**Indonesian Journal of Cultural and Community Development**
Vol 15 No 1 (2024): March, DOI 10.21070/ijccd.v15i1.1037
Innovative Technologies and Digital Solutions for Community Development

# Table Of Content

**Journal Cover** . . . . . 2
**Author[s] Statement** . . . . . 3
**Editorial Team** . . . . . 4
**Article information** . . . . . 5
Check this article update (crossmark) . . . . . 5
Check this article impact . . . . . 5
Cite this article . . . . . 5
**Title page** . . . . . 6
Article Title . . . . . 6
Author information . . . . . 6
Abstract . . . . . 6
**Article content** . . . . . 7

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

## Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

## Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode


Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

**Indonesian Journal of Cultural and Community Development**
Vol 15 No 1 (2024): March, DOI 10.21070/ijccd.v15i1.1037
Innovative Technologies and Digital Solutions for Community Development

# Editorial Team

## Editor in Chief

Dr. Totok Wahyu Abadi (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia) [Scopus]

## Managing Editor

Mochammad Tanzil Multazam (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia) [Scopus]

Rohman Dijaya (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia) [Scopus]

## Member of Editors

Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia) [Sinta]

Bobur Sobirov (Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan) [Google Scholar]

Farkhod Abdurakhmonov ("Silk Road" International University of Tourism, Uzbekistan) [Google Scholar]

Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SUrabaya, Indonesia) [Scopus]

Complete list of editorial team (link)
Complete list of indexing services for this journal (link)
How to submit to this journal (link)


Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

**Indonesian Journal of Cultural and Community Development**
Vol 15 No 1 (2024): March, DOI 10.21070/ijccd.v15i1.1037
Innovative Technologies and Digital Solutions for Community Development

# Article information

## Check this article update (crossmark)

## Check this article impact (*)

## Save this article to Mendeley

(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

**Indonesian Journal of Cultural and Community Development**
Vol 15 No 1 (2024): March, DOI 10.21070/ijccd.v15i1.1037
Innovative Technologies and Digital Solutions for Community Development

# Global SWOT Strategies Revolutionize Sandal Craftsmen Revenue

## *Strategi SWOT Global Merevolusi Pendapatan Pengrajin Sandal*

**Rizka Dwi Maulidina, rizkadwi@umsida.ac.id, (0)**
*, Indonesia*

**Hadiah Fitriyah, hadiah@umsida.ac.id, (1)**
*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo,Universitas Muhammadiyah Sidoarjo [https://ror.org/017hvgd88], Indonesia*

(1) Corresponding author

**Abstract**

This study explores strategies to increase income in the Creative Jaya sandal home industry in Gresikan Village, Krian District, facing challenges such as limited market information and ineffective product promotion. Utilizing qualitative methods and SWOT analysis, the research identifies the SO (Strengths and Opportunities) strategy as most promising for revenue enhancement. Findings suggest prioritizing product quality, fostering customer relationships, improving human resource capabilities, innovating products, and securing reliable suppliers. The study highlights the significance of government support and provides actionable insights for small-scale home industries, particularly in sandal craftsmanship, to achieve sustainable growth and competitiveness.

**Highlight:**

1. Challenges in Marketing: Limited information and strategic promotion affect revenue.
2. SWOT Strategy: Strengths and opportunities enhance revenue in home industries.
3. Key Actions: Prioritize quality, build customer relations, secure reliable suppliers.

**Keywoard:** Home industry, Sandal craftsmanship, Revenue enhancement, Qualitative methods, SWOT analysis

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

# PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang dimana perekonomian merupakan persoalan utama yang harus dihadapi, dengan perekonomian dunia yang terus-menerus berubah, maka negara berkembang harus siap menghadapinya. Perkembangan ekonomi dianggap sebagai indikator terbaik untuk menjelaskan kemajuan pembangunan suatu negara. Laju perkembangan ekonomi menunjukkan keberhasilan suatu negara di bidang ekonomi yang diharapkan dapat mengurangi kemiskinan [1]. Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian negara sangat penting [2]. Hal ini juga dapat dilihat dalam perkembangan perekonomian negara, karena selain pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, juga berperan dalam pemerataan hasil pembangunan. Salah satu potensi nyata untuk menunjang pembangunan ekonomi adalah home industri, karena dengan adanya home industri, pengrajin berfokus untuk dapat menghasilkan produk atau jasa dengan biaya yang murah, yang mampu dijangkau oleh orang yang tidak mempunyai banyak uang, dan meningkatkan ekonomi lokal, karena peran ini penting untuk melakukan upaya agar usaha ini terus tumbuh dan berkembang.

Dalam perkembangan perekonomian di Indonesia, home industri selalu diartikan sebagai sektor yang berperan penting dalam mensejahterakan kondisi perekonomian masyarakat khususnya yang menjadi para pengrajin usaha, terutama pada kalangan menengah kebawah, karena hampir semua usaha penduduk bangsa ini merupakan usaha yang termasuk dalam kategori home industri. Perkembangan home industri di negeri ini memang sangat menjanjikan, sehingga pemilik industri kecil harus secara efektif meningkatkan visi bisnis mereka karena persaingan bisnis global menjadi semakin ketat saat ini [3] yang akan mempengaruhi kinerja pada home industri. Home Industri termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya alternatif untuk meningkatkan peluang usaha dan meningkatkan pendapatan masyarakat [4]. Penelitian [5] berpendapat bahwa keberadaan home industri yang menjadi tujuan penelitian dapat membawa perubahan positif bagi ibu rumah tangga untuk bekerja lebih efisien, lebih kreatif dan mampu meningkatkan taraf hidup keluarganya untuk memenuhi kesejahteraan keluarga dan dapat mengubah persepsi masyarakat tentang keberadaan ibu rumah tangga yang hanya bisa tinggal di rumah dan tidak dapat melakukan aktivitas untuk menambah penghasilan keluarga.

Home industri ini biasanya tidak membutuhkan pendidikan yang tinggi, tetapi memerlukan ketelitian, keterampilan, pengetahuan dasar, ketekunan dan faktor pendukung lainnya. Banyak dari industri kecil ini berakar pada kreativitas pengrajin. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa ini merupakan hasil dari ekonomi kreatif dalam bentuk imajinatif industri. Ekonomi kreatif adalah kreasi nilai tambah yang bersumber pada pikiran maupun inovasi melalui kreativitas pengrajin. Inovasi muncul dari kreativitas, sehingga ekonomi kreatif akan menjadi sangat berarti di masa depan sebab berakar dari pikiran maupun kreativitas juga merupakan sumber daya yang dapat diperbaharui. Bukan hanya penciptaan nilai ekonomi tambahan tetapi juga penciptaan nilai budaya, sosial dan lingkungan [6].

Salah satu home industri dengan sumber daya manusia yang produktif adalah home industri yang terletak di Desa Gresikan, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Home Industri ini bernama home industri Kreatif Jaya dan berdiri pada tahun 2006 sampai dengan sekarang yang berfokus untuk meningkatkan pendapatan serta memperoleh keuntungan dari proses produksi. Desantos adalah nama merek sandal yang dibuat pada home industri ini. Home industri ini bergerak di bidang pembuatan sandal sekaligus melayani pemesanan langsung bagi orang yang ingin memesannya. Penjualan sandal yang dibuat langsung dari home industri ini dilakukan dengan cara menempatkan produknya di toko-toko dan ada juga yang menjualnya secara online. Home Industri yang juga dikenal sebagai industri rumah tangga termasuk dalam kategori usaha kecil. Kedudukan pokok usaha kecil menurut UU RI Nomor 20 Tahun 2008, bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produksi yang berdiri sendiri dan bukan merupakan cabang atau anak perusahaan dari suatu perusahaan yang langsung atau tidak langsung dimiliki, dikuasai, atau didirikan oleh perusahaan besar atau menengah yang masuk dalam kriteria usaha kecil seperti halnya yang ditentukan pada Undang-Undang. Keberhasilan atau kegagalan suatu kegiatan usaha tidak bergantung pada besar kecilnya usaha, melainkan pada cara pengelolaannya [7].

Menurut Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian, industri rumahan tergolong sektor informal yang kegiatan produksinya terkait secara khusus dengan kearifan lokal, sumber daya lokal dan pendukung kerajinan. Industri rumahan beroperasi dalam skala kecil dengan pekerja yang belum profesional, modal kecil dan produksi musiman. Dapat dikatakan bahwa home industri ini menghasilkan produk yang khas dan unik, terkait dengan sumber daya alam dan manusia dari daerah tersebut. Selain itu, home industri juga dinilai sebagai sektor usaha yang kuat karena memiliki strategi untuk menghadapi berbagai jenis kendala yang akan datang. Penting untuk diperhatikan bagi pengrajin usaha untuk menjaga dan memantau pergerakan daya beli di masyarakat sekitar sehingga mampu menciptakan pemesanan yang banyak dari sebagian pelanggan dan orang yang ingin menjual kembali produknya. Ketika pemesanan melonjak, pasar menjadi menguntungkan karena dengan pesanan yang banyak akan mendapatkan banyak laba dan ketika pemesanan menurun, pasar menjadi tidak menguntungkan [8]. Pemilihan atau keputusan lokasi usaha merupakan hal yang penting bagi keberhasilan suatu usaha. Selain itu, tempat dan lokasi yang tepat juga akan berperan penting dalam menghadirkan produk yang akan ditawarkan dengan berada di tempat yang mudah terlihat, sudah pasti akan menarik banyak perhatian dan tentunya sangat mudah untuk mempromosikan produk usahanya tersebut. Keberadaan industri kecil juga dihadapkan pada persoalan sumber daya manusia, pemasaran, teknologi dan strategi promosi.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Berhasil tidaknya home industri sangat ditentukan oleh bagaimana para pengrajin mengembangkan usahanya untuk bersaing dalam menarik pelanggan dengan menerapkan strategi pengembangan home industri yang efisien. Strategi mempunyai hierarki tertentu. Yang pertama ialah strategi tingkat korporasi yang menentukan tujuan perkembangan serta mengelola berbagai macam aspek pada usaha untuk mencapai keseimbangan dalam produk dan jasa yang dihasilkan. Kedua, strategi pada tingkat bisnis seringkali mendorong upaya pertambahan daya saing pada suatu industri maupun bagian dari industri yang digelutinya. Ketiga, strategi tingkat fungsional menyediakan kerangka kerja untuk mengelola fungsi seperti produksi dan operasi, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, penelitian dan inovasi [9]. Salah satu strategi pemasaran yang bisa meningkatkan pendapatan adalah menggunakan analisis SWOT. Dalam analisis SWOT akan diidentifikasi empat faktor utama yaitu Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats. Dari keempatnya, dapat dibagi menjadi dua, yakni internal dan eksternal. Faktor internal mencakup Strengths dan Weakness. Faktor eksternal antara lain Opportunities dan Threats [10]. Indikator untuk menyusun analisis SWOT yakni a) Strengths (Kekuatan) adalah analisis guna mengetahui kekuatan yang dimiliki perusahaan, sehingga bisa mengoptimalkan kekuatannya untuk memperoleh keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing; b) Weakness (Kelemahan) merupakan indikasi analisis guna mengetahui perkiraan kelemahan perusahaan, agar kelemahan tersebut bisa dikurangi supaya tidak mengakibatkan perusahaan terpuruk. Oleh karena itu, perusahaan bisa melakukan banyak perubahan; c) Opportunities (Peluang) adalah analisis yang dilakukan guna mengetahui peluang perusahaan sehingga dapat berkembang; d) Threats (Ancaman) adalah bagian dari analisis SWOT guna mengetahui hal-hal yang dapat mengancam serta memperlambat perusahaan [11]. Dari analisis SWOT tersebut nantinya akan muncul suatu strategi yang baik untuk masa depan agar dapat bertahan ketika ada permasalahan internal dan eksternal yang harus diperhatikan, serta banyaknya tantangan yang harus diatasi. Adanya home industri ini dapat memberikan efek positif bagi perluasan usaha sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dengan menerapkan strategi yang tepat untuk menghasilkan pendapatan yang lebih meningkat.

