

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Strategi Bersaing pada Nida Sasirangan Banjarmasin yang berkaitan dengan Perencanaan, Pengadaan Barang dan Penyaluran Barang.

a. Dari Segi Perencanaan

Dalam melaksanakan suatu usaha, peran strategi tidak dapat diabaikan untuk keberhasilan usaha tersebut. Bagaimana baiknya dari usaha yang dilaksanakan, tanpa didukung dengan strategi yang baik, mustahil akan mengalami kegagalan, tugas-tugas yang penting perlu dijalankan dengan baik.

Perencanaan adalah proses yang digunakan oleh manager untuk mengidentifikasi dan memilih tujuan yang tepat dan arah tindakan, karena perencanaan merupakan kegiatan awal dalam sebuah pekerjaan agar mendapat hasil yang diinginkan.

Perencanaan adalah proses yang menyangkut upaya untuk merumuskan hal-hal berikut:

- 1) Menentukan tujuan yang akan dicapai di masa mendatang.

Pada usaha sasirangan ini Bapak Asbullah bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan penjualan hasil produksi dalam meningkatkan penjualan Bapak Asbullah melakukan pengadaan jenis kain yang berkualitas dan motif yang beragam.
- b. Meningkatkan pendapatan

Untuk meningkatkan pendapatan Bapak Asbullah memperbanyak produksi dan penjualan.

- c. Memperoleh keuntungan yang maksimal dan halal.

Adapun strategi yang dilakukan oleh Bapak Asbullah dalam memperoleh keuntungan yang maksimal dan halal adalah dengan memproduksi kualitas yang baik dan harga yang sesuai dengan kualitas.

- 2) Merumuskan tindakan-tindakan yang perlu dijalankan untuk mencapai tujuan.

Adapun langkah-langkah strategi yang dilakukan oleh Bapak Asbullah adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan inovasi motif-motif dan model-model terbaru.

Langkah-langkah yang dilakukan Bapak Asbullah dalam memproduksi baju dan yang lain-lain yaitu dengan melakukan inovasi motif-motif dan model-model terbaru dengan cara melihat dari lingkungan sekitar dan lain-lain agar produksi dari kain sasingan tersebut tetap diminati para pelanggan.

- b. Melakukan produksi yang andal

Langkah-langkah yang dilakukan Bapak Asbullah dalam melakukan produksi yang andal dengan cara memproduksi motif yang beraneka ragam agar dapat bersaing dengan perusahaan yang lain.

c. Mempertahankan harga

Menurut Bapak Asbullah jika harga terlalu tinggi maka pelanggan akan menjauhi tetapi jika harga sedang dan tidak terlalu tinggi maka pelanggan akan tetap setia.

3) Menentukan produksi

Adapun produksi yang dilakukan Bapak Asbullah yaitu menggunakan produksi terus-menerus karena pesanan pelanggan Bapak Asbullah selalu ada, disamping melakukan produksi untuk pesanan tetapi ia juga memproduksi untuk penjualan ditoko.

4) Melakukan strategi produksi

Adapun langkah-langkah strategi produksi yang dilakukan Bapak Asbullah adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan produksi dengan motifnya diperindah dan warna-warna kain yang bervariasi sehingga pembeli tidak bosan dengan motif yang ada.
- b. Melakukan produksi yang berkualitas serta jahitan yang baik, rapi dan memakai bahan pewarna yang bagus (berkualitas) agar tidak mudah luntur.
- c. Melakukan kualitas produk yang sesuai dengan pesanan dan penjualan di toko.
- d. Harga harus sesuai pasar dan disesuaikan dengan kainnya sehingga kalangan bawah tetap bisa membeli.

