengambil bahan baku dari luar.seperti yang di ungkapkan Bapak Imam Selaku pimpinan UD Sukron sebagai berikut.

⁵ Wawancara kepada Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

⁶ Wawancara kepada Bapak Sur selaku karyawan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

“kalau padinya saya dapat dari pengepul itu juga dari petani-petani daerah sini. Sebenarnya malah para pengepul-pengepul yang datang kerumah dan mereka yang ngirim padinya, yak arena sudah banyak relasi mas jadi ya mudah untuk mendapatkan padi. Pengepul-pengumpul ini dari ngawi,nganjuk,ponorogo,treggalek, sama daerah tulungagung”⁷

Hal serupa juga di ungkapkan oleh Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung. Sebagai berikut.

“banyak mas, kalau padi sendiri linknya dari luar tulungagung juga dari petani-petani daerah sini yang punya link-link itu bapak dan yang meneruskan linknya saya. Jadi pemasukan bahan baku itu saya yang mengatur”⁸

Pernyataan yang di ungkapkan bapak Imam dan juga Mas Riza di dukung pernyataan oleh bapak Sur selaku karyawan bagian Produksi, sebagai berikut.

“ya dari petani-petani itu dikirim kesini lalu di beli sama mas riza lalu di produksi”⁹

Dari pernyataan di atas dapat menarik kesimpulan bahwa link-link yang dimiliki oleh UD Sukron Tulungagung sangatlah menguntungkan.

Pasalnya mereka para pemasok beras di UD Sukron Tulungagung ini

⁷ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

⁸ Wawancara kepada Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

⁹ Wawancara kepada Bapak Sur selaku Karyawan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

dating dengan sendirinya tanpa UD Sukron Tulungagung memesan terlebih dahulu. Dan tidak membingungkan pihak UD Sukron Tulungagung.

Kekuatan ke-empat adalah kepuasan pelanggan. Factor inilah yang mempunyai peran sangat penting dalam keberlangsungan UD Sukron Tulungagung. Pelanggan akan merasa puas ketika kualitas beras UD Sukron bagus dan baik. Ketika pelanggan merasa puas maka mereka akan terus menjadi konsumen tetap di UD Sukron Tulungagung. Hal ini di ungkapkan oleh mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung, sebagai berikut.

“Tapi saya tetap optimis dengan UD ini karena kalau dilihat dari pelanggannya mereka puas dengan kualitas beras yang saya produksi”¹⁰

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UD Sukron memiliki cara agar kepuasan pelanggan terjaga yaitu dengan memberikan garansi atas berasnya yang jika ada kualitas yang buruk, hal ini di ungkapkan oleh Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung, sebagai berikut,

“Jadi gini kalau ada pembeli disini berapun kalau berasnya tidak enak di kembalikan tidak apa-apa, karena dengan seperti ini usaha dagang saya di bidang beras ini bisa besaing dengan yang lain, selain harga yang kita jaga kualitas merupaka yang harus di jaga dan harus di perbaiki. Kalau kualitas bagus kan para pelanngan kan jadi berfikir

¹⁰ Wawancara kepada Mas Riza selaku Pengelola UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

bahwa disini itu berasnya bagus toh nanti kalau tidak bagus sama saya boleh dikembalikan. Istilahnya bergaransi.”¹¹

Dari pernyataan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa UD Sukron Tulungagung sangatlah menjaga betul kepuasan pelanggan. Karena kita ketahui kepuasan pelanggan adalah kunci utama berjalannya UD Sukron Tulungagung.

Kekutan kelima adalah kualitas produk beras. Dalam hal ini UD Sukron benar-benar menjaga kualitas produk sehingga mampu bersaing dengan competitor yang lainnya. UD Sukron Tulungagung menekankan kualitas produknya dalam tahap produksi, hal ini di sampaikan langsung oleh bapak Imam Makrus selaku Pimpinan UD Sukron Tulungagung, sebagai berikut.

