

## BAB IV

### LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Desa Tapuk merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Limpasu, Kabupaten Hulu Sungai Tengah Provinsi Kalimantan Selatan. Desa ini termasuk di daerah dataran Tinggi. Dulu Desa ini dibagi menjadi empat desa, yaitu Desa Tapuk, Desa Pulau Sembilan, Desa Sungai Jingah dan Desa Telaga Jaya.

Kemudian pada tahun 1998 keempat desa tersebut disatukan dan diberi nama Desa Tapuk. Sejarah dinamakannya Desa Tapuk bermula dari cerita warga setempat bahwasanya dulu di desa tersebut ada sungai yang cukup besar yang mengalir dengan airnya yang selalu jernih dan banyak ditumbuhi pohon Jingah. Pada saat pohon tersebut memasuki musim berbuah, banyak buahnya yang berjatuhan ke air sungai dan menimbulkan bunyi “tapuk”. Tanpa sengaja, lama-kelamaan warganya suka menyebut nama “Tapuk” karena sering mendengar buah tersebut banyak berjatuhan ke sungai.

Luas wilayah Desa Tapuk adalah 16,10 Km<sup>2</sup>, terdiri dari 12 Rukun Tetangga (RT) dan 6 Rukun Warga (RW). Adapun batas Desa Tapuk dari sebelah utara berbatasan langsung dengan Kabupaten Balangan, di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Limpasu, di sebelah timur berbatasan dengan Desa Kabang dan di sebelah barat berbatasan dengan Desa Haur Gading Kecamatan Batang Alai Utara.

Jarak Desa Tapuk ke Kecamatan Limpasu adalah sekitar 5 Km / 20 menit, jarak desa ke ibu kota Kabupaten 25 Km/ 45 menit, sedangkan jarak desa ke ibu kota provinsi adalah 200 Km / 240 menit. Jumlah penduduk Desa Tapuk sebanyak 1479 jiwa dengan

penduduk usia produktif 1120 jiwa, sedangkan penduduk yang dikategorikan miskin sekitar 400 jiwa. Mata pencaharian sebagian penduduk adalah petani Dan Pengolah Arang Kayu Alaban yang Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Karena Meningkatnya Permintaan Arang Dari Luar Daerah. Desa Tapuk memiliki Sarana dan Prasarana untuk masyarakat yang terdapat di tiap RT, yang meliputi sarana prasarana dibidang pemerintahan, pendidikan, kesehatan, keagamaan, dan sarana umum.

## **B. Deskripsi Hasil Wawancara**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti mengenai bagaimana Strategi Bisnis Arang Kayu Halaban kepada Responden yang berjumlah 5 orang di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Identitas Responden:

Nama	: Muh Ilyas
Umur	: 44
Pendidikan	: SMA
Jumlah tanggungan	: 2
Pengalaman usaha	: 17
Luas usaha	: 78

Bapak Muh Ilyas yang biasa di sapa pak Ilyas sudah memulai usaha arang kayu halaban ini sejak tujuh belas tahun yang lalu, dengan luas lahan yang dikelola nya sebesar 78 m. Berdasarkan hasil wawancara dengan beliau didapat bahwa ada beberapa factor kekuatan yang seperti sudah hampir tujuh belas tahun mengelola

usaha ini dengan luas lahan yang bisa dibidang luas di banding dengan pengusaha lainnya. Selain itu hasil dari produk arang kayu di hasilkan pun tergolong yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Dari beberapa pengusaha yang lain pak ilyas adalah pengusaha terlama yang berprofesi sebagai pengusaha arang kayu ada di desa tersebut. Sudah beberapa kali mengalami pasang surut permintaan terkendala cuaca dan lainnya dalam proses pembuatannya .

Di lihat dari sisi lain, beliau mengakui bahwa untuk memperluas lahan untuk lebih besar lagi perlu banyak pertimbangan. Karena beliau mengakui bahwa belum memiliki strategi yang cukup bagus karena keterbatasan ide untuk hal itu dan minim nya pengetahuan. Di sisi lain metode pencatatan saat terjualnya produk masih manual dengan tulis tangan, bahkan terkadang ada yang tidak di catat sama sekali. Setelah ditanya oleh peneliti mengenai bagaimana pengemasan beliau mengakui bahwa hanya sederhana yang memudahkan saja tidak terpikir untuk yang lebih identic atau lebih bagus lagi. Karena juga terkendala dengan biaya lagi apalagi dengan berbagai macam pengemasan dan juga tidak adanya merek yang memandakan kepemilikan produk usaha tersebut. Pak ilyas juga mengeluhkan pemerintah yang tidak ada bantuan sama sekali dengan usaha ini, padahan beliau berharap ada bantuan yang mungkin dapat membantu untuk usaha ini kedepannya entah dari segi teknologi yang pak ilyas rasa mereka cukup pintar untuk membantu memasarkan ataupun membantu mengembangkan usaha ini. Karena beliau terkendla di hal tersebut.

## 2. Identitas Responden:

Nama : Sarkani  
Umur : 37  
Pendidikan : SMA  
Jumlah tanggungan : 1  
Pengalaman usaha : 14  
Luas usaha : 65

Bapak Sarkani yang biasa di sapa pak kani sudah memulai usaha arang kayu halaban ini sejak empat belas tahun yang lalu, dengan luas lahan yang dikelolanya sebesar 65 m. Berdasarkan hasil wawancara dengan beliau didapat bahwa ada beberapa factor kekuatan yang seperti sudah hampir empat belas tahun mengelola usaha ini dengan luas lahan yang bisa dibilang cukup luas. Selain itu hasil dari produk arang kayu di hasilkan pun tergolong yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Saat sedang menjalankan usaha ini pernah beberapa kali kehabisan modal dan lain sebagainya karena factor ekononi keluarga dan factor kendala lainnya dalam proses pembuatannya, mulai dari cuaca yang tidak menentu .

Di lihat dari sisi lain, beliau mengakui bahwa untuk memperluas lahan untuk lebih besar lagi belum ada terpikir karena masih menekuni usaha dengan luas yang ada sekarang. Karena beliau mengakui bahwa belum memiliki pemikiran cara yang cukup bagus untuk perkembangn usaha seperti kemasan dan hal lainnya karena keterbatasan ide untuk hal itu dan minim nya pengetahuan serta teknologi canggih sekarang .

Penjualan pun beliau dibantu oleh istri dalam hal pencatatan karena bukti penjualan masih berbentuk tulisan biasa atau manual. Kemasan pun beliau akui

hanya sederhana saja karena murah dan menghemat pendanaan untuk pengemasan sehingga bisa digunakan untuk keperluan lain. Sampai saat ini belum ada bantuan atau terjemah oleh pemerintah berupa bantuan untuk pengembangan usaha ini .

### 3. Identitas Responden:

Nama : Anjasrudin  
Umur : 43  
Pendidikan : SMA  
Jumlah tanggungan : 3  
Pengalaman usaha : 13  
Luas usaha : 59

Bapak anjasrudin yang biasa di sapa pak udin sudah memulai usaha arang kayu halaban ini sejak tiga belas tahun yang lalu, dengan luas lahan yang dikelola nya sebesar 59 m. Berdasarkan hasil wawancara dengan beliau didapat bahwa ada beberapa factor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang bisa simpulkan oleh peneliti. Dalam menjalankan usahanya pak udin di bantu oleh anak dan istrinya. Sudah ada beberapa orderan atau pesanan yang kadang lewat social media whattapps yang di bantu oleh anak beliau. Pencatatan atau bukti penjualan pun sudah mulai berupa nota atas nama usaha pak udin. Dengan bantuan anak nya pak udin merasa terbantu untuk mengembangkan usaha ini. Walaupun belum sepenuhnya dengan teknologi atau perkembangan yang banyak. Pak udin berharap suatu saat ada uluran dari pemerintah untuk membantu mengembangkan serta mempromosikan penjualan usaha ini agar dapat banyak membantu perekonomian

keluarganya serta masyarakat sekitar untuk juga dapat memulai usaha ini.