5) Melakukan strategi pemasaran

Adapun langkah-langkah strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bapak Asbullah adalah melakukan penjualan dengan pelayanan yang ramah, proses yang cepat dan tepat waktu dalam membantu pelanggan/pembeli yang ingin dicari. Pelayanan yang ramah, proses yang cepat, tepat waktu dan muka senyum salah satu strategi ketika membantu apa kain yang diinginkan dicari pembeli, karena penjual berprinsip setiap pembeli datang dianggap raja jadi apapun keadaan pembeli, mungkin saja ada pembeli yang sedikit cerewet dalam memilih kain tetapi tidak menjadi masalah dalam melayani jadi penjual tetap melayani dengan baik dan muka senyum sehingga pembeli tidak jera. Disamping itu juga melakukan promosi melalui internet, kartu nama dan memasang sapnduk di muka toko bertulisan Nida Sasirangan.

b. Dari Segi Pengadaan Barang

Dalam melakukan proses pengadaan barang tidak terlepas dari adanya persediaan bahan baku, karena bahan baku merupakan salah satu modal kerja yang cukup penting bagi perusahaan dan penunjang terlaksananya kegiatan produksi, karena kebanyakan modal usaha perusahaan adalah dari persediaan bahan baku.

Pada prinsipnya seluruh perusahaan yang melakukan proses produksi pasti akan mengadakan persediaan bahan baku dalam rangka memenuhi permintaan

pelanggannya. Hal ini berlaku pada Nida Sasirangan, maka persediaan bahan baku merupakan syarat demi terjaminnya kelancaran proses produksi. Dipihak lain, perlu juga diketahui tentang dampak yang ditimbulkan oleh proses produksi terhadap lingkungan, apakah proses produksi akan mempengaruhi lingkungan. Bila menimbulkan dampak negatif perlu diperkirakan cara-cara dalam menanggulangnya. Adat istiadat dimana lokasi usaha yang didirikan perlu dipelajari apakah masyarakat dapat menerima keberadaan dari usaha yang didirikan tersebut.

c. Dari Segi Penyaluran Barang

Penyaluran merupakan suatu kegiatan dan usaha untuk melakukan pengurusan, penyelenggaraan dan pengaturan pemindahan barang dari suatu tempat ke tempat lain, yaitu dari tempat penyimpanan ke tempat pemakaiannya.

Adapun cara yang dilakukan Nida Sasirangan dalam melakukan penyaluran barang yaitu dengan mengantarkan langsung barang hasil produksinya ke toko-toko pelanggannya sesuai dengan pesanan pelanggannya. Proses pengiriman pada Nida Sasirangan di mulai dengan melayani pelanggan yang memesan barang terlebih dahulu. Setelah kriteria barang telah ditentukan pelanggan lalu dilakukanlah proses produksi pembuatan barang sekitar 20-25 hari bahkan bisa lebih, tergantung banyaknya pesanan. Setelah proses produksi setelah selesai, barang siap dikirim, maka pengiriman dilakukan dengan menggunakan alat transportasi yang sudah disediakan. Transportasi merupakan mata rantai penghubung yang berhubungan dengan kecepatan waktu, biaya dan konsisten.

Pemilik Nida Sasirangan ini sudah melakukan pengiriman dengan baik karena mengirim barang dengan cepat dan tepat pada waktunya.

2. Kendala yang di Hadapi Nida Sasirangan

Menjalankan kegiatan bisnis tentu tidak terlepas dengan tantangan dan kendala yang mempengaruhi dari bisnis itu sendiri. Hal seperti itu merupakan sesuatu yang wajar dalam dunia bisnis. Karena dari permasalahan itulah, maka pelaku bisnis diharapkan dapat mengambil pelajaran demi untuk kemajuan bisnisnya. Kendala mungkin saja dihadapi oleh semua pelaku bisnis, baik bisnis yang berskala besar, menengah dan berskala kecil-kecil sekalipun.