“untuk kualitas produk sendiri menjamin mas. Jadi gini kalau ada pembeli disini berapun kalau berasnya tidak enak di kembalikan tidak apa-apa, karena dengan seperti ini usaha dagang saya di bidang beras ini bisa besaing dengan yang lain.”¹²

Hal ini juga di sampaikan oleh Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung.

¹¹ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

¹² ibid

“kualitas disini pasti di utamakan, karena pembeli selain harga yang di cari juga kualitas yang bagus dan baik. Makanya kalau produksi sebelum padi di giling harus benar-benar kering biar tidak ada jamur”¹³

Dari pernyataan bapak Imam dan Mas Riza di dukung dengan pernyataan oleh bapak Sur selaku karyawan UD Sukron Tulungagung.

“selama ini bagus kok mas. Kan saya yang produksi”¹⁴

Dari pernyataan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa kualitas produk yang di miliki oleh UD Sukron Tulungagung sangatlah di jaga. Sehingga mampu bersaing dengan pesaing yang sama. Selain bersaing dengan pengusaha yang lain, dengan penjagaan kualitas produk pelanggan akan merasa puas.

Kekuatan ke-enam adalah mempunyai partner bisnis yang berskala besar yaitu Bulog. Hal ini sangat menunjang berkembangnya UD Sukron menjadi lebih besar. Dapat kita ketahui bahwa Bulog merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang bahan pangan pokok. Hal ini disampaikan langsung oleh Bapak Imam Makrus selaku Pimpinan UD Sukron Tulungagung, sebagai berikut.

“Kalau untuk penjualannya saya yang paling besar ke Bulog apalagi kalau pas Bulog pembukaan wah ini ladang emas mas, karena berapapun beras mereka terima”¹⁵

¹³ Wawancara kepada Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

¹⁴ Wawancara kepada Bapak Sur selaku Karyawan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

Dalam wawancara dengan Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung. Beliau mengungkapkan hal yang sama, seperti berikut.

“untuk hubungan bisnis ya dengan konssumen tetap juga dengan para pemasok-pemasok itu mas dan yang paling besar dengan Bulog”¹⁶

Dari pernyataan yang di sampaikan dua narasumber pimer di atas bahwa partner bisnis degan Bulg sangatlah menguntungkan. Karena kebutuhan Bulog sangatlah besar. Sehingga hal ini dapat menjadi peluang juga bagi UD Sukron Tulungagung untuk mengembangkan usahanya yang lebih besar.

Kekuatan ke-tujuh adalah hubungan yang baik antara pimpinan dan karyawan. Dalam hal ini steakholder dan stockholder merupakan dua unsure yang begitu penting dalam sebuah organisasi maupun lembaga. Untuk mencapai visi dan misi bersama haruslah menjaga keharmonisan antara kedua unsure tersebut.hal ini disampaikan secara langsung ada sesi wawancara oleh bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung, sebagai berikut.

“sangat baik mas, ketika ada keluhan itu ya saya langsung terjun dengan kayawan mas, wong saya ini sebenarnya merangkap jadi

¹⁵ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

¹⁶ Wawancara kepada Mas riza selaku pengeola UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

karyawan juga kok, jadi keluhan-keluhan karyawan saya itu saya tahu semua, mas istilah nya langsung tanggap mas”¹⁷

Hal senada juga di sampaikan oleh Mas Riza selaku pengelola juga Bapak Sur yang juga mengungkapkan keharmonisan di UD Sukron Tulungagung masih terjaga baik, sebagai berikut.

