

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan harus memiliki strategi yang baik untuk mengarahkan perkembangannya. Strategi memungkinkan perusahaan untuk fokus pada masa depan, membentuknya secara proaktif, dan memiliki pemahaman yang jelas tentang arah yang ingin dicapai. Ini juga memudahkan proses delegasi dan kepemimpinan efektif. Strategi merupakan panduan jangka panjang yang sesuai dengan perubahan lingkungan, terutama di pasar dan pelanggan, untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan.¹

Strategi yakni sebuah keputusan kritis yang diambil guna perencanaan dan pelaksanaan tindakan guna mencapai tujuan, dengan perhatikan keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis. Menurut *Webster's New World Dictionary*, strategi juga dapat diartikan sebagai ilmu perencanaan dan pengarahan aktivitas militer dalam skala besar. Kamus Besar Bahasa Indonesia juga mendefinisikan strategi sebagai rencana teliti untuk mencapai sasaran khusus.²

Strategi juga dapat diartikan sebagai pola tindakan utama yang dipilih untuk mencapai tujuan perusahaan. Ini melibatkan serangkaian tujuan dan rencana tindakan khusus yang, jika berhasil diimplementasikan, akan memberikan keunggulan kompetitif yang diinginkan. Dengan kata lain, strategi

¹ AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014), 11.

² Jusuf Udaya, et al., *Manajemen Stratejik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 6.

adalah solusi terhadap pertanyaan bagaimana suatu perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan; dengan demikian, strategi mencakup segala langkah yang diperlukan oleh perusahaan untuk mencapai target yang telah ditentukan.³

Menurut Fredy Rangkuti dalam bukunya yang berjudul teknik pembedahan kasus bisnis analisis SWOT, strategi merupakan sebuah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam keberlangsungan jangka panjang suatu perusahaan, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.⁴ Fredy Rangkuti juga menjelaskan bahwa pengembangan bisnis yang efektif untuk meningkatkan pendapatan melibatkan analisis bisa dengan memahami kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal, perusahaan dapat merumuskan strategi yang tepat untuk ekspansi pasar, inovasi produk, dan peningkatan efisiensi operasional. Pendekatan yang terstruktur dan berbasis data ini membantu perusahaan dalam membuat keputusan yang lebih baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan.⁵

Freddy juga mengelompokkan strategi menjadi empat tipe utama yang mencakup berbagai aspek perencanaan dan pengembangan bisnis, yakni:⁶

1. Strategi manajemen melibatkan langkah-langkah makro yang dapat diambil oleh manajemen, seperti pengembangan produk, penetapan harga, akuisisi, pengembangan pasar, dan keuangan.

³ Rudianto, *Akuntansi Manajemen, Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2013), 5.

⁴ Fredy Rangkuti, *Teknik Pembedahan Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), 4.

⁵ Ibid., 7.

⁶ Ibid., 11-12.

2. Strategi investasi terkait dengan orientasi investasi, termasuk pertumbuhan agresif, penetrasi pasar, langkah-langkah bertahap, pembangunan kembali divisi baru, atau divestasi.
3. Strategi bisnis, juga dikenal sebagai strategi bisnis fungsional, berfokus pada fungsi-fungsi manajemen seperti pemasaran, produksi, distribusi, organisasi, dan keuangan.
4. Strategi pemasaran, mencakup aspek-aspek seperti peluang kepemilikan, tujuan, pengembangan strategi, perumusan rencana implementasi, dan pengawasan. Dengan mengelompokkan strategi ke dalam empat kategori ini, dapat memberikan pandangan yang komprehensif tentang berbagai aspek yang perlu dipertimbangkan dalam perencanaan bisnis dan pengambilan keputusan strategis.