Begitu pula dengan Nida Sasirangan, bahwa tidak bisa dipungkiri kendala pastilah ada dan berlaku dikarenakan dalam kegiatan berbisnis pastilah ada kendala, tinggal perusahaan tersebut mampu atau tidak melewati kendala yang ada. Baik usaha yang semakin maju atau usaha yang masih bertahan tetap akan menghadapi kendala. Di dalam melakukan strategi bersaing pada Nida Sasirangan ini ada banyak kendala, baik dari segi perencanaan, pengadaan barang maupun penyaluran barang. Berikut ini akan disajikan faktor-faktor yang menjadi kendala dalam strategi bersaing pada Nida Sasirangan baik dari segi perencanaan, pengadaan barang dan penyaluran barang.

- a. Faktor-faktor yang menjadi kendala pada Nida Sasirangan dari segi perencanaan yang berhubungan dengan faktor-faktor produksi yang tertera dibawah ini:

- Modal

Modal juga sangat berpengaruh untuk menjalankan suatu usaha. Apabila modal banyak maka usaha yang dijalankan akan cepat berkembang begitu juga sebaliknya apabila modal sedikit maka usaha yang dijalankan juga lambat berkembang. Dan tempat usaha yang strategis juga sangat menentukan untuk perkembangan dalam menjalankan usaha serta barang-barang seperti baskom, kompor, pengaduk kain, mesin cuci, mesin jahit, meja, pensil, karbon, dan gunting.

b. Faktor-faktor yang menjadi kendala dalam persediaan bahan baku pada

Nida Sasirangan yaitu:

1. Alat atau mesin untuk menampung bahan baku

Suatu perusahaan dalam memproduksi suatu barang agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar, maka salah satunya perusahaan tersebut harus menyediakan dan menambah suatu alat atau mesin yang akan menampung banyaknya bahan baku sehingga perusahaan tersebut bisa memproduksi barang lebih banyak dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

2. Harga bahan baku

Harga bahan baku sangatlah penting dalam terlaksananya proses produksi, karena merupakan salah satu faktor penentu terhadap persediaan bahan baku yang diselenggarakan dalam proses produksi pembuatan barang-barang jadi. Hal ini disebabkan karena harga dari

bahan baku yang digunakan akan menjadi faktor penentu seberapa besarnya dana yang harus disediakan apabila Nida Sasirangan tersebut menyediakan persediaan bahan baku.

3. Kelangkaan bahan baku

Kelangkaan bahan baku sangat berpengaruh dalam proses produksi, karena tanpa ada bahan baku maka produksi juga tidak akan berjalan. Kelangkaan bahan baku akan menjadi faktor penghambat dalam proses penciptaan suatu barang.

- c. Faktor yang menjadi kendala dalam penyaluran barang adalah banyaknya saingan yang juga berjualan produk sasirangan sejenis. Persaingan yang banyak dalam memproduksi sasirangan sejenis merupakan hal yang harus diperhatikan, karena dengan banyaknya persaingan menjadi faktor penghambat kelancaran dalam penyaluran barang. Karena apabila pesaing yang lain lebih baik dalam menciptakan barang maka bisa menyebabkan produksi yang dihasilkan bisa tidak diminati/disukai orang. Salah satu usaha yang harus dilakukan adalah dengan melakukan produksi yang lebih baik dan menarik serta pemasaran yang handal agar barang yang diproduksi perusahaan tersebut diketahui orang dan orang tetap berminat akan membeli barang tersebut.

B. Analisis Data

1. Analisis SWOT Nida Sasirangan

- a. Kekuatan (*strength*)

Strength atau kekuatan diperlukan untuk memulai dan untuk menopang lajunya suatu usaha. Dalam usaha Sasirangan yang menjadi kekuatan dalam usaha ini yaitu:

1) Modal

Modal yang digunakan cukup besar. Modal yang cukup besar digunakan untuk mendapatkan tempat produksi yang strategis dan penjualan yang strategis, dan pembelian alat dan bahan pembuatan sasirangan yang berkualitas, serta untuk biaya-biaya operasional lainnya. Apabila peralatannya dan bahan berkualitas tentu saja akan menghasilkan produksi sasirangan yang berkualitas pula.