Dalam menjalankan usaha ini sudah banyak pasang surut yang dialami pak udin sekeluarga. Mulai dari sudah adanya pesaing baru yang bermunculan walau beliau bukan yang lama dalam usaha ini. Terkadang apabila musim hujan sangat menurunkan pendapatan karena menjadi lama dalam proses pembuatan. Padahal ini peluang dipasaran sudah mulai banyak peminatnya.

Selain itu, beliau belum ada niatan untuk memperluas usaha ini, karena masih ingin berkembang dan focus dengan luas lahan yang sekarang serta juga terkendala pendanaan, yang masih belum mencukupi jika perbesaran lahan.

#### 4. Identitas Responden:

Nama	: Mulyadi
Umur	: 40
Pendidikan	: SMP
Jumlah tanggungan	: 1
Pengalaman usaha	: 9
Luas usaha	: 44

Bapak Mulyadi yang biasa di sapa pak Imul sudah memulai usaha arang kayu halaban ini sejak sembilan belas tahun yang lalu tergolong baru dari pengusaha lainnya, dengan luas lahan yang dikelola nya hanya sebesar 44 m. Berdasarkan hasil wawancara dengan beliau didapat bahwa ada beberapa factor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang bisa simpulkan oleh peneliti.

Pak imul merasa masih harus banyak belajar dari teman temannya yang sudah

lama memiliki usaha ini, karena beliau termotivasi untuk usaha ini karena mendengar cerita dari teman teman beliau. Walau dalam kenyatannya saat menjalani usaha ini kata beliau banyak pasang surut dan naik turunnya. Entah dari segi permintaan pasar atau karena ada pesaing lama sudah punya pasarnya sendiri. Dari segi pencatatan atau nota penjualan pak imul juga sama dengan pengusaha lainnya yang masih manual karena menurut beliau tidak terlalu penting. Asalkan sudah ada uang yang diterimanya dan barang yang sudah terjualkan.

Selain itu, pengemasan produk yang terbilang sederhana serta tidak adanya nama merk produk atau brand yang menjadikan ciri kepemilikan usaha ini. Pak imul merasa bahwa hal itu tidak terlalu penting serta keterbatasan ilmu serta pengetahuan untuk mengembangkan usaha ini. Kata beliau apabila usaha ini sudah lumayan besar baru terpikir untuk memberi nama untuk usaha ini. Dan hendaknya pemerintah juga ambil andil dalam usaha ini. Sehingga para pengusaha dapat mengembangkan usaha ini serta dapat modal untuk memperluas usaha ini.

#### 5. Identitas Responden:

Nama : Badarudin  
Umur : 41  
Pendidikan : SMP  
Jumlah tanggungan : 2  
Pengalaman usaha : 15  
Luas usaha : 68

Bapak Badarudin yang biasa di sapa pak Badar sudah memulai usaha arang

kayu halaban ini sejak lima belas tahun yang lalu, dengan luas lahan yang dikelola beliau sebesar 68 m. Berdasarkan hasil wawancara dengan beliau didapat bahwa ada beberapa factor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang bisa simpulkan oleh peneliti.

Usaha arang kayu yang dimiliki pak badar sudah tergolong bagus karena dari segi pencatatan sudah mulai mencetak nota sesuai nama usahanya sehingga menurut beliau yang di sarankan oleh anaknya untuk punya brand minimal di nota sehingga orang-orang mengetahui usaha ini. Dan pemesanan sudah bisa dilakukan secara online lewat whattapps sehingga menurut pak badar memudahkannya untuk pencatatan penjualan walaupun saat ini masih dibantu oleh anak beliau.

Berikut adalah table ringkasan data hasil wawancara dengan responden dalam penelitian ini:

<b>No</b>	<b>Responden</b>	<b>Internal (Kekuatan – Kelemahan)</b>	<b>Ekternal (Peluang – Ancaman)</b>
1	Muh Ilyas	1. Memiliki lahan yang lumayan strategis 2. penagalaman usaha yang cukup lama, 3. menghasilkan produk yang berkualitas 4. system pencatatan manual	1. Permintaan produk arang yang tergolong tinggi 2. Peluang pasar yang cukup tinggi 3. Bahan baku mudah didapat 4. Adanya pesaing baru

			5. Minim bantuan pemerintah
2	Sarkani	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengalaman usaha cukup lama</li> <li>2. Produk berkualitas</li> <li>3. Keterbatasan perluasan usaha</li> <li>4. Pengemasan sederhana</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan arang cukup tinggi</li> <li>2. Peluang pasar luamayan bagus</li> <li>3. Bahan baku mudah didapat</li> <li>4. Adanya pesaing baru bermunculan</li> <li>5. Tidka ada bantuan pemerintah</li> <li>6. Perubahan kondisi</li> <li>7. Minimnya pengetahuan dan teknologi</li> </ol>
3	Anjasrudin	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sudah mulai menggunakan teknologi</li> <li>2. Sudah mulai ada promosi</li> <li>3. Pengemasan kurang menarik dan sederhana</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan pasar tinggi</li> <li>2. Peluang pasar tinggi</li> <li>3. Usaha dapat dikembangkan di lokasi manapun</li> <li>4. Adanya pesaing baru</li> </ol>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>5. Perubahan cuaca</li> <li>6. Tidak bantuan pemerintah</li> </ul>
4	Muliyadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha tergolong baru</li> <li>2. Lokasi cukup strategis</li> <li>3. Tidak ada bukti penjualan yang tertulis</li> <li>4. Tidak brand atau merk</li> <li>5.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Peluang usaha cukup bagus</li> <li>2. Bahan baku mudah ditemukan dan didapat</li> <li>3. Permintaan pasar cenderung tinggi</li> <li>4. Tidak ada bantuan pemerintah</li> <li>5. Perubahan iklim dan kondisi</li> <li>6. Kemajuan teknologi</li> </ul>
5	Badarudin	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Pengalaman usaha tergolong cukup lama</li> <li>2. Lokasi strategis</li> <li>3. Produk berkualitas karena pengalaman usaha lama</li> <li>4. Memiliki keterbatasan perluasan usaha</li> <li>5. Pengemasan biasa saja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Pesaing baru</li> <li>2. Tidak ada bantuan pemerintah setempat'</li> <li>3. Perubahan cuaca</li> <li>4. Kemajuan teknologi</li> <li>5. Permintaan tinggi</li> <li>6. Peluang dipasaran yang tinggi</li> </ul>

### **C. Pembahasan**

#### **Kegiatan Proses Produksi Arang Kayu**

Berikut adalah cara pembuatan arang menurut pengusaha arang yang berada di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah:

1. Bahan baku yang digunakan adalah limbah kayu dari berasal dari pabrik kayu/pengawetan, yang di peroleh dari Pelaihari dan daerah sekitar.
2. Bahan baku tersebut kemudian disusun dengan ukuran yang bervariasi yaitu 2x2 m, 2x4 m, dan 3x4 m. Penentuan ukuran timbunan ini sesuai dengan keinginan dan pengetahuan/pengalaman yang dimiliki oleh pengusaha.
3. Setelah kayu tersebut tersusun, kemudian ditimbun dengan tanah yang lembab atau tanah yang sudah dibasahkan, agar tanah tersebut mudah dibentuk untuk menutupi susunan kayu tersebut, dan ketika proses pembakaran tanah yang lembab tadi akan menjadi keras dan tidak mudah rubuh/runtuh.
4. Tanah yang sudah menutupi susunan kayu tersebut diberi lubang dengan menggunakan tojok, pemberian lubang tersebut berjarak setengah meter antara lubang yang satu dengan lubang lainnya.
5. Lubang tersebut dibakar dengan bantuan getah rambung/karet agar susunan kayu tersebut lebih cepat terbakar.
6. Bahan baku yang sudah dibakar tersebut di tunggu 10-12 hari untuk berubah menjadi arang, sambil di lihat setiap harinya. Jika kayu tersebut tidak terbakar atau tidak memiliki asap bisa dibakar kembali.

