

**ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PENGEMBANGAN  
USAHA ANGGOTA HIPMI (HIMPUNAN PENGUSAHA  
MUDA INDONESIA) KABUPATEN MADIUN**

**SKRIPSI**



Oleh:

**Ayu Oktaning Cahya**

**NIM 401180018**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2022**

## ABSTRAK

Cahaya, Ayu Oktaning. Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Anggota HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kabupaten Madiun. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dwi Setya Nugrahini, M.Pd.

**Kata kunci:** Wirausaha, Strategi Pengembangan Usaha, SWOT.

Wirausaha memiliki peran penting dalam perekonomian suatu Negara. Kewirausahaan merupakan suatu proses pengembangan kreativitas dan inovasi yang ada dalam diri untuk menciptakan suatu hal yang baru dan unik yang tentunya bernilai dan bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Kewirausahaan dapat ditumbuhkembangkan juga dalam sebuah organisasi atau komunitas, salah satu organisasi atau komunitas yang berperan dalam hal ini yaitu HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia). Namun dalam HIPMI tentu ada kendala yaitu salah satunya mengenai kurang berkembangnya anggota HIPMI Kabupaten Madiun.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi HIPMI untuk mengembangkan usaha anggota. Cara yang dilakukan yaitu dengan menggunakan analisis SWOT, dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki HIPMI. Kemudian akan memunculkan strategi dari analisis tersebut.

Hasil yang didapatkan yaitu strategi HIPMI dalam mengembangkan usaha bagi pengusaha muda di Kabupaten Madiun yaitu melalui analisis SWOT diantaranya strategi SO yaitu misalnya dengan berjualan melalui tik-tok shop dan juga mengadakan santunan anak yatim dengan bekerjasama dengan Bank BNI, Bank JATIM, maupun pihak lain yang berkolaborasi dengan HIPMI; strategi WO yaitu mengadakan workshop dengan tema branding usaha melalui digitalisasi dengan berkolaborasi bersama pihak yang berkompeten dibidang tersebut; strategi ST yaitu mempromosikan produk anggota melalui berbagai media, seperti *Instagram*, *Facebook*, dan lain-lain; dan strategi WT yaitu mengadakan kegiatan rutin dengan adanya *doorprice* agar menarik anggota untuk datang; kemudian faktor yang mempengaruhi yaitu faktor peluang diantaranya seluruh anggotanya sudah memiliki usaha, faktor SDM yang sudah cukup baik karena terdiri dari anak muda yang memiliki jiwa wirausaha, dan faktor dukungan pemerintah mengenai perizinan dan pemberian bantuan dana; serta untuk dampaknya yaitu dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan anggota.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Ayu Oktaning Cahya	401180018	Ekonomi Syariah	Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Anggota HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kabupaten Madiun.

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 09 Mei 2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Dh. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.**

**NIP. 197801122006041002**

Menyetujui,

**Dwi Setva Nugrahini, M. Pd**

**NIDN. 2030048902**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Anggota HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kabupaten Madiun.

Nama : Ayu Oktaning Cahya

NIM : 401180018

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

**Dewan Penguji:**

Ketua Sidang :

Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.


NIP 197502072009011007

()

Penguji I :

Ruliq Suryaningsih, M.Pd.


NIDN 2020068801

()

Penguji II :

Dwi Setya Nugrahini, M.Pd.

NIDN 2030048902

()

Ponorogo, Senin/30/Mei/2022

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.

NIP 197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Oktaning Cahya  
NIM : 401180018  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi/Tesis : Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Anggota HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kabupaten Madiun.

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 06 Juni 2022

Penulis,



Ayu Oktaning Cahya

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ayu Oktaning Cahya

NIM : 401180018

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA  
ANGGOTA HIPMI (HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA)  
KABUPATEN MADIUN.

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 09 Mei 2022

Pembuat Pernyataan,



Ayu Oktaning Cahya

NIM 401180018



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Studi Penelitian Terdahulu .....	8
F. Metode Penelitian.....	23
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	23
2. Kehadiran Peneliti.....	23
3. Lokasi Penelitian.....	24
4. Data dan Sumber Data .....	25
5. Teknik Pengumpulan Data.....	27
6. Teknik Pengolahan Data .....	28
7. Analisis Data.....	29
8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	31
G. Sistematika Pembahasan.....	31
<b>BAB II STRATEGI HIPMI (HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA) DALAM MENGEMBANGKAN USAHA</b>	
A. Strategi Pengembangan Usaha.....	33
B. Analisis SWOT.....	33
C. Pengertian Wirausaha.....	46
D. Berwirausaha Dalam Islam.....	46

**BAB III STRATEGI HIPMI (HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA) DALAM MENGEMBANGKAN USAHA BAGI PENGUSAHA MUDA DI KABUPATEN MADIUN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
B. Data.....	52
1. Data Strategi HIPMI Dalam Mengembangkan Usaha Bagi Pengusaha Muda di Kabupaten Madiun .....	52
2. Data faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun.....	60
3. Data dampak dari pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun .....	65

**BAB IV ANALISIS STRATEGI HIPMI (HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA) DALAM MENGEMBANGKAN USAHA BAGI PENGUSAHA MUDA DI KABUPATEN MADIUN**

A. Analisis Strategi HIPMI Dalam Mengembangkan Usaha Bagi Pengusaha Muda di Kabupaten Madiun .....	67
B. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun .....	80
C. Analisis dampak dari pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun.....	85

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	86
B. Saran .....	87

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
-----------------------------	-----------





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Wirausaha memiliki peran penting dalam perekonomian suatu Negara. Kewirausahaan merupakan suatu proses pengembangan kreativitas dan inovasi yang ada dalam diri untuk menciptakan suatu hal yang baru dan unik yang tentunya bernilai dan bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain.<sup>1</sup> Wirausahawan pemuda sangat dibutuhkan, karena dengan ini akan menghadirkan kesempatan kerja pada suatu daerah. Hal ini disebabkan apabila membuka tempat usaha pastinya akan membutuhkan tenaga kerja, sehingga angkatan kerja dapat terserap dan tingginya angka pengangguran yang ada dapat ditekan.<sup>2</sup>

Pemuda Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2009 adalah warga Negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia enam belas sampai tiga puluh tahun.<sup>3</sup> Usia muda merupakan masa perkembangan secara biologis dan psikologis. Selain itu, pemuda juga selalu memiliki aspirasi yang berbeda

---

<sup>1</sup> Ana Noor Andriana, *Peran Wirausaha Dalam Pengembangan UMKM Dan Desa Wisata* (Penerbit Lakeisha, 2021), 2.

<sup>2</sup> Muharam Albana dan Agus Hiplunudin, *Satu Pasangan Calon Pada Pilkada Lebak 2018, Sebagai Kegagalan Partai Politik (Sebuah Catatan: Fenomena Politik Dan Budaya Di Banten)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 48.