2) Kemampuan

Tenaga kerja disini juga digunakan adalah yang ahli dan terampil sehingga dapat menghasilkan sasirangan yang berkualitas. Kinerja karyawan disini juga diperlukan untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Karyawanpun sebaiknya diperlakukan seperti patner usaha dan bukan sebagian buruh. Untuk mengelola sumber daya manusia di dalam organisasi yang efisien dan efektif maka menekankan suatu lingkungan yang menyenangkan untuk bekerja dalam artian tunjangan yang baik,

kondisi kerja yang bagus, sangat bergantung pada tersedianya lingkungan kerja yang menyenangkan.

- 3) Desain sasingan yang terbaru mengikuti trend dengan zaman sekarang. Pemilihan desain sasingan yang terbaru memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen.
- 4) Penggunaan metode penetapan harga yang tepat dalam memasarkan sasingan dipasaran. Pemilihan metode penetapan harga yang tetap membantu untuk memajukan perusahaan.
- 5) Banyaknya jaringan-jaringan yang menunjang majunya suatu perusahaan. Untuk mengirim barang kepasar kita keluar negeri atau kekota-kota besar pasaran kita harus memilih jasa pengiriman barang yang terpercaya dan dapat diandalkan.

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Sulitnya mendapatkan bahan-bahan dan peralatan yang berkualitas untuk membuat sasingan. Penggunaan metode pengering kain sasingan secara tradisional masih bergantung pada sinar matahari. Solusi, jika musim hujan tiba manajemen perusahaan harus menemukan alternatif lain untuk pengering sasingan.
- 2) Kurangnya kecekatan manajemen dalam mengatasi permasalahan di perusahaan.

c. Peluang (*Opportunity*)

- 1) Pakaian sasingan adalah pakaian adat masyarakat Kalimantan Selatan.

- 2) Pakaian sasirangan sudah banyak di gunakan PNS untuk pakaian dinas/resmi. Meningkatnya minat masyarakat dalam memakai pakaian sasirangan.
- 3) Harganya sangat bervariasi tergantung tingkat kesulitannya, rata-rata harga sasirangan dapat terjangkau oleh masyarakat.

d. Ancaman (*Treats*)

Ancaman juga terdapat dalam lingkungan luar perusahaan. Lingkungan luar/eksternal perusahaan dipengaruhi oleh mikro dan makro.

Ancaman yang berasal dari mikro adalah:

1) Pesaing

Dikarenakan pakaian sasirangan banyak digunakan PNS untuk pakaian dinas/resmi, maka banyak orang mencoba memulai usahanya di bidang sasirangan. Solusinya, tetap mempertahankan kekhasan keaslian dari produksi sasirangan dan tetap ada keaslian dari sasirangan itu sendiri.

2) Pelanggan

Mulai bermunculan usaha sasirangan yang menyediakan sasirangan bermodis dengan harga miring. Solusinya adalah perusahaan memproduksi sasirangan dengan inovasi motif, pemilihan warna, dan pembentukan model yang unik.

3) Pemasok

Menjunjung tinggi kerjasama yang saling menguntungkan. Pemasok juga berfungsi sebagai pengawasan terhadap harga pada suatu produk.

Ancaman yang berasal dari makro yaitu:

1) Sosial dan Budaya

Masuknya pengaruh budaya luar yang menghadirkan trend pakaian dengan corak yang lebih berwarna dan modis. Tentulah menarik minat para masyarakat. Solusinya adalah mencoba mengkolaborasikan model pakaian luar negeri yang begitu modis dengan corak keaslian sasirangan.

2) Teknologi

Teknologi yang semakin maju, menciptakan kolaborasi pengusaha sasirangan yang memiliki modal yang lebih besar dari kita kemungkinan menggunakan rumus-rumus matematika bernama fractal. Otomatis perusahaan yang lebih besar modalnya akan menggunakan software ini untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan efektif. Solusinya adalah tetap mempertahankan kualitas sasirangan agar tidak kalah menarik dengan produk lainnya.