Pendapatan adalah sumber kehidupan perusahaan dan home industri. Mengingat pentingnya, sulit untuk mendefinisikan pendapatan sebagai faktor akuntansi itu sendiri. Pada dasarnya pendapatan adalah peningkatan profitabilitas perusahaan. Sebagaimana profitabilitas adalah proses penciptaan produk dimana perusahaan menghasilkan barang atau jasa selama periode waktu tertentu [12]. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa pendapatan rumah tangga atau keluarga merupakan pendapatan dari semua orang yang bekerja dalam keluarga, baik kepala keluarga maupun anggota keluarga lainnya [13]. Faktor penting yang mempengaruhi pendapatan adalah modal.

Modal merupakan salah satu kebutuhan pokok suatu usaha/bisnis. Tanpa modal, usaha sulit berjalan normal [14]. Salah satu input maupun output yang bisa mempengaruhi pendapatan adalah modal akan tetapi, itu tidak satu-satunya komponen yang bisa meningkatkan pendapatan [15]. Modal merupakan faktor penting dalam setiap usaha, baik kecil, menengah ataupun besar. Modal ialah segala bentuk aset yang bisa digunakan secara langsung atau tidak langsung pada saat proses produksi. Jumlah modal yang besar merupakan masalah penting bagi setiap usaha, jumlah modal yang besar dibandingkan dengan yang dibutuhkan akan meningkatkan beban pengeluaran, apalagi jika sumber modalnya bukan modal kita sendiri. Tetapi modal yang lebih sedikit (dari keperluannya) juga membuat usaha lebih sulit untuk bertahan. Salah satu kendala keberhasilan usaha kecil adalah kurangnya modal [16]. Hal ini penting untuk diketahui, karena banyak orang yang menganggap bahwa harapan mereka untuk mendapatkan keuntungan digagalkan hanya karena kekurangan uang atau modal [17]. Pernyataan dari sebagian pengrajin khususnya sandal, modal memegang peranan yang sangat penting, karena modal merupakan penunjang terpenting bagi kelangsungan usahanya. Modal memang sangat diperlukan, karena merupakan pondasi untuk sebuah usaha [18]. Selain itu, pengaruh modal juga sangat besar sebab banyaknya modal yang digunakan mempengaruhi jumlah bahan baku yang dibeli untuk proses produksi. Salah satu faktor terpenting bagi home industri sandal ini sebagai produsen dan konsumen itu sendiri adalah harga. Faktor harga inilah merupakan faktor yang secara langsung mempengaruhi keuntungan/pendapatan usaha. Karena harga yang ditetapkan untuk produk tersebut pada akhirnya tentu akan mempengaruhi pendapatan dan keuntungan dari pengrajin sandal.

Berdasarkan fenomena yang ada terdapat masalah terkait home industri sandal ini yaitu 1) Keterbatasan modal, kebanyakan para pengrajin menunggu pesanan dari pengusaha ataupun pelanggan sandal. Apabila tidak ada pesanan dari para pelanggan tersebut, mereka tidak akan melakukan proses produksi. 2) Perhitungan keuangan belum sistematis, para pengrajin hanya mengandalkan perhitungan kasar atau tidak menghitung keuangan usaha dengan baik, sehingga anggaran yang dikeluarkan dalam proses produksi tidak dapat dihitung. 3) Persediaan bahan baku belum teratur, bahan baku sandal tidak pernah di stock sehingga para pengrajin harus pandai-pandai memperkirakan hasil dan jumlah bahan, agar tidak mengganggu kelancaran proses produksi apabila kehabisan bahan. 4) Ruang kerja tidak luas dan kurang nyaman, tidak ada bangunan tersendiri untuk menyimpan bahan baku produksi sandal, sehingga area produksi sangat terbatas dan menyebabkan lingkungan kerja tidak nyaman. 5) Teknologi masih minim, artinya teknologi yang digunakan untuk proses produksi ini sangat sedikit, sehingga pengrajin harus mengoptimalkan produksi dengan menggunakan mesin-mesin yang ada dan ingin meningkatkan daya saing dalam hal kualitas produk yang dihasilkan. 6) Kurangnya tenaga kerja, pemuda setempat kurang bersedia bekerja sebagai pengrajin karena pemuda setempat memilih bekerja di pabrik setelah tamat sekolah. Dan biasanya setelah diajari cara membuat sandal sendiri, para pengrajin ini berhenti dan membuka toko sandal sendiri ke tempat asalnya. 7) Jumlah pendapatan tidak tetap, artinya pendapatan pekerja akan tergantung pada jumlah produk yang dikerjakan dikalikan dengan upah masing-masing produk sandal.

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran terkait apa saja hambatan yang dihadapi oleh home industri

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

ini antara lain pada keterbatasan dalam mengakses informasi pasar dan keterbatasan dalam mempromosikan produknya yang kurang strategis sehingga tingkat daya saing pengrajin sandal di Desa Gresikan ini belum memenuhi kriteria terbaik. Menurunnya minat beli konsumen untuk melakukan pesanan dan pembelian sandal pada home industri ini karena banyaknya produk yang dijual dengan harga sangat murah dan beranekaragam, hal ini berdampak pada pembuatan sandal yang menurun dan juga penjualannya. Pengrajin membatasi produksi sandal karena disesuaikan dengan permintaan konsumen. Hal ini tentu berpengaruh terhadap biaya yang digunakan, mengingat home industri ini termasuk dalam industri berskala kecil, Dengan melakukan strategi yang tepat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan para pekerjanya sehingga mampu mencukupi dan dapat membantu menopang perekonomian pemilik usaha maupun pekerjanya.

Penelitian mengenai strategi home industri untuk meningkatkan pendapatan sudah pernah dilakukan oleh [19]; [20]; [21]; [22]; [23]; [24] tetapi dengan hasil yang beragam. Keberagaman hasil tersebut mendasari perlunya melakukan penelitian lebih lanjut dengan lokasi, waktu, sampel, dan data yang berbeda. Hal ini mungkin bisa menjadi pembeda dengan penelitian sebelumnya. Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut: Strategi apa yang harus dilakukan home industri sandal Kreatif Jaya dalam meningkatkan pendapatan pada pengrajin sandal di Desa Gresikan Kecamatan Krian?. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang harus dilakukan pada home industri sandal Kreatif Jaya dalam meningkatkan pendapatan pada pengrajin sandal di Desa Gresikan Kecamatan Krian. Dengan demikian peneliti tertarik memilih judul sebagai berikut “Strategi Home Industri dalam Meningkatkan Pendapatan pada Pengrajin Sandal di Desa Gresikan Kecamatan Krian”.

# METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif [25]. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis keadaan alamiah, dimana peneliti sebagai perangkat utamanya, proses pengumpulan datanya dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif. Metode ini disebut kualitatif karena data yang dikumpulkan dan dianalisis lebih bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memberikan informasi dan data sesuai dengan kenyataan di lapangan. Penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan memaparkan mengenai strategi home industri dalam meningkatkan pendapatan pada pengrajin sandal di Desa Gresikan Kecamatan Krian.

Informan penelitian merupakan orang atau pihak yang berkaitan dengan penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai berbagai kondisi yang ada dilokasi penelitian sehingga dapat memberikan data yang akurat kepada peneliti. Informan dalam penelitian ini adalah Bapak Mustofa selaku informan sekaligus pemilik home industri, pelaku ini dapat dijadikan subjek dengan tujuan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini yang lengkap dan akurat. Peneliti memilih informan tersebut dikarenakan peneliti yakin yang bisa menjawab rumusan masalah pada penelitian ini yaitu pemilik home industri. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah strategi apa yang diterapkan pada home industri ini dalam meningkatkan pendapatan pada pengrajin sandal di Desa Gresikan Kecamatan Krian. Objek pada penelitian ini memiliki permasalahan/fenomena yang sesuai dengan rumusan masalah selain itu juga didukung dengan data penelitian yang peneliti temukan berdasarkan pengamatan/observasi yang pernah dilakukan bahwa objek yang peneliti pilih ini memenuhi kriteria yang diharapkan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini proses pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan dan memperoleh data, peneliti menggunakan metode studi lapangan atau field research, yaitu pengumpulan data melalui:

Observasi

Observasi sangat cocok digunakan peneliti untuk melihat kondisi setempat guna mendapatkan data dari hasil penelitian. Hal utama yang menjadikan keberhasilan observasi ini tergantung bagaimana cara mengamatinya [26], karena dalam penelitian ini akan memberikan makna atau opini tentang apa yang diamati, maka tanyakan langsung dan lihat bagaimana aspek tersebut berhubungan dengan tujuan penelitian [27].