<sup>3</sup> Noer Fajrieansyah, *Pemimpin Mimpi Muda, Tua Nyata* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019), 57.

dengan aspirasi masyarakat pada umumnya. Dalam makna positif aspirasi yang berbeda ini disebut dengan semangat pembaharuan yang kreatif dan inovatif. Seharusnya generasi muda di Indonesia mampu menjadikan Negara Indonesia menjadi lebih baik di banding Negara lain, karena Negara kita memiliki usia produktif yang lebih unggul. Hanya saja dengan lebih banyaknya jumlah kaum muda harus disertai dengan pengembangan potensi khusus untuk kaum muda Indonesia agar mampu menyaingi kaum muda dari berbagai Negara lainnya.<sup>4</sup>

Pemuda memiliki potensi yang besar dalam berwirausaha karena sebagian besar masyarakat Indonesia adalah pemuda yang mencari pekerjaan. Selain itu pemuda merupakan generasi yang paling menguasai teknologi. Sehingga pemuda dapat berperan aktif, kreatif, dan inovatif dalam berwirausaha. Pemuda selalu menjadi sorotan dalam berbagai kehidupan sosial, politik dan bisnis, karena pemuda dapat menjadi salah satu kunci sukses seorang wirausahawan untuk bergerak maju menuju transformasi.<sup>5</sup>

Kewirausahaan dapat ditumbuhkembangkan juga dalam sebuah organisasi atau komunitas, salah satu organisasi atau komunitas yang berperan dalam hal ini yaitu HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia). HIPMI merupakan organisasi para pengusaha muda Indonesia yang bersatu dengan maksud dan tujuan mendorong dan berperan serta dalam pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi muda. Tujuan dibentuknya organisasi ini

---

<sup>4</sup> Tioryta Grasella Sijabat dan Uswatur Rizkiyah, "Peran Generasi Milenial Dalam Kewirausahaan," *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* Volume 1, Nomor 11, (2021), 124.

<sup>5</sup> *Ibid.*, 125.

yaitu untuk membina, memajukan dan mengembangkan generasi muda pengusaha menjadi pengusaha yang professional, kuat dan tangguh dalam sektor usaha yang ditekuni.<sup>6</sup>

HIPMI tidak berada dibawah naungan pemerintah, namun HIPMI bersinergi bersama pemerintah untuk memajukan atau menciptakan lebih banyak lagi wirausahawan muda Indonesia dengan tujuan agar dapat meningkatkan perekonomian bagi pribadi maupun Negara. Pemerintah melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTST) sangat *mensupport* kegiatan yang dilakukan HIPMI. HIPMI juga bekerjasama dengan Dinas terkait yang berhubungan dengan bidang yang ada di HIPMI seperti Dinas UMKM dan Dinas Pariwisata. Pemerintah juga memudahkan anggota HIPMI ketika ingin mengurus perizinan. HIPMI saat ini sudah tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya di Kabupaten Madiun. Di kabupaten Madiun sendiri jumlah anggotanya mencapai 150 orang dan 90% dari anggota sudah memiliki usaha sendiri, sedangkan sisanya adalah anggota baru yang masih memulai dalam berwirausaha.<sup>7</sup>

Banyaknya jumlah anggota HIPMI Kabupaten Madiun, tetapi saat ini masih ada usaha yang belum benar-benar berkembang. Indikator perkembangan usaha ini dapat dilihat berdasarkan pendapat Suryana, diantaranya yaitu, peningkatan modal, peningkatan pendapatan, peningkatan volume penjualan, peningkatan output produksi dan juga peningkatan tenaga

---

<sup>6</sup> Sugeng Hariono, *Wawancara*, 25 Januari 2022

<sup>7</sup> Sugeng Hariono, *Wawancara*, 6 April 2022

kerja.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini permasalahannya yaitu tidak terjadi peningkatan pendapatan maupun peningkatan volume penjualan, justru hanya stagnan saja. Seperti yang dialami oleh Dera Algi yaitu pemilik usaha Punakawan Snack. Usaha ini menjual berbagai jenis snack kiloan. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2018, namun usahanya masih stagnan dengan penghasilan kotor setiap bulan kurang lebih Rp. 5.000.000,00 sampai Rp. 10.000.000,00. Dengan penghasilan itu masih dirasa kurang karena masih harus digunakan sebagai modal untuk membeli persediaan barang yang dijual. Padahal produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam seperti kripik usus, unthuk yuyu, coklat karakter dan masih banyak lagi, dan rasanya pun enak serta harga yang ditawarkan relatif murah dibanding penjual lainnya.<sup>9</sup> Sehingga seharusnya usahanya ini dapat berkembang dengan baik, namun kenyataannya usaha ini belum dapat berkembang seutuhnya dan belum dapat menyaingi kompetitor lainnya.

Hal serupa juga dialami oleh Devi Pramesti yaitu pemilik usaha Devi Salon yang beralamatkan di Dusun Mundu, Desa Gemarang, Kecamatan Gemarang, Kabupaten Madiun. Salon ini menawarkan berbagai jasa seperti *smoothing* rambut, warna rambut, *eyelash extansion* dan lain sebagainya. Pelayanan dari usaha ini juga cukup bagus, hasilnya pun cukup bagus. Namun, mengalami stagnasi atau tidak ada perkembangan dengan pendapatan antara

---

<sup>8</sup> Liswati, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Teknik Komputer Jaringan Untuk SMK/MAK Kelas XII* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2018), 53.

<sup>9</sup> Dera Algi, *Wawancara*, 30 Maret 2022

Rp. 7.000.000,00 sampai Rp. 10.000.000,00 per bulan, padahal usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2019.

Devi juga mengatakan bahwa hasil yang diperoleh dari usaha ini masih dirasa kurang, karena hasil yang diperoleh ini harus diputar lagi untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan pada usahanya. Apalagi ditambah adanya pandemi yang menyebabkan usahanya sepi pengunjung. Sehingga, harapannya yaitu agar usahanya lebih dikenal banyak orang dan lebih berkembang lagi. Dan pastinya kualitas dari usahanya juga akan ditingkatkan seiring berjalannya waktu.<sup>10</sup>

Hal ini berbanding terbalik dengan usaha milik Shukur Daniami, usaha miliknya sudah tergolong cukup besar dan berkembang, pendapatannya yaitu sekitar Rp. 30.000.000,00 sampai Rp. 50.000.000,00 per bulan. Usaha yang dijalankan yaitu ada beberapa, diantaranya Dhaniami store yang menjual berbagai jenis pakaian dan kebutuhan olahraga, seperti baju renang, kaos olahraga, kaos kaki, hijab sport, dan lain-lain. Bahkan sekarang usaha ini sudah memiliki toko. Usaha ini sudah berjalan sekitar lima tahun. Selain itu Shukur juga memiliki usaha lain yaitu D.I BakeryMadiun, yang bergerak dibidang kuliner yaitu menjual berbagai kue. Usaha ini juga sudah cukup berkembang karena memiliki banyak pelanggan, bahkan sudah sering mengirimkan produknya ke luar kota. Apalagi jika menjelang Hari Raya Idul Fitri pesanan yang diterimanya akan meningkat, karena Shukur juga menerima

---

<sup>10</sup> Devi Pramesti, *Wawancara*, 17 April 2022

adanya *reseller* pada usahanya ini. Sehingga akan lebih banyak orang yang mengetahui mengenai usaha yang dijalankannya.<sup>11</sup>