7. Setelah bahan baku tersebut sudah berubah menjadi arang, kemudian timbunan tersebut sudah bisa di bongkar dan arang siap di kemas dengan menggunakan karung goni ukuran 30 kg.

Dari pembahasan ini akan dipaparkan secara jelas apa saja faktor internal dan eksternal dalam usaha arang kayu halaban dan bagaimana strategi bisnis usaha arang kayu halaban.

### **Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)**

Analisis lingkungan internal merupakan tahap untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh “Usaha Arang” dalam menghadapi persaingan. Lingkungan internal dapat diamati dengan pendekatan secara langsung melalui tanya jawab, observasi, atau pengamatan langsung ke lapangan.

### **Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan**

**Table 4. 6 kekuatan dan kelemahan “usaha arang” berdasarkan factor internal**

<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
1. Pengalaman dalam berusaha	1. Keterbatasan perluasan lahan
2. Lokasi strategis	2. Tidak adanya promosi
3. Produk berkualitas	3. Tidak adanya bukti transaksi jual beli produk
4. Harga terjangkau	4. Pengemasan yang sederhana
5. Pemanfaatan lahan sedikit namun memiliki produk yang banyak	5. Tidak ada brand atau label merk

*Sumber : data primer diolah, 2023*

Dari tabel tersebut maka dapat di lihat beberapa faktor internal kekuatan dan kelemahan Usaha Arang sebagai berikut ini.

### **Kekuatan (Strength)**

Strength merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan yang di miliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh positif pada saat ini atau pun di masa yang akan datang.

#### 1. Pengalaman dalam berusaha

Pengalaman berusaha merupakan lamanya waktu yang telah dijalani di dalam suatu pekerjaan, biasanya hal ini dihitungkan dengan satuan tahun. Dari hasil penelitian yang saya lakukan, pengusaha sampel saya sangat berpengalaman, karena usaha yang mereka jalani sudah berjalan selama 9- 17 tahun. Pengalaman ini sangat berpengaruh terhadap usaha yang mereka jalani. Dari pengalaman ini para pengusaha tersebut mampu memilih yang terbaik untuk usahanya, misalnya dalam pemilihan penggunaan bahan baku. Pada awal usaha mereka menggunakan bahan baku yaitu kayu pohon coklat dan kayu pohon kapuk, namun ternyata kualitasnya tidak baik karena tekstur kayu yang lembab. Kemudian mereka mencoba dengan jenis-jenis kayu lainnya dan akhirnya mereka menemukan jenis kayu yang baik digunakan sebagai bahan baku arang yaitu limbah kayu rambutan, limbah kayu pinus dan limbah kayu rambung karena dari hasil wawancara yang saya lakukan tekstur dari kayu ini lebih keras sehingga tidak mudah hangus ketidak dibakar menjadi arang dan kayu ini lembab.

#### 2. Lokasi strategis

Usaha Arang yang saya teliti ini berada di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Dari hasil penelitian saya lokasi dalam usaha ini cukup strategis karena letaknya hanya 10-20 meter dari pusat jalan lintas, hal ini dapat memudahkan konsumen/pembeli ataupun produsen/penjual dalam melakukan kegiatan jual-beli produk tersebut. Selain itu di Kecamatan Limpasu memiliki  $\pm$  25 rumah makan, yang menggunakan arang untuk memasak dan memanggang makanannya seperti ayam bakar, ikan bakar dan jenis-jenis sate. Usaha ternak ayam, menggunakan arang untuk menghangatkan ayam-ayamnya tersebut. Usaha besi, menggunakan arang untuk memanaskan ataupun membakar besi agar mudah dibentuk sesuai keinginan, berbagai usaha makanan lainnya seperti usaha bakso bakar yang menggunakan arang untuk membakar bakso tersebut, dan usaha mie yang menggunakan arang untuk memasak mie tersebut. Dimana ini merupakan target penjualan/target pasar dari para produsen arang yang menjadi sampel saya. Selain itu arang ini juga di jual keluar daerah.

### 3. Produk berkualitas

Produk yang dihasilkan dari usaha arang ini yaitu produk yang berkualitas. Hal ini dapat dilihat dari bahan baku yang digunakan dan bentuk fisik yang dihasilkan dari proses produksi. Disini para pengusaha sampel saya menggunakan limbah dari berbagai jenis kayu seperti limbah kayu pinus, limbah kayu rambung/karet, dan limbah kayu rambutan. Berikut perbedaan kualitas arang dari limbah kayu pinus, limbah kayu rambung/karet dan limbah kayu rambutan :

- Limbah kayu pinus dan limbah kayu rambung/karet
- Bahan baku arang dari limbah kayu pinus dan limbah kayu

rambung/karet memiliki kualitas yang sama yaitu ketika dibakar tidak mudah hangus menjadi abu, arangnya berat dan tidak ada percikan api ketika digunakan.

- Limbah kayu rambutan

Bahan baku arang dari limbah kayu rambutan memiliki kualitas, ketika dibakar tidak mudah hangus menjadi abu, arangnya lebih berat dibandingkan dengan kayu pinus dan rambung, tidak ada percikan api ketika menggunakannya, mudah terbakar, tahan lama, sedikit abunya, dan panas yang dihasilkan maksimal. Jadi limbah kayu rambutanlah yang paling baik kualitasnya.

Sedangkan menurut hasil penelitian saya untuk bentuk fisik arang yang memiliki kualitas yang baik yaitu berbentuk petak-petak kecil, berwarna hitam pekat (bukan berarti hangus), cukup keras ditandai dengan tidak mudah patah atau hancur dan bahan baku yang digunakan tidak tercemari oleh unsur-unsur yang membahayakan atau kotoran lainnya.

#### 4. Harga terjangkau

Untuk harga dari arang ini cukup terjangkau yaitu Rp. 20.000/goni untuk jenis limbah kayu pinus dan karet, sedangkan untuk limbah kayu rambutan harga Rp. 30.000/goni. Harga yang mereka berikan cukuplah terjangkau mengingat ukuran kemasan cukup besar yaitu 30 kg/karung goni.

Dibandingkan dengan menggunakan oven/listrik harga yang akan dikeluarkan akan jauh lebih besar, mengingat harga oven listrik tidaklah murah berkisar  $\pm$  1.000.000 dan Ketika menggunakannya harus mengeluarkan biaya lagi untuk biaya listriknya.

##### 5. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak

Dalam menjalankan usahanya, pengusaha arang yang berada di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah, memiliki luas usaha yang tidak begitu luas. Namun dengan memiliki luas lahan yang tidak begitu luas, pengusaha arang tersebut mampu menghasilkan arang yang banyak. Para pengusaha tersebut mampu memanfaatkan lahan yang ada untuk mendapatkan arang yang banyak yaitu 180 karung goni ukuran 30 kg dan juga mendapatkan keuntungan yaitu sekitar  $\pm$  1.000.000/timbunan. Dalam kegiatan usaha arang, luas usaha di ukurdengan istilah timbunan. Timbunan merupakan petakan tanah yang berukuran 2x2 meter, 2x4 meter dan 3x4 meter yang merupakan tempat untuk melakukan proses produksi arang. Dalam satu timbunan tersebut pengusaha arang mampu menghasilkan arang sebanyak 180 karung goni ukuran 30 kg.

#### **Kelemahan (Weakness)**

Weakness merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan yang di miliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh negatif pada saat ini ataupun di masa yang akan datang.