Industri merupakan kegiatan ekonomi yang dapat memberikan dukungan penting bagi kesejahteraan masyarakat. Sebagai salah satu komponen utama pembangunan, industri memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan pada tingkat nasional. Selain itu, industri juga memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja.⁷

Hal ini juga berlaku untuk industri di Kabupaten Lamongan, sebuah wilayah di Jawa Timur yang terletak secara strategis. Dimana Kabupaten Lamongan menjadi kawasan yang strategis yang tergabung dalam Gerbangkertosusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan). Kabupaten Lamongan, ada di jalur pantai utara (Pantura),

⁷ Rendy Setiawan Indra, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis " (PT. Patrinsaka. Surabaya , 2017), 7.

mainkan peran kunci dalam ekonomi regional. Pertumbuhan ekonominya didukung oleh kondisi geografisnya yang menguntungkan, dan pertumbuhan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM) semakin meningkat.

Kecamatan Babat dapat dianggap sebagai pusat bisnis karena memiliki dua pasar besar yang terkenal, yaitu Pasar Lama Babat dan Pasar Agrobisnis. Selain itu, posisinya yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Tuban dan Kabupaten Bojonegoro juga turut mendorong pertumbuhan ekonomi yang pesat di daerah ini.⁸ Desa Tritunggal di Kecamatan Babat, telah berkembang menjadi sebuah sentra pengrajin konveksi yang berhasil menguasai pangsa pasar nasional. Sejarahnya mencatat bahwa sentra pengrajin konveksi ini dimulai pada tahun 1985 dengan beberapa *home industry*. Saat ini, jumlah pengrajin atau *home industry* telah mencapai 150 pengusaha, yakni:

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengrajin atau *home industry* Konveksi
Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan
Tahun 2023

No	Nama	Alamat	Tenaga Kerja	No	Nama	Alamat	Tenaga Kerja
1	A Makin	RT 6	3	76	Khoiriyah	RT 8	1
2	Abd Karim	RT 7	3	77	Khoiron Syakur	RT 8	7
3	Abd Malik	RT 7	4	78	Kholifah	RT 7	2
4	Abdul Basith	RT 6	4	79	Komari	RT 1	2
5	Abdul Maarif	RT 6	3	80	Kosim	RT 7	2
6	Abdul Majid	RT 5	4	81	Kusen Untung	RT 8	2
7	Abdul Manaf	RT 6	4	82	Kusnan	RT 5	3
8	Abdul Salam	RT 7	3	83	Kuswadi	RT 7	3
9	Abdul Wahid	RT 6	2	84	Lestariyanto	RT 7	2
10	Adi Suwono	RT 5	4	85	M Yunus	RT 4	3
11	Agik	RT 6	2	86	M Yusuf	RT 5	4
12	Agus	RT 6	2	87	M. Syafiq Ridho	RT 6	13
13	Agus S.	RT 4	4	88	Mad Jayin	RT 4	8

⁸ Nurulia Azizah/Economics Development Analysis Journal 3 (2) (2014).