Sehingga fenomena ini menimbulkan permasalahan yang menarik untuk diteliti. Salah satunya yaitu strategi untuk mengembangkan wirausaha pemuda agar dapat mengembangkan usaha pemuda di Kabupaten Madiun khususnya bagi anggota HIPMI dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi oleh HIPMI. Menurut Umar Husein, strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.<sup>12</sup>

Sedangkan pengembangan usaha adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan ukuran perusahaan, mempromosikan berbagai produk, inovasi produk, perluasan pasar, dan inovasi pasar. Secara harfiah, tujuan utama dari pengembangan usaha adalah untuk meningkatkan pendapatan. Pengembangan usaha harus dilakukan secara tepat waktu. Perusahaan yang

---

<sup>11</sup> Shukur Dhaniami, *Wawancara*, 23 April 2022

<sup>12</sup> Husein Umar, *Strategi Manajemen In Action* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 31.

tidak menangani pelanggan pada waktu yang tepat dapat memiliki konsekuensi serius bagi kelangsungan operasi suatu perusahaan.<sup>13</sup>

Dari paparan diatas. Maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih mendalam tentang masalah tersebut dengan judul “**Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Anggota HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kabupaten Madiun**”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis SWOT terhadap strategi pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun?
3. Bagaimana dampak dari pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis analisis SWOT terhadap strategi pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun.

---

<sup>13</sup> Ridha Rizki Novanda dkk, *Jejak Sukses Desa Membangun BUMDES: Belajar dari BUMDES Mart Sumber Rejo* (Jakarta: BALILATFO, 2019), 83.



3. Untuk menganalisis dampak dari pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan referensi dalam pengembangan keilmuan pada bidang ekonomi dan bisnis bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut tentang permasalahan ini.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan atas penelitian yang dilakukan dan bentuk terselesaikannya tugas akhir peneliti.
- b. Bagi pihak akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan mampu menyajikan informasi mengenai strategi dalam mengembangkan usaha.
- c. Bagi HIPMI, diharapkan dapat membantu menyelesaikan permasalahan dan kendala yang dialami selama memberikan pembinaan kepada pemuda di Kabupaten Madiun.

#### **E. Studi Penelitian Terdahulu**

Adapun penelitian terdahulu terkait strategi pengembangan usaha antara lain sebagai berikut:

Penelitian pertama, Skripsi yang disusun oleh Ridho Ashari dengan judul “*Peran Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Perguruan Tinggi Dalam Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar*”. Pada penelitian ini yang dibahas yaitu bagaimana kondisi minat dan mindset kewirausahaan mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar setelah adanya HIPMI-PT dan apakah HIPMI-PT berpengaruh terhadap pengembangan kewirausahaan di Universitas Muhammadiyah Makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) Perkembangan mindset dan minat *entrepreneur* mahasiswa dan mahasiswi cukup mengalami perkembangan. Hal tersebut tercermin dari upaya keberadaan HIPMI-PT dalam memberikan pengetahuan mengenai *entrepreneur* mahasiswa dan mahasiswi melalui kegiatan-kegiatan seperti bentuk diskusi saja seperti *sharebis*, *marketing challenge*, *Bimafest*, *workshop* dan *company visit*; (2) Berdasarkan data jumlah saha yang terbangun oleh mahasiswa dalam kampus Unismuh dapat diketahui bahwa keberadaan HIPMI PT di Kampus sangat membawa perubahan yang signifikan terhadap mindset dan minat *entrepreneur* mahasiswa dan mahasiswi. Data yang dipaparkan adalah data yang diobservasi sebanyak 10 kelas saja sudah terdapat sekitar 125 mahasiswa yang memiliki usaha.<sup>14</sup> Persamaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang Peran

---

<sup>14</sup> Ridho Ashari, “Peran Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Perguruan Tinggi Dalam Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar,” *Skripsi* (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018).

HIPMI. Perbedaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu meneliti tentang Peran Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Perguruan Tinggi dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar sedangkan yang penulis teliti membahas tentang strategi HIPMI untuk mengembangkan pengusaha muda di Kabupaten Madiun.

Penelitian kedua, tesis yang disusun oleh Ahmad Suja'i Tanjung dengan judul "*Peran Pengurus Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Sebagai Pengembangan Jiwa Usaha Generasi Muda Dalam Mewujudkan Visi Misi Organisasi Di Kota Medan*". Pada penelitian ini yang dibahas yaitu (1) bagaimana peran pengurus Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Kota Medan dalam mengembangkan *Entrepreneurship* generasi muda; (2) bagaimana peran pengurus Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) dalam menjalankan visi dan misi organisasi; dan (3) bagaimana peran pengurus Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Kota Medan dalam mengembangkan *Entrepreneurship* generasi muda dalam menjalankan visi dan misi organisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu BPC HIPMI Kota Medan sangat berperan dalam pengembangan *Entrepreneurship* generasi muda; BPC HIPMI Medan sangat signifikan menjalankan visi misi organisasi yang tercantum dalam AD/ART poin pertama yakni mendorong dan berperan serta dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan dikalangan muda; dan BPC HIPMI Kota Medan sangat signifikan dan terstruktur dalam mengembangkan

*Entrepreneurship* generasi muda dalam menjalankan visi dan misi organisasi yakni membentuk tim pengawasan dan monitoring HIPMI Medan kepada setiap kegiatan yang dilakukan dan usaha yang telah diberikan dengan tujuan kegiatan berjalan efektif dan efisien, memberikan *problem solver* (pemecah masalah) jika mengetahui kesulitan-kesulitan.<sup>15</sup> Persamaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang Peran HIPMI. Perbedaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu meneliti tentang peran Pengurus Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) sebagai pengembangan jiwa usaha generasi muda dalam mewujudkan visi misi organisasi di Kota Medan sedangkan yang penulis teliti membahas tentang strategi HIPMI untuk mengembangkan pengusaha muda di Kabupaten Madiun.

Penelitian ketiga, tesis yang disusun oleh Lola Imanda Harefa dengan judul "*Analisis Program Kewirausahaan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Pemuda Di Kota Medan*". Pada penelitian ini yang dibahas yaitu apa saja program BPC HIPMI Kota Medan dalam meningkatkan Minat Berwirausaha Pemuda di Kota Medan dan apa saja faktor penghambat dalam pelaksanaan Program Kewirausahaan BPC HIPMI Kota Medan dalam meningkatkan minat berwirausaha pemuda di Kota Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil

---

<sup>15</sup> Ahmad Suja'i Tanjung, "Peran Pengurus Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Sebagai Pengembangan Jiwa Usaha Generasi Muda Dalam Mewujudkan Visi Misi Organisasi di Kota Medan," *Tesis* (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2018).

dari penelitian ini yaitu (1) Program kewirausahaan BPC HIPMI Kota Medan ada tiga yaitu: Program Pendidikan Kewirausahaan, Program Kerjasama, dan Program Pengawasan; (2) Faktor penghambat dalam pelaksanaan program kewirausahaan BPC HIPMI Kota Medan yaitu salah satunya banyak pengurus yang tidak aktif dalam organisasi ini sehingga program yang telah direncanakan berjalan kurang maksimal; dan (3) Pelaksanaan Program kewirausahaan yang dilaksanakan oleh BPC HIPMI Kota Medan melalui tiga Program Kewirausahaan masih belum berhasil dilihat dari jumlah peserta yang mencoba membuka usaha jauh lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah peserta yang hadir dalam program kewirausahaan yang diadakan oleh BPC HIPMI Kota Medan.<sup>16</sup> Persamaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang HIPMI. Perbedaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu meneliti tentang program BPC HIPMI Kota Medan dalam meningkatkan Minat Berwirausaha Pemuda di Kota Medan dan apa saja faktor penghambat dalam pelaksanaan Program Kewirausahaan BPC HIPMI Kota Medan dalam meningkatkan minat berwirausaha pemuda di Kota Medan sedangkan yang penulis teliti membahas tentang strategi HIPMI untuk mengembangkan pengusaha muda di Kabupaten Madiun.