Berdasarkan posisi perusahaan yang diperoleh dari matriks IE, maka perusahaan dapat memformulasikan alternatif strategi yang layak untuk diimplementasikan dengan menggunakan matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*). Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Berdasarkan hasil penelitian, matriks SWOT memberikan strategi alternatif yang layak terkait dengan posisi perusahaan pada sel V (tumbuh dan stabil) sebagai berikut: strategi S-O, S-T, W-O dan W-T yang diringkas dalam Tabel 1.

a) Strategi S-O

- 1) Memperluas sasaran pasar sampai keluar daerah Banjarmasin sekaligus memperkenalkan salah satu produknya yang berciri khas kota Banjarmasin dengan harga yang terjangkau. (S2, S3, O1, O4). Adanya penambahan sasaran pasar sampai ke luar daerah agar usaha semakin berkembang.
- 2) Mengembangkan usaha bisnis ini dengan menggunakan SDM yang potensial dari perusahaan sehingga menciptakan produk yang semakin diminati oleh masyarakat Banjarmasin. (S1, S2, S4, O1, O4). Suatu perkembangan usaha merupakan salah satu tujuan perusahaan dalam menjalankan usahanya, apalagi jika di dalam perusahaan tersebut mempunyai SDM yang potensial untuk dikembangkan maka akan sangat membantu dalam proses pengelolaan usaha tersebut khususnya dibidang pemasaran produk.

b) Strategi S-T

- 1) Mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari pesaing serta lebih mengedepankan sistem pelayanan yang terbaik. (S4, S5, T1, T2, T4). Strategi harga jual produk yang lebih murah dilakukan untuk penetrasi pasar dan pengembangan produk agar pelanggan tidak beralih ke produsen lain.

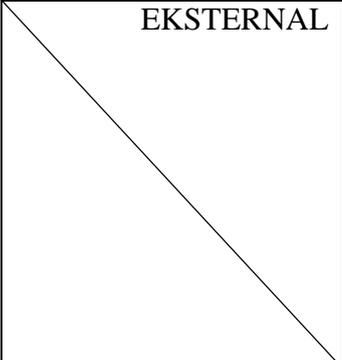
- 2) Membangun saluran distribusi yang merata untuk memperluas wilayah pemasaran dengan para mitra kerja. (S2, S3, S4, T1, T2, T5). Perusahaan Nida Sasirangan di Kota Banjarmasin dapat bekerjasama dalam menyalurkan produknya di tempat-tempat usaha milik mitra kerjanya dan juga dapat membangun kemitraan untuk membuka cabang agar lebih luas untuk perkembangan usaha dalam melayani konsumennya.
- c) Strategi W-O
- 1) Menciptakan keanekaragaman motif dalam jenis kain sasirangan agar lebih menarik perhatian konsumennya. (W1, W3, O2, O4, O5). Suatu produk yang menarik dan unik akan mengundang perhatian konsumen untuk melihat dan mungkin akan membelinya, ini merupakan menambah daya beli masyarakat terhadap produk itu dan akan meningkatkan penghasilan perusahaan.
 - 2) Mendorong promosi dari mulut ke mulut dengan membuktikan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen baik di pasar sasaran ataupun kepada konsumen yang datang langsung ke perusahaan. (W4, O1, O3, O4, O5). Salah satu cara yang efektif untuk meyakinkan konsumen akan kualitas produknya adalah dari pengalaman pengguna yang merasa puas akan produk tersebut. Pengalaman setelah memakai produk tersebut akan mendorong

konsumen untuk menceritakan kepuasan akan produk itu kepada kerabat, rekan, relasi dan lain-lain.

d) Strategi W-T

- 1) Memberikan variasi motif yang berbeda dari pesaing. (W1, W2, W5, T1, T4). Adanya variasi motif pada kain sasingan ini merupakan suatu bentuk pencirian khusus akan suatu usaha ini dari pesaingnya dan akan lebih memudahkan bagi konsumen untuk memilih produknya sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya.
- 2) Memperluas sarana promosi untuk menciptakan daya saing yang tinggi di tengah banyaknya persaingan dengan usaha ini. (W4, T1, T2, T3, T5). Promosi merupakan bagian terpenting bagi pemasaran, dengan adanya promosi maka akan menambah pengetahuan pelanggan akan produk yang ditawarkan. Apalagi di tengah persaingan yang semakin ketat maka setiap perusahaan harus mampu menciptakan daya saing khusus agar memiliki posisi tawar menawar yang kuat di tengah pasar yang kompetitif.