14	Ali Chuzi	RT 6	1	89	Madiman	RT 5	4
15	Ali Erfan	RT 8	3	90	Mashudi	RT 7	3
16	Ali Fauzi	RT 7	6	91	Mastur Efendi	RT 7	2
17	Ali Sohieb	RT 5	5	92	Mauludin Niam	RT 7	2
18	Ali Yakub	RT 8	2	93	Mudlofar	RT 6	8
19	Amin	RT 6	3	94	Muhammad Nur	RT 7	2
20	Anam	RT 8	2	95	Mukhsan	RT 6	3
21	Arifin	RT 7	3	96	Mukmin	RT 6	3
22	Ashari	RT 6	3	97	Munalik	RT 8	2
23	Asikin	RT 8	3	98	Munawir	RT 6	2
24	Asmaiyah	RT 5	2	99	Muntari	RT 7	2
25	Baidlowi	RT 7	2	100	Nafsin	RT 6	2
26	Beni Muzakir	RT 7	2	101	Naim	RT 6	3
27	Budi Asmin	RT 4	6	102	Nasik	RT 6	2
28	Budiono Yasak	RT 8	2	103	Nukman Jaelani	RT 7	2
29	Chumaidi	RT 5	2	104	Nur Rohim, SPd.	RT 5	2
30	Dedi Sumarso	RT 6	4	105	Nurhalim	RT 8	2
31	Djoko	RT 6	2	106	Nursalam	RT 4	2
32	Djuri AR	RT 5	4	107	Nurul Huda	RT 3	3
33	Faizin	RT 7	1	108	Purnomo	RT 5	4
34	Fathoni	RT 6	2	109	Roikhan	RT 5	3
35	Fathun	RT 6	3	110	Roikhatun Nisa	RT 4	8
36	H. Abdullah	RT 10	4	111	Rulyati	RT 7	1
37	H. Abu Amar	RT 5	3	112	Rustamaji	RT 7	2
38	H. Ali Fauzi	RT 6	5	113	Salim Arafat	RT 8	3
39	H. Aris Fiyanto	RT 7	47	114	Slamet	RT 5	2
40	H. Budairi	RT 7	5	115	Slamet,H.	RT 5	3
41	H. Farid	RT 8	4	116	Sri K. S.Ag	RT 6	20
42	H. Kariono	RT 6	5	117	Subandi	RT 8	6
43	H. Kisbul	RT 6	9	118	Sudarmaji	RT 6	5
44	H. Masdai	RT 5	2	119	Sudarmulin	RT 6	4
45	H. Masyhudan	RT 6	5	120	Sukardi	RT 8	1
46	H. Minarto	RT 7	4	121	Sukarjo	RT 8	1
47	H. Muanam	RT 6	5	122	Sulaiman	RT 8	1
48	H. Nurhamid	RT 6	5	123	Sulaiman	RT 10	2
49	H. Sholeh	RT 6	4	124	Sumardi	RT 6	2
50	H. Sudarmaji	RT 7	2	125	Sumarni	RT 8	3
51	H. Sutiono	RT 6	3	126	Suminto	RT 5	2
52	H. Syahid Ami	RT 6	22	127	Sunarso	RT 8	3
53	H. Teguh I.	RT 6	5	128	Sunarto	RT 6	1
54	H. Thoyifur	RT 6	8	129	Sunarto	RT 8	3
55	H. Wahid	RT 8	7	130	Sunaryo	RT 6	7
56	H. Warsiman	RT 8	8	131	Supriyono	RT 7	2

57	H. Zainal Milla	RT 6	5	132	Sutar Efendi	RT 6	4
58	Hamzah	RT 6	3	133	Sutin	RT 7	1
59	Heri	RT 8	2	134	Sutiyem	RT 8	2
60	Hisbullah	RT 6	5	135	Suud	RT 6	3
61	Hj. Jini	RT 4	6	136	Suwoto	RT 8	2
62	Idris	RT 7	7	137	Suyuthi	RT 6	2
63	Ikhsan	RT 6	4	138	Toni Ali K.	RT 6	5
64	Imam Sunaryo	RT 7	2	139	Ujang	RT 7	2
65	Imam Syafii	RT 7	2	140	Umar	RT 7	2
66	Iskatam	RT 6	4	141	Uswatun	RT 6	1
67	Isti Nafiah	RT 5	3	142	Waras Hz	RT 4	2
68	Istiqomah	RT 8	3	143	Wartono	RT 6	2
69	Jaining	RT 6	2	144	Wasis Suprpto	RT 5	3
70	Jumain	RT 7	3	145	Yacub Sibi	RT 6	3
71	Kahar Muzakir	RT 5	4	146	Yon Mariono	RT 7	3
72	Karjono	RT 7	2	147	Yono Hadi S.	RT 8	4
73	Kartono	RT 5	5	148	Yoppy	RT 6	1
74	Kasnan	RT 6	4	149	Zamroni	RT 7	2
75	Khalim	RT 9	2	150	Zulianto	RT 6	3

Sumber : Dokumen Pemerintah Desa Tritunggal Babat Tahun 2023

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemilik *home industry* atau pengrajin konveksi terbesar di Desa Tritunggal yakni industri konveksi milik H. Aris Fiyanto. Adapun Bapak H. Aris Fiyanto memiliki industri konveksi dengan nama CV. Konveksi *Star Nine*. Sebagai pemilik terbesar, Konveksi *Star Nine* memiliki peran signifikan dalam industri konveksi di Desa Tritunggal. Konveksi *Star Nine* sendiri mampu menyerap tenaga kerja sebanyak minimal 47 orang, yang terdiri dari penduduk lokal di daerah sekitar Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan dan pekerja dari luar daerah.

