

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kondisi Sosial Ekonomi

Kondisi sosial ekonomi adalah suatu keadaan atau kedudukan yang diatur sosial dan merupakan seseorang dalam posisi tertentu dalam struktur sosial masyarakat, pemberian posisi ini disertai pula dengan posisi tertentu dalam struktur sosial masyarakat, pemberian posisi ini disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pembawa status (Dewi, 2009). Sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok masyarakat yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendidikan serta pendapatan (Wayan, 2014).

Soerjono Soekanto (2009: 208) menyatakan bahwa, Ukuran atau kriteria yang biasa dipakai untuk menggolong-golongkan anggota-anggota masyarakat ke dalam suatu lapisan sosial adalah sebagai berikut: (1). Ukuran kekayaan, Barangsiapa yang memiliki kekayaan paling banyak termasuk dalam lapisan teratas. Kekayaan tersebut, misalnya, dapat dilihat pada bentuk rumah yang bersangkutan, mobil pribadinya, cara-caranya mempergunakan pakaian serta bahan, pekerjaan orang tua, penghasilan dan seterusnya, (2) Ukuran kekuasaan, Barangsiapa yang memiliki kekuasaan atau yang mempunyai wewenang terbesar, menempati lapisan atasan, (3). Ukuran kehormatan, Ukuran kehormatan tersebut mungkin terlepas dari ukuran-ukuran kekayaan dan/atau kekuasaan. Orang yang paling disegani dan dihormati, mendapat tempat teratas. Ukuran semacam ini, banyak dijumpai pada masyarakat-masyarakat tradisional. Biasanya mereka adalah golongan tua atau mereka yang pernah berjasa. Misalnya aktivitas sosial di

lingkungan masyarakat, (4). Ukuran ilmu pengetahuan, Ilmu pengetahuan sebagai ukuran dipakai oleh masyarakat yang menghargai ilmu pengetahuan.

Melly G Tan dalam Hendratmoko 2012 (Novita Sulistyorini,2014), bahwa kedudukan sosial ekonomi mencakup 3 (tiga) faktor yaitu pekerjaan, pendidikan, dan penghasilan. Pendapat diatas didukung oleh MaMahbud UI Hag dari Bank Dunia bersama dengan James Grant dari Overseas Development Council mengatakan bahwa kehidupan sosial ekonomi dititik beratkan pada pelayanan kesehatan, pendidikan, perumahan, dan air yang sehat serta didukung oleh pekerjaan yang layak. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa status sosial ekonomi adalah kemampuan seseorang untuk mampu menempatkan diri dalam lingkungannya, sehingga dapat menentukan sikap berdasarkan atas apa yang dimilikinya dan kemampuan mengenai keberhasilan menjalankan usaha dan berhasil mencukupinya (Novita Sulistyorini,2014).

2.2 . Konsep Manajemen Strategis

Strategi adalah tindakan yang bersifat *Incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan (Richard L. Daft 2010:249). Menurut Setiawan (2011), manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Termasuk didalamnya pengamatan lingkungan (eksternal maupun internal), perumusan strategi (perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, evaluasi, serta pengendalian. Bidang ilmu manajemen strategis menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan dengan melihat kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*)

perusahaan. Manajemen strategi menurut Fred R. David (2009:5) dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang mamampukan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Sedangkan menurut J. David Hunger & Thomas L. Wheelen (2003:5) “manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang”. Bisa juga didefinisikan sebagai suatu proses berkesinambungan yang membuat organisasi secara keseluruhan sesuai dengan lingkungannya (Dirgantoro, 2004). Menurut Fred R. David (2011:5) pengertian manajemen strategis adalah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memapukan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis mengkombinasikan aktivitas-aktivitas dari berbagai bagian fungsional suatu bisnis untuk mencapai tujuan organisasi.

Ada tiga tahapan dalam manajemen strategis, yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi (David, Fred R. (2004). Ketchen (2009) mendefinisikan manajemen strategis sebagai analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Manajemen Strategik dalam implementasinya ditentukan oleh tahapan identifikasi lingkungan (internal dan eksternal), perumusan strategi, implementasi strategi, pemantauan dan evaluasi strategi.