Tabel 2. Hasil Matriks SWOT

EKSTERNAL	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	1. Memiliki sistem informasi yang cukup baik	1. Kurangnya motif dalam jenis hijab
	2. Tempat yang strategi	2. Kompetensi SDM
	3. Memiliki SDM yang	yang lemah dalam

<p>INTERNAL</p>	<p>berusia muda dan potensial untuk dikembangkan</p> <p>4. Harga jual produk yang kompetitif</p> <p>5. Hanya satu yang berdiri di Kalimantan Selatan</p>	<p>bidang pengelolaan dana</p> <p>3. Kurangnya transportasi untuk pengantaran barang</p> <p>4. Promosi yang kurang luas</p> <p>5. Belum adanya kesepahaman dengan stakeholders mengenai arah pengelolaan dana</p>
<p>OPPORTUNIES (O)</p> <p>1. Mudah diterima dipasar</p> <p>2. Produknya yang diminati masyarakat Banjarmasin.</p> <p>3. Selalu diterima saat mempromosikan produk baru</p> <p>4. Produk yang sesuai dengan ciri khas Kota Banjarmasin</p> <p>5. Ekspektasi</p>	<p>STRATEGI S-O</p> <p>1. Memperluas sasaran pasar sampai keluar daerah Banjarmasin sekaligus memperkenalkan salah satu produknya yang berciri khas Kota Banjarmasin dengan harga yang terjangkau. (S2, S3, S5 ,O1, O4).</p> <p>2. Mengembangkan usaha bisnis ini dengan menggunakan SDM yang potensial dari perusahaan</p>	<p>STRATEGI W-O</p> <p>1. Menciptakan keanekaragaman motif dalam jenis kain sasirangan agar lebih menarik perhatian konsumennya. (W1, O2 ,O5).</p> <p>2. Mendorong promosi dari mulut ke mulut dengan membuktikan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen baik di pasar ataupun kepada yang</p>

stakeholders yang tinggi terhadap perusahaan	sehingga menciptakan produk yang semakin diminati oleh masyarakat Banjarmasin. (S1, S2, S4, O2, O5).	datang langsung ke perusahaan. (W4, O1, O4, O5).
TREATHS (T) 1. Usaha pesaing yang lebih maju 2. Pesaing mempunyai jalur distribusi luas 3. Ditinggalkan pasar bila mempromosikan ke daerah lain 4. Adanya pelanggan yang tidak tetap 5. Tren pasar yang sesuai dengan usaha ini	STRATEGI S-T 1. Mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari pesaing serta lebih mengedepankan pelayanan yang terbaik. (S4, S5, T1, T2, T4). 2. Membangun saluran distribusi yang merata untuk memperluas wilayah pemasaran dengan para mitra kerja. (S2, S3, S4, T1, T2, T5).	STRATEGI W-T 1. Memberikan variasi motif yang berbeda dengan pesaing. (W1, T1, T4). 2. Memperluas sarana promosi untuk menciptakan daya saing yang tinggi di tengah banyaknya persaingan dengan usaha ini. (W4, T1, T2, T5).