“baik mas bisa di katakan harmonis karena bapak juga tejun langsung bersama para karyawan kok.kalau ada keluhan-keluhan langsung tanggap”¹⁸

“woh baik mas. Mengerti keadaan karyawan, ketika karyawan ada kesulitan pasti memberi solusi, selain itu keharmonisan juga tercipta, ya orang jawa lo mas, sampean pasti tahu”¹⁹

Dari pemaparan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa UD Sukron sangatlah menjaga keharmonisan antara atasan dan karyawan. Sehingga tercipta kondisi kerja yang kondusif. Dengan hal ini keseriusan serta kerja keras menjadi tercipta. Antara atasan dan karyawan mendapatkan keuntungan masing-masing. Ditinjau dari perspektif islam maka hal ini merupakan kekuatan yang disyukuri dari Allah, yaitu menjaga silaturami dengan baik antar manusia. Sehingga terciptalah kondisi yang baik seperti yang di ungkapkan pada ayat berikut,²⁰ :

¹⁷ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

¹⁸ Wawancara kepada Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

¹⁹ Wawancara kepada Bapak Sur selaku karyawan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

²⁰ Al-qur`an surah an nisa ayat 1

وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَاللَّرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ

رَقِيبٌ □ ۱

“Dan bertakwalah kepada Allah Yang dengan (menggunakan) namanya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan silaturahmi. sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu”.(QS.An-Nisa:1)

Kekuatan kedelapan adalah penghasilan dari sisa produksi beras. Keuntungan yang di dapat dari UD Sukron Tulungagung bukan hanya saja dari penjualan beras melainkan juga dari sisa hasil produksi seperti, menir, sekam, dan juga katul. Sisa-sisa ini di jual oleh UD Sukron ke pabrik tepung. Sehingga pendapatan yang di hasilkan menjadi lebih banyak. hal ini disampaikan langsung oleh pimpinan UD Sukron Tulungagung Bapak Imam Makrus, sebagai berikut.

“Padi itu kan kalau di olah menjadi beras kan ada banyak hasilnya, ada empat bagian yang bisa di manfaatkan, itu enak nya mengolah padi ki mas, jadi gak ada yang di buang, padi itu ketika di giling pasti menghasilkan merang, menir, katul, dan berasnya. Untuk merang menir dan katulnya ini saya jual, hasil dari penjualan sisa beras tadi itu sudah dapat saya gunakan untuk mengaji karyawan-karyawan saya. Itu enak nya uasha beras ki mas tidak ada yang di buang”²¹

hal serupa juga di sampaikan oleh Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung, sebagai berikut.

²¹ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

“pemasukan kita kan tidak hanya dari penjualan beras ini tapi juga ada pemasukan lainnya dari hasil pengilingan”²²

Dari pemaparan yang di sampaikan Bapak Imam dan Mas Riza dapat di tarik kesimpulan bahwa pemasukan yang ada di UD Sukron juga di tunjang dari penjualan hasil sisa produksi. Untuk penggajian para karyawan pun UD Sukron Tlungagung menggunakan hasil dari penjualan itu.ditinjau dari perpektif islam hal ini merupakan pemafaatan hal-hal yang potensial untuk di gali seperti pada surah Al-Hasyr ayat 18²³ , sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مِّمَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا

اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝ ١٨

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

b. faktor-faktor kelemahan (*weakness*) dalam UD Sukron Tulungagung

Dari hasil wawancara yang di lakukan peneliti terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki oleh UD Sukron Tulungagung. Faktor kelemahan yang pertama adalah pemasaran produk yang belum menggunakan internet/teknologi sebagai media promosi. Seperti yang di ungkapkan oleh Bapak Imam sebagai pimpinan UD Sukron Tulungagung.

²² Wawancara kepada Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

²³ Al-Qur`an Surah Al-Hasyr ayat 18.

“untuk teknologi sendiri saya belum memanfaatkan secara penuh. Kalau disini teknologi hanya pada bagian produksi saja, elum keranah pemasaran”²⁴

Penggunaan teknologi yang hanya pada proses produksi belum ke proses pemasaran juga di sampaikan oleh Mas Riza selaku pengeola UD Sukron Tulungagung, sebagai berikut.