Keberhasilan yang sudah diraih tersebut telah mengakibatkan pertumbuhan ekonomi yang pesat di Desa Tritunggal Babat Kabupaten Lamongan, menciptakan peluang kerja baik untuk warga lokal maupun dari luar desa. Desa

Tritunggal juga memiliki dampak positif pada perekonomian daerah sekitarnya. Sentra konveksi ini juga memiliki beberapa pemasok bahan baku yang menyediakan berbagai jenis kain, memastikan bahwa kebutuhan bahan baku untuk para pengrajin konveksi dapat terpenuhi. Para pengrajin, baik yang berskala kecil, menengah, maupun besar, mampu menerima pesanan berbagai jenis fashion, termasuk *fashion* formal, informal, dan lainnya.

Menurut penelitian yang sudah dilaksanakan oleh Nurul Azizah, menjelaskan bahwa industri konveksi di Desa Tritunggal Kabupaten Lamongan tidak hanya mencakup pasar lokal, tetapi juga telah mencapai seluruh wilayah yang ada di Indonesia, termasuk wilayah seperti Kalimantan, Maluku, Sulawesi, Sumatera, hingga Papua. Omzet penjualan rata-rata per unit usaha mikro (UKM) mencapai antara 60 juta hingga 100 juta rupiah per bulan. Penting dicatat bahwa peningkatan signifikan dalam omzet penjualan terjadi menjelang pemilu, pemilihan kepala daerah (pilkada), dan awal tahun ajaran sekolah, mencerminkan respons pasar terhadap kebutuhan khusus pada periode tersebut.⁹

Perkembangan signifikan dalam industri *fashion* Indonesia terlihat dari peningkatan nilai ekspor produk *fashion* nasional sebesar 10,48%, dari 11,28 miliar USD pada 2012 menjadi 16,24 miliar USD pada akhir 2016. Selama periode Januari-Juni 2017, transaksi ekspor produk *fashion* mencapai 7,9 miliar USD atau setara dengan Rp 102,7 triliun (dengan kurs Rp 13 ribu).

Negara-negara tujuan ekspor utama termasuk Amerika Serikat, Swiss, Jepang,

⁹ Nurulia Azizah, "Model Pengembangan Industri Kecil Konveksi Melalui APIK (Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi) di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan", *Economics Development Analysis Journal*, 3 (2) 2014.

Singapura, dan Jerman. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia mengidentifikasi industri konveksi sebagai salah satu sektor yang memiliki potensi untuk dikembangkan agar dapat menambah nilai dan bersaing di pasar global. Pertumbuhan industri kreatif di Indonesia, yang titikberatkan pada penciptaan barang dan jasa serta mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual, menjadi bagian integral dari industri konveksi.

Industri konveksi, sebagai salah satu subsektor dari industri kreatif, mencakup usaha kreatif yang terkait dengan desain pakaian, alas kaki, aksesoris, produksi pakaian dan aksesoris, serta konsultasi dan distribusi produk fashion. Dengan adanya fokus pada industri konveksi di Indonesia, tercipta peluang untuk terus meningkatkan daya saing di pasar global dan memberikan nilai tambah bagi produk-produk *fashion* nasional.¹⁰

Berdasarkan tabel 1.1 di atas sangat banyak pengrajin yang ada di Desa Tritunggal, lalu peneliti disini akan membandingkan 5 (lima) industri konveksi yang ada di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan yakni:

Tabel 1.2
Perbandingan Beberapa Usaha Industri Konveksi
di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan

No	Nama Usaha Konveksi	Tahun Berdiri	Produksi Konveksi dan jumlah karyawan
1	Konveksi <i>Star Nine</i>	2004	a. Memiliki 47 karyawan dengan sistem kerja ada yang harian dan borongan. b. Rata – rata pesanan dalam satu bulan sebanyak 5000 – 10.000 biji/pcs. c. Pesanan : Seragam sekolah, batik, almamater, busana muslim, kaos, jaket.