Wawancara terstruktur

Dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur [28]. Peneliti menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis atau menyiapkan jawaban terlebih dahulu. Dalam penelitian ini peneliti yang akan diwawancarai adalah pemilik home industri sandal yang ada di Desa Gresikan tersebut dan dilakukan secara tatap muka. Tujuannya untuk menelusuri lebih lanjut informasi yang telah diteliti oleh peneliti.

Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan cara yang dapat penulis gunakan untuk mendapatkan data secara langsung dari tempat penelitian sehingga diperoleh data yang relevan. Data yang diperoleh dari tempat penelitian dapat berupa laporan kegiatan, foto, video yang digunakan untuk mengabadikan suatu peristiwa dan data lainnya [29]. Juga pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan home industri untuk menganalisis faktor internal dan eksternal

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

yang akan membantu mengembangkan strategi pada home industri ini. Kemudian peneliti menelaah, menganalisis data dan informasi yang terkumpul untuk dimasukkan dalam penelitian guna menjawab permasalahan yang diajukan pada penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan peneliti menurut [30] mengemukakan bahwa teknik pengolahan data kualitatif dapat diterapkan dalam tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data (kesimpulan).

Reduksi Data

Data yang didapat di lapangan tentunya banyak dan dalam bentuk nonvariabel seperti data kuantitatif. Oleh karena itu bisa dilakukan reduksi data yang bermakna meringkas, memilah hal-hal yang penting, mengutamakan pada hal-hal yang penting, mencari inti dan permasalahan yang sesuai, dan mengabaikan yang tidak penting. Setelah direduksi, peneliti akan mengkategorikan data sesuai kebutuhan. Misalnya, data dikelompokkan berdasarkan tanggal, karakteristik informan, atau tempat penelitian. Pada tahap ini, penting untuk memiliki keterampilan interpretasi data yang baik agar data tidak keliru pada saat pengelompokan data.

Penyajian Data

Setelah melakukan proses reduksi data, langkah selanjutnya adalah menampilkan atau menyajikan data agar memiliki visi yang jelas. Penyajian data merupakan analisis merancang baris dan kolom suatu matriks untuk data kualitatif. Berdasarkan rancangan tersebut, peneliti dapat menentukan jenis dan tipe data yang akan dimasukkan ke dalam kotak matriks. Penyajian data dapat berupa laporan, berbagai jenis matriks, bagan, grafik, dan lainnya. Penyajian data yang disebutkan di sini bisa sesederhana tabel dengan format rapi. Dengan menyajikan data, data diorganisasikan, disusun dalam format yang interaktif, sehingga lebih mudah dipahami.

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Menurut Miles dan Huberman, langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang disajikan masih tentatif dan akan berubah jika ditemukan bukti pendukung yang kuat pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Proses memperoleh bukti ini dikenal dengan verifikasi data. Apabila kesimpulan awal tersebut didukung oleh bukti-bukti yang kuat dalam arti sesuai dengan kondisi yang ditemukan pada saat peneliti kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang diperoleh merupakan kesimpulan yang benar dan dapat dipercaya.

Langkah verifikasi yang dilakukan peneliti harus selalu terbuka untuk menerima masukan data, meskipun data tersebut terbilang tidak relevan. Akan tetapi, peneliti pada tahap ini harus memilih antara data yang berguna dan data yang tidak berguna atau tidak berarti. Data yang bisa diolah ketika dilakukannya analisis lebih mendalam harus valid, berbobot, kuat dan dipisahkan dari data lain yang tidak mendukung dan menyimpang jauh. Jika data yang diperoleh menunjukkan kesamaan dengan data yang diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan yang baku dan kemudian dimasukkan dalam laporan penelitian.

Selain itu, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Menurut [31], analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis untuk menilai berbagai faktor yang mempengaruhi upaya pencapaian tujuan. Mengutip dari buku [32], analisis SWOT adalah kegiatan yang ditujukan untuk mengidentifikasi ancaman, peluang, kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan atau organisasi untuk meningkatkan usahanya. Analisis SWOT adalah alat yang mudah digunakan untuk membantu manajer mengembangkan 4 macam strategi berikut:

a. Strategi SO (Kekuatan-Peluang)

Strategi ini memerlukan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada di luar perusahaan. Biasanya, perusahaan mencoba menerapkan strategi WO, ST atau WT untuk menerapkan strategi SO mereka.

b. Strategi WO (Peluang-Kelemahan).

Strategi ini bermaksud untuk meminimalkan kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada.

c. Strategi ST (Ancaman-Kekuatan)

Berkat strategi ini, perusahaan berupaya menggunakan semua kekuatan untuk mencegah atau menghindari semua ancaman eksternal.

d. Strategi WT (Kelemahan-Tantangan)

Strategi ini merupakan strategi bertahan guna untuk meminimalkan kelemahan internal dan mencegah semua ancaman.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

Setelah itu mengidentifikasi faktor-faktor internal dengan menggunakan matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan matriks EFE (External Factor Evaluation), maka dapat dibuat matriks SWOT.

# HASIL DAN PEMBAHASAN

## Hasil Penelitian

Penyajian data dari hasil penelitian ini ialah hasil wawancara terhadap pemilik Home Industri Sandal Kreatif Jaya yang lokasinya berada di Desa Gresikan Kecamatan Krian. Informan dalam penelitian ini yaitu Bapak Mustofa selaku pemilik home industri. Berikut adalah hasil wawancara yang peneliti peroleh sebagai berikut:

Dalam hasil wawancara peneliti kepada pemilik Home Industri Kreatif Jaya ini pada tanggal 20 Maret 2023 tentang proses awal pendirian usaha mereka, Menurut Bapak Mustofa, beliau menjelaskan awal berdirinya usaha ini bahwa:

“Awal berdirinya usaha ini sejak tahun 2006. Awal mula pendirian home industri ini saya sebelumnya pernah bekerja di home industri sandal milik orang lain, kemudian saya mempunyai inisiatif ingin mendirikan home industri ini sendiri. Dan saya mendirikan usaha ini dikarenakan ingin meningkatkan pendapatan keluarga agar lebih baik lagi dan juga ingin membantu masyarakat sekitar untuk bekerja di home industri ini sehingga dapat mengurangi pengangguran di Desa Gresikan”.

Hal lain yang dijelaskan Bapak Mustofa terkait mengapa dinamakan Home Industri Kreatif Jaya ini beliau mengatakan:

“Saya memberi nama Home Industri Kreatif Jaya ini dikarenakan pembuatan sandal pada home industri saya ini memerlukan kreativitas dan keterampilan dari pekerjanya dan saya juga ingin membesarkan nama produk sandal saya ini agar terus berjaya”.

Tambahan lain dari Bapak Mustofa terkait jumlah pekerjanya bahwa :

“Untuk masalah karyawan, dulu saya mengajak sanak saudara saya untuk bekerja sama saya. Itupun bertahap, pertama saya mengajak 2 orang tapi sekarang alhamdulillah nambah 3 orang. Dan kalau ditotal semua menjadi 5 orang. 5 orang itu terdiri dari 1 orang tukang kap, 2 orang tukang sol, dan 2 orang bagian packing. Pada bagian packing itu biasanya satu orang bagian menulis kode sandal di kardus dan memasukkanya dan satu orang lagi bagian menali kardus lalu ditumpuk per pack agar bisa langsung di pack perkodi-perkodi”.

Mengenai cara penjualan home industri ini Bapak Mustofa menjelaskan bahwa:

“Cara penjualan sandal saya ini secara grosiran jadi saya tidak menjualkan sandal ini per pasang atau eceran dikarenakan nanti kalo eceran takutnya harga jualnya lebih mahal dan nantinya tidak akan laku. Saya juga tidak ada media promosi yang saya pakai seperti internet jadi saya memasarkannya lewat offline saja dengan menempatkan sandal ini ke toko-toko yang mau menjualkannya. Tetapi ada juga sales yang menawarkan kalau beliau mau menjualkan sandal ini sampai ke luar kotaan”.

Tambahan terkait tempat pemasaran produk apakah ada standart khusus, beliau mengatkan bahwa:

“Untuk masalah lokasi saya tidak ada pilih pilih gitu ya. Tetapi selama ini yang pasti toko yang ramai itu menjadi standart saya. Masalah mau toko kecil ataupun toko besar tidak masalah saya tidak memilih yang gimana-gimana. Tetapi yang mana yang bisa masuk ke toko tersebut dan yang mana yang ramai pembeli itu jadi tempat untuk pemasaran produk kami”.

Mengenai data penjualan home industri ini, ditambahkan Bapak Mustofa dengan penjelasan bahwa:

“Kalau untuk data penjualan saya mohon maaf sebelumnya ya nak dikarenakan di home industri Kreatif Jaya ini masih mengandalkan perhitungan kasar atau belum menggunakan perhitungan usaha yang baik dalam proses produksinya ini, sehingga biaya yang dikeluarkan selama proses produksi tidak terhitung. Sehingga sistem pencatatan belum tertata rapi, dan saya tidak mengetahui secara pasti berapa rupiah keuntungan yang saya peroleh selama menjalankan usaha ini. Intinya pada tahun 2020 selama pandemi Covid itu usaha saya ini pendapatannya sudah mulai menurun hingga sekarang masih belum stabil”.

Untuk harga jual sandal pada Home Industri ini dijelaskan Bapak Mustofa bahwa:

“Harga jual yang saya tawarkan 1 pasangnya Rp. 20.000 kan 1 kodi itu 20 pasang jadi 1 kodi sandal saya beri harga jual Rp. 400.000. Saya menentukan harga jual sandal saya dengan mempertimbangkan dengan harga sandal pesaing, harga yang saya tawarkan masih terjangkau kok dengan kualitas yang baik jadi tidak murah juga tidak mahal”.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

Terkait dengan perang harga pesaing bagaimana solusi dari home industri ini, Bapak Mustofa menjelaskan bahwa:

"Ya tentu perang harga itu terjadi pada setiap usaha. Kalau kamu lihat di pasaran kan sekarang banyak produk yang sama modelnya tetapi dengan harga yang berbeda dan biasanya produk pesaing itu harganya di bawah pasaran dan semua orang pasti akan tergiur dengan harga murah. Jadi menurut saya ada hal yang harus kita ikuti tetapi tidak semua juga kita harus ikut. Karena lama-lama kalau perang harga terus menerus kita sama-sama bisa dirugikan gitu kan, akhirnya orang-orang merasa bahwa produknya ini murahan. Bisa saja nanti kalau terlalu sering perang harga yang besar-besaran perusahaan akan mengurangi biaya-biaya lain. Akhirnya kualitas juga bisa diturunkan gitu kan dan jelas bahan bakunya juga memilih yang lebih murah. Jadi sesekali lah saya ikut".