“Kalau penjualan masih di toko sama pemasok-pemasok itu”²⁵

Penggunaan tekhnologi di era serba digital seperti saat ini sangatlah penting. Mengingat persaingan juga dapat di lakukan lewat tehknologi. Jika UD Sukron belum bisa memanfaatkan tekhnologi secara maksimal yang di takutkan kalah bersaing dengan perusahaan lainnya yang sudah menggunakan internet sebagai media promosi maupun penjualan.

Kelemehan yang kedua yang dimiliki oleh UD Sukron Tulungagung adalah karyawan yang rata-rata lulusan sekolah menengah kebawah. Pernyataan ini disampaikan langsung oleh pmpinan UD Sukron Tulungagung secara langsung pada sesi wawancara, seperti hal berikut.

“ya kalau disini karyawannya itu yang penting bekerja kok mas, jadi maslaah pendidikan terakhir apa yang gak terlalu di utamakan, yang penting semangat, pekerja keras dan tagging jawab. Tidak muluk-

²⁴ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

²⁵ Wawancara kepada Mas Riza selaku Karyawan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

muluk harus smp sma atau yang lainnya pokoknya mau bekerja keras, ini juga prinsip saya.”²⁶

Kelemahan dari sisi pendidikan akan berdampak pada UD Sukron Tulungagung. Karena pendidikan yang tinggi akan mempunyai inovasi-inovasi yang bagus untuk berkembang dan kemajuan UD Sukron Tulungagung kedepannya. Akan tetapi yang terjadi pada karyawan UD Sukron hanya bekerja tanpa berinovasi. hal ini di sampaikan langsung oleh Bapak Sur selaku karyawan di UD Sukron.seprti berikut.

“ya yang penting saya ini kerja mas, ya semoga UD Sukron tetap mampu menjaga pesainngan sesame usaha dagang di bahan pangan ini mas”²⁷

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa di UD Sukron Tulungagung mempunyai dua kelemahan yaitu pemasaran yang belum menggunakan internet. juga pendidikan para karyawan yang rendah. Hal ini merupakan bagian kelemahan manusia, bahwa manusia adalah makhluk tuhan yang maha terbatas, seperti yang disampaikan pada firman Allah sebagai berikut:

وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ٢١٦

“Allah mengetahui , sedang kamu tidak mengetahui”²⁸(QS.Al-Baqarah :216)

²⁶ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

²⁷ Wawancara kepada Bapak Sur selaku karyawan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

²⁸ Al-Qur`an surah Al-Baqarah ayat 216

وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا يَكْتُمُونَ ١٦٧

“Dan Allah mengetahui apa yang mereka sembunyikan”²⁹ (QS.Ali-imran :167).

c. faktor-faktor peluang (*opportunities*) dalam UD Sukron Tulungagung

Dalam wawancara yang telah dilakukan peneliti di UD Sukron Tulungagung ada beberapa peluang yang dapat di capai oleh UD Sukron. Peluang yang pertama adalah inovasi produk yaitu beras merah yang mulai digemari di kalangan masyarakat, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Imam selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung, seperti berikut.

*“Untuk produknya ada dua mas cap Mangga dan Gunung cilik. untuk saat ini saya mencoba menjual beras merah mas, dan ini saat ini mulai di minati masyarakat. Menurut saya ini sangat bagus”*³⁰

Inovasi produk dalam usaha sangatlah dibutuhkan. karena hal ini juga akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Peluang kedua yang dimiliki UD Sukron adalah pelebaran jangkauan pasar. Ekspansi pasar sangatlah dibutuhkan dalam usaha apapun untuk menunjang kemajuan dan mencari keuntungan yang besar. Peluang inilah yang saat ini mulai di capai oleh UD Sukron Tulungagung, seperti yang di ungkapkan oleh Bapak Imam selaku pimpinan, sebagai berikut,

“iya mas kalau ditunjukan untuk siapa sebenarnya lebih ke daerah tulungagung, fokusnya lebih ke pasar di tulungagung. dan ini rencananya

²⁹ Al-Qur`an Surah Ali-Imran Ayat 167

³⁰ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

mau memasuki toko-toko besarsepeti swalayan, intinya pasar-pasar besar”³¹

Mencoba memasuki pasar besar seperti swalayan merupakan peluang besar bagi UD Sukron Tulungagung untuk melebarkan pangsa pasar. Bahwa kita ketahui tempat-tempat belanja seperti alfamart dan minimarket area tulungagng dan sekitarnya sudah merambah luas.dapat disimpulkan bahwa ini merupaka peluang besar bagi UD Sukron Tulungagung.