Penelitian keempat, skripsi yang disusun oleh Ainun Nurrahmawati Indah Lestari dengan judul “*Strategi Komunikasi Komunitas Bandung*

---

<sup>16</sup> Lola Imanda Harefa, “Analisis Program Kewirausahaan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Pemuda Di Kota Medan,” *Tesis* (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2018).

*Berdaya Dalam Pengembangan Kewirausahaan*". Pada penelitian ini yang dibahas yaitu (1) Bagaimana strategi komunikasi dalam penyusunan pesan Komunitas Bandung Berdaya dalam pengembangan kewirausahaan; (2) Bagaimana strategi komunikasi dalam menetapkan komunikator Komunitas Bandung Berdaya dalam Pengembangan Kewirausahaan; (3) Bagaimana strategi komunikasi dalam menentukan *physical context* Komunitas Bandung Berdaya dalam pengembangan kewirausahaan; (4) Bagaimana strategi komunikasi dalam pencapaian efek Komunitas Bandung Berdaya dalam pengembangan kewirausahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi yang dilakukan mulai dari strategi penyusunan pesan, strategi menetapkan komunikator, strategi penentuan *physical context* dan strategi pencapaian efek telah dirancang dengan baik, hal tersebut membuat komunitas Bandung Berdaya dapat mencapai tujuannya dalam upaya pengembangan kewirausahaan. Dimana pelaku usaha dapat meningkatkan level bisnisnya agar berkembang dan tidak diam ditempat.<sup>17</sup>

Persamaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang strategi dalam mengembangkan suatu usaha. Perbedaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan strategi komunikasi dalam mengembangkan usaha sedangkan yang penulis teliti menggunakan strategi SWOT dalam pengembangan usaha.

---

<sup>17</sup> Ainun Nurrahmawati Indah Lestari, "Strategi Komunikasi Komunitas Bandung Berdaya Dalam Pengembangan Kewirausahaan," *Skripsi* (Bandung: Universitas Pasundan, 2018).

Penelitian kelima, skripsi yang disusun oleh Asmaul Husna dengan judul “*Strategi Komunikasi Bisnis El-Hanif Dalam Upaya Membranding Usaha Konveksi Pertama Di Banda Aceh*”. Pada penelitian ini yang dibahas yaitu bagaimana strategi komunikasi bisnis yang diterapkan oleh El-Hanif Konveksi dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen dan apa saja hambatan-hambatan yang dihadapi oleh El-Hanif Konveksi dalam melakukan bisnisnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi bisnis yang dibangun El-Hanif Konveksi dalam upaya membranding usahanya dengan membentuk aktifitas pemasaran produk menggunakan jasa media. Kemudian untuk hambatan yang dihadapi yaitu baru memiliki konsumen dari Banda Aceh dan sekitarnya saja dan juga konsumen kurang puas dengan kurun waktu yang diberikan oleh perusahaan.<sup>18</sup> Persamaan penelitian yaitu sama-sama membahas tentang strategi suatu usaha dalam meningkatkan usahanya. Perbedaan penelitian yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan strategi komunikasi sedangkan yang penulis teliti menggunakan strategi SWOT.

Penelitian keenam, skripsi yang disusun oleh Audriani Sapitri Muh. Anda dengan judul “*Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Perspektif Ekonomi Islam*”. Pada penelitian ini yang dibahas yaitu bagaimana upaya dan prospek komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin; dan juga bagaimana usaha telur asin komunitas muda dhuafa ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam. Metode

---

<sup>18</sup> Asmaul Husna, “Strategi Komunikasi Bisnis El-Hanief Dalam Upaya Membranding Usaha Konveksi Pertama Di Banda Aceh,” *Skripsi* (BANDA ACEH: UIN AR-RANIRY, 2018).



yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan empiris. Hasil dari penelitian ini yaitu upaya dan prospek yang dilakukan komunitas muda peduli dhuafa dalam meningkatkan usaha telur asin, yaitu (a) Inovatif dan kreatif, hal ini dilakukan dalam proses pengemasan yaitu dalam bentuk parcel untuk bingkisan. Dan untuk proses pembelian telur asin menggunakan sistem pesan-antar; (b) Periklanan dan promosi, dilakukan secara *online* dan *offline*. Untuk *online* dilakukan melalui media social, sedangkan untuk *offline* dilakukan dengan cara menawarkan langsung kepada masyarakat, menjual keliling di pasar dan juga menitipkan ke warung-warung; (c) modal yang digunakan dalam usaha telur asin ini merupakan gabungan dana dari sesama anggota komunitas; (d) Pelayanan penjualan, pelayanannya seperti penjual pada umumnya yang melayani setiap ada transaksi pembelian.<sup>19</sup> Persamaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang usaha dari suatu komunitas dalam meningkatkan perekonomian melalui berwirausaha. Perbedaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu meneliti tentang upaya komunitas muda peduli dhuafa palopo dalam meningkatkan usaha telur asin perspektif ekonomi Islam sedangkan yang penulis teliti membahas tentang strategi HIPMI untuk mengembangkan pengusaha muda di Kabupaten Madiun.

Penelitian ketujuh, skripsi yang disusun oleh Irawati Endar Anjangmas dengan judul "*Strategi Pengembangan Jaringan Usaha Pada Pengusaha*

---

<sup>19</sup> Audriani Sapitri Muh. Anda, "Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Perspektif Ekonomi Islam," *Skripsi* (Palopo: IAIN Palopo, 2019).

*Agribisnis Sayuran Organik (Studi Kasus Terhadap Perusahaan Citra Niyaga)*”. Pada penelitian ini yang dibahas yaitu bagaimana strategi pengembangan jaringan usaha pada pengusaha agribisnis sayuran organik Citra Niyaga dan bagaimana peran strategi pengembangan jaringan usaha dalam mengembangkan usaha Citra Niyaga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu Citra Niyaga mampu mengembangkan usahanya karena menjaga kualitas barang, menjaga kestabilan harga dan menjaga kuantitas barang, strategi yang dilakukan oleh Citra Niyaga dalam mengembangkan jaringan usaha adalah dengan membina hubungan yang baik dengan jaringan yang sudah ada.<sup>20</sup> Persamaan penelitian yaitu sama-sama membahas tentang strategi dalam mengembangkan suatu usaha. Perbedaan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu pengembangan dilakukan dengan membina hubungan yang baik dengan jaringan yang sudah ada, sedangkan yang penulis teliti menggunakan strategi SWOT dalam pengembangan usaha.