Menurut Terry (2004) fungsi manajemen terdiri dari : (1)*Planning*, yaitu proses penentuan tujuan, strategi, dan kebijakan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan, (2)*Organizing*, yaitu proses pembagian tugas, wewenang, dan sumber

daya di antara anggota organisasi untuk mencapai tujuan tertentu, (3)*Actuating*, yaitu proses memotivasi, membimbing, dan mengarahkan karyawan dalam rangka mencapai tujuan, (4)*Controlling*, yaitu fungsi manajemen yang berhubungan dengan prosedur pengukuran hasil kinerja terhadap tujuan perusahaan.

Selain itu, pengelolaan yang baik juga dilihat dari beberapa faktor yang diidentifikasi dalam lingkungan internal perusahaan (David, 2009) : (1)Sumber Daya Manusia, yaitu suatu proses untuk memperoleh, melatih, menilai, dan memberikan kompensasi kepada karyawan, serta memperhatikan hubungan kerja dengan karyawan, (2)Keuangan, yaitu keputusan investasi dan keputusan pembiayaan, (3) Produksi dan Operasi, yaitu semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang dan jasa, (4) Pemasaran, yaitu proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumenakan produk dan jasa.

2.3. Strategi Pengembangan Usaha

Menurut Fred R. David , Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan-tujuan jangka panjang (Fred R. David, 2004 : 15). Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Chandler,1962:13 dalam Ranguti ,2002:4). Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha (Imam Ma'ruf Apriyanto, 2013).

2.4. Analisis SWOT

Menurut J. David Hunger (2009:9) analisis SWOT adalah “faktor-faktor strategis yang meliputi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) serta lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) di masa depan”. Sedangkan menurut Freddy Rangkuti (2006:18) analisis SWOT adalah “identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan”. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan Ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Menurut Rangkuti (2009), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*).

Menurut Kurtz (2008, 45), SWOT analisis adalah suatu alat perencanaan strategik yang penting untuk membantu perencanaan untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan kesempatan dan ancaman dari eksternal. Menurut Thompson (2008, 97), analisis SWOT adalah simpel tetapi merupakan alat bantu yang sangat kuat untuk memperbesar kapabilitas serta mengetahui ketidakefisienan sumber daya perusahaan, kesempatan dari pasar dan ancaman eksternal untuk masa depan agar lebih baik lagi. Analisis SWOT hanya bermanfaat dilakukan apabila telah jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan

beroperasi, dan ke arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan organisasi/manajemen dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. Hasil analisis akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai, serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran organisasi selama 3-5 tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para stakeholder (Situmorang dan Dilham, 2007).

Matriks SWOT adalah alat untuk mencocokkan bagi para manajer dalam mengembangkan empat tipe strategi: SO (kekuatan-peluang), WO (kelemahan-peluang), ST (kekuatan-ancaman), WT (kelemahan-ancaman). Mencocokkan faktor eksternal dan internal kunci merupakan bagian sulit terbesar untuk mengembangkan matriks SWOT dan memerlukan penilaian yang baik, dan tidak ada satu pun kecocokan terbaik (David 2006). Matriks *Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threat* (SWOT) merupakan *matching tool* yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi. Keempat tipe strategi yang dimaksud adalah: Strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi WO (*Weakness-Opportunity*), strategi ST (*Strength-Threat*), dan strategi WT (*Weakness-Threat*).

1. Strategi SO, Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang dengan sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, Strategi ini dilakukan untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang ada.

3. Strategi WO, Strategi ini dilaksanakan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT, Strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta untuk menghindari ancaman.