##### 1. Keterbatasan perluasan usaha

Dalam menjalankan usahanya para pengusaha dimanapun pasti memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya. Namun dalam mengembangkan usaha pastinya terdapat hambatan ataupun halangan yang akan dihadapi. Dari hasil penelitian saya, para pengusaha yang berada di Desa tapuk memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya, namun terhambat ataupun terhalang oleh modal. Fenomena yang terjadi dilapangan modal yang mereka miliki sangat

terbatas, modal yang mereka gunakan merupakan modal sendiri tanpa ada bantuan/pinjaman dari pihak lainnya seperti bank ataupun pemerintah. Dengan keterbatasan modal tersebut, para pengusaha di Desa Tapuk tidak mampu memperluas lahannya, menambah produksinya, melakukan perbaikan kemasan, dan memperluas target penjualan. Dari hasil wawancara yang saya lakukan perlu adanya penambahan modal  $\pm$  30.000.000,00 untuk dapat mengatasi masalah keterbatasan modal tersebut.

2. Tidak adanya promosi

Promosi merupakan hal yang penting dalam menjalankan sebuah usaha, untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Para pengusaha arang yang berada di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah dalam menjalankan usahanya tidak melakukan kegiatan promosi. Promosi tidak pernah dilakukan melalui media masa surat kabar dan media elektronik, maupun menggunakan jaringan sosial media yang ada. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan produsen dalam teknik dan penguasaan teknologi informasi yang dapat dijadikan media promosi.

3. Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual-beli produk

Dalam menjalankan usahanya para pengusaha arang tidak memiliki bukti tertulis dalam kegiatan transaksi jual-beli produk. Padahal ini merupakan hal yang penting untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman. Dari hasil wawancara yang saya lakukan kepada pihak pengusaha, konsumen biasanya membeli arang ini dalam jumlah yang banyak yaitu sekitar 150 karung goni. Dengan jumlah pembelian yang banyak ini sebaiknya menggunakan bukti transaksi (kwitansi) agar

tidak terjadi kesalah pahaman.

#### 4. Pengemasan yang tidak menarik

Pengusaha arang yang berada di tapuk melakukan pengemasan arang dengan menggunakan karung goni. Karung goni yang digunakan hanya memiliki satu ukuran saja yaitu 30 kg. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan karung goni kemudian diikat dengan tali plastik, hal ini sangatlah tidak menarik menarik minat calon konsumen karena tidak terdapat design/gambar, warna, label, dan keterangan mengenai produk tersebut.

#### 5. Belum memiliki label atau merk

Selain tidak mempunyai kemasan yang menarik, pengusaha arang tersebut tidak memiliki label/merk untuk produk yang di hasilkannya. Dengan begitu calon kosumen tidak bisa membedakan arang yang berasal dari pengusaha A,B,C, dan D. Label/merk dagang merupakan hal yang penting dalam persaingan bisnis, dengan adanya label/merk dagang calon konsumen akan dapat membedakan produk yang memiliki kualitas baik, kurang baik ataupun tidak baik, yang dimana hal ini akan berdampak kepada pembelian berikutnya. Jika calon konsumen sudah mengetahui produk yang memiliki kualitas baik, otomatis konsumen tersebut akan membeli produk itu kembali.

### **Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)**

Analisis lingkungan internal merupakan tahap untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh “Usaha Arang kayu” dalam menghadapi persaingan. Lingkungan internal dapat diamati dengan pendekatan secara langsung melalui

tanyak jawab, observasi, atau pengamatan langsung ke lapangan.

### Identifikasi Peluang dan Ancaman

**Table 4.7 peluang dan ancaman “usaha arang kayu” berdasarkan factor eksternal**

Peluang	Ancaman
1. Semakin tinggi permintaan arang	1..Munculnya pesaing baru
2. Peluang pasar yang lumayan tinggi	2. tidak adanya bantuan pemerintah setempat
3. Bahan baku yang mudah didapat	3.. perubahan iklim dan cuaca
4. Dapat dikembangkan disemua lokasi	4.. kemajuan teknologi

*Sumber : data primer diolah, 2023*

Dari tabel tersebut maka dapat di lihat beberapa faktor eksternal peluang dan ancaman Usaha Arang kayu sebagai berikut ini :

### Peluang (Opportunities)

Opportunities merupakan situasi atau kondisi yang merupakan peluang dan kesempatan di luar perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan dampak untuk perkembangan di kemudian hari

#### 1. Semakin tinggi permintaan produk arang

Dari hasil wawancara saya dengan pengusaha arang tersebut, mereka mengatakan permintaan produk arang semakin meningkat bahkan dari ke empat sampel saya, ada yang tidak mampu memenuhi permintaan konsumen terhadap produk arang. Pada awal usaha pengusaha ini hanya memiliki 3 timbunan saja, namun sekarang jumlah timbunannya bertambah menjadi 7 timbunan dengan

pertambahan jumlah timbunan ini masih belum mampu memenuhi seluruh permintaan konsumen. Jadi jumlah permintaan konsumen yang awalnya hanya 1.080 karung goni/bulan, mengalami peningkatan menjadi 2.500 karung goni/bulan. Semakin tingginya permintaan produk arang, ini merupakan peluang yang sangat baik untuk dimanfaatkan. Namun pengusaha tersebut belum mampu memanfaatkan peluang yang ada.

## 2. Peluang pasar yang cukup tinggi

Dengan peningkatan permintaan produk arang ini, otomatis pasar yang tersediapun semakin meningkat. Pengusaha ini biasanya memasarkan produknya ke sekitar Kecamatan tapuk,, sebagian besar ke kota- kota luar daerah bahkan sampai ke tanah laut. Adanya peningkatan permintaan produk ini, seharusnya pengusaha/produsen mampu memasarkan/menjual produknya ke wilayah/daerah lainnya. Namun dilain sisi pengusaha ini belum menyadarinya sehingga tidak ada upaya dalam mengembangkan usahanya dengan cara memasarkan produknya ke daerah lainnya. Dari hasil wawancara yang saya lakukan, terdapat permintaan produk yang berasal dari Kota banjarmasin dan Banjarbaru sampai martapura sebanyak  $\pm$  30%. Permintaan produk ini disebabkan karena banyaknya rumah makan dan restorran yang membutuhkan arang untuk memasak ataupun memanggang makanannya. Mereka membutuhkan arang dari limbah kayu rambutan, karena kualitas dari limbah kayu rambutan ini lebih baik dibandingkan dengan limbah kayu pinus dan rambung sehingga masakan yang dihasilkan pun akan lebih baik juga.

## 3. Bahan baku mudah di dapatkan

Bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan arang yaitu murni dari limbah, seperti limbah kayu pinus, limbah kayu rambung dan limbah kayu rambutan. Bahan-bahan baku yang digunakan ini diperoleh dari pabrik-pabrik kayu besar yang berada di Kecamatan Limpasu kabupaten Hulu Sungai Tengah ataupun diluarnya seperti Meratus dan Pelaihari. Jadi, dalam memperoleh bahan bakunya tidak ada unsur kejahatan didalamnya seperti penebangan hutan sembarangan, karena ini murni menggunakan limbah. Dalam menjalankan kegiatan usahanya para pengusaha tersebut cukup mudah mendapatkan bahan baku untuk proses pembuatan arang. Hal ini sangat membantu dan mempermudah pengusaha tersebut untuk terus melakukan kegiatan usaha ataupun kegiatan produksi. Jika bahan baku habis pengusaha tersebut akan mudah membelinya kembali.

#### 4. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah

Usaha arang ini cukup mudah dilakukan, karena bisa dikembangkan disemua lokasi/daerah. Namun lokasi dalam pembuatan arang ini harus luas agar mempermudah dalam melakukan proses produksi dan juga jauh dari permukiman warga karena ada dampak polusi udara dalam pembuatan arang ini walaupun tidak banyak. Polusi udara ini berupa asap yang ditimbulkan dari pembakaran bahan baku untuk dijadikan arang.

#### **Ancaman (Threats)**

Threats merupakan ancaman-ancaman yang mungkin akan dihadapi oleh perusahaan ataupun pengusaha yang dapat menghambat laju perkembangan dari perusahaan atau pengusaha.