Mengenai permintaan pasar yang cepat berubah-ubah agar tidak ketinggalan jaman, Bapak Mustofa menjelaskan bahwa:

"Caranya dengan mengikuti trend ya, jadi trend apa yang sedang atau mau jalan itu kita pun harus ngikutin untuk mengeluarkan produk yang sesuai dengan trend tersebut. Kalau kami terlambat sedikit yaaa kesempatan sudah hilang. Karena trend sekarang itu kan berjalan jangka waktunya tidak panjang paling 6 bulan atau setahun sudah selesai. Dan home industri ini selalu melakukan inovasi produk dengan model baru agar konsumen memiliki variasi lebih banyak lagi dalam memilih produk sehingga mampu mempertahankan konsumen tetap".

Penjelasan lain yang menjadi kekuatan dari home industri ini ialah mempunyai kualitas produk yang baik dan memiliki pekerja yang berkualitas serta memiliki konsumen yang tetap. Sebagaimana dipaparkan Bapak Mustofa pada tanggal 22 Maret 2023 beliau mengatakan bahwa:

"jika suatu produk ingin terus dicari oleh konsumen, maka harus memiliki kualitas yang baik. Kualitas bahan baku yang kami gunakan ini kami memilih yang terbaik dan selayaknya bagi konsumen dan dengan didukung oleh pengalaman pekerja yang sudah puluhan tahun lamanya menggeluti usaha ini jadi tidak usah khawatir soal kualitas. Dan kami akan terus menjaga kualitas produk kami agar terus menarik perhatian konsumen untuk menjadi konsumen yang setia karena dalam dunia bisnis selain mendapatkan konsumen yang baru kami perlu memahami cara mempertahankan konsumen lama"

Tambahan lain yang juga menjadi kekuatan dari home industri ini ialah bahan bakunya mudah didapat serta memiliki hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku. Bapak Mustofa mengatakan bahwa:

"kedekatan dengan pemasok bahan baku mempengaruhi tingkat persediaan bahan baku. Semakin dekat lokasi dengan pemasok, semakin mudah untuk membeli bahan baku. Hal ini tentunya memudahkan kami untuk membeli bahan baku langsung tanpa harus ke Surabaya terlebih dahulu. Memang dari segi harga agak lebih mahal sedikit tetapi kami tidak mempermasalahkan karena kami tidak perlu jauh jauh untuk membeli bahan baku. Serta memiliki hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku kami dapat mengambil bahan baku terlebih dahulu tanpa harus membayar langsung, hal ini tentunya sangat membantu kami yang mempunyai modal terbatas"

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kekuatan dari Home Industri Kreatif Jaya dapat bertahan dan bisa berkembang disebabkan karena kualias produk yang baik, pekerja yang berkualitas, dan memiliki konsumen yang tetap.

Peneliti menemukan beberapa faktor yang menjadi kelemahan dari home industri tersebut ialah keterbatasan modal, kekurangan pekerja, dan juga mesin/peralatan yang digunakan masih sederhana, karena modal merupakan faktor kunci untuk mengembangkan suatu unit usaha. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Bapak Mustofa pada tanggal 22 Maret 2023 beliau mengatakan bahwa:

"modal yang kami gunakan ini sangat terbatas tetapi kami tidak mau meminjam modal ke bank karena nanti takutnya usaha kami naik turun pendapatannya dan masih belum berkembang sehingga kami tidak mau mengambil resiko dan kami memilih menggunakan modal usaha sendiri walaupun sangat terbatas. Kami juga masih menggunakan peralatan yang sederhana dalam memproduksi sandal ini, tetapi dengan kemampuan pekerja yang menjalani usaha selama puluhan tahun ini menjadikan kualitas produk yang kami hasilkan tidak kalah dengan yang menggunakan mesin, akan tetapi mungkin hanya kalah dalam jumlah produksi dan tentunya yang menggunakan mesin otomatis hasil produksinya akan lebih cepat selesai dibandingkan dengan tenaga kami yang masih banyak menggunakan tenaga manual dan juga kekurangan pekerja pada home industri ini menyebabkan hasil produksi sandal kami tidak menentu dan kami tidak bisa memprediksi seberapa banyak penjualan dan pendapatan yang kami terima"

Tambahan lain yang menjadi kelemahan dalam Home Industri Kreatif Jaya ini ialah tempat produksi yang kurang memadai dan kurangnya kegiatan promosi. Sebagaimana yang dipaparkan Bapak Mustofa bahwa:

"kami hanya memanfaatkan ruang yang tidak terpakai untuk tempat produksi kami, jadi jangan kaget apabila banyak bahan baku yang berserakan di halaman rumah karena tidak ada gudang khusus untuk menyimpan bahan baku sementara di ruang tamu dipenuhi dengan tumpukan sandal-sandal yang sudah jadi maupun baru selesai dicetak sehingga luas tempat produksi sangat terbatas dan menyebabkan lingkungan kerja menjadi tidak nyaman. Dan produk kami ini kurang dikenal masyarakat karena kami jarang mengikuti event-event yang ada dipasaran"

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kelemahan dari Home Industri Kreatif Jaya ini yaitu karena keterbatasan modal, kekurangan pekerja, kurangnya kegiatan promosi, dan juga mesin/peralatan yang digunakan masih sederhana,

Kemudian peneliti menemukan beberapa faktor yang menjadi peluang dari home industri tersebut ialah kemampuan berinovasi mengikuti trend dan kemajuan teknologi yang semakin canggih. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Mustofa bahwa:

“karena dengan persaingan bisnis yang semakin ketat seperti sekarang ini tentunya kami dituntut harus mampu berinovasi sesuai dengan permintaan konsumen dan trend yang laku dipasaran agar produk kami tidak kalah bersaing dengan produk pesaing yang lainnya. Kami tidak membatasi model yang konsumen inginkan selagi kami bisa mengerjakannya dan memiliki bahan baku untuk membuat produk tersebut maka akan kami buatkan. Selain itu kemajuan teknologi yang semakin canggih sudah saatnya kami manfaatkan guna untuk meningkatkan proses penjualan dan kami bisa menjadikannya sebagai peluang dengan menjualkan produk ini di sosial media”

Faktor lain yang menjadi peluang dari home industri ini ialah pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dan juga segmentasi pasar yang cukup besar, Bapak Mustofa mengatakan bahwa:

“jumlah penduduk yang semakin meningkat dan perubahan gaya hidup masyarakat akan menyebabkan permintaan sandal yang bermacam-macam semakin meningkat pula mbak. Hal ini bisa menjadi prospek bagi kami untuk memproduksi sandal dari segi macam-macam usia mulai dari anak-anak, dewasa, bahkan orang tua. Dan dengan segmentasi pasar yang besar kami bisa mengetahui produk yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan konsumen sehingga bisa mengenali target konsumen lebih dalam agar usaha ini bisa berjalan dengan langkah yang tepat”

Tambahan lainnya yang juga menjadi peluang dari home industri ini ialah peran pemerintah untuk mendukung pembiayaan usaha. Sebagaimana yang dipaparkan Bapak Mustofa bahwa:

“kami pernah ditawari program KUR oleh penyalur seperti bank BRI guna untuk peminjaman modal usaha. Memang program ini sangatlah penting karena merupakan peluang bagi kami agar bisa mengembangkan usaha kami dan program ini sengaja ditujukan bagi home industri yang terkendala secara finansial”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa peluang dari Home Industri Kreatif Jaya agar terus berkembang diantaranya ialah kemampuan berinovasi mengikuti trend, kemajuan teknologi yang semakin canggih, pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat juga segmentasi pasar yang cukup besar, dan peran pemerintah untuk mendukung pembiayaan usaha.

Kemudian peneliti Kembali bertanya terkait faktor yang menjadi ancaman dari home industri tersebut ialah munculnya pesaing baru dengan harga jual di bawah pasaran, produk pesaing bisa meniru model kami, dan juga harga bahan baku yang tidak menentu bisa mempengaruhi harga penjualan produk. Bapak Mustofa mengatakan bahwa:

“menurut kami persaingan adalah hal yang wajar dalam dunia berbisnis lagipula jika produk kami ditiru orang lain itu jangan membuat kita menyerah melainkan harus bisa menciptakan ide yang lebih bagus lagi. Dengan banyaknya pesaing baru yang menjual produk di bawah pasaran membuat kami harus bisa berpikir keras bagaimana caranya supaya produk kami ini nantinya akan terus laku di pasaran meskipun dengan harga diatas pesaing. Dan dari harga bahan baku yang tidak tetap ini kami harus pintar-pintar dalam memproduksi sandal ini supaya tetap memiliki kualitas yang baik, meskipun harga bahan bakunya naik tetapi untuk harga jual produk sandalnya ini masih tetap dan tidak berpengaruh sama sekali”

Faktor lain yang menjadi ancaman dari home industri ini ialah perubahan selera konsumen yang begitu cepat dan pesaing memiliki merk sandal yang terkenal. Yang dijelaskan Bapak Mustofa bahwa:

“perubahan selera konsumen yang begitu cepat inilah yang bisa mengancam home industri kami karena produk sandal yang lama ini nantinya akan tidak laku dan akan tertimbun dengan model model yang baru. Dan sekarang ini banyak pemuda-pemuda yang lebih tertarik pada merk sandal yang terkenal tanpa harus melihat bagaimana kualitas sandal tersebut”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ancaman dari Home Industri Kreatif Jaya ini yaitu munculnya pesaing baru dengan harga jual di bawah pasaran, produk pesaing bisa meniru model kami, dan juga harga bahan baku yang tidak menentu bisa mempengaruhi harga penjualan produk, perubahan selera konsumen yang begitu cepat dan pesaing memiliki merk sandal yang terkenal.