¹⁰ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), “Kepada BPJPH Sosialisasikan Undang-Undang JPH Pada Pelaku Usaha”, Diakses pada www.kemenag.go.id, diakses pada November 2019.

2	Scorpio Kaos	1990	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki 15 karyawan sistem kerja borongan dan juga harian. b. Rata – rata permintaan pesanan dalam satu bulan 4000 – 7000 biji/pcs. c. Pesanan : Kaos, batik, celana, batik, seragam sekolah.
3	Tiga Garda Konveksi	2002	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki 17 karyawan sistem kerja borongan dan juga harian. b. Rata – rata permintaan pesanan dalam satu bulan 4000 – 6000 biji/pcs. c. Pesanan meliputi: Kaos, batik, celana, batik, seragam sekolah.
4	Hamas Konveksi	1993	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki 10 karyawan sistem kerja borongan dan juga harian. b. Rata – rata permintaan pesanan dalam satu bulan 300 – 4000 biji/pcs. c. Pesanan : Kaos, batik, celana, batik, seragam sekolah.
5	Syahid Konveksi	1883	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki 20 karyawan sistem kerja borongan dan juga harian. b. Rata – rata permintaan pesanan dalam satu bulan 3500 – 5000 biji/pcs. c. Pesanan :Kaos, batik, celana, batik, seragam sekolah, almamater.

Sumber: Data observasi Lapangan di Desa Tritunggal¹¹

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, terlihat bahwa Konveksi *Star Nine* adalah usaha dengan sejarah yang cukup panjang dan mampu menghasilkan produksi antara 5000 hingga 10.000 biji/pcs per bulan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Konveksi *Star Nine* memiliki keunggulan dibandingkan dengan konveksi lainnya di Desa Tritunggal, Kecamatan Babat, Kabupaten Lamongan. Oleh karena itu, peneliti memilih Konveksi *Star Nine* sebagai objek penelitian.

Konveksi *Star Nine*, yang dimiliki oleh H. M. Aris Fiyanto, S.Sos.I, tepatnya berlokasi di Dusun Beton, Desa Tritunggal, Rt.07 Rw.04, Kecamatan

¹¹ Data Observasi Lapangan di Desa Tritunggal , Observasi 19 Januari 2022

Babat, Kabupaten Lamongan. Usaha Konveksi *Star Nine* telah berdiri sejak tahun 2004 dan masih eksis hingga saat ini di tengah persaingan yang ada.

Sejak didirikan pada tahun 2004, Konveksi *Star Nine* juga telah mengalami perkembangan bisnis yang signifikan. Dimulai dengan fasilitas yang kecil dan tenaga kerja yang terbatas, usaha ini berhasil memperluas kapasitas produksinya seiring meningkatnya permintaan konsumen. Kini, Konveksi *Star Nine* mempekerjakan lebih dari 47 karyawan. Oleh karena itu, sebagai industri konveksi yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, Konveksi *Star Nine* awalnya hanya memiliki tempat yang kecil dan memiliki hanya sedikit tenaga kerja saja. Namun, karena meningkatnya permintaan dari konsumen akan usaha yang dilaksanakannya, pemilik usaha memutuskan untuk memperluas tempat usaha dan berhasil mempekerjakan lebih dari 47 pekerja, dengan sebagian besar berasal dari Desa Tritunggal sendiri. Hal ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi di Desa Tritunggal, tetapi juga memberikan pekerjaan kepada banyak warga yang sebelumnya menganggur.