##### 1. Munculnya pesaing baru

Mudahnya proses produksi pembuatan arang akan mengakibatkan munculnya pesaing baru. Selain itu para pengusaha arang di Desa tapuk, tidak mampu mengembangkan usahanya dan hanya mampu memproduksi arang dengan jumlah sedikit, hal ini juga disebabkan oleh modal dan lahan yang tidak memadai. Untuk saat ini pesaing ataupun pengusaha arang yang berada di Desa tapuk berjumlah 5 orang yaitu seluruh sampel saya. Pada awalnya yang melakukan kegiatan usaha arang di Desa tapuk hanya Pak Ilyas, namun kemudian disusul oleh Pak badarudin, Pak sarkani, pak Anjasrudin dan Pak Mulyadi, kelima pengusaha ini melakukan persaingan secara sehat/baik.

## 2. Tidak adanya bantuan pemerintah

Pemerintah seharusnya memiliki peran untuk usaha-usaha kecil dan menengah. Agar usaha-usaha yang berskala kecil dan menengah bisa lebih berkembang. Namun dari hasil wawancara yang saya lakukan dengan kelima sampel saya, mereka tidak pernah mendapatkan bantuan dari pemerintah dari awal usaha sampai sekarang.

## 3. Perubahan iklim atau cuaca

Perubahan iklim ataupun cuaca merupakan salah satu penghambat dalam proses produksi pembuatan arang. Hal ini biasanya terjadi pada musim penghujan, ketika musim penghujan tiba kegiatan pembuatan arang menjadi lebih lama. Kegiatan pembuatan arang biasanya memakan waktu 10-12 namun ketika musim penghujan datang bisa menjadi 14 hari. Hal ini disebabkan karena arang yang

sedang dibakar menjadi lembab karena terkena hujan dan dampak yang paling buruk yaitu arang tersebut menjadi rusak.

#### 4. Kemajuan teknologi

Dengan adanya kemajuan teknologi, hal ini merupakan ancaman bagi pengusaha arang. Dahulu untuk memasak masyarakat masih menggunakan kayu bakar dan produk turunannya seperti arang, namun hal tersebut sudah jarang kita temukan kembali. Tetapi kemajuan teknologi ini bukanlah merupakan faktor penghambat dalam usaha arang di Desa tapuk tersebut, karena sasaran utama dalam penjualan arang ini yaitu rumah-rumah makan, pabrik-pabrik besi, ternak ayam, dan warung-warung bakso.

Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal pada usaha arang di Desa tapuk, tahap selanjutnya adalah tahap pengumpulan data. Model yang digunakan adalah Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Strategi Eksternal (EFAS).

Hasil identifikasi dan faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan dipindahkan ke tabel matriks IFAS untuk diberikan skoring (rating x bobot) pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 8 Matriks factor strategi internal (IFAS) pada “usaha Arang”

<b>Faktor internal</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>
<b>Kekuatan</b>			
a. Pengalaman dalam berusahan	4	0.09	0.36
b. Lokasi strategis	2	0.09	0.18
c. Produk berkualitas	4	0.13	0.52

d. Harga terjangkau	4	0.11	0.44
e. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak	4	0.10	0.40
<b>Jumlah kekuatan</b>	<b>17</b>	<b>0.52</b>	<b>1.90</b>
<b>Kelemahan</b>			
a. Keterbatasan perluasan usaha	2	0.10	0.20
b. Tidak adanya promosi	1	0.10	0.10
c. Tidak ada bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli	1	0.07	0.07
d. Pengemasan yang sederhana	2	0.11	0.22
e. Belum memiliki brand merk atau label	1	0.10	0.10
<b>Jumlah kelemahan</b>	<b>7</b>	<b>0.48</b>	<b>0.69</b>
<b>Total kekuatan – kelemahan</b>	<b>24</b>	<b>1.00</b>	<b>2.59</b>

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa diantara faktor-faktor strategi internal, faktor kekuatan yang paling besar adalah faktor produk berkualitas dengan skor 0,52. Sedangkan, faktor kelemahan yang paling besar adalah pengemasan yang tidak menarik dengan skor 0,22. Selanjutnya, hasil identifikasi faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman, rating dan pembobotan dipindahkan ke tabel matriks EFAS untuk diberi skoring (rating x bobot) seperti pada tabel berikut ini :

**Table 4.9 matriks factor strategi eksternal (EFAS) pada “usaha arang”**

Faktor eksternal	Rating	Bobot	Skor
------------------	--------	-------	------

<b>Peluang</b>			
1. Semakin tinggi permintaan produk arang	4	0.16	0.64
2. Peluang pasar yang cukup tinggi	4	0.15	0.60
3. Bahan baku mudah didapat	3	0.13	0.39
4. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi	2	0.12	0.24
<b>Jumlah peluang</b>	<b>13</b>	<b>0.56</b>	<b>1.87</b>
<b>Ancaman</b>			
1. Munculnya pesaing baru	3	0.10	0.30
2. Tidak ada bantuan pemerintah setempat	1	0.11	0.11
3. Perubahan iklim dan cuaca	2	0.12	0.24
4. Kemajuan teknologi	2	0.10	0.20
<b>Jumlah ancaman</b>	<b>9</b>	<b>0.43</b>	<b>0.85</b>
<b>Total peluang – ancaman</b>	<b>22</b>	<b>1.00</b>	<b>2.72</b>

Sumber: data primer diolah 2023

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa diantara faktor-faktor strategi eksternal, faktor peluang yang paling besar adalah faktor peluang semakin tinggi permintaan produk arang dengan skor 0,64. Sedangkan ancaman yang paling besar adalah adalah munculnya pesaing baru dengan skor 0,30. Selanjutnya dilakukan penggabungan antara faktor internal dan eksternal yaitu sebagai berikut :

**Table 4.10 penggabungan matriks factor internal (IFAS) dan Matriks Faktor eksternal (EFAS)**

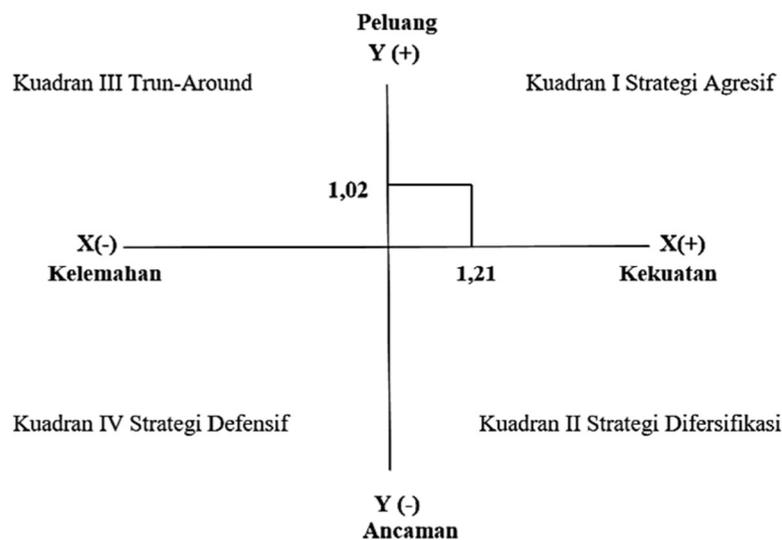
Faktor internal	Rating	Bobot	Skor
-----------------	--------	-------	------