## Pembahasan

1.Identifikasi Faktor Strategi

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

Analisis SWOT adalah alat yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dihasilkan secara sistematis yang akan digunakan untuk membentuk strategi bisnis. Analisis ini didasarkan pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT dapat digunakan dengan menyusun faktor-faktor yang mempengaruhi 4 faktor sehingga dari analisis tersebut bisa dibuat rencana strategis yang bersumber pada hasil analisis faktor-faktor strategis dari home industri ini. Analisis SWOT dilakukan untuk memenuhi tujuan dan sasaran penelitian mengenai strategi yang harus dilakukan guna meningkatkan pendapatan pada home industri sandal ini. Berdasarkan data yang dikumpulkan penulis melalui observasi lapangan dan wawancara langsung, dapat diperoleh informasi terkait kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman dari home industri sandal ini, yaitu sebagai berikut.

a.Identifikasi Faktor Kekuatan (Strengths)

Kekuatan adalah faktor internal atau dari dalam perusahaan yang dapat mendukung perkembangan perusahaan secara efektif apabila kemampuan yang ada dapat ditingkatkan. Ini merupakan nilai tambah bagi perusahaan/organisasi. Adapun faktor kekuatan pada Home Industri Kreatif Jaya ini sebagai berikut:

1)Mempunyai kualitas produk yang baik, Memiliki produk yang berkualitas sangatlah penting. Kualitas produk pada home industri sandal ini didukung oleh pengalaman para pengrajin yang telah bekerja dalam home industri ini selama bertahun-tahun. Jika suatu produk mempunyai kualitas yang baik, maka akan terus dicari oleh konsumen. Oleh karena itu home industri Kreatif Jaya ini harus mampu meningkatkan kualitas produknya secara terus menerus guna untuk meningkatkan penjualan. Dan harga yang ditawarkan ini relatif murah dan disesuaikan dengan kualitas bahan baku yang digunakan dalam proses produksi.

2)Bahan bakunya mudah didapat, Kedekatan dengan pemasok bahan baku mempengaruhi tingkat persediaan bahan baku. Semakin dekat lokasi pemasok, semakin mudah untuk membeli bahan baku. Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan sandal dibeli dari pemasok yang ada di Kecamatan Krian, tepatnya di Desa Mojosantren. Bahan baku yang digunakan untuk membuat sandal dapat ditemukan di beberapa toko khusus, seperti kulit, CCI, lapis (AC), lem lateks, sol hitam, puyu, spons, lem kuning, lem putih / PU, dus, benang, dll sesuai dengan bahan baku apa yang dibutuhkan dalam home industri ini. Hal ini memudahkan pemilik usaha untuk membeli bahan baku langsung di tempat tanpa harus ke Surabaya terlebih dahulu. Memang dari segi harga lebih mahal sedikit tetapi pemilik usaha mengakui bahwa mereka senang karena tidak perlu jauh-jauh untuk membeli bahan baku.

3)Memiliki konsumen yang tetap, Memiliki konsumen tetap merupakan dambaan setiap pemilik usaha. Karena apabila memiliki konsumen yang tetap tentunya kita tidak perlu khawatir dalam hal produk kita tidak laku di pasaran. Dengan kualitas produk yang baik tentunya akan menarik konsumen untuk menjadi pelanggan setia dan membantu usaha agar tetap bertahan. Dalam dunia bisnis, tantangannya ke depan tentu semakin besar. Selain mendapatkan pelanggan baru, pemilik usaha perlu memahami cara mempertahankan mereka. Jika pemilik usaha dapat menarik lebih banyak konsumen baru, usaha pasti akan bertahan lebih lama. Para pelaku bisnis masa kini harus tampil dengan hal-hal kreatif untuk menarik perhatian konsumen agar konsumen tetap setia berlangganan untuk membeli produk kita.

4)Memiliki hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku, Maksudnya yaitu hubungan pemilik usaha dengan pemasok bahan baku bisa didasarkan pada sistem kepercayaan, maka pemilik usaha dapat berhutang sebelum mempunyai uang untuk membeli bahan baku. Dan juga kesepakatan dengan pemasok bahan baku dengan hubungan sub kontrak atau yang dikenal sebagai “bon putih”. Pemilik usaha bisa mengambil bahan baku terlebih dahulu tanpa harus membayar langsung, hal ini tentunya sangat membantu bagi pengusaha yang memiliki modal terbatas.

5)Memiliki Sumber Daya Manusia (pekerja) yang baik, Sumber Daya Manusia sangat penting untuk menjalankan sebuah usaha. Home industri sandal Kreatif Jaya ini memiliki pekerja yang mempunyai keahlian dalam membuat sandal yang berkualitas tinggi. Pengelolaan sumber daya manusia dilakukan pemilik sendiri. Jumlah pekerja yang dimiliki adalah 5 orang yang terdiri dari 1 orang tukang kap, 2 orang tukang sol, dan 2 orang bertugas untuk ngepacking sandal yang sudah siap dikirim. Pekerja bekerja dari hari Senin hingga Sabtu dengan jam kerja rata-rata pukul 09.00-17.30 WIB. Mereka menerima satu kali makan siang setiap hari. Sistem gaji pada home industri ini untuk tukang kap dihargai Rp. 35.000 per kodi, pada tukang sol dihargai Rp. 50.000 per kodi , dan pada bagian pengemasannya 1 kodi dihargai Rp. 15.000. Jadi rata rata pekerja bisa menghasilkan 20 kodi perminggunya tergantung pemesanannya dan juga kecepatannya dalam memproduksi sandal. 1 kodi sandal yang sudah siap dikirim dihargai dengan harga jual Rp. 400.000.

b.Identifikasi Faktor Kelemahan (Weakness)

Keadaan atau segala sesuatu dalam suatu organisasi yang menjadi batasan dan dapat menghambat atau menghalangi tercapainya tujuan organisasi tersebut dikenal sebagai kelemahan. Adapun faktor kelemahan pada Home Industri Kreatif Jaya ini sebagai berikut:

1)Keterbatasan Modal, Modal merupakan faktor kunci untuk mengembangkan suatu unit usaha. Pada umumnya usaha kecil dan menengah hanya bersifat perseorangan atau usaha tertutup yang bergantung pada modal pemilik

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

usaha yang modalnya sangat terbatas. Hasil wawancara menunjukkan bahwa alasan pemilik usaha tidak ingin meminjam modal ke bank adalah karena hasil usahanya tidak menentu dan mereka takut usahanya tidak berkembang di masa mendatang. Sehingga pemilik usaha tidak ingin mengambil resiko dan memilih menggunakan modal sendiri walaupun terbatas.

2)Mesin dan peralatan yang masih sederhana, Home Industri sandal ini masih banyak bergantung pada tenaga manusia karena peralatan yang digunakan masih sederhana. Hambatan utama dalam home industri ini adalah pemilik usaha tidak memiliki teknologi yang lebih maju dikarenakan kekurangan modal. Memang pengrajin sandal di Desa Gresikan ini menggunakan peralatan yang sederhana untuk memproduksi sandal, namun dengan kemampuan mereka menjalani usaha sandal selama puluhan tahun menjadikan kualitas sandal yang mereka buat tidak kalah dengan yang dibuat oleh mesin, akan tetapi mungkin hanya kalah dalam jumlah produksi karena mesin otomatis produksinya akan lebih cepat selesai dibandingkan dengan menggunakan tenaga manual.

3)Tempat produksi yang kurang memadai, Pemilik home industri sandal di Desa Gresikan ini hanya menggunakan ruang yang tidak terpakai untuk tempat produksinya. Sehingga setiap rumah pemilik home industri ini banyak bahan baku yang berserakan di halaman rumahnya, sementara di ruang tamu dipenuhi dengan tumpukan sandal yang sudah jadi maupun yang baru selesai dicetak. Lahan yang digunakan sebagai tempat produksi merupakan tempat tinggal sehari-hari. Tidak ada gudang khusus yang dirancang untuk menyimpan bahan baku dan sandal yang sudah jadi, sehingga luas tempat produksi sangat terbatas dan menyebabkan lingkungan kerja menjadi tidak nyaman.

4)Kekurangan pekerja yang membuat hasil produksi tidak menentu, Jumlah pengrajin telah berkurang karena banyak pemuda setempat yang memilih bekerja di sektor lain seperti bekerja di pabrik-pabrik atau toko setelah menyelesaikan sekolahnya. Ini mengakibatkan pemilik usaha kesulitan dalam mencari pekerja. Kurangnya ketertarikan pemuda setempat untuk mengembangkan usaha ini merupakan kendala terbesar pada home industri tersebut. Kekurangan pekerja inilah yang menyebabkan hasil produksi sandal tidak menentu dan pemilik home industri sandal tidak bisa memprediksi seberapa banyak penjualan dan pendapatan yang diterima.

5)Kurangnya kegiatan promosi, Kurangnya kegiatan promosi ini membuat home industri Kreatif Jaya kurang dikenal masyarakat. Hal inilah yang menjadi kelemahan pada home industri ini. Sebaiknya pemilik usaha dapat mengikuti event-event yang ada agar produk mereka lebih dikenal masyarakat dan produknya banyak dibeli oleh konsumen. Dengan memberikan potongan harga yang lebih besar, diharapkan strategi ini banyak konsumen yang tertarik dan menjadikan produk ini laris manis dijual di pasaran agar bisa meningkatkan penjualan.

c.Identifikasi Faktor Peluang (Opportunities)

Peluang adalah faktor eksternal atau dari luar perusahaan yang merupakan kesempatan bagi perusahaan yang sifatnya menguntungkan, bahkan bisa menjadi kesempatan untuk berkembang lebih baik apabila mengetahui cara memanfaatkannya. Adapun faktor peluang pada Home Industri Kreatif Jaya ini sebagai berikut:

1)Kemampuan berinovasi mengikuti trend yang ada, Dalam situasi saat ini, banyak pengusaha yang ingin mempertahankan usahanya dan merebut perhatian konsumen, sehingga persaingan tidak dapat dihindari. Hanya pengusaha yang dapat mengikuti trend yang ada dan menghasilkan ide-ide baru yang akan dapat bertahan. Dengan persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini, para pengusaha dituntut harus mampu berinovasi sesuai dengan selera konsumen. Begitu pula dengan home industri Kreatif Jaya ini juga harus bisa berinovasi agar produknya tidak kalah bersaing dengan produk pesaing. Pengrajin tidak membatasi model yang diinginkan, selama mereka dapat mengerjakannya dan memiliki bahan baku yang diperlukan, maka pengrajin akan membuatkannya. Intinya pengrajin mau belajar dan menambah ketrampilan yang membantu produksi. Hal ini mendorong home industri Kreatif Jaya layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

2)Perkembangan teknologi yang semakin canggih, Dengan beragamnya teknologi yang ada pada saat ini, para pengusaha harus dapat memanfaatkan teknologi tersebut semaksimal mungkin. Namun para pengrajin sandal di Desa Gresikan ini belum menggunakan teknologi modern untuk memproduksi sandal, hal ini dikarenakan modal yang terbatas dan bergantung pada modal pemilik usaha. Kemajuan teknologi yang semakin meningkat seperti sekarang ini sudah selayaknya dimanfaatkan oleh pengusaha sandal di home industri ini guna untuk meningkatkan proses produksinya. Selain pada peralatan yang canggih juga pada proses penjualan yang bisa dilakukan secara mendunia melalui internet atau jaringan elektronik lainnya yang menjadikannya sebagai peluang yaitu dengan menjualkan produknya di berbagai e-commerce yang harus bisa kita manfaatkan dengan baik agar bisa meningkatkan penjualan.