Adapun peningkatan pendapatan penjualan yang ada di industri Konveksi *Star Nine* Desa Tritunggal pada tahun 2022 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Jumlah Pendapatan Penjualan Bahan Baku Konveksi dan Pendapatan Pesanan di Industri Konveksi *Star Nine* Tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah Pendapatan Penjualan
1.	Januari	Rp. 105.500.000
2.	Februari	Rp. 125. 000.000
3.	Maret	Rp. 130. 550.000
4.	April	Rp. 133. 625.000

5.	Mei	Rp. 191. 430.000
6.	Juni	Rp. 216. 000.000
7.	Juli	Rp. 237. 600.000
8.	Agustus	Rp. 191. 700.000
9.	September	Rp. 167. 270.000
10.	Oktober	Rp. 175. 500.000
11.	November	Rp. 183. 600.000
12.	Desember	Rp. 189. 000.000

Sumber : Konveksi *Star Nine* Desa Tritunggal¹²

Pada tabel 1.3 di atas terlihat bahwa pendapatan penjualan Konveksi *Star Nine* mengalami variasi tiap bulannya, dengan peningkatan pada bulan-bulan awal tahun ajaran atau pemilu, namun terkadang juga mengalami penurunan. Meskipun demikian, strategi pengembangan usaha industri Konveksi *Star Nine* masih perlu diperkuat, dan pengusaha harus bekerja keras dalam mengimplementasikan strategi pengembangan untuk maksimalkan pendapatan ekonomi dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Keterkaitan penulis dengan penelitian ini adalah karena industri Konveksi *Star Nine* memiliki dampak signifikan terhadap mata pencaharian warga desa, di mana sekitar 80% dari penduduk desa terlibat sebagai pengrajin industri konveksi. Hal tersebut bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.4
Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan

Nama	Pekerjaan Sebelumnya	Pendapatan (Rp)	Pekerjaan Sesudah Bekerja di Konveksi <i>Star Nine</i>	Pendapatan (Rp)
Luluk	Admin Toko	1.000.000	Sekretaris	4.000.000
Fatkhul	Tukang Bangunan	1.200.000	Kepala Mandor	3.000.000
Vita	Ibu Rumah Tangga	0	Karyawan/Penjahit	2.500.000

¹² Data Observasi Lapangan di Desa Tritunggal , Observasi 19 Januari 2022.

Ghozi	Penjaga Toko Burung	1.200.000	Karyawan Percetakan Sablon	2.500.000
Kamal	Mahasiswa	0	Operator Mesin	2.800.000

Sumber: Data Wawancara di Konveksi *Star Nine* Desa Tritunggal¹³

Namun, pengelolaan usaha ini dinilai kurang terencana dan kurang terorganisir, dengan satu orang yang mengendalikan semua aspek dari input, proses, hingga output. Selain itu, usaha ini tidak memiliki target atau evaluasi tahunan, meskipun telah beroperasi selama dua puluh tahun. Pemasaran yang masih terbatas pada konsumen yang datang sendiri dan langganan juga menjadi faktor yang memengaruhi pendapatan yang kurang maksimal, dan oleh karena itu, strategi pengembangan usaha perlu diperbaiki untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Penerapan strategi pengembangan jadi aspek krusial dalam pengelolaan usaha industri konveksi. Pemilik usaha mengemban peran penting dalam mengelola dari tahap awal hingga usahanya berkembang. Dalam mengelola, pemilik harus mengadopsi strategi dan inovasi baru untuk menjawab tantangan perkembangan zaman serta memenuhi kebutuhan masyarakat, sambil tetap bersaing dengan pesaing dan memberikan layanan terbaik kepada konsumen.

Penting untuk mengembangkan potensi industri konveksi di bidang fashion karena sektor kreatif ini memiliki potensi memberikan kontribusi ekonomi yang besar, menjadi sumber devisa negara yang signifikan, menciptakan iklim bisnis yang positif, dan membangun citra serta identitas bangsa. Upaya untuk mendorong pertumbuhan industri ini melibatkan arahan yang edukatif, pemberian penghargaan kepada individu kreatif, dan penciptaan