Penelitian kedelapan, skripsi yang disusun oleh Ardhana Erviani dengan judul “*Peran Komunitas UINPRENEURS Dalam Memotivasi Mahasiswa Untuk Melakukan Wirausaha Di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*”. Pada penelitian ini yang dibahas yaitu bagaimana peran UINPreneurs dalam memotivasi mahasiswa untuk melakukan wirausaha di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini

---

<sup>20</sup> Irawati Endar Anjangmas, “Strategi Pengembangan Jaringan Usaha Pada Pengusaha Agribisnis Sayuran Organik (Studi Kasus Terhadap Perusahaan Citra Niyaga),” *Skripsi* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2019).

yaitu menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu peran komunitas UINPreneurs dalam memotivasi mahasiswa untuk melakukan wirausaha cukup berpengaruh. Bagi mahasiswa yang telah bergabung dan menjadi anggota UINPreneurs akan difasilitasi dengan program kerja dan fasilitas yang lain untuk menunjang anggota dalam melakukan wirausaha. Seperti tempat untuk diskusi, materi belajar yang memadai baik teori maupun juga praktek.<sup>21</sup> Persamaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang peran komunitas. Perbedaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu membahas tentang peran komunitas UINPRENEURS dalam memotivasi mahasiswa untuk melakukan wirausaha di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sedangkan pada penelitian ini membahas tentang strategi HIPMI untuk mengembangkan pengusaha muda di Kabupaten Madiun.

Penelitian kesembilan, jurnal yang disusun oleh Asrindah Nasution dengan judul “*Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Berbasis Komunitas (Studi Kasus Bordir & Konveksi Medan Denai)*”. Pada penelitian ini yang dibahas yaitu bagaimana strategi yang ditempuh oleh Bordir & Konveksi Medan Denai, dalam pengembangan usaha berbasis komunitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) Dalam pengembangan usaha

---

<sup>21</sup> Ardhana Erviani, “Peran Komunitas UINPreneurs Dalam Memotivasi Mahasiswa Untuk Melakukan Wirausaha Di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta,” *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019).

konveksi terutama dalam penambahan modal, yaitu melalui usaha simpan pinjam dengan menggandeng koperasi KOSPIN JASA; (2) Kegiatan arisan dipakai untuk mobilisasi dan distribusi dana anggota Bordir dan Konveksi Medan Denai dalam ruang yang lebih terbatas; (3) dalam pengembangan usaha konveksinya Bordir dan Konveksi Medan Denai juga menggunakan strategi pemasaran produk dan peningkatan kualitas produksi; (4) strategi peningkatan kualitas produksi yaitu untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan juga kepuasan bagi konsumen.<sup>22</sup> Persamaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha melalui komunitas. Perbedaan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan strategi pemasaran produk dan peningkatan kualitas produksi sedangkan pada penelitian ini menggunakan strategi SWOT.

Penelitian kesepuluh, jurnal yang disusun oleh Imam Mutakin dan Taufik Ridwan dengan judul “*Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Komunitas (Studi Kasus Konveksi Jack Tailor di Desa Ciperna)*”. Pada penelitian ini yang dibahas yaitu bagaimana strategi yang ditempuh oleh paguyuban konveksi dalam mengembangkan usaha konveksi berbasis komunitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) Pada awal usaha didirikan, usaha ini melakukan kegiatan promosi dengan cara lisan atau langsung terjun dalam

---

<sup>22</sup> Asrindah Nasution, “Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Berbasis Komunitas (Studi Kasus Bordir & Konveksi Medan Denai),” *Jurnal Bisnis Corporate*, Volume 5, Nomor 2, (2020).

masyarakat untuk memasarkan produk yang dihasilkan melalui komunitas-komunitas konveksi yang telah dibuat dan untuk strategi pengembangan konveksi berbasis syariah.<sup>23</sup> Persamaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha melalui komunitas. Perbedaan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu pengembangan dilakukan dengan strategi promosi sedangkan pada penelitian ini pengembangan dilakukan dengan strategi SWOT.

Penelitian kesebelas, skripsi yang disusun oleh Fandhita Hyan Prakasa dengan judul “*Peran Komunitas Sablon Kaos Solo (Solo City Screen Printing) Pada Usaha Sablon Di Surakarta (Studi Kasus Di Krea Kaos Tahun 2020)*”. Pada penelitian ini yang dibahas yaitu bagaimana peran komunitas Sablon Kaos Solo pada usaha sablon kaos di Surakarta dan bagaimana peran komunitas Sablon Kaos Solo dalam menghadapi kendala yang sering dihadapi oleh para anggota. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan desain etnografi. Hasil dari penelitian ini yaitu komunitas berperan dalam menumbuhkan semangat usaha mengenai sikap dan etika bisnis yaitu diantaranya menambah wawasan mengenai *communication skill*, *social skill*, dan *networking*. Selain itu juga berperan dalam menambah wawasan mengenai manajemen usaha yaitu diantaranya *leadership*, *problem solving*, dan *teamwork*. Selain itu komunitas berperan dalam hal mutu produk

---

<sup>23</sup> Imam Mutakin dan Taufik Ridwan, “Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Komunitas (Studi Kasus Konveksi Jack Tailor di Desa Ciperna),” *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, Volume 1, Nomor 1, (2020).

yang dihasilkan. Komunitas Sablon Kaos Solo berupaya membantu dalam mengatasi kendala yang dihadapi oleh anggota di antaranya kesalahan warna hasil cetak sablon dengan desain, *mis register*, dan kendala yang dihadapi dalam proses afdruck atau film pada *screen* sablon.<sup>24</sup> Persamaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang suatu komunitas. Perbedaan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu penelitian terdahulu membahas tentang peran suatu komunitas sedangkan pada penelitian ini membahas tentang strategi suatu komunitas.

Penelitian keduabelas, skripsi yang disusun oleh Muhammad Andika dengan judul “*Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”. Pada penelitian ini yang dibahas yaitu bagaimana strategi pengembangan usaha PT Al Muchtar Tour dan Travel dengan analisis SWOT jika ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu PT Al Muchthamar berada diposisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Sehingga perusahaan harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.<sup>25</sup> Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi

---

<sup>24</sup> Fandhita Hyan Prakasa, “Peran Komunitas Sablon Kaos Solo (Solo City Screen Printing) Pada Usaha Sablon Di Surakarta (Studi Kasus Di Krea Kaos Tahun 2020),” *Skripsi* (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020).

<sup>25</sup> Muhammad Andika, “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Skripsi* (BANDA ACEH: UIN AR-RANIRY, 2020).

dalam mengembangkan suatu usahamenggunakan SWOT. Perbedaan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu pengembangan dilakukan oleh perusahaan sedangkan pada penelitian ini pengembangan melalui komunitas.