3)Peran pemerintah untuk mendukung pembiayaan usaha, Pemerintah mempunyai peran penting dalam mendukung pembiayaan usaha kecil dan menengah (UMKM), sehingga banyak program pemerintah yang disediakan untuk UMKM dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan. Tak hanya itu pemilik home industri sandal ini juga ditawari program KUR oleh penyalur seperti Bank BRI. Bank milik negara ini menawarkan beragam jenis pinjaman yang bisa dimanfaatkan bagi UMKM, salah satunya Kredit Usaha Rakyat (KUR). BRI menawarkan bunga KUR sebesar 6 persen dengan jangka waktu pelunasan 3-5 tahun. Selain itu pinjaman KUR BRI juga bebas biaya administrasi dan provisi. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) ini merupakan salah satu program pemerintah dalam meningkatkan akses pembiayaan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang disalurkan

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan. Program ini merupakan peluang bagi pemilik usaha agar bisa mengembangkan usahanya dan ditujukan bagi para pelaku UMKM yang terkendala secara financial.

4)Potensi pasar yang cukup besar, Sebagai pelaku usaha, tentunya menginginkan usaha yang dijalankan dapat berkembang pesat dan memberikan banyak keuntungan financial. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan suatu strategi pemasaran yang tepat dan efektif, seperti penentuan segmentasi pasar. Segmentasi pasar adalah suatu strategi untuk mengenali target kosumen lebih dalam sehingga usaha bisa dijalankan dengan langkah yang tepat. Dengan penentuan segmen pasar yang tepat kita bisa mengetahui produk yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan konsumen ataupun perilakunya agar mampu mengenali konsumen tersebut dengan lebih baik. Melakukan segmentasi pasar itu sendiri bisa membuka peluang yang lebih besar terhadap pertumbuhan bisnis.

5)Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat, Terlihat bahwa penduduk dan jumlah usia produktif masih terus meningkat setiap tahunnya. Jumlah penduduk yang meningkat dan perubahan gaya hidup masyarakat akan menyebabkan permintaan sandal yang bermacam macam semakin meningkat juga. Ini akan menjadi prospek yang baik bagi para pengusaha sandal, karena produk yang dihasilkan harus bisa bervariasi mulai dari usia anak-anak hingga orang dewasa dan bahkan orang tua agar usahanya tetap berjalan dan bisa maju.

d.Identifikasi Faktor Ancaman (Threats)

Ancaman adalah situasi eksternal yang dapat mengancam dan menghambat perkembangan suatu perusahaan/organisasi. Faktor-faktor yang berpotensi mengancam Home Industri Kreatif Jaya adalah sebagai berikut:

1)Munculnya pesaing baru dengan harga jual di bawah pasaran, Persaingan tidak hanya terjadi antar pengrajin sandal dari daerah lain, bahkan antar pengusaha sandal yang sama di Desa Gresikan pun memiliki persaingan yang tidak sehat untuk menurunkan harga jual sandal di bawah pasaran. Banyaknya pesaing baru yang bermunculan membuat para pengusaha berpikir keras bagaimana produk mereka nantinya akan terus berjalan. Pengusaha harus membuat strategi untuk menghadapi pesaing mereka dalam persaingan harga yang semakin ketat karena ini jelas merupakan ancaman.

2)Harga bahan baku yang tidak menentu, Pengusaha sandal di Desa Gresikan ini sangat dipengaruhi oleh harga bahan baku yang tidak menentu, sehingga mereka harus pandai mengatur keuangan mereka dengan bijak agar bisa bertahan dan berkembang dalam usahanya. Pengusaha mengatakan bahwa kenaikan harga bahan baku tidak berpengaruh pada harga jual produknya, sehingga mereka harus membuat strategi yang tepat untuk bertahan dalam keadaan yang semakin tidak menentu ini. Diharapkan pengusaha sandal akan dilindungi dengan adanya kebijakan pemerintah daerah yang menetapkan harga bahan baku dari pemasok.

3)Perubahan selera konsumen yang begitu cepat, Perkembangan pola dan gaya hidup masyarakat saat ini yang begitu cepat tentunya bisa dimanfaatkan oleh pengusaha sandal ini. Karena dengan perubahan selera konsumen yang begitu cepat tentunya produk sandal yang lama itu nantinya akan tidak laku dan tertimbun dengan model-model yang baru. Salah satu kunci utama dari produk sandal adalah modelnya yang unik dan disukai oleh trend pasar yang tentunya akan laku terus di pasaran.

4)Pesaing memiliki merk sandal yang terkenal, Pesaing utama dari home industri sandal Kreatif Jaya ini adalah produk-produk sandal dari luar negeri yang menggunakan teknologi modern untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau. Misalnya, produk sandal asal China yang harganya akan jauh lebih murah dibandingkan produk sandal dari home industri ini. Dengan harga sandal yang lebih murah ini kita sudah bisa mendapatkan kualitas sandal yang cukup baik.

5)Produk pesaing yang bisa meniru desain produk, Berdasarkan wawancara terhadap pemilik home industri tersebut bahwa pesaing bisa meniru desain produk dari home industri ini. Pemilik home industri ini mengatakan jika produk usaha kita ditiru oleh orang lain, hal tersebut bukanlah langkah untuk mundur, melainkan langkah untuk maju. Lagipula, persaingan adalah hal yang normal dan wajar dalam dunia berbisnis. Hal ini pastinya akan mematahkan motivasi kita untuk menciptakan ide yang bagus dan dengan adanya persaingan inilah yang akan mendorong kita untuk lebih berinovasi lagi demi memperbaiki kualitas produk yang lebih baik. Dan pemilik home industri juga mengatakan bahwa mereka yang meniru produk kita tentunya tidak memiliki kreativitas tersendiri.

2.Analisis Matriks IFE dan EFE

Pada analisis matriks IFE dan EFE kita akan menilai dua buah matriks. Pertama, adalah Internal Factor Evaluation (IFE) yaitu matrik yang membantu menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan perusahaan dari dalam perusahaan, seperti yang ditunjukkan oleh faktor kekuatan dan kelemahan yang ada. Kedua adalah Eksternal Factor Evaluation (EFE) yaitu matriks yang membantu menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan perusahaan dari luar perusahaan, seperti yang ditunjukkan oleh faktor peluang dan ancaman yang ada pada perusahaan [33]. Di dalam matriks IFE dan EFE terdapat data yang diperoleh dari wawancara langsung terhadap pemilik usaha guna untuk mengetahui besarnya skor yang akan dijadikan strategi pada home industri sandal ini. Perhitungan matriks IFE dan EFE sendiri adalah proses pengolahan data bobot dan rating pada setiap faktor.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

| No | Faktor Internal | Bobot | Rating | Skor |
|---|---|---|---|---|
| | Kekuatan (Strengths) | | | |
| 1. | Mempunyai kualitas produk yang baik | 0,13 | 4,00 | 0,50 |
| 2. | Bahan bakunya mudah didapat | 0,10 | 4,00 | 0,42 |
| 3. | Memiliki konsumen yang tetap | 0,08 | 3,50 | 0,29 |
| 4. | Memiliki hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku | 0,10 | 4,00 | 0,42 |
| 5. | Memiliki Sumber Daya Manusia (pekerja) yang baik | 0,08 | 4,50 | 0,38 |
| | Jumlah | 0,50 | | 2,00 |
| | Kelemahan (Weakness) | | | |
| 1. | Keterbatasan modal | 0,13 | 2,50 | 0,31 |
| 2. | Mesin / peralatan yang masih sederhana | 0,13 | 2,00 | 0,25 |
| 3. | Tempat produksi yang kurang memadai | 0,10 | 2,00 | 0,21 |
| 4. | Kekurangan pekerja yang membuat hasil produksi tidak menentu | 0,08 | 1,50 | 0,13 |
| 5. | Kurangnya kegiatan promosi sehingga ada yang belum mengenal produknya | 0,06 | 2,00 | 0,13 |
| | Jumlah | 0,50 | | 1,02 |
| | Total | 1,00 | | 3,02 |

**Table 1.** *Internal Factor Evaluation Matriks*

Berdasarkan hasil dari matriks IFE Home Industri Kreatif Jaya dapat dilihat pada Tabel 1. menunjukkan bahwa masing-masing elemen memiliki skor kekuatan total 2,00 dan skor kelemahan total 1,02. Dari perhitungan analisis diatas sebesar 3,02. Dapat dilihat bahwa faktor kekuatan nilai tertinggi adalah mempunyai kualitas produk yang baik dengan skor sebesar 0,50. Sedangkan dari faktor kelemahan nilai tertinggi adalah keterbatasan modal dengan skor sebesar 0,31. Maka dari itu home industri Kreatif Jaya ini harus memanfaatkan kekuatan secara maksimal dengan cara meningkatkan kualitas produknya secara terus menerus guna untuk meningkatkan penjualan. Dan dari faktor kelemahan ini pemilik home industri harus bisa memanfaatkan peran pemerintah guna untuk meningkatkan modal usaha.

| No | Faktor Eksternal | Bobot | Rating | Skor |
|---|---|---|---|---|
| | Peluang (Opportunities) | | | |
| 1. | Kemampuan berinovasi mengikuti trend yang ada | 0,08 | 3,50 | 0,27 |
| 2. | Perkembangan teknologi yang semakin canggih | 0,12 | 4,50 | 0,52 |
| 3. | Peran pemerintah untuk mendukung pembiayaan usaha | 0,10 | 3,00 | 0,29 |
| 4. | Potensi pasar yang cukup besar | 0,12 | 4,50 | 0,52 |
| 5. | Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat | 0,12 | 4,50 | 0,52 |