Total Skor Faktor Strategi Internal	Total Skor Faktor Strategi Internal			
		4,0 Tinggi	3,0 Rata-rata	2,0 Lemah 1,0
	Tinggi	1.GROWTH Konsentrasi melalui integrasi vertical	2.GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horisontal	3.RETRENCH MENT Turnaround
	3,0 Sedang	4.STABILITY Hati-hati	5.GROWTH Konsentrasi melalui integrasi horizontal STABILITY Tak ada perubahan profit strategi	6.RETRENCH MENT Captive company atau divertment
	2,0 Rendah 1,0	7. GROWTH Diversifikasi konsentrik	8. GROWTH Difersifikasi konglomerat	9.RETRENCH MENT Bangkrut atau likuidasi

Sumber: (Freddy Rangkuti, 2004)

Gambar 2. Matriks IE Model Untuk Membedah Kasus Bisnis

Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat korporat yang lebih detail. Diagram tersebut dapat mengidentifikasi 9 sel strategi perusahaan dapat dilihat pada gambar. tetapi pada prinsipnya ke-9 sel tersebut dapat di kelompokkan

menjadi 3 sel utama : *Growth Strategy* (merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1,2 dan 5) atau upaya diversifikasi (sel 7 dan sel 8)), *Stability Strategy* (strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan), *Retranchment Strategy* (usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan oleh perusahaan (sel 3,6, dan, 9) seperti pada gambar 1. (Rangkuti Freddy, 2004).

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*External Factor Evaluation*) dapat dikembangkan dalam lima langkah:

1. Buat daftar faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang disebutkan dalam proses audit. Masukkan 10 - 20 faktor internal termasuk kekuatan maupun kelemahan organisasi dan 10 sampai 20 faktor eksternal termasuk peluang dan ancaman yang memengaruhi perusahaan dan industrinya. Daftar terlebih dulu kekuatannya, kemudian kelemahannya dan peluangnya, kemudian ancamannya. Buat sespesifik mungkin dengan menggunakan persentase, rasio, dan angka-angka perbandingan jika dimungkinkan.
2. Berilah pada setiap faktor tersebut bobot yang berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Jumlah total seluruh bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama dengan 1,0.
3. Berilah peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengidentifikasi apakah factor tersebut sangat lemah (peringkat = 1), lemah (peringkat = 2), kuat (peringkat = 3), atau sangat kuat (peringkat = 4). Perhatikan bahwa kekuatan harus mendapat peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus mendapat peringkat 1 atau 2. Oleh karenanya, peringkat berbasis perusahaan, sementara bobot di langkah 2 berbasis industri.

4. Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.
5. Jumlahkan skor rata-rata bobot untuk setiap variabel guna menentukan skor bobot total untuk organisasi.

Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespons faktor tersebut, di mana 4 = responsnya sangat bagus, 3 = responsnya di atas rata-rata, 2 = responsnya rata-rata, dan 1 = responsnya di bawah rata-rata. Peringkat didasarkan pada keefektifan strategi perusahaan. Oleh karenanya, peringkat tersebut berbeda antarperusahaan, sementara bobot di langkah nomor 2 berbasis industri. Penting untuk diperhatikan bahwa baik ancaman maupun peluang dapat menerima peringkat 1, 2, 3, atau 4.

Terlepas dari berapa banyak faktor yang dimasukkan ke dalam matriks IFE, skor bobot total berkisar antara 1,0 sebagai titik rendah dan 4,0 sebagai titik tertinggi, dengan skor rata-rata 2,5. Skor bobot total di bawah 2,5 mencirikan organisasi yang lemah secara internal, sedangkan skor yang secara signifikan berada di atas 2,5 mengidentifikasi posisi internal yang kuat. Seperti dari jumlah peluang dan ancaman utama yang dimasukkan dalam matriks EFE skor bobot total tertinggi yang mungkin dicapai untuk sebuah organisasi adalah 4,0 dan skor bobot terendah adalah 1,0. Rata-rata skor bobot total adalah 2,5. Skor bobot total sebesar 4,0 mengidentifikasi bahwa sebuah organisasi merespons secara sangat baik peluang dan ancaman yang ada di industrinya. Dengan kata lain, strategi perusahaan secara efektif mampu menarik keuntungan dari peluang yang ada dan meminimalkan pengaruh negatif potensial dari ancaman eksternal. Skor

total sebesar 1,0 menandakan bahwa strategi perusahaan tidak mampu memanfaatkan peluang yang ada atau menghindari ancaman yang muncul (Fred R. David, 2011:158-159). Matriks IFE harus memasukkan antara 10 sampai 20 faktor. Jumlah faktor tidak memengaruhi kisaran skor bobot total karena bobot selalu berjumlah 1,0. Ketika suatu faktor internal merupakan kekuatan sekaligus kelemahan organisasi, faktor itu harus dimasukkan dua kali dalam matriks IFE, dan bobot serta peringkat harus diberikan pada masing-masing.(Fred R. David, 2011:230-231).