Penelitian ketigabelas, jurnal yang disusun oleh Raisa Aribatul Hamidah, Azhar Alam, Devi Wijayanti, Aditya Nurrahman dengan judul “*Peran Komunitas Pengusaha Muslim Dalam Mengembangkan Bisnis Syariah di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Jogja Muslimah Preneur)*”. Pada penelitian ini yang dibahas yaitu bagaimana komunitas Jogja Muslimah Preneur bekerja sesuai dengan visi dan misinya serta mengetahui peranannya dalam mengembangkan bisnis syariah di tengah pandemic covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini yaitu .<sup>26</sup> Persamaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha melalui komunitas. Perbedaan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu penelitian terdahulu membahas tentang tugas suatu komunitas berdasarkan visi misinya dan juga peran komunitas dalam mengembangkan usaha sedangkan pada penelitian ini membahas tentang strategi suatu komunitas dalam mengembangkan usaha.

Penelitian keempatbelas, jurnal yang disusun oleh Fanji Wijaya dengan judul “*Strategi Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Pada Kelompok Tani Kopi Buntis*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian

---

<sup>26</sup> Raisa Aribatul Hamidah dkk., “Peran Komunitas Pengusaha Muslim Dalam Mengembangkan Bisnis Syariah di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Jogja Muslimah Preneur),” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Volume 9, Nomor 2, (2021).



kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu pada analisis SWOT menunjukkan bahwa kelompok Tani Kopi Buntis berada pada kuadran VIII dengan strategi yang tepat untuk kondisi saat ini, terdiri dari harvest strategy atau divestiture strategy, strategi ini dilakukan dalam rangka penambahan modal dari suatu rencana investasi atau untuk menindaklanjuti strategi akuisisi yang telah diputuskan untuk proses selanjutnya.<sup>27</sup> Persamaan antara yang penulis teliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha melalui komunitas. Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objeknya, pada penelitian terdahulu objeknya adalah Kelompok Tani Kopi Buntis sedangkan pada penelitian objeknya adalah Komunitas HIPMI.

Penelitian kelimabelas, skripsi yang disusun oleh Chelia Yoman dengan judul “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus Pada Usaha Bobabox Bubble Tea)*”. Pada penelitian ini yang dibahas yaitu bagaimana strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha dengan melihat factor internal dan eksternal usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu berdasarkan analisis matriks QSPM, terpilih satu strategi terbaik dengan skor TAS tertinggi, yaitu poin A, melakukan *continuous improvement*

---

<sup>27</sup> Fanji Wijaya, “Strategi Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Pada Kelompok Tani Kopi Buntis,” *Jurnal Indonesia Membangun*, Volume 20, Nomor 1, (2021).

untuk varian produk dan pemasaran.<sup>28</sup> Persamaan penelitian yaitu sama-sama membahas tentang strategi dalam mengembangkan suatu usaha. Perbedaan penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu pengembangan dilakukan di Pada Usaha Bobabox Bubble Tea, sedangkan yang penulis teliti dilakukan pada anggota HIPMI.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu kegiatan penelitian di lapangan secara langsung untuk mendapatkan data atau informasi dengan mendatangi responden.<sup>29</sup> Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis kemudian diinterpretasikan. Hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna.<sup>30</sup>

### **2. Kehadiran Peneliti**

Pada bagian ini peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data. Selain manusia dapat juga dijadikan sebagai instrument,

---

<sup>28</sup> Chelia Yoman, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus Pada Usaha Bobabox Bubble Tea)," *Skripsi* (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2021).

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: ALFABETA, 2016), 208.

<sup>30</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 8.

tetapi fungsinya terbatas sebagai pendukung tugas peneliti sebagai instrumen. Maka dari itu, pada penelitian kualitatif kehadiran peneliti di lapangan sangat diperlukan. Kehadiran peneliti ini harus dijelaskan secara eksplisit dalam laporan penelitian mengenai perannya sebagai partisipan penuh atau sebagai pengamat penuh. Selain itu harus jelas statusnya sebagai peneliti atau subyek.<sup>31</sup> Pada penelitian ini kehadiran peneliti yaitu sebagai pengamat penuh dan statusnya hanya sebagai peneliti bukan subyek.

### 3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang akan digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang diinginkan. Lokasi yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu di Kantor HIPMI Kabupaten Madiun Jalan Panglima Sudirman, No. 73, Caruban. Alasan memilih tempat ini karena berdasarkan wawancara dengan dua orang anggota HIPMI Kabupaten Madiun, mereka mempunyai permasalahan mengenai usahanya yang belum berkembang dengan baik, masih stagnan saja padahal sudah bertahun-tahun usahanya dijalankan. Maka dari itu saya mengambil lokasi pada HIPMI karena HIPMI merupakan salah satu komunitas terbesar di Indonesia sehingga diharapkan mampu mengatasi permasalahan mengenai pengembangan wirausaha muda di Kabupaten Madiun tersebut.

---

<sup>31</sup> Amirullah, *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian* (Malang: Media Nusa Creative, 2015), 78.

#### **4. Data dan Sumber Data**

##### **a. Data Penelitian**

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Data bisa berwujud suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa ataupun simbol-simbol lainnya yang bisa kita gunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, obyek, kejadian ataupun suatu konsep.<sup>32</sup> Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang berkaitan dengan strategi HIPMI untuk mengembangkan usaha pengusaha muda di Kabupaten Madiun.

##### **b. Sumber Data**

Pada penelitian ini peneliti menggali data dari lapangan yang berkaitan dengan strategi HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) dalam mengembangkan usaha bagi pengusaha muda di Kabupaten Madiun. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data primer dan sumber data sekunder.

##### **1) Data Primer**

Definisi data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Data ini tidak tersedia, sebab sebelumnya belum pernah

---

<sup>32</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), 67.

ada riset sejenis atau hasil riset sejenis sudah kedaluwarsa.<sup>33</sup> Data primer ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pengurus HIPMI kabupaten Madiun dan beberapa anggota HIPMI Kabupaten Madiun, diantaranya sebagai berikut:

- a) Siroojul Kahfi selaku sekretaris umum HIPMI Kabupaten Madiun.
  - b) Sugeng Hariono selaku kabid UMKM HIPMI Kabupaten Madiun.
  - c) Dera Algi selaku anggota HIPMI Kabupaten Madiun.
  - d) Devi Pramesti selaku anggota HIPMI Kabupaten Madiun.
  - e) Shukur Dhaniami selaku anggota HIPMI Kabupaten Madiun.
- 2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sebelum peneliti memasuki lapangan, data tersebut sudah tersedia, baik itu dalam bentuk kepustakaan, dokumen-dokumen, foto-foto, maupun berdasarkan obrolan orang atau dari mana saja yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.<sup>34</sup> Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari berbagai *literature* seperti dokumentasi, buku-buku, jurnal, dan karya ilmiah lainnya.

---

<sup>33</sup> Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 38.

<sup>34</sup> Anggito dan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 242.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.<sup>35</sup> Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya yaitu observasi dan wawancara.