Peluang ketiga adalah promosi melalui media, era digital yang begitu pesat memaksa setiap lembaga ataupun perusahaan berfikir lebih inovatif untuk memajukan perusahaannya. Hal ini juga menjadi PR bagi UD Sukron Tulungagung untuk memanfaatkan tehknologi untuk memperluas pangsa pasarnya. Seperti yang di ungkapkan Mas Riza dalam sesi wawancara, seperti berikut.

“Sebenarnya bagus sih kalau promosi lewat media-media gitu ya mas, lebih di kenal banyak orang, seperti radio gitu.”³²

Memanfaatkan tehkologi secara maksimal sangatlah membantu dalam perkebangan perusahaan. Sehingga perusahaan mampu bersaing dengan para pesaing yang saat ini mulai cukup banyak. Menurut padangan

³¹ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

³² Wawancara kepada Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

Islam ini bagian dari pemfaatan hal-hal yang berpotensi seperti yang sudah disebutkan sebelumnya.

Peluang ke-empat optimis dalam pangsa pasar melalui kepuasan konsumen. Unsur terpenting dalam usaha dagang adalah kepuasan konsumen yang memnbawa kepada perkembangan UD Sukron Tulungagung. Tanpa kepuasan konsumen perusahaan akan mengalami ketidak stabilan dalam distribusi. Maka UD Sukron Tulungagung sangat mengutamakan kepuasan konsumen dalam menguasai pangsa pasar, seperti yang di paparkan Bapak Imam Makrus, sebagai berikut.

“Kalau menurut saya untuk pasar beras ini belum terlaluketat mas.dan masih bisa mengendalikan pasar”³³

hal serupa juga di sampaikan leh Mas Riza selaku Pengelola UD Sukron mengenai optimis melalui kepuasan konsumen, sebagai berikut.

“. Tapi saya tetap optimis dengan UD ini karena kalau dilihat dari pelanggannya mereka puas dengan kualitas beras yang saya produksi”³⁴

Dari pemaparan di atas dapat di tari kesimpulan bahwa UD Sukron Tulungagung masih dapat menguasai pasar besar. Dan optimism yang di miliki UD Sukron Tulungagng akan mengantarkan perkembangan yang bagus.

d. faktor-faktor ancaman (*threat*) dalam UD Sukron Tulungagung

³³ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

³⁴ Wawancara kepada Mas Riza selaku pengelola UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

Faktor ancaman yang telah didapatkan dari hasil wawancara oleh pihak UD Sukron Tulungagung antara lain adalah perusahaan yang sejenis hal ini langsung di ungkapkan langsung oleh Mas Riza selaku pengelola,sebagi berikut.

“ya itu mas yang jadi PR kita pesaingan dengan usaha yang sama juga persaingan harga walaupun secara harga pasti mengikuti Bulog”³⁵

Persainagan antar pengusaha tidak dapat di elakan. Semua ini tergantung bagaimana perusahaan berinovasi dan menghadapi anta pesaing. Dan UD Sukron Tulungagung harus siap dengan persaingan-persaingan antar perusahaan

Ancaman kedua adalah musim yang tidak jelas. Bahwa kita ketahui padi merupakan hasil bumi. Ketika membicarakan soal hasil bumi pasti dipengaruhi dengan kondisi alam. Ancaman yang serius datang dari hal yang tidak dapat diprediksi. Paparan ini langsung di ungkapkan oleh Bapak Imam Makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung, sebagai berikut.