Tabel 3. Matriks Eksternal Faktor Evaluation (EFE)

Faktor-faktor eksternal utama	Bobot	Peringkat	Skor bobot
Peluang			
1. XX	XX	XX	XX
2. XX	XX	XX	XX
Ancaman			
1. XX	XX	XX	XX
2. XX	XX	XX	XX
Total	XX	XX	XX

Sumber: Fred R. David, 2011:160

Tabel 4. Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE)

Faktor-faktor Internal utama	Bobot	Peringkat	Skor bobot
Kekuatan			
1. XX	XX	XX	XX
2. XX	XX	XX	XX
Kelemahan			
1. XX	XX	XX	XX
2. XX	XX	XX	XX
Total	XX	XX	XX

Sumber: Fred R. David, 2011 : 231

Tabel 5. Matriks SWOT

Faktor-Faktor Internal	<u>Kekuatan (S)</u> Daftar kekuatan	<u>Kelemahan (W)</u> Daftar kelemahan
Faktor-faktor Eksternal		
<u>Peluang (O)</u> Daftar peluang-peluang	Strategi S-O Membuat strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Membuat strategi yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan
<u>Ancaman (T)</u> Daftar ancaman-ancaman eksternal	Strategi S-T Membuat strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi W-T Membuat strategi yang meminimumkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: David (2006)

2.5 Lingkungan Internal Dan Eksternal

Faktor lingkungan internal adalah data yang diperlukan dari lingkungan internal perusahaan. Data lingkungan internal terdiri atas struktur organisasi, sumber daya manusia dan produk . Pada struktur organisasi perusahaan dapat menggambarkan kelebihan ataupun kelemahan serta potensi yang dimiliki. Struktur organisasi ini merupakan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Sumber daya perusahaan tidak hanya berupa aset, seperti orang, uang, serta fasilitas, tetapi juga konsep serta prosedur teknik yang biasa dipergunakan di perusahaan. Faktor lingkungan eksternal adalah data yang diperoleh dari luar perusahaan yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan dalam percaturan perekonomian nasional maupun internasional, yaitu lingkungan umum (faktor social, teknologi), lingkungan perekonomian nasional, kebijakan perekonomian politik, lingkungan operasional (kondisi pesaing, kekuatan pembeli, ancaman kekuatan pendatang baru, kekuatan pemasok). Faktor sosial, kondisi sosial masyarakat memang berubah- ubah, hendaknya perubahan sosial

yang terjadi, perusahaan dapat mengatasi. Kondisi sosial ini banyak aspeknya, misalnya sikap, gaya hidup, adat istiadat, dan kebiasaan dari orang-orang dilingkungan eksternal perusahaan. Sebagian yang dikembangkan misalnya dari kondisi kultural, ekologis, demografis, religius, pendidikan dan etnis. Seandainya faktor sosial berubah, maka permintaan untuk berbagai produk dan aktifitas juga turut mengalami perubahan (Cyrilla indri, 2013).

2.6 Industri Sapu Ijuk

Ijuk adalah bahan serat alami yang di dapat dari pohon (enau/aren/nira), sebuah pohon yang sejenis palm ini mampu menghasilkan beberapa jenis bahan yang sangat berguna bagi kelangsungan hidup manusia, di antaranya serabut yang berupa serat yang disebut ijuhnya. Pemanfaatan dari produk tanaman aren salah satunya adalah ijuk. Ijuk merupakan bahan serat alami yang berasal dari tanaman aren (*Arenga pinnata*). Ijuk mampu menghasilkan beberapa jenis bahan yang sangat berguna bagi kelangsungan hidup manusia, diantaranya sebagai bahan industri dan kontruksi. Untuk bahan industri, ijuk dapat digunakan sebagai bahan dasar sapu ijuk, sikat ijuk, tali ijuk serta bahan pembuat alat alat kebersihan lainnya. Untuk bahan kontruksi, ijuk bagus untuk bahan atap, resapan air pada kontuksi lapangan, atau pun *septic thank*. Beberapa jenis bahan ijuk di atas memiliki nilai ekonomi yang berbeda-beda (Nurhayati, 2013).