¹³ Data Wawancara di Konveksi *Star Nine* Desa Tritunggal, Tanggal 19 Januari 2022

iklim usaha yang mendukung.¹⁴ Dari permasalahan diatas peneliti tertarik untuk penelitian dengan judul. **“Strategi Pengembangan Bisnis Industri Konveksi dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Tritunggal (Studi Konveksi *Star Nine* Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan tersebut, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis industri Konveksi *Star nine*?
2. Bagaimana strategi pengembangan bisnis industri Konveksi *Star Nine* dalam meningkatkan pendapatan masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana strategi pengembangan bisnis industri Konveksi *Star Nine*.
2. Untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis industri Konveksi *Star Nine* dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang dapat diperoleh bagi beberapa pihak dari penelitian ini:

1. Bagi akademik memberi kontribusi pemikiran dalam upaya memperluas wawasan dalam bidang industri khususnya potensi usaha industri Konveksi di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan.

¹⁴ Rahmawati et al, *Bisnis Usaha Kecil Menengah: Akutansi, Kewirausahaan, dan Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 73- 74.

2. Bagi penulis, dengan melakukan penelitian ini maka penulis akan memperoleh pengalaman dan pengetahuan bagaimana menganalisis permasalahan dalam bidang industri khususnya potensi usaha industri Konveksi di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan.
3. Bagi pemilik industri, Penelitian ini dapat mengembangkan potensi usaha industri Konveksi *Star Nine* di Desa Tritunggal Kabupaten Lamongan.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini akan mengemukakan hasil penelitian terdahulu dengan masalah yang akan diangkat di dalam penelitian ini. Sehingga dapat diketahui persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti. Adapun penelitian terdahulu antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian oleh upidah Handayani Tahun 2020 yang berjudul “Strategi *Home Industry* Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat Kota Binjai (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur)”.

Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa potensi dari home industri konveksi dalam peningkatan pendapatan rumah tangga masyarakat, mengetahui bagaimana peran *home* industri konveksi dalam memberdayakan rumah tangga masyarakat di Kota Binjai dan untuk mengetahui analisis SWOT strategi yang digunakan untuk peningkatan pendapatan rumah tangga masyarakat di Kota Binjai. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif penulis juga menggunakan Analisis SWOT. Berdasarkan perhitungan analisis SWOT

pada penelitian ini total IFAS adalah 3.000150 dan total EFAS adalah 3.256876 strategi peningkatan usaha home industri Konveksi Abu Bakar berada pada *Growth* konsentrasi melalui integrasi vertical yaitu strategi dengan cara *Backward integration* (Mengambil alih fungsi supplier) atau dengan cara *Forward integration* (mengambil alih fungsi distributor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan atau usaha yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industry yang berdaya tarik tinggi. Agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya.¹⁵

Persamaannya ialah sama-sama objek penelitiannya di industri konveksi dan sama-sama menggunakan strategi SWOT. Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat objek yang di teliti.

2. Penelitian yang dilaksanakan oleh Siti Roifah Tahun 2022 dengan judul “Peran Sentra Tahu dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Keniten Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.”

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Sentra Tahu di Desa Keniten mendapatkan modal dari aset pribadi dan bantuan usaha. Proses pembuatan tahu masih dilakukan secara tradisional, dan sebagian pengusaha tahu melakukan kerjasama dengan pengusaha lain yang memiliki tempat usaha. Bahan baku dibeli dari sub-agen sekitar dengan sistem nyaur gowo, dan limbah tahu dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat. Tahu dijual langsung oleh pengusaha ke pasar dan tempat wisata di Kediri maupun di

¹⁵ Mupidah Handayani, “Strategi Home Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Masyarakat Kota Binjai (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi Mencirim Binjai Timur)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2020).

luar Kediri. Sentra Tahu di Keniten memiliki peran besar dalam peningkatan pendapatan masyarakat. Dukungan dari Yayasan Baitul Maal (YBM Bank BRI) mendorong masyarakat untuk mendirikan usaha tahu dan membentuk Paguyuban Sentra Tahu Takwa Keniten Khas Kediri. Saat ini, paguyuban tersebut telah berkembang dengan sekitar 40–50 pengusaha tahu. Bertambahnya lapangan kerja dan usaha baru seperti penyedia kedelai, kayu bakar, dan plastik sablon kemasan tahu membuat pendapatan meningkat antara Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000. Pendapatan tersebut sudah cukup memenuhi kebutuhan pokok, konsumsi, kesehatan, pendidikan, tempat tinggal, bershodaqoh, dan kebutuhan lainnya.¹⁶

Persamaan dengan penelitiannya peneliti ini yakni peran sebuah usaha guna meningkatkan pendapatan masyarakat, menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya, penelitian Siti Roifah tidak fokus pada strategi pengembangan bisnis guna meningkatkan pendapatan masyarakat.