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Jumlah | 0,52 | | 2,12 |
| | Ancaman (Threats) | | | |
| 1. | Munculnya pesaing baru dengan harga jual di bawah pasaran | 0,08 | 2,50 | 0,19 |
| 2. | Harga bahan baku yang tidak menentu | 0,12 | 2,00 | 0,23 |
| 3. | Perubahan selera konsumen yang cepat | 0,12 | 2,50 | 0,29 |
| 4. | Pesaing memiliki merk sandal yang terkenal | 0,08 | 2,00 | 0,15 |
| 5. | Produk pesaing yang cenderung bisa meniru desain produk | 0,10 | 1,50 | 0,14 |
| | Jumlah | 0,48 | | 1,01 |
| | Total | 1,00 | | 3,13 |

**Table 2.** *External Factor Evaluation Matriks*

Berdasarkan hasil dari matriks EFE Home Industri Kreatif Jaya dapat dilihat pada Tabel 2. menunjukkan bahwa masing-masing elemen memiliki skor peluang total 2,12 dan skor ancaman total 1,01. Dari perhitungan analisis diatas sebesar 3,13. Dapat diketahui bahwa faktor peluang pada home industri sandal ini yaitu perkembangan teknologi yang semakin canggih, potensi pasar yang cukup besar, dan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat sebesar 0,52. Sedangkan pada faktor ancaman nilai tertinggi adalah perubahan selera konsumen yang begitu cepat dengan skor 0,29. Maka dari itu home industri Kreatif Jaya ini harus memanfaatkan peluang dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin canggih guna untuk meningkatkan penjualan seacara offline juga memulai penjualan secara online, potensi pasar yang cukup besar maksudnya yaitu dengan mengikuti event-event pada pameran hasil industri merupakan peluang untuk mempromosikan produk, pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat merupakan prospek ke depan bagi pengusaha karena produk yang dihasilkan harus bisa bermacam macam dari segi usia. Dan pada faktor ancaman ini sendiri pemilik usaha harus mengetahui trend pasar saat ini sehingga tidak kalah bersaing dengan produk sandal dari home industri lain.

3.Analisis Matriks SWOT

Setelah memperoleh matriks IFE dan EFE, maka dapat melanjutkan dengan memasukkan data yang ada pada matriks IFE dan EFE ke dalam analisis matriks SWOT. Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan beberapa alternatif strategi yang bisa diterapkan dalam mengembangkan suatu usaha. Berdasarkan identifikasi faktor strategi pada Home Industri Kreatif Jaya di Desa Gresikan Kecamatan Krian, maka dapat dirumuskan Matriks SWOT yang disajikan pada tabel berikut.

| | | | |
|---|---|---|---|
| IFAS EFAS | Strength (S) 1. Mempunyai kualitas produk yang baik 2. Bahan bakunya mudah didapat 3. Memiliki konsumen yang tetap 4. Memiliki hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku 5. Memiliki Sumber Daya Manusia (pekerja) yang baik | Weakness (W) 1. Keterbatasan modal 2. Mesin / peralatan yang masih sederhana 3. Tempat produksi yang kurang memadai 4. Kekurangan pekerja yang membuat hasil produksi tidak menentu/produk terbatas 5. Kurangnya kegiatan promosi sehingga orang tidak tahu produknya | |

**Table 3.** *Matriks SWOT Home Industri Kreatif Jaya*

| | | |
|---|---|---|
| Opportunities (O) 1. Kemampuan berinovasi mengikuti trend 2. Perkembangan teknologi yang semakin canggih 3. Peran pemerintah untuk mendukung pembiayaan usaha 4. Potensi pasar yang cukup besar 5. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat | Strategi SO 1. Mempertahankan kualitas produk dengan mengikuti trend yang laku di pasaran untuk menarik perhatian konsumen 2. Menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen untuk mempertahankan segmentasi pasar yang besar agar dapat terus bertahan dalam mengembangkan usaha 3. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia yang terlatih dengan | Strategi WO 1. Mengikuti event-event besar pada waktu tertentu untuk memaksimalkan kegiatan promosi 2. Memanfaatkan peran pemerintah untuk meningkatkan modal usaha dan juga untuk mengembangkan usahanya 3. Memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin canggih guna untuk meningkatkan penjualan seacara offline juga memulai penjualan |


Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

| | | |
|---|---|---|
| | memberikan pelatihan secara mendalam guna untuk menghasilkan produk berkualitas dan menjadikan usaha bisa berkembang lebih maju 4. Selalu melakukan inovasi-inovasi produk baru agar konsumen memiliki variasi dalam memilih produk sehingga dapat mempertahankan konsumen tetap 5. Menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku agar bahan baku yang kita butuhkan bisa dengan mudah kita dapat karena kedekatan dengan pemasok bahan baku akan mempengaruhi tingkat persediaan bahan bakunya | secara online 4. Menggunakan mesin dan peralatan yang lebih modern sehingga hasil produksi bisa lebih meningkat 5. Menambah jumlah pekerja supaya hasil produksi bisa lebih banyak dan agar dapat memenuhi permintaan konsumen |
| Threats (T) 1. Munculnya pesaing baru dengan pelayanan yang lebih baik dan harga jual yang lebih rendah dari pasaran 2. Harga bahan baku yang tidak menentu 3. Perubahan selera konsumen yang cepat 4. Pesaing memiliki merk sandal yang terkenal 5. Produk pesaing yang cenderung bisa meniru desain produk | Strategi ST 1. Memberi hak paten terhadap desain produk untuk mencegah pesaing menirunya 2. Meningkatkan desain dan motif produk agar lebih menarik konsumen dari brand yang terkenal 3. Perubahan selera konsumen yang begitu cepat membuat pengrajin harus melakukan inovasi terus menerus agar tidak ketinggalan jaman 4. Melakukan survey terhadap harga pasaran bahan baku produksi agar bisa menentukan harga jual produk yang dihasilkan 5. Mempertahankan kualitas produk dengan meningkatkan pelayanan terhadap waktu pengerjaan produk untuk dijadikan keunggulan dalam menekankan persaingan | Strategi WT 1. Menetapkan harga jual dan menjadikannya lebih terjangkau bagi konsumen agar mampu bersaing dengan harga pesaing 2. Meningkatkan aktivitas promosi guna untuk menghadapi pesaing-pesaing baru yang lebih menarik 3. Melakukan peminjaman modal ke lembaga perbankan untuk meningkatkan sarana dan prasarana produksi 4. Menawarkan harga yang bersaing dari brand sandal yang terkenal 5. Menciptakan produk yang inovatif dengan tetap mempertahankan ciri khas pada home indusri sandal ini agar tidak bisa ditiru oleh pesaing lain |
| | | |
| | | |

**Table 4.**

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dirumuskan empat macam strategi dalam mengembangkan Home Industri Kreatif Jaya di Desa Gresikan guna untuk meningkatkan pendapatan, yaitu strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman).

4.Analisis Tabel Bobot Skor

Setelah melakukan analisis terhadap strategi yang telah ditetapkan yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah memilih salah satu dari keempat strategi yang telah ditetapkan dalam meningkatkan pendapatan pada pengrajin sandal di Desa Gresikan Kecamatan Krian yang dapat dilihat dari perhitungan jumlah total skor masing-masing strategi. Dimana strategi dengan skor tertinggi yang dapat dipakai oleh home industri Kreatif Jaya, seperti yang diuraikan pada tabel berikut:

| Internal Eksternal | Strengths (kekuatan) | Weakness (kelemahan) |
|---|---|---|
| Opportunities (peluang) | Strategi SO Total Skor 4,12 | Strategi WO Total Skor 3,14 |
| Threat (ancaman) | Strategi ST Total Skor 3,01 | Strategi WT Total Skor 2,03 |
| | | |

**Table 5.** *Tabel Bobot Skor*

Perhitungan untuk SO = total skor Strengths (kekuatan) + total skor Opportunities (peluang) = 2,00 + 2,12 = 4,12

Perhitungan untuk WO = total skor Weakness (kelemahan) + total skor Opportunities (peluang) = 1,02 + 2,12 = 3,14

Perhitungan untuk ST = total skor Strengths (kekuatan) + total skor Threat (ancaman) = 2,00 + 1,01 = 3,01

Perhitungan untuk WT = total skor Weakness (kelemahan) + total skor Threat (ancaman) = 1,02 + 1,01 = 2,03

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

Berdasarkan hasil tabel bobot skor pada matriks SWOT dapat terlihat bahwa strategi SO yang memiliki skor tertinggi yaitu 4,12 dibandingkan dengan strategi lainnya, maka home industri Kreatif Jaya dapat menggunakan strategi SO untuk membantu meningkatkan pendapatannya. Maka untuk dapat meningkatkan pendapatan pada Home Industri Kreatif Jaya yang ada di Desa Gresikan Kecamatan Krian yaitu dengan memanfaatkan strategi SO (Strengths dan Opportunities) dimana strategi SO merupakan strategi yang bersumber dari faktor internal untuk memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada dari faktor eksternal. Strategi SO yang dapat dimanfaatkan oleh Home Industri Kreatif Jaya ini adalah mempertahankan kualitas produk dengan mengikuti trend yang laku di pasaran untuk menarik perhatian konsumen, menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen untuk mempertahankan segmentasi pasar yang besar agar dapat terus bertahan dalam mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang terlatih dengan memberikan pelatihan secara mendalam guna untuk menghasilkan produk berkualitas dan menjadikan usaha bisa berkembang lebih maju, selalu melakukan inovasi-inovasi produk baru agar konsumen memiliki variasi dalam memilih produk sehingga dapat mempertahankan konsumen tetap, menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku agar bahan baku yang kita butuhkan bisa dengan mudah kita dapat karena kedekatan dengan pemasok bahan baku akan mempengaruhi tingkat persediaan bahan bakunya.

Hasil penelitian yang mendukung penelitian ini dilakukan oleh [34] menyatakan bahwa dengan besarnya modal yang dikeluarkan maka semakin tinggi tingkat pendapatan yang akan diperoleh. Semakin banyak tenaga kerja yang digunakan maka akan semakin tinggi pula pendapatannya, hal ini menunjukkan bahwa tenaga kerja merupakan faktor penggerak juga faktor input yang lain, tanpa adanya tenaga kerja maka faktor produksi lain tidak akan berarti. Dengan meningkatnya produktivitas tenaga kerja akan mendorong peningkatan produksi sehingga pendapatan pun akan ikut meningkat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah jam kerja yang semakin banyak maka pendapatannya akan semakin tinggi, karena secara tidak langsung jam kerja akan membuat suatu pekerjaan akan menjadi lebih produktif dan dengan bekerja secara produktif diharapkan dapat menghasilkan pendapatan yang lebih baik. Dan dari segi harga hasil ini menunjukkan bahwa meningkat atau menurunnya harga tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang diperoleh. Penelitian lain yang dilakukan oleh [35] menyatakan bahwa faktor umur, tingkat pendidikan, dan lama usaha atau pengalaman tidak ada yang berpengaruh terhadap pendapatan pemilik home industri.

# KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan terkait strategi home industri dalam meningkatkan pendapatan pada pengrajin sandal di Desa Gresikan Kecamatan Krian adalah sebagai berikut :

1.Dari hasil analisis matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dapat diketahui bahwa faktor kekuatan nilai yang tertinggi adalah mempunyai kualitas produk yang baik. Sedangkan dari faktor kelemahan nilai tertinggi adalah keterbatasan modal. Maka dari itu home industri Kreatif Jaya ini harus memanfaatkan kekuatan secara maksimal dengan cara meningkatkan kualitas produknya secara terus menerus guna untuk meningkatkan penjualan. Dan dari faktor kelemahan ini pemilik home industri harus bisa memanfaatkan peran pemerintah guna untuk meningkatkan modal usaha.

2.Dari hasil analisis matriks EFE (External Factor Evaluation) dapat diketahui bahwa faktor peluang pada home industri sandal ini yaitu perkembangan teknologi yang semakin canggih, potensi pasar yang cukup besar, dan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat. Sedangkan pada faktor ancaman adalah perubahan selera konsumen yang begitu cepat. Maka dari itu home industri Kreatif Jaya ini harus memanfaatkan peluang dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin canggih guna untuk meningkatkan penjualan seacara offline juga memulai penjualan secara online, potensi pasar yang cukup besar maksudnya yaitu dengan mengikuti event-event pada pameran hasil industri merupakan peluang untuk mempromosikan produk, pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat merupakan prospek ke depan bagi pengusaha karena produk yang dihasilkan harus bisa bermacam macam dari segi usia. Dan pada faktor ancaman ini sendiri pemilik usaha harus mengetahui trend pasar saat ini sehingga tidak kalah bersaing dengan produk sandal dari home industri lain.

3.Strategi pendapatan yang dapat dilakukan pemilik home industri sandal ini berdasarkan matriks SWOT adalah dengan memanfaatkan strategi SO (Strengths dan Opportunities) dimana strategi SO merupakan strategi yang bersumber dari faktor internal guna untuk memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada dari faktor eksternal, dimana strategi yang dapat dimanfaatkan oleh Home Industri Kreatif Jaya ini sebagai berikut:

a.Mempertahankan kualitas produk dengan mengikuti trend yang laku di pasaran untuk menarik perhatian konsumen

b.Menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen untuk mempertahankan segmentasi pasar yang besar agar dapat terus bertahan dalam mengembangkan usaha

c.Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia yang terlatih dengan memberikan pelatihan secara mendalam guna untuk menghasilkan produk berkualitas dan menjadikan usaha bisa berkembang lebih maju

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

d.Selalu melakukan inovasi-inovasi produk baru agar konsumen memiliki variasi dalam memilih produk sehingga dapat mempertahankan konsumen tetap

e.Menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku agar bahan baku yang kita butuhkan bisa dengan mudah kita dapat karena kedekatan dengan pemasok bahan baku akan mempengaruhi tingkat persediaan bahan bakunya

# References

1. T. Afifuddin and A. Atmayanti, "Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Kemiskinan Di Provinsi Nusa Tenggara Barat: Perspektif Ekonomi Islam," J. Kompetitif Media Inf. Ekon. Pembangunan, Manaj. Dan Akunt., vol. 6, no. 1, pp. 25–42, 2020.
2. H. Naninsih and N. Hardiyono, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar," J. Apl. Manaj. Kewirausahaan MASSARO, vol. 1, no. 1, pp. 47–61, 2019.
3. I. Rohim and A. Kurniawan, "Manajemen Usaha Dan Produksi Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Carang Wulung Wonosalam," J. Community Serv., vol. 1, no. 1, pp. 23–28, 2017.
4. R. Mutiarni, "Implementasi Electronic Data Processing Pada Koperasi Wanita," Eksis J. Ris. Ekon. dan Bisnis, vol. 12, no. 2 Okt, pp. 135–148, 2017.
5. N. Inayati, "Peran home industri dalam peningkatan pendapatan ibu rumah tangga(studi kasus di home industri el-lisa hijab desa pendowosalan kecamatan kalinyamatan kabupaten jepara)," Skripsi, Jur. Ekon. Univ. Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019.
6. A. Y. Alfi, "Ekonomi Kreatif Sepatu Bordir di Sidoarjo Tahun 1995-2018," AVATARA e-Journal Pendidik. Sej., vol. 7, no. 3, pp. 1–8, 2019.
7. S. Puspa and L. Siamsa, "Individualisme, Kemauan Mengambil Resiko, Kreatifitas Dan Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Merauke," J. Ilmu Ekon. Sos., vol. 10, no. 1, pp. 8–18, 2019.
8. O. V. Nainggolan, "Analisis Kelayakan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Sepatu Dan Sandal Di Bogor," J. Bina Akuntansi, vol. 5, no. 1, pp. 101–149, 2018.
9. Imsar, "'Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan," dalam Lap. Penlitian Fak. Ekon. dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, p. h. 9–10, 2018.
10. E. Maulina, "SWOT Analysis for Business Strategies : A Case of Virage Awi in the Bamboo Craft Industries, Bandung," Indones. Rev. Integr. Bus. Econ. Res., vol. 7, no. 2, pp. 213–225., 2018.
11. G. (n. d. ). Agusman, "Analisisa SWOT," vol. 02, no. 02, pp. 84–100.
12. J. Finatri, I. Pono, and M. Jusni, "Effect Covid-19: Loyalty of Prospective Umrah Pilgrims to Umrah and Hajj Travel Companies," Hasanuddin J. Bus. Strateg., vol. 2, no. 3, pp. 31–37, 2020.
13. Suhar and Kristina, "Pemberdayaan Ekonomi Dan Bisnis Muslim Jambi," 2020.
14. B. D. L. Ansor and S. Andiana, "Pengaruh Pemberian Kredit Modal Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil ( Studi Kasus Pada PD. BPR NTB Lobar Cabang Gunungsari Tahun 2018 )," J. Kompetitif Media Inf. Ekon. Pembangunan, Manaj. Dan Akun, vol. 6, no. 2, pp. 132–149, 2020.
15. D. Nuryati and N. G. A. P. Inayati, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Kerambitan Tabanan," Maj. Ilm. Univ. Tabanan, vol. 15, no. 2, pp. 139–144, 2018.
16. I. Halik, J. Halik, M. Nurlia, H. Hardiyono, and A. Alimuddin, "The Effect of Digital Marketing and Brand Awareness on the Performance of SMEs in Makassar City," 2021.
17. I. F. Aswar, N. F. Burhanuddin, and M. K. Latiep, "Product Quality and Price on the Purchase Decision of Hawai Bakery Agents Merauke Products," Econ. Digit. Bus. Rev., vol. 1, no. 2, pp. 75–81, 2020.
18. Y. Hardiyono Hardiyono, Irdawati, Misnawati, and Bindarto, "
19. Direction of the Cost of Equity Capital in Manufacturing Companies," J. Akunt., vol. 25, no. 2, p. 314, 2021.
20. I. Fakultas, E. Dan, and B. Islam, "Strategi Home Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat Kota Binjai (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur)," J. Ilmu Manaj. dan Kewirausahaan, vol. 1, no. Desember, pp. 2774–4795, 2020.
21. T. Atmayanti and B. Dewi Lita Andiana, "Strategi Pengembangan Home Industry Era New Normal Pandemi Covid 19 Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Arjanjang Desa Selebung Ketangga, Kabupaten Lombok Timur)," JPEK (Jurnal Pendidik. Ekon. dan Kewirausahaan), vol. 5, no. 1, pp. 76–89, 2021.
22. R. N. Sucihati et al., "IKAN AIR TAWAR UNTUK MENINGKATKAN," no. 31, pp. 169–178, 2021.
23. R. N. S. Sayekti et al., "Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sentra Industri Kerajinan Alas Kaki Toyosima (Toyomarto Singosari Malang)," Eksis J. Ris. Ekon. dan Bisnis, vol. 13, no. 1, pp. 41–50, 2018.
24. E. Kurniawan STIE Haji Agus Salim Bukittinggi, "Nurfitriyenny dan Eno Kurniawan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Sepatu pada Home Industry Yap Yek di Kota Bukittinggi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Sepatu pada Home Industry Yap Yek di Kota Bukittinggi," vol. VI, pp. 47–55, 2021.
25. L. A. Tengor et al., "Strategi Pengembangan Usaha Pada Industri Konveksi Sablon Kaos Di Home Industry 35 Screen Printing Turen," J. Valtech (Jurnal Mhs. Tek. Ind., vol. 4, no. 2, 2021.
26. Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D," Alfabeta, 2017.
27. H. Hasanah, "Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)," At-Taqaddum, vol. 8, no. 1, pp. 21–46, 2017.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

28. M. R. Fadli, "Memahami desain metode penelitian kualitatif," Humanika, Kaji. Ilm. Mata Kuliah Umum, vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2021.
29. A. Rijali, "Analisis data kualitatif," Alhadharah: J. Ilmu Dakwah, vol. 17, no. 33, pp. 81–95, 2019.
30. Sudaryono, "Pengertian Dokumentasi," Alfabeta, 2017.
31. M. A. Milles and M. B. Huberman, "Qualitative Data Analysis," London Sage Publ., 1984.
32. W. L. H. Mangundjaya, "Pengembangan Organisasi: Diagnosis dan Intervensi," 2020.
33. D. karya Sri Hastutik, "Strategi Akuntansi Manajemen," 2021.
34. F. Rangkuti, "Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis," Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
35. R. S. Oktami and S. Widodo, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pengusaha di Sentra Industri Alas Kaki Wedoro Waru Kabupaten Sidoarjo," J. Econ., vol. 1, no. 2, pp. 143–162, 2020.
36. W. Andajani et al., "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Home Industri Tempe Kripik Kelompok Usaha Jajanan Khas Kabupaten Trenggalek," J. AGRIBIS, vol. 7, no. 1, pp. 16–32, 2021.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.