Sektor pertanian mempunyai kaitan erat dengan sektor industri. Karena sektor pertanian menghasilkan bahan mentah yang pada gilirannya harus diolah oleh industri menjadi barang setengah jadi atau barang jadi dan sebaliknya sektor industri diharapkan mampu menghasilkan sendiri berbagai macam sarana produksi yang sangat diperlukan oleh industri pengolah pertanian meliputi usaha

yang mengolah bahan baku menjadi komoditi yang secara ekonomi menambah tinggi nilainya (Soekartawi, 2000). Prahalad (2005) menunjukkan banyaknya kesempatan dan alternatif untuk mensejahterakan masyarakat kelas bawah sekaligus menguntungkan private sektor yang bergerak dalam penyediaan kebutuhan masyarakat kelas bawah atau yang disebut "The Bottom of Pyramid". Industri adalah semua perusahaan atau usaha yang melakukan kegiatan merubah bahan dasar atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya.

Industri adalah semua perusahaan atau usaha yang melakukan kegiatan merubah bahan dasar atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya. Termasuk kedalam sektor ini adalah perusahaan yang melakukan kegiatan jasa industri dan perakitan (assembling) dari suatu industri (BPS, 2014). Menurut Badan Pusat Statistik (2014), industri pengolahan merupakan suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya. Industri sapu ijuk adalah kegiatan yang mengelola pembuatan sapu ijuk. Pengolahan ijuk menjadi bahan dasar pembuatan alat kebersihan seperti sapu.

Penggolongan sektor industri semata-mata hanya didasarkan kepada banyaknya tenaga kerja yang bekerja di industri tersebut, tanpa memperhatikan apakah industri ini menggunakan tenaga mesin atau tidak, serta tanpa memperhatikan besarnya modal perusahaan tersebut.

Penggolongan sektor ini sebagai berikut:

Industri besar : apabila mempunyai tenaga kerja 100 orang atau lebih

Industri sedang : apabila mempunyai tenaga kerja 20 sampai 99 orang

Industri kecil : apabila mempunyai tenaga kerja 5 sampai 19 orang

Industri rumah tangga: apabila mempunyai tenaga kerja 1 sampai 4 orang

(BPS, 2014).

Dalam industri sapu ijuk ada beberapa tahapan pembuatan sapu ijuk yaitu:

a. Membersihkan ijuk

Dalam tahapan ini membersihkan ijuk secara manual yaitu dengan menggunakan tangan kemudian memisahkan ijuk-ijuk yang masih menyatu dengan lidi-lidi. Ijuk yang akan dibersihkan tersebut dibersihkan dengan cara menggenggamnya kemudian menyisir sedikit demi sedikit agar hasilnya lebih bersih. Tujuan dari membersihkan ijuk ini adalah untuk memisahkan ijuk dengan lidi, karena disamping tidak bermanfaat pada sapu, lidi juga dapat mengganggu kelancaran pembuatan sapu serta mencegah tangan tertusuk oleh lidi tersebut.

b. Memotong ijuk

Dalam tahapan memotong ijuk, tenaga kerja wanita memotong menggunakan pisau, parang dan lain sebagainya sesuai ukuran yang ditentukan biasanya memotong ijuk dengan ukuran ± 20 cm. Memotong ijuk tidak rumit tapi membutuhkan ketelitian dan waktu relatif singkat.