### a. Observasi

Observasi dalam sebuah penelitian diartikan sebagai pemusatan perhatian terhadap sebuah objek dengan melibatkan seluruh indera untuk mendapatkan data. Instrument yang digunakan dalam observasi dapat berupa pedoman pengamatan, tes, kuesioner, rekaman gambar, dan rekaman suara. Dalam penelitian kualitatif instrument observasi digunakan sebagai pelengkap dari teknik wawancara yang telah dilakukan. Observasi digunakan untuk melihat dan mengamati secara langsung objek penelitian, sehingga peneliti mampu mencatat dan menghimpun data yang diperlukan untuk mengungkap penelitian yang dilakukan.<sup>36</sup> Dalam penelitian ini observasi dilakukan langsung dengan mendatangi Pengurus dan juga anggota dari HIPMI Kabupaten Madiun.

---

<sup>35</sup> Endang Widi Winarni, *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 158.

<sup>36</sup> M. Askari Zakariah, Vivi Afriani, dan M. Zakariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R n D)* (Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah, 2020), 43.

b. Wawancara

Denzin mendefinisikan wawancara sebagai percakapan *face to face* (tatap muka), di mana salah satu pihak menggali informasi dari lawan bicaranya. Definisi yang lebih terperinci dikemukakan oleh Stewart dan Cash yang menyatakan bahwa wawancara adalah proses komunikasi interaksional antara dua pihak, paling tidak salah satu pihak mempunyai tujuan antisipasi dan serius serta biasanya termasuk tanya jawab.<sup>37</sup> Dalam penelitian ini wawancara dilakukan langsung bersama Pengurus dan juga anggota dari HIPMI Kabupaten Madiun.

## 6. Teknik Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari penelitian kualitatif yaitu berupa narasi atau kata-kata bukan angka. Pada penelitian ini data yang dikumpulkan berupa kata-kata yang diambil melalui teknik pengumpulan data yang berupa observasi dan interview/wawancara terhadap objek penelitian. Setelah data tersebut terkumpul kemudian melakukan pengolahan data melalui tiga tahapan yaitu memilih dan memilih data yang sesuai dan relevan dengan pembahasan (*reduction*), pemaparan (*display*), dan penarikan kesimpulan.

- a. Reduksi data, yaitu proses penyempurnaan data, baik pengurangan data yang kurang perlu maupun penambahan data yang dirasa kurang.
- b. Penyajian data, yaitu proses pengumpulan informasi yang disusun berdasarkan kategori atau pengelompokan yang diperlukan.

---

<sup>37</sup> Fadhallah, *Wawancara* (Jakarta: UNJ Press, 2021), 1.

- c. Penarikan kesimpulan/verifikasi, yaitu proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang singkat, padat dan mudah dipahami, serta dilakukan berulang kali dengan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan itu.<sup>38</sup>

## 7. Analisis Data

Secara umum dalam penelitian kualitatif analisis data banyak menggunakan model analisis yang dicetuskan oleh Miles dan Huberman yang sering disebut dengan metode analisis data interaktif. Aktivitas dalam analisis data kualitatif ini ada tiga, yaitu tahap reduksi data, display data dan kesimpulan/verifikasi.<sup>39</sup>

### a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan akan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan selanjutnya, dan mencarinya apabila diperlukan. Setelah data yang dikumpulkan dari proses observasi dan wawancara terkumpul, maka selanjutnya memfokuskan pada rumusan masalah yang ada pada rumusan masalah yaitu strategi HIPMI untuk mengembangkan pengusaha muda di Kabupaten Madiun.

---

<sup>38</sup> Abdul Majid, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Makasar: Penerbit Aksara Timur, 2017), 77.

<sup>39</sup> Umrati dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan* (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), 88.



b. Display Data (Penyajian data)

Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Dengan adanya penyajian data akan memudahkan dalam memahami apa yang terjadi dan untuk merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Dari penjelasan diatas maka pada bagian ini yaitu melakukan penyajian data dengan cara membuat uraian data yang bersifat naratif.<sup>40</sup>

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisis data. Pada bagian ini peneliti akan mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Ibid., 89.

<sup>41</sup> Siyoto dan Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 124.

## 8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode triangulasi yaitu sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Jenis dari triangulasi ada empat yaitu (a) triangulasi sumber yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari beberapa sumber; (b) triangulasi teknik yang dilakukan dengan cara mengecek data dari sumber yang sama dengan teknik yang berbeda; (c) triangulasi waktu yang berkaitan dengan keefektifan waktu, data dikumpulkan pada saat pagi hari saat narasumber masih segar dan belum banyak masalah sehingga memberikan data yang valid; (d) triangulasi teori menurut Linkoln dan Guba berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori.<sup>42</sup>

Pada penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber data yang menggali informasi melalui wawancara dan observasi yang penulis lakukan secara langsung dengan pengurus dan anggota HIPMI Kabupaten Madiun.

## G. Sistematika Pembahasan

Agar memperoleh gambaran yang jelas mengenai urutan pembahasan, maka susunan pembahasan pada penelitian ini dibagi menjadi lima bab. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>42</sup> Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 199.

## BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi gambaran secara umum permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini yang meliputi: judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

## BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang penjelasan mengenai teori-teori yang akan diteliti meliputi: landasan teori Strategi Pengembangan Usaha, Analisis SWOT, Berwirausaha, dan Berwirausaha Islam.

## BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas metode atau cara yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini yang meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data.

## BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas atau menjelaskan hasil dari penelitian yaitu strategi HIPMI dalam mengembangkan pengusaha muda di Kabupaten Madiun.

## BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisi hasil jawaban dari rumusan masalah dalam bentuk kesimpulan dan saran.

## BAB II

### STRATEGI HIPMI (HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA) DALAM MENGEMBANGKAN USAHA

#### A. Strategi Pengembangan Usaha

##### 1. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang artinya suatu usaha agar mencapai kemenangan pada suatu pertempuran. Strategi mulanya digunakan pada lingkungan militer, namun istilah strategi digunakan dalam berbagai bidang yang memiliki esensi yang relatif sama.<sup>1</sup>

Menurut Husein Umar, strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.<sup>2</sup>

Sebagaimana yang dikutip oleh Dian Masita Dewi dan Anis Wahdi, menurut Chandler strategi merupakan alat untuk mencapai

---

<sup>1</sup> Haudi, *Strategi Pembelajaran* (Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2021), 1.

<sup>2</sup> Umar, *Strategi Manajemen In Action*, 31.

tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Stephanie K. Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.<sup>3</sup>

Menurut Glodworthy dan Ashley ada tujuan aturan dasar dalam merumuskan suatu strategi sebagai berikut:

- a. Ia harus menjelaskan dan menginterpretasikan masa depan, tidak hanya masa sekarang.
- b. Arah strategi harus bisa menentukan rencana dan bukan sebaliknya.
- c. Strategi harus berfokus pada keunggulan kompetitif, tidak semata-mata pada pertimbangan keuangan.
- d. Ia harus di aplikasikan dari atas ke bawah, bukan dari bawah ke atas.
- e. Strategi harus mempunyai orientasi eksternal.
- f. Strategi harus berpusat pada hasil jangka panjang.<sup>4</sup>

Menurut Hubies yang dikutip oleh Yuan Budrianto dkk , terdapat beberapa hal penting dalam implementasi atau penerapan strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu:

---

<sup>3</sup> Nugraha Pranadita, *Perumusan Strategi Perusahaan Interaksi Hukum Dengan Manajemen Strategis Dalam Industri Pertahanan Indonesia* (Sleman: Deepublish, 2008), 43.