“itu malah lebih ke musimnya mas,kita tahu bahwa padiadalah hasil bumi pasti hasil bumi akan di pengaruhi oleh cuaca yang tidak menentu”³⁶

Hal serupa juga di paparkan oleh mas Riza selaku pengeola UD Sukron Tulungaung, sebagai berikut.

³⁵ ibid

³⁶ Wawancara kepada Bapak Imam makrus selaku pimpinan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

“Sebenarnya yang lebih di waspadai itu musim yang tidak tentu mas, tiga tahun terakhir cuaca sangat tidak menentu. Na ini yang nantinya juga akan mempengaruhi distribusi pasar beras mas”³⁷

Dapat diambil kesimpulan bahwa musim yang tidak menentu sangat menjadi ancaman yang serius. Pasalnya kasus ini sangat mempengaruhi berjalannya distribusi pasar beras yang ada seperti yang diungkapkan pengelola UD Sukron Tulungagung.

2. Penerapan Analisis SWOT Pada UD Sukron Tulungagung

Analisis SWOT merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor internal maupun eksternal secara keseluruhan dari suatu usaha. Dari wawancara yang sudah dilakukan peneliti terdapat beberapa faktor internal maupun eksternal sebagai berikut:

- a. Kekuatan (strength) yang dimiliki UD Sukron Tulungagung
 - 1.) Memiliki surat izin usaha
 - 2.) Fasilitas yang mumpuni
 - 3.) Link pengepul dan pemasok yang banyak
 - 4.) Konsumen yang merasa puas
 - 5.) Kualitas produk yang baik
 - 6.) Mempunyai partner bisnis skala besar (BULOG)
 - 7.) Hubungan yang baik antara atasan dan karyawan
 - 8.) Penghasilan lain dari penjualan beras

³⁷ Wawancara kepada Mas Riza selaku karyawan UD Sukron Tulungagung pada tanggal 22 juni 2018.

- b. Kelemahan (weaknesses) yang di miliki UD Sukron Tulungagung
 - 1.) Memasarkan produk
 - 2.) Karyawan yang berpendidikan rata-rata menengah kebawah
- c. Peluang (opportunities) yang dimiliki UD Sukron Tulungagung
 - 1.) Inovasi produk baru
 - 2.) Memasuki pasar swalayan
 - 3.) Persaingan pasar
 - 4.) Penggunaan media dalam promosi
- d. Ancaman (threats) yang dihadapi UD Sukron Tulungagung
 - 1.) Persaingan usaha sejenis
 - 2.) Musim yang tidak menentu

Dari data yang didapat, selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa langkah yang pertama yaitu pembuatan matrik analisis SWOT dengan dibuatnya tabel IFAS dan EFAS. Didalam tabel tersebut setiap faktor akan diberikan pembobotan dan penilaian (rating) untuk mengetahui besarnya skor yang akan dijadikan sebagai strategi. Bobot dan rating ditentukan berdasarkan pada isian kuisisioner dimana acuan dari bobot dan rating tersebut adalah:

Bobot ditentukan sebagai berikut:³⁸

Bobot	Keterangan
0,20	sangat kuat
0,15	Diatas rata-rata

³⁸ Husain Umar, Strategic management in action, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 250.

0,10 Rata-rata
0,05 dibawah rata-rata

Rating ditentukan sebagai berikut:

<i>Rating</i>	Keterangan
4	<i>Major strenght</i>
3	<i>Minor strenght</i>
2	<i>Major Weakness</i>
1	<i>Minor Weakness</i>

Dari uraian pernyataan diatas dapat diketahui pembobotan dari setiap faktor sebagai berikut.