3. Penelitian yang dilaksanakan oleh Oktavianur Milasuryas Tahun 2021 yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Pada Etik Konveksi di Lampung Tengah”.

Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari survey lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai publikasi. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Dengan

¹⁶ Siti Roifah, “Peran Sentra Tahu Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Keniten Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri” (Skripsi, IAIN Kediri, 2022).

menggunakan strategi usaha ini, usaha etik konveksi merupakan usaha yang layak untuk dikembangkan.¹⁷

Persamaannya dengan penelitiannya peneliti sama-sama objek penelitiannya di industri konveksi dan sama-sama menggunakan metode pendekatan deskriptif. Perbedaan penelitian terdapat pada objek tempat penelitian dan juga penelitian ini hanya mengacu pada satu objek pengembangan saja untuk diteliti.

4. Penelitian oleh Ayu Puji Astutik Tahun 2022 dengan judul “Peran Budaya Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Konveksi CV. *Starnine* DS. Tritunggal Kec. Babat Kab. Lamongan).”

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja karyawan pada konveksi CV. *Starnine* meningkat dengan adanya implementasi budaya organisasi oleh para karyawan. Penilaian karyawan sebesar 72% dan data pada tabel 1.6 menunjukkan bahwa meskipun mengalami penurunan pada tahun 2019, namun dengan kerja keras karyawan, konveksi tersebut mengalami peningkatan pada tahun 2020. Hal ini tercermin dari kepercayaan pelanggan yang kembali ke konveksi tersebut, menunjukkan bahwa pelayanan yang melibatkan budaya organisasi membuat konveksi ini berbeda dari yang lain.¹⁸

Persamaannya yakni meneliti di Konveksi *Starnine* Desa Tritunggal.

Sedangkan perbedaannya fokus penelitian yang diambil, antara strategi

¹⁷ Oktavianur Milasuryas Yucia, “Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Pada Etik Konveksi Di Lampung Tengah” (Skripsi, Universitas Bandar Lampung, 2021).

¹⁸ Ayu Puji Astutik, “Peran Budaya Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Konveksi CV. *Starnine* DS. Tritunggal Kec. Babat Kab. Lamongan)” (Skripsi, 2022, IAIN Kediri, 2020).

pengembangan bisnis guna meningkatkan pendapatan masyarakat dan peran budaya organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan.

5. Penelitian oleh Achmad Farid Rizky Tahun 2020 berjudul “Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Upaya Mendukung Industri Halal Fashion Di Jawa Timur (Studi Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Babat Lamongan)”.

Hasil dari penelitiannya adalah gaya hidup halal saat ini sedang digemari oleh masyarakat. Hal tersebut karena gaya hidup halal dengan mengkonsumsi atau menggunakan produk halal dianggap menjadi salah satu mutu jaminan kualitas produk. Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi industri fashion halal di Indonesia khususnya di Jawa Timur.¹⁹

Persamaannya yakni sama-sama objek penelitiannya di industri konveksi, tempat lokasi yang sama. Perbedaan penelitian ini terdapat pada objek yang diteliti, di penelitian ini mengacu pada keseluruhan konveksi di objek tempat penelitian, namun yang saya teliti hanya mengacu pada satu objek konveksi yang diteliti.

¹⁹ Achmad Farid Rizky, “Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Upaya Mendukung Industri Halal Fashion Di Jawa Timur (Studi Sentra Industri Konveksi Desa Tritunggal Babat Lamongan)” (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020).