<b>Kekuatan</b>			
f. Pengalaman dalam berusahan	4	0.09	0.36
g. Lokasi strategis	2	0.09	0.18
h. Produk berkualitas	4	0.13	0.52
i. Harga terjangkau	4	0.11	0.44
j. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak	4	0.10	0.40
<b>Jumlah kekuatan</b>	<b>17</b>	<b>0.52</b>	<b>1.90</b>
<b>Kelemahan</b>			
f. Keterbatasan perluasan usaha	2	0.10	0.20
g. Tidak adanya promosi	1	0.10	0.10
h. Tidak ada bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli	1	0.07	0.07
i. Pengemasan yang sederhana	2	0.11	0.22
j. Belum memiliki brand merk atau label	1	0.10	0.10
<b>Jumlah kelemahan</b>	<b>7</b>	<b>0.48</b>	<b>0.69</b>
<b>Selisih skor kekuatan – kelemahan</b>			<b>1.21</b>
<b>Faktor eksternal</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>
<b>Peluang</b>			
5. Semakin tinggi permintaan produk arang	4	0.16	0.64
6. Peluang pasar yang cukup tinggi	4	0.15	0.60
7. Bahan baku mudah didapat	3	0.13	0.39
8. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi	2	0.12	0.24

<b>Jumlah peluang</b>	<b>13</b>	<b>0.56</b>	<b>1.87</b>
<b>Ancaman</b>			
5. Munculnya pesaing baru	3	0.10	0.30
6. Tidak ada bantuan pemerintah setempat	1	0.11	0.11
7. Perubahan iklim dan cuaca	2	0.12	0.24
8. Kemajuan teknologi	2	0.10	0.20
<b>Jumlah ancaman</b>	<b>9</b>	<b>0.43</b>	<b>0.85</b>
<b>Selisih skor peluang – ancaman</b>			<b>1.02</b>

*Sumber: data primer diolah, 2023*

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa selisih faktor internal (kekuatan-kelemahan) adalah sebesar 1,21 yang artinya pengaruh kekuatan lebih besar dibandingkan pengaruh kelemahan terhadap usaha arang. Sedangkan selisih faktor strategis eksternal (peluang-ancaman) sebesar 1,02 yang artinya pengaruh peluang lebih besar dibandingkan dengan pengaruh ancaman terhadap usaha arang. Mgamaka dapat diperoleh gambar diagram SWOT dengan mengurangkan total kekuatan dengan total kelemahan (selisih) yang hasilnya menjadi titik kordinat sumbu x. Selanjutnya mengurangkan total peluang dan total ancaman (selisih) yang hasilnya menjadi titik kordinat sumbu y. Berdasarkan tabel maka diperoleh nilai  $X > 1,21$  dan  $Y > 0$  yaitu 1,02. Posisi koordinatnya dapat dilihat pada Koordinat Cartesius berikut ini :



Gambar 4.1 diagram analisis SWOT hasil pengolahan internal dan eksternal

Dari gambar tersebut menunjukkan nilai  $X > 0$  yaitu 1,21 dan nilai  $Y > 0$  yaitu 1,02. Hal ini menunjukkan bahwa posisi strategi bisnis arang kayu di Desa tapuk berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa usaha arang memiliki kekuatan dan peluang. Starategi yang diberikan adalah Agresif, dimana ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan.

Penjelasan hasil di atas dari tahap pengumpulan data, maka akan diperoleh data yang lebih spesifik dengan membuat “tahap analisis” dimana memanfaatkan semua informasi kedalam model perumusan startegi. Model tersebut adalah Matriks SWOT, sehingga akan muncul beberapa kategori yakni strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Table 4.11 Matriks SWOT Strategi Usaha Arang Kayu Halaban**

<p><b>Faktor internal</b></p> <p><b>Faktor eksternal</b></p>	<p><b>Kekuatan (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengalaman dalam berusaha</li> <li>2. Lokasi startegis</li> <li>3. Produk berkualitas</li> <li>4. Harga terjangkau</li> <li>5. Pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterbatasan perluasan usaha</li> <li>2. Tidak adanya promosi</li> <li>3. Tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk</li> <li>4. Pengemasan yang tidak menarik</li> <li>5. Belum memiliki label atau merk</li> </ol>
<p><b>Peluang (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Semakin tinggi permintaan produk arang</li> <li>2. Peluang pasar yang cukup tinggi</li> <li>3. Bahan baku mudah didapatkan</li> <li>4. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah</li> </ol>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan baku yang mudah di dapatkan dan pengalaman berusaha</li> <li>2. Produk yang berkualitas dan permintaan produk</li> </ol>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan perbaikan dengan cara merubah bentuk kemasan agar lebih menarik dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi</li> <li>2. Mempertahankan atau meningkatkan permintaan produk arang dengan cara melakukan</li> </ol>

	<p>yang semakin tinggi dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk secara lebih luas</p> <p>3. Mempertahankan peluang pasar yang cukup tinggi dengan cara menjual harga produk yang terjangkau</p>	kegiatan promosi
<p><b>Ancaman (T)</b></p> <p>1. Munculnya pesaing baru</p> <p>2. Tidak adanya bantuan pemerintah</p> <p>3. Perubahan iklim atau cuaca</p> <p>4. Kemajuan teknologi</p>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <p>1. Pengalaman dalam berusaha dan produk yang berkualitas dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru</p> <p>2. Harga yang terjangkau akan mengatasi ancaman kemajuan teknologi</p>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <p>1. Keterbatasan perluasan usaha dapat diatasi dengan melakukan kerja sama dengan pihak bank, serta menjaga hubungan yang baik kepada pihak konsumen</p> <p>2. Membuat label atau merk agar dapat mengatasi ancaman</p>

		munculnya pesaing baru
--	--	------------------------

### **Tahapan Pengambilan Keputusan**

Tahap terakhir yaitu tahap “Pengambilan Keputusan” yaitu tahap yang bertujuan untuk menyusun strategi yang telah digambarkan oleh matriks SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan acuan untuk dapat meningkatkan strategi pengembangan usaha usaha arang di daerah penelitian. Adapun strategi-strategi yang dimaksudkan adalah :

#### **Strategi S-O (Strenght-Opportunities)**

Strategi S-O adalah strategi yang memanfaatkan apa yang dimiliki oleh perusahaan untuk dapat meraih peluang yang ada guna memaksimalkan keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam analisis strategi S-O yaitu pengalaman dalam berusaha, lokasi strategis, produk berkualitas, harga terjangkau, dan pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak. Sementara peluang yang dapat dimanfaatkan adalah semakin tinggi permintaan produk arang, peluang pasar yang cukup tinggi, bahan baku yang mudah didapatkan, dan usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah. Berikut adalah strategi yang S-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Usaha Arang Kayu di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah:

- a. Melakukan pengembangan produk dengan memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan dan pengalaman dalam berusaha  
Pengembangan produk yang dimaksudkan dapat dilakukan dengan cara

melakukan inovasi-inovasi seperti pada pengemasan, pada pemasaran dan segala aspek yang dapat menambahkan keuntungan. Hal ini juga bisa dilakukan dengan cara menambah jumlah produksi karena bahan baku yang mudah didapatkan.

- b. Produk yang berkualitas dan permintaan produk yang semakin tinggi dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk secara lebih luas. Karena produk yang dihasilkan berkualitas maka permintaan produk akan semakin meningkat/tinggi, ini merupakan hal yang baik untuk melakukan strategi pemasaran. Pemasaran yang biasanya hanya dilakukan kepada langganan yang berada di daerah banjarmasin, banjarbaru, amuntai, martapura dan tanah laut kini bisa dilakukan ke daerah lainnya. Pemasaran juga bisa dilakukan ke daerah tersebut namun kepada pihak yang tidak biasa membeli/langganan.
- c. Mempertahankan peluang pasar yang cukup tinggi dengan cara menjual harga produk yang terjangkau. Harga merupakan hal yang sangat dipertimbangkan calon konsumen untuk membeli suatu produk/barang. Jika harga yang ditawarkan terjangkau maka calon konsumen tersebut akan menjadi konsumen dan selanjutnya dapat menjadi pelanggan. Harga yang terjangkau ini haruslah dipertahankan para pengusaha arang kayu agar dapat mempertahankan dan meningkatkan peluang pasar.