2. Analisis dari Segi Perencanaan

Perencanaan yang dilakukan Nida Sasirangan di Banjarmasin pada usaha sasirangan ini tujuan yang ingin dicapai dimasa mendatang dan merumuskan tindakan-tindakan yang dijalankan yaitu dengan melihat lingkungan sekitar, maka

pengrajin bisa mendapatkan inovasi-inovasi dengan menciptakan model-model yang baru sesuai dengan motif dan trend-trend terbaru, sehingga pengrajin tidak kalah bersaing dengan pengrajin yang lain dalam memproduksi motif-motif baru. Penjualan dan pendapatan pun juga akan meningkat dan keuntungan yang didapatkan juga maksimal.

Strategi produk dalam membuat kain sasirangan tidak mudah, selain itu juga diperhatikan teknik proses pembuatan kain sasirangan sehingga bagus dari segi kualitas sehingga pelanggan tidak merasa bosan dengan kualitas kain sasirangan yang ada. Sementara dalam hal strategi pemasaran, pelayanan yang baik dan ramah pada pelanggan juga merupakan hal yang harus diperhatikan karena melayani pembeli dengan muka yang cemberut maka pembeli juga merasa tidak nyaman dan jera untuk membeli.

Adapun perencanaan yang dilakukan oleh Nida Sasirangan berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai dimasa mendatang sudah sesuai dengan ajaran islam dan tujuan ekonomi islam yang mana merumuskan tujuan untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan pendapatan, serta memperoleh keuntungan yang halal untuk mencari keberkahan atau manfaat, baik manfaat di dunia maupun di akhirat, serta melakukan strategi produk dan pemasaran yang dijalankan tidak mengandung tindakan yang bersifat zalim.

3. Analisis dari Segi Pengadaan Barang

Dalam ekonomi Islam, setiap keputusan ekonomi seseorang tidak terlepas dari nilai-nilai moral dan agama karena setiap kegiatan senantiasa dihubungkan dengan syariat. Al-Quran menyebutkan ekonomi dengan istilah

iqtishad(penghemat ekonomi), yang secara literal berarti petengahan atau moderat. Seorang muslim dilarang melakukan pemborosan, seorang muslim dimita untuk mengambil sebuah sikap moderat dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya dan tidak boleh israf(royal), berlebihan tetapi juga dilarang pelit(bukh).

Dalam Al-Qur'an surah Al-An'am ayat 141 disebutkan bahwa pemborosan itu dicela :

﴿ وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ
وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْلُهُمُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّاتَ
مُتَشَابِهًا وَغَيْرَ مُتَشَابِهٍ ۚ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَءَاتُوا
حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ ۖ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِينَ ﴾

Artinya : Dan Dialah yang menjadikan kebun-kebum yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon korma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang seupa (bentuk dan warnanya) dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.

Nida Sasirangan merupakan produksi manufaktur yang membutuhkan bahan baku untuk diproduksi menjadi bahan jadi yang akan dijual, perencanaan persediaan barang yang dilakukan Nida Sasirangan didasarkan pada persediaan bahan baku. Apabila bahan baku banyak maka produksi juga akan banyak begitu

pula sebaliknya apabila bahan baku sedikit maka produksi juga akan sedikit. Perencanaan persediaan bahan baku yang dilakukan Nida Sasirangan selama ini didasarkan pada besar kecilnya dana yang dikeluarkan.

4. Analisis dari Segi Penyaluran Barang

Penyaluran barang merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk menyampaikan barang hasil produksi kepada pelanggan/konsumen yang mewujudkan penyerahan:

- a. Produk (*product*) yang tepat
- b. Kuantitas (*quantity*) yang tepat
- c. Kualitas (*quality*) yang tepat
- d. Pelayanan (*service*) yang tepat
- e. Harga (*price*) yang tepat
- f. Sumber (*source*) yang tepat
- g. Tempat (*place*) yang tepat
- h. Waktu (*time*) yang tepat

Dari segi peyaluran barang yang selama ini dilakukan oleh Nida Sasirangan adalah melakukan berdasarkan permintaan pemesanan dan pembelian yang langsung ke toko serta ke tempat produksi, dari pihak pengrajin disesuaikan dengan permintaan dari pembeli tentang hasil produksi barang yang dihasilkan oleh perusahaan, oleh sebab itu pesanan dan motif serta kain yang diinginkan oleh konsumen sudah dilihat sendiri oleh pembeli sehingga tidak ada unsur yang dirugikan disatu pihak saja karena sudah melihat satu sama lain dari barang yang

akan dipesan oleh para konsumen atau pelanggan serta adanya saling percaya antara kedua belah pihak.