Tabel 4.1

pembobotan faktor-faktor SWOT

faktor-faktor dalam analisis SWOT	Bobot
a. Kekuatan	
1) Memiliki surat izin usaha	0,20
2) Fasilitas yang mumpuni	0,10
3) Link pengepul dan pemasok yang banyak	0,20
4) Konsumen yang merasa puas	0,15
5) Kualitas produk yang baik	0,20
6) Mempunyai partner bisnis skala besar (BULOG)	0,20
7) Hubungan yang baik antara atasan dan karyawan	0,10
8) Penghasilan lain dari penjualan beras	0,20
b. Kelemahan	
1) Memasarkan produk	0,10
2) Karyawan yang berpendidikan rata-rata menengah kebawah	0,15
c. Peluang	
1) Inovasi produk baru	0,20
2) Memasuki pasar swalayan	0,05
3) Persaingan pasar	0,20
4) Penggunaan media dalam promosi	0,05
d. Ancaman	
1) Perusahaan sejenis	0,20
2) Musim yang tidak jelas	0,05

Sumber: data yang diolah hasil wawancara 22 juni 2018

Adapun matrik IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

a. Matrik IFAS

Tabel 4.2
Matrik IFAS

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot x rating
a. Kekuatan			
1. Memiliki surat izin usaha	0,20	4	0,80
2. Fasilitas yang mumpuni	0,10	3	0,30
3. Link pengepul dan pemasok yang banyak	0,20	4	0,80
4. Konsumen yang merasa puas	0,15	4	0,60
5. Kualitas produk yang baik	0,20	3	0,60
6. Mempunyai partner bisnis skala besar (BULOG)	0,20	4	0,80
7. Hubungan yang baik antara atasan dan karyawan	0,10	4	0,40
8. Penghasilan lain dari penjualan beras	0,20	4	0,80
Total	1,35		5,1
b. Kelemahan			
1. Memasarkan produk	0,10	1	0,10
2. Karyawan yang berpendidikan rata-rata menengah kebawah	0,15	2	0,30
Total	0,25		0,40
Total	1,55		5,50

Sumber: data yang di olah 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui variable internal kekuatan (*strength*) memiliki skor 5,1 dan skor total kelemahan (*weaknesses*) 0,40 sehingga total skor variable internal 5,50

b. Matrik EFAS

Tabel 4.3

Matriks EFAS

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
a. Peluang			
1.) Inovasi produk baru	0,20	3	0,60
2.) Memasuki pasar swalayan	0,05	3	0,15
3.) Persaingan pasar	0,20	4	0,80
4.) Penggunaan media dalam promosi	0,05	3	0,15
Total	0,5		1,7
b. Ancaman			
1.) Perusahaan sejenis	0,20	2	0,40
2.) Musim yang tidak jelas	0,15	2	0,30
Total	0,35		0,70
Total	0,85		2,4

Sumber: data yang di olah, 2018-07-14

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui variable eksternal peluang (*opportunities*) memiliki skor 1,7 dan ancaman (*treaths*) memiliki skor total 0,70 total skor variable eksternal adalah 2,4 kesimpulan dari kedua matrik IFAS dan EFAS diatas dapat diketahui sebagai berikut:

1. Strategi SO = $5,1 + 1,7 = 6,8$
2. Strategi ST = $5,1 + 0,70 = 5,8$
3. Strategi WO = $0,40 + 1,7 = 2,1$
4. Strategi WT = $0,40 + 0,70 = 1,1$

Langkah yang kedua setelah pembuatan matrik IFAS dan EFAS peneliti akan membuat matrik SWOT.

Tabel 4.4

Matrik SWOT

IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki surat izin usaha 2. Fasilitas yang mumpuni 3. Link pengepul dan pemasok yang banyak 4. Konsumen yang merasa puas 5. Kualitas produk yang baik 6. Mempunyai partner bisnis skala besar (BULOG) 7. Hubungan yang baik antara atasan dan karyawan 8. Penghasilan lain dari 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memasarkan produk 2. Karyawan yang berpendidikan rata-rata menengah kebawah