### **Strategi W-O (Weakness-Opportunities)**

Strategi W-O adalah strategi menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Usaha Arang kayu di Desa Tapuk adalah semakin tinggi

permintaan produk arang , peluang pasar yang cukup tinggi , bahan baku mudahdidapatkan, dan usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah. Kelemahan yang perlu diatasi adalah keterbatasan perluasan usaha, tidak adanya promosi, tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk, pengemasan yang tidak menarik dan belum memiliki label atau merk dagang.

Berikut adalah strategi yang W-O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Usaha Arang di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah :

- a. Melakukan perbaikan dengan cara mengubah bentuk kemasan agar lebih menarik dan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi. Kemasan merupakan hal yang perlu diperhatikan selain kualitas, kemasan yang menarik akan menarik minat konsumen untuk membelinya. Selain itu kemasan juga akan menentukan layak atau tidaknya suatu produk masuk ke supermarket ataupun tempat-tempat sejenisnya. Maka dari itu perlunya dilakukan perbaikan untuk pengusaha arang di Desa Tapuk dalam bentuk kemasan agar terlihat lebih menarik dan agar dapat memasuki pasar yang setara dengan supermarket. Disini juga perlu adanya penambahan ukuran kemasan agar lebih bervariasi dan agar konsumen dapat membeli arang tersebut sesuai dengan kebutuhannya.
- b. Mempertahankan atau meningkatkan permintaan produk arang dengan cara melakukan kegiatan promosi. Dalam menjalankan sebuah usaha kegiatan promosi perlu dilakukan agar calon konsumen dapat mengenali produk yang kita tawarkan/sajikan, hal ini juga perlu dilakukan oleh pengusaha arang di Desa Tapuk.

Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan menggunakan media sosial, brosur ataupun spanduk. Brosur ataupun spanduk tersebut dapat disertakan alamat pengusaha agar calon konsumen dapat membelinya secara langsung.

### **Strategi S-T (Strength-Threats)**

Strategi S-T adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan yang digunakan dalam perumusan strategi S-T adalah pengalaman dalam berusaha, lokasi strategis, produk berkualitas, harga terjangkau, dan pemanfaatan lahan yang sedikit namun memiliki produk yang banyak. Serta ancaman yang harus dihadapi Usaha Arang di Desa Tapuk yaitu munculnya pesaing baru, tidak adanya bantuan pemerintah, perubahan iklim atau cuaca dan kemajuan teknologi. Berikut adalah strategi yang S-T yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Usaha Arang kayu di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah:

- a. Pengalaman dalam berusaha dan produk yang berkualitas dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru. Dalam menjalankan sebuah usaha kemungkinan datangnya pesaing baru pasti ada. Namun hal ini bisa dihindari dengan mempertahankan ataupun meningkatkan kualitas dari produk yang kita buat. Produk yang berkualitas dapat dihasilkan dengan adanya pengalaman dalam bidang tersebut. Jadi jika kita sudah berpengalaman, maka kemungkinan produk yang kita usahakan akan berkualitas dan hal ini dapat mengatasi munculnya pesaing baru.
- b. Harga yang terjangkau akan dapat mengatasi ancaman kemajuan

teknologi. Indikator kemajuan teknologi ini ditujukan untuk konsumen ibu rumah tangga. Di jaman sekarang ibu rumah tangga dalam melakukan kegiatannya seperti memasak jarang menggunakan kayu bakar dan produk turunannya seperti arang, hal ini sudah tergantikan dengan oven yang menggunakan listrik. Namun harga yang ditawarkan untuk sebuah mesin oven tidak murah dan akan ada biaya tambahan ketika menggunakannya yaitu biaya listrik. Sedangkan untuk kualitas makanan yang dimasak menggunakan arang lebih baik dibandingkan dengan menggunakan listrik. Maka dari itu harga yang terjangkau akan mengatasi ancaman kemajuan teknologi.

#### **Strategi W-T (Weakness-Threats)**

Strategi W-T merupakan strategi meminimalisasikan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi. Kelemahan yang harus diatasi oleh Usaha Arang adalah keterbatasan perluasan usaha, tidak adanya promosi, tidak adanya bukti tertulis dalam melakukan transaksi jual beli produk, pengemasan yang tidak menarik, dan belum memiliki label atau merk dagang. Ancaman yang harus dihindari Usaha Arang adalah munculnya pesaing baru, tidak adanya bantuan pemerintah, perubahan iklim atau cuaca dan kemajuan teknologi. Berikut adalah strategi yang W-T yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk Usaha Arang kayu di Desa Tapuk Kecamatan Limpasu Kabupaten Hulu Sungai Tengah :

- a. Keterbatasan perluasan usaha dapat diatasi dengan melakukan kerja sama dengan pihak bank, serta menjaga hubungan yang baik kepada

pihak konsumen. Keterbatasan perluasan usaha arang yang berada di Desa Tapuk tersebut berupa modal dan luas lahan. Melakukan kerja sama dengan pihak bank bertujuan untuk mempermudah melakukan kegiatan pinjaman berupa uang, agar dapat menambah modal bagi para pengusaha arang di Desa Penelitian. Disini juga perlunya menjaga hubungan yang baik kepada pihak konsumen agar konsumen tersebut menjadi konsumen tetap/langganan, yang akan berpengaruh terhadap jumlah pendapatan pengusaha tersebut.

- b. Membuat label atau merk agar dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing baru

Label dan merk perlu dibuat ketika kita menjalankan sebuah usaha, agar konsumen dapat membedakan suatu produk dari pengusaha yang satu dengan pengusaha lainnya. Ketika kita sudah memiliki kualitas dan label/merk maka konsumen akan terus membeli produk kita, dengan begitu munculnya pesaing baru tidak akan menjadi ancaman bagi usaha kita.

Analisis SWOT dalam kehidupan , dalam salah satu ayat Al-quran yang Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah dibuatnya untuk hari esok (akhirat): dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. AL-Hasyr:18)

Bila kita perhatikan, ini adalah pernyataan dari Allah yang mengharuskan kita berfikir dan bermuhasabah terhadap apa yang sudah atau akan kita lakukan dalam hidup. Sehingga kita bisa memakai sebuah cabang ilmu manajemen dengan menggunakan strategi manajemen.

Bila kita menguraikan SWOT satu persatu, maka pertama kali yang akan dibicarakan tentang kekuatan kita sebagai umat islam adalah keimanan. Ini adalah modal yang sangat besar dan tidak semua orang mendapatkan hidayah ini.

Kemudian kekuatan lain ialah kesehatan, kemampuan berfikir, kesempatan melakukan hal-hal yang potensial dan sedikit kekayaan. Kelemahan kita mungkin belum memiliki cukup ilmu, sebab dalam Islam sebuah ilmu harus mendahului amal. Sementara tantangan dalam kehidupan antara lain masalah pola kehidupan yang sudah sangat dipenuhi dengan pola pikir materialistik yang sangat mengagungkan kesenangan dunia.

Penerapan Strategi SWOT dalam usaha arang kayu halaban itu berhasil dimana ditunjukkan dengan hasil penelitian bahwa stretegi yang dilakukan ini membuahkan hasil yaitu keberhasilan usaha arang kayu halaban dalam mempertahankan daya saingnya terhadap pesaing-pesaingnya dimana usaha arang kayu halaban ini masih berjalan dan masih banyak konsumen yang belum menggunakan dan memanfaatkan di wilayah sekitar.

Dalam Islam penerapan strategi SWOT dilihat dari segi pemanfaatannya tentunya strategi ini memberikan banyak manfaat dari pada kemudorotan sebagaimana dijelaskan dalam surat al-hasyr di dalam ayat tersebut dijelaskan yang artinya “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri

memperhatikan apa yang telah dibuatnya untuk hari esok (akhirat) dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Bila kita perhatikan, ini adalah pernyataan dari Allah yang seharusnya kita fikirkan dan bermunasabah terhadap apa yang sudah atau akan kita lakukan dalam hidup. Sehingga kita bisa memakai sebuah cabang ilmu manajemen dengan menggunakan strategi manajemen. Usaha arang kayu halaban agar berhasil dan dapat mempertahankan kelangsungan dan keberlanjutan perlu manajemen dalam usaha atau organisasi yang jangkauan dengan analisis SWOT yang diterapkan maka usaha arang kayu halaban itu akan terstruktur dengan baik.