5. Analisis Kendala yang di Hadapai Nida Sasirangan dari Segi

Perencanaan, Pengadaan Barang dan Penyaluran Barang

Setiap perusahaan pasti akan menghadapi yang namanya kendala dalam melakukan strategi, adapun kendalanya yaitu:

a. Kendala dari segi perencanaan

Adapun kendala Nida Sasirangan dalam melakukan perencanaan yaitu:

1. Kurangnya tenaga kerja

Tenaga kerja juga sangat mempengaruhi dalam proses produksi untuk memenuhi semua pesanan. Tenaga ahli menjadi faktor yang sangat penting, karena tanpa tenaga yang ahli dalam bidangnya maka hasil produksi juga kurang baik.

2. Keterbatasan dana

Kekurangan modal sangat mempengaruhi usaha yang dijalankan, karena tanpa modal yang banyak maka usaha yang dijalankan tersebut juga terbatas dan dapat menyebabkan usaha yang dijalankan lambat berkembang.

Perencanaan yang dilakukan Nida Sasirangan berkaitan dengan segi faktor-faktor produksi kurang baik karena tidak sesuai dengan yang diinginkan Nida Sasirangan, memperhatikan dari segi faktor-faktor produksi yang tidak sesuai dengan tujuan, karena masih terkendala dengan lokasi toko yang kurang strategis dan kurangnya tenaga kerja yang ahli dalam bidang pelukisan dan penjahit.

b. Kendala dari segi pengadaan barang

Adapun kendala yang menyebabkan Nida Sasirangan kekurangan bahan baku yaitu:

1. Belum mampu menambah alat atau mesin karena keterbatasan dana. Ketidakmampuan Nida Sasirangan dalam menambah alat atau mesin mengakibatkan keuntungan sedikit karena sedikitnya bahan baku.
2. Harga bahan baku mahal, sehingga pembelian bahan baku juga menurun/sedikit.

Harga bahan baku sangat penting dalam terlaksananya proses produksi, karena kalau harga bahan baku mahal maka proses produksi juga akan menurun dan menjadi kendala bagi Nida Sasirangan. Hal ini disebabkan karena harga dari bahan baku yang digunakan menjadi faktor penentu berapa besarnya dana yang harus dikeluarkan.

3. Kelangkaan bahan baku

Kelangkaan bahan baku yang digunakan tidak terlalu tersedia disebabkan karena stok bahan baku habis karena banyaknya permintaan dari pelanggan lain yang membutuhkan bahan baku, sehingga pemenuhan bahan baku menjadi terlambat.

Persediaan barang pada Nida Sasirangan tidak sesuai dengan yang diinginkan, karena masih terkendala dengan alat atau mesin untuk menampung

bahan baku karena keterbatasan dana, harga bahan baku mahal, kelangkaan bahan baku.

c. Kendala dari segi penyaluran barang

1. Persaingan dengan produsen lain

Faktor yang mempengaruhi usaha kain sasirangan adalah banyaknya saingan yang juga berjualan kain sasirangan sejenis sehingga orderan susah untuk ditingkatkan. Jelas sekali menunjukkan menjual kain sasirangan tidak hanya dilakukan seorang saja atau beberapa orang saja tetapi sudah banyak dilakukan orang, sehingga masyarakat juga akan banyak pilihan dan kualitas kain yang dibuat, wajar tidak akan terjadi persaingan diantara pengrajin.

Penyaluran barang pada Nida Sasirangan terkendala dengan persaingan dengan produsen lain yang sama berjualan kain sasirangan sehingga orderan susah untuk ditingkatkan.