c. Memasang Segitiga atau Kipas

Dalam tahapan memasang segitiga atau kipas menggunakan tangan dan kakinya sebagai media memasang segitiga atau kipas dengan cara menggunakan tali yang sengaja diikat di salah satu kaki para tenaga kerja kemudian ijuk diikat dengan tali tersebut kemudian memasukkan pada segitiga atau kipas yang sudah tersedia. Segitiga berfungsi menahan ijuk agar tidak berputar pada tangkai

sehingga ijuk mudah lepas, juga mempermudah pembuatan bentuk dari sapu, dimana apabila ijuk sudah dijalin akan menyerupai segitiga.

d. Mengikat Ijuk Terhadap Tangkai

Dalam tahapan mengikat ijuk terhadap tangkai tenaga kerja bekerja menggunakan tali. Tujuan mengikat ijuk terhadap tangkai untuk memadukan ijuk terhadap tangkai dengan jarak 13 cm dari pangkal tangkai.

e. Menjalin Ijuk Terhadap Tangkai

Dalam tahapan menjalin ijuk terhadap tangkai tenaga kerja berusaha agar penjalinan dilakukan secara teratur, sehingga disisi kiri akan terbentuk jalinan rotan yang rapi demikian juga dengan bagian depan dan belakang. Proses penjalinan dilakukan oleh tenaga kerja dengan dilakukan dengan menggunakan jarum sebagai alat penusuk (jarum yang dipakai adalah jarum goni) yang dimulai dari samping bawah (batas segitiga) menuju ke atas.

f. Menyisir dan Meratakan Ijuk

Dalam tahapan menyisir dan meratakan Ijuk tenaga kerja bekerja menggunakan sisir yang agak kasar yang dimulai dari bagian pangkal ijuk ke bawah. Sapu tersebut disisir dengan tujuan untuk merapikan susunan ijuk serta 9 mengeluarkan kotoran yang masih tersisa. Sisir terbuat dari beberapa paku yang ditancapkan pada sebatang broti kecil (Ririn, 2013).

2.7 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu Erwinsyah, 2013, dengan judul “Analisis Pendapatan Pengerajin Sapu Ijuk Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Keluarga (Studi kasus: Desa Medan Sinembah, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang). Penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis pendapatan pengerajin sapu ijuk, menganalisis penyediaan input dan produksi, menganalisis pengolahan dan pemasaran, persentase kontribusi pendapatan industri sapu ijuk terhadap total pendapatan keluarga, masalah dan upaya yang ditemukan dalam industri rumah tangga sapu ijuk. Sampel diambil dengan metode “*Simple Random Sampling*” dengan jumlah populasi 36 pengerajin sapu ijuk, sampel penelitian adalah sebanyak 30 pengerajin sapu ijuk. Metode analisis data yang digunakan yaitu metode analisis pendapatan dan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan komponen biaya produksi sapu ijuk terbesar di daerah penelitian ialah biaya bahan dengan persentase sebesar 88,95. Total pendapatan rata-rata pengerajin sebesar Rp 14.489.794,-/Bulan. Kontribusi pendapatan industri rumah tangga sapu ijuk dikategorikan besar dikarenakan memiliki persentase rata-rata diatas 50 %. Pemasaran sapu ijuk tersebar di dalam kota maupun di luar kota seperti ke Kisaran, Siantar dan Aceh, dilakukan dalam waktu 1 kali dalam 2 minggu. Banyaknya ketersediaan tenaga kerja wanita membuat industri rumah tangga sapu ijuk berkembang di daerah penelitian. Masalah yang ditemukan dalam industri sapu ijuk yaitu tidak ada lembaga yang menjamin Harga Eceran Tertinggi (HET) untuk komoditas sapu ijuk sehingga harga sapu dibeli murah oleh pengumpul dan persaingan terhadap sapu plastik. Upaya yang dilakukan ialah membuat suatu organisasi perkumpulan para pengerajin sapu ijuk untuk menetapkan (HET), sehingga pengerajin yang tidak terjun langsung ke pemasaran tidak terlalu dirugikan kemudian meningkatkan penampilan dan kualitas untuk lebih menarik para konsumen.