EFAS	penjualan beras	
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi produk baru 2. Memasuki pasar swalayan 3. Persaingan pasar 4. Penggunaan media dalam promosi 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. melakukan inovasi dengan produk yang dimiliki sesuai dengan trend dan permintaan pasar agar perusahaan tidak keilangan eksistensi. 2. Menjaga hubungan baik dengan konsumen ataupun pelanggan tetap, melalui pemberian potongan harga dan penjagaan kualitas serta mempertahankan garansi produk / service terhadap konsumen. 3. Menambah system pemasaran melalui penggunaan media social maupun media massa, agar jangkauan pemasaran semakin luas dan terus berkembang. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggencarkan pemasaran melalui media periklana sehingga produk yang dimiliki dapat dikenal dan diingat oleh calon konsumen 2. Memberi pemahaman terkait pentingnya inovasi produk dan bauran pemasaran

Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Perusahaan sejenis 2. Musim yang tidak jelas	1. Menjaga relasi dengan partner bisnis yang udah ada sehingga memperkecil kemungkinan, pelanggan pindah pad perusahaan lain dengan menjaga kualitas produk 2. Menambah stok produk di saat musim sedang bagus, sehingga konsumen tetap dapat memperoleh barang dari UD saat musim tidak menentu.	1. Memanfaatkan perkembangan eknologi seperti open ketika musim tidak menentu sehingga produksi tetap berjalan

Sumber: Data yang diolah 2018

Dari data di atas dapat diketahui macam strategi yang dihasilkan, mulai dari strategi SO,WO,ST, dan WT. menciptakan strategi dilakukan dengan penggabungan antara faktor-faktor IFAS dan EFAS. Dari tabel IFAS dan EFAS yang telah digambarkan tadi dapat menunjukkan posisi UD Sukron Tulungagung sebagai berikut.

Tabel 4.5

Posisi UD Sukron Tulungagung

IFAS		EFAS	
Kekuatan	5,1	Peluang	1,7
Kelemahan	(0,40)	Ancaman	(0,70)

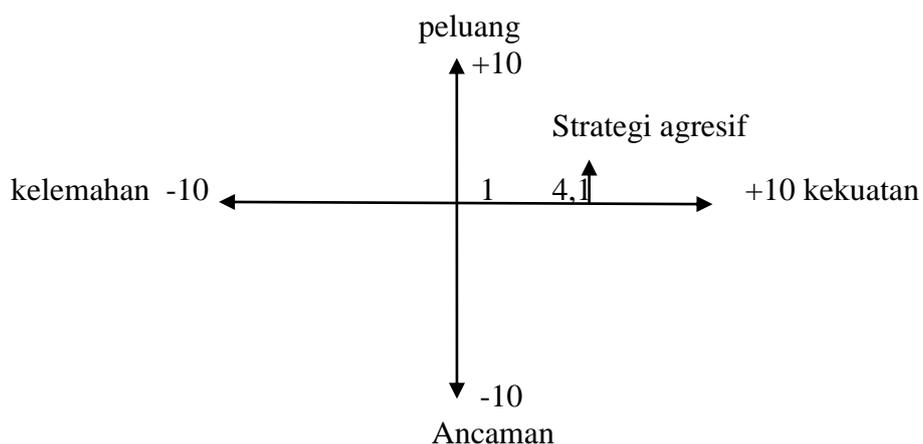
Hasil	4,7	Hasil	1
--------------	------------	--------------	----------

Sumber: Data yang diolah, 2018

Dari data-data tersebut dapat diketahui bahwa: Analisis faktor IFAS lebih besar dari analisis faktor EFAS. Faktor IFAS sebesar 4,7 sedangkan analisis faktor EFAS sebesar 1. Apabila dimasukkan dalam diagram analisis SWOT ditunjukkan sebagai berikut.

Diagram 4.1

Diagram Analisis SWOT UD Sukron Tulungagung



Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa posisi UD Sukron Tulungagung berada pada kuadran 1 dengan menerapkan strategi agresif. Menunjukkan bahwa UD Sukron Tulungagung memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk merebut peluang yang ada sehingga dapat meningkatkan manajemen UD Sukron Tulungagung.