Proses menyusun strategi pada masa Rasulullah juga sering kali digunakan berdakwah dan memperluas kekuasaan atau bahkan berperang. Salah satunya ialah kisah Khalid bin Wahid Radhiyaallahu'anhu yang pada saat itu sangat sadar, tidaklah mungkin melindungi pasukan sebesar pasukan Romawi. Ia lalu mengatur strategi, di tebarkan rasa takut ke diri musuh dengan selalu mengganti formasi pasukan setiap hari yang tujuannya adalah agar pasukan romawi mengira pasukan musuh ingin dapat bantuan tambahan pasukan baru.

Dengan cara itu pasukan musuh akan merasa takut dan akhirnya mengundurkan diri dari medan pertempuran. Pasukan Islam lalu kembali ke madinah, mereka tidak mengejar pasukan romawi yang lari, karena dengan mundurnya pasukan romawi berarti Islam sudah menang.

Dari kisah tersebut dapat di simpulkan bahwa secara tidak langsung Islam telah mengajarkan umatnya dalam merangkai dan menjalankan sebuah strategi agar tujuan organisasi dapat tercapai. Begitu pula strategi dalam sebuah organisasi pada dasarnya

di maksudkan sebagai suatu proses penentuan dan pencapaian tujuan organisasi melalui pelaksanaan empat fungsi dasar, yaitu *planning, organizing, actuating dan controlling* dalam penggunaan sumber organisasi. Karna itulah, aplikasi manajemen organisasi hakikatnya adalah juga amal perbuatan SDM organisasi yang bersangkutan.

Berkenaan dengan hal itu Islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan haruslah berorientasi bagi pencapaian ridho Allah SWT. Hal ini seperti yang dikatakan Allah SWT dalam surat Al-Mulk ayat 2-3 yang berbunyi:

تَرَى مَا طَبَقْنَا سَمَوَاتٍ سَبْعَ خَلْقٍ الَّذِي ۝ الْعَفُورَ الْعَزِيزَ وَهُوَ عَمَلًا أَحْسَنُ أَيُّكُمْ لِيَلْبُوَكُمْ وَالْحَيَاةَ الْمَوْتِ خَلْقٍ الَّذِي  
 ۝ فَطُورٍ مِّن تَرَى هَلْ الْبَصَرَ فَأَرْجِعْ نَفْسُكَ مِنَ الرَّحْمَنِ خَلْقٍ فِي

*Artinya : “Yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun, Yang telah menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. Kamu sekali-kali tidak melihat pada ciptaan Tuhan yang Maha Pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang, Adakah kamu Lihat sesuatu yang tidak seimbang?”*

Ayat diatas menjelaskan tentang ayat manusia dalam menjalankan aktivitasnya harus memenuhi dua syarat sekaligus, yaitu niat dan ikhlas dan cara yang harus sesuai dengan hukum syariat Islam. Bila perbuatan manusia memenuhi dua syarat itu sekaligus, maka amal itu tergolong ahsan (*ahsanul amal*), yakni amal terbaik di sisi Allah SWT.

Dengan demikian keberadaan manajemen organisasi di pandang pula sebagai suatu sarana untuk memudahkan implementasi Islam dalam organisasi tersebut. Implementasi nilai Islam berwujud pada di fungsikannya Islam sebagai kaidah berfikir dan kaidah amal dalam seluruh kegiatan organisasi. Sebagai kaidah amal, syariah di

fungsikan sebagai tolak ukur kegiatan yang di gunakan untuk membedakan aktifitas yang halal atau haram, hanya kegiatan yang halal saja yang dilakukan seorang muslim, sementara yang haram akan di tinggalkan semata-mata untuk menggapai ke ridhoan Allah SWT.

Oleh karena itu dalam menyusun strategi berdasarkan perspektif Islam menekankan pada wilayah halal dan haram. Hal tersebut dapat dilihat pada prinsip-prinsip islam mengenai Halal dan Haram, diantaranya:

1. Segala sesuatu pada dasarnya boleh.
2. Untuk membuat absah dan untuk melarang adalah hak Allah semata.
3. Melarang yang halal dan memperbolehkan yang haram sama dengan sirik.
4. Larangan atas segala sesuatu di dasarkan atas sifat najis dan melukai.
5. Apa yang mendorong pada haram adalah juga haram.
6. Menganggap yang haram sebagai halal adalah dilarang.
7. Niat yang baik tidak membuat yang haram bisa di terima.
8. Hal-hal yang meragukan sebaiknya di hindari.
9. Yang haram terlarang bagi siapapun.

Jadi, Islam telah menetapkan bagi manusia suatu tolak ukur untuk menilai segala sesuatu, sehingga dapat diketahui mana perbuatan yang terpuji (baik) yang harus segera dilaksanakan dan mana perbuatan yang tercela (buruk) yang harus ditinggalkan. Hal tersebut dapat digunakan dalam menyusun strategi yang bertujuan untuk menggapai visi, misi dan tujuan organisasi yang harus melihat prinsip-prinsip halal dan haram, agar tujuan dari sebuah organisasi atau sebuah usaha tidak hanya demi

menggapai orientasi materi tetapi juga demi menggapai ridho Allah SWT pada setiap prosesnya.

Selain itu, konsep Ekonomi Islam yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga tersebut dari penjual.

Islam telah mngejarkan cara-cara atau strategi dalam mengembangkan usaha pengrajin genteng. Strategi itu harus dibuat dengan cara adil yang tidak bertujuan untuk merusak kepentingan orang lain. Kopetensi yang biasanya yang terjadi dalam dunia usaha juga harus dilakukan dengan sehat, dengan tidak melakukan perbuatan yang tidak menjatuhkan demi memenangkan kopetensi persaingan usaha. Dan semua itu di lakukan semata-mata dengan tujuan mencapai ridhanya Allah SWT. Dalam menentukan strategi yang tepat, pengusaha arang kayu halaban harus memperhatikan kaidah-kaidah islam yaitu:

1. Tidak menjual atau memproduksi barang-barang yang haram. Dalam Usaha ini, barang-barang yang termasuk barang haram ialah barang produksi dengan melalui produksi yang tidak baik.
2. Tidak menimbun barang yaitu tindakan menyimpan harta, manfaat, atau jasa yang mengakibatkan melonjaknya harga pasaran secara drastis disebabkan persediaan terbatas sedangkan permintaan produk atau jasa tersebut meningkat di pasaran.

3. Jujur dalam hidup itu termasuk dalam sifat yang perlu dimiliki oleh seorang wirausahawan.

Berkaitan dengan itu, penerapan strategi usaha arang kayu halaban oleh pengusaha di Desa Tapuk bersifat halal. Artinya strategi tersebut baik untuk dilakukan karena telah sesuai dengan kaidah-kaidah agama Islam. Pada prinsipnya, tujuan dan aktifitas usaha tidak semata-mata mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan menghalalkan segala cara, tapi perilaku etis tidak boleh diabaikan dalam menjalankan suatu usaha. Usaha yang menerapkan etika bisnis bukan berarti tidak mampu bersaing dengan kompetitornya, tetapi hal itu bertujuan untuk dapat dinilai masyarakat sebagai usaha yang berperilaku etis dan bermoral. Serta menjalankan usaha dengan etika, nilai-nilai kejujuran, dan amanah akan membuat suatu usaha lebih berkah dan bermanfaat, tidak hanya bagi konsumen dan perilaku usahanya saja tetapi juga bagi orang-orang yang terlibat didalamnya.