Sugiatno (2011) dengan judul “pengembangan produk unggulan sapu ijuk dalam percepatan ekonomi lokal oleh dinas perindustrian dan perdagangan

kabupaten deli serdang (studi kasus di desa medan sinembah kecamatan tanjung morawa kabupaten deli serdang)”. Penelitian ini merupakan suatu pengkajian terhadap Pengembangan Produk Unggulan sapu ijuk dalam memacu percepatan ekonomi lokal oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini merupakan studi kasus terhadap pengembangan produk unggulan sapu ijuk di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Untuk dapat memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai masalah penelitian yang sedang dibahas, maka dipergunakan teknik informan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh gambaran mengenai produk sapu ijuk ini sangat berperan dalam meningkatkan perekonomian daerah Kabupaten Deli Serdang, menimbulkan efek ganda (*multiple effect*) terhadap berbagai bidang usaha lain seperti usaha petani pohon aren, mobilitas transportasi, industri kayu, plastic dan alumunium dan berbagai sector lainnya. Sebagai bentuk komitmen Dinas perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Deli serdang terhadap pengembangan produk unggulan maka dilaksanakanlah beberapa langkah strategis melalui berbagai program taktis yang meliputi : program pembiayaan, peningkatan nilai tambah, perbantuan pemasaran dan promosi serta pengembangan kelembagaan.

Nurhayati (2013) dengan judul “Analisis Finansial dan Pemasaran Produk Ijuk Aren (*Arenga pinnata*) di Desa Pelintahan, Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai”. Aren merupakan salah satu hasil hutan non kayu memiliki manfaat langsung dan potensi ekonomi yang tinggi, karena hampir semua bagiannya dapat memberikan keuntungan finansial. Salah satu produknya

yaitu ijuk aren yang diolah menjadi sapu dan sikat ijuk. Akan tetapi sangat sedikit masyarakat yang memanfaatkan ijuk aren karena terbatasnya informasi nilai finansial dari pengolahan ijuk aren. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan finansial, alur dan margin pemasaran serta efisiensi pemasaran produk ijuk. Responden dari penelitian ini adalah pelaku usaha pengolahan ijuk dan pelaku usaha penjualan produk ijuk. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis finansial dan analisis pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha pembuatan sapu dan sikat ijuk lebih layak karena nilai *R/C ratio* untuk sapu yaitu 1,15 dengan BEP volume produksi sebanyak 314 unit dan BEP harga sebesar Rp. 4668,07 serta *payback period* 12 kali. Sedangkan usaha sikat ijuk memiliki nilai *R/C ratio* yaitu 1,10 dengan BEP volume produksi sebanyak 321,20 dan BEP harga sebesar Rp. 729,99 serta *payback period* 3 kali. Terdapat 4 saluran dengan nilai margin untuk sapu Rp. 9650 dan nilai margin sikat Rp. 4630. Saluran pemasaran dikatakan tidak efisien pada pengolah karena nilai *mark up on selling* tinggi.

Ririn Marissa, 2013 dengan judul “Peranan Tenaga Kerja Wanita Dalam Industri Sapu Ijuk Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Keluarga (Kasus: Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang) “. Industri sapu ijuk merupakan salah satu industri yang banyak menggunakan tenaga kerja wanita. Penelitian ini bertujuan menganalisis peranan tenaga kerja wanita dalam industri tersebut, persentase kontribusi tenaga kerja wanita terhadap pendapatan keluarga, pengaruh karakteristik (umur, tingkat pendidikan, pengalaman bekerja, jumlah produksi, harga sapu) terhadap pendapatan tenaga kerja wanita dengan menggunakan data dari 30 sampel. Hasil pada penelitian

menunjukkan bahwa peranan tenaga kerja wanita dalam kegiatan industri sapu ijuk adalah membersihkan ijuk, memasang segitiga atau kipas, mengikat ijuk terhadap tangkai, menjalin ijuk terhadap tangkai maupun segitiga, menyisir dan meratakan ijuk. Pekerjaan tersebut merupakan usaha sampingan bagi pendapatan keluarga. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase kontribusi tenaga kerja wanita terhadap total pendapatan keluarga yang relatif kecil yaitu sebesar 37,33 %. Faktor yang mempengaruhi besarnya pendapatan tenaga kerja wanita adalah jumlah produksi dan harga sapu.