<sup>4</sup> Opan Arifudin, Rahman Tanjung, dan Yayan Sofyan, *Manajemen Strategis Teori Dan Implementasi* (Banyumas: CV Pena Persada, 2020), 3.

a. Penetapan target tahunan

Sasaran dan target perusahaan yang ditetapkan dalam proses pengembangan strategi merupakan sasaran dan target lima tahunan yang harus dicantumkan dalam target tahunan yang mendukung pencapaian sasaran dan target lima tahunan.

b. Perumusan Kebijakan

Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu mengembangkan kebijakan yang mendukung. Prinsip adalah seperangkat keputusan administratif dalam bentuk aturan yang dianut untuk mencapai tujuan perusahaan.

c. Membangun motivasi kerja

Menerapkan strategi adalah proses tindakan yang membutuhkan dukungan dari semua karyawan. Proses pemberian motivasi penting bagi karyawan untuk mendukung penuh strategi yang ada dan diterapkan oleh perusahaan.

d. Alokasi sumber daya

Sumber daya yang dialokasikan meliputi keuangan, teknologi, dan personal. Perubahan dalam strategi mungkin memerlukan perubahan alokasi sumber daya karena perubahan prioritas.<sup>5</sup>

Meskipun strategi perlu diterapkan, kegiatan ini sangat bervariasi antara jasa manufaktur dan organisasi pemerintah. Saat menetapkan tujuan strategis, konteks lingkungan bisnis, baik secara internal maupun

---

<sup>5</sup> Yuan Badrianto dkk, *Manajemen Strategi (Membangun Keunggulan Kompetitif)* (Bandung: Media SAINS Indonesia, 2021), 20.

eksternal, harus dipertimbangkan. Menciptakan strategi yang sukses tidak menjamin implementasi atau nuansa strategi yang sukses.<sup>6</sup>

## 2. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan ukuran perusahaan, mempromosikan berbagai produk, inovasi produk, perluasan pasar, dan inovasi pasar. Secara harfiah, tujuan utama dari pengembangan usaha adalah untuk meningkatkan pendapatan. Pengembangan usaha harus dilakukan secara tepat waktu. Perusahaan yang tidak menangani pelanggan pada waktu yang tepat dapat memiliki konsekuensi serius bagi kelangsungan operasi suatu perusahaan.<sup>7</sup>

Menurut Anoraga yang dikutip oleh Nasir Asman, pengembangan usaha dapat diartikan sebagai tanggung jawab semua *entrepreneur* atau wiraswasta berkaitan dengan orientasi masa depan, dorongan untuk maju dan kreativitas untuk memajukan perusahaan. Sebuah pengembangan usaha juga dapat diartikan sebagai cara sistematis perusahaan untuk mempersiapkan kemungkinan pertumbuhan perusahaan yang potensial, bantuan dan juga pengawasan terhadap penerapan peluang pengembangan usaha namun tidak mencakup keputusan berkaitan dengan strategi dan pelaksanaan kesempatan pengembangan usaha tersebut.<sup>8</sup>

Adapun tahap-tahap dalam pengembangan usaha yaitu:

---

<sup>6</sup> Ibid., 22.

<sup>7</sup> Novanda, *Jejak Sukses Desa Membangun BUMDES: Belajar dari BUMDES Mart Sumber Rejo*, 83.

<sup>8</sup> Nasir Asman, *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)* (Indramayu: Adanu Abimata, 2020), 90–91.

a. Memiliki Ide Usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki oleh seorang wirausaha dari berasal berbagai sumber. Ide terkadang tercipta karena jiwa wirausaha yang kuat dari para wirausahawan.

b. Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Pada langkah selanjutnya, pengusaha akan menerapkan ide usaha ke konsep usaha, yang merupakan langkah selanjutnya dalam ide usaha dalam area usaha tertentu. Konsep bisnis akan dipertimbangkan melalui penilaian formal atau informal terhadap profitabilitas bisnis.

c. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Bagian penting dari rencana usaha yang akan disiapkan oleh pengusaha adalah perhitungan laba rugi yang direncanakan dari operasi suatu usaha yang tidak lengkap. Saat menyusun rencana usaha, kontraktor membuat perbedaan dengan menyesuaikan detail rencana bisnis.

b. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang terperinci dan universal, tertulis atau tidak tertulis, akan diterapkan di seluruh proses usaha. Ketika pengusaha menerapkan rencana usaha, mereka memobilisasi sumber daya yang



diperlukan, seperti modal, bahan, dan tenaga kerja untuk menjalankan bisnis.<sup>9</sup>

Menurut David Bang dalam buku yang dikutip oleh Hendro, faktor pengembangan atau keberhasilan usaha bukan hanya dilihat dari seberapa keras pengusaha itu bekerja, tetapi dilihat dari seberapa cerdas pengusaha melakukan dan merencanakan strateginya serta mewujudkannya.<sup>10</sup> Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha adalah sebagai berikut:

a. Faktor Peluang

Dalam rencana pembangunan atau pengembangan usaha, langkah pertama yang perlu dianalisis adalah melihat kemungkinan adanya kesempatan untuk memasarkan produk yang akan diperdagangkan dengan melihat tingkat daya serap yang masih tersedia, dengan cara menganalisis permintaan, penawaran dan peluang pasar.<sup>11</sup>

b. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan satu-satunya sumber daya yang memiliki akal perasaan keinginan, ketrampilan, pengetahuan, dorongan, daya dan karya (rasio, rasa dan karsa). Semua potensi SDM tersebut berpengaruh terhadap upaya organisasi dalam mencapai tujuan. Betapapun majunya teknologi, perkembangan informasi,

---

<sup>9</sup> Asep Suraya Maulana, *Kewirausahaan (Enterprenuership) Dalam Pandangan Islam (Historis-Politik dan Ekoomi)* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2020), 158–59.

<sup>10</sup> Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Airlangga, 2011), 47.

<sup>11</sup> Harmaizar Z, *Menangkap Peluang Usaha* (Bekasi: CV Dian Anugerah Perkasa, 2009), 85.

tersedianya modal dan memadainya bahan, jika tanpa SDM sulit bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan.<sup>12</sup>

c. Faktor Bantuan Pemerintah

Menurut Hendro, faktor bantuan pemerintah berpengaruh karena sebuah usaha berhubungan dengan: a) Peraturan pemerintah dan peraturan daerah seperti pajak, b) legalitas dan perizinan, dan c) Dukungan pemerintah dalam usaha.<sup>13</sup>

## B. Analisis SWOT

### 1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari empat kata yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrument perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Instrument ini memudahkan para praktisi untuk menentukan apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana, 2017), 3.

<sup>13</sup> Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, 50.

<sup>14</sup> Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 7.

Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategi. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal.

Agar lebih jelas, akan diuraikan empat unsur yang membentuk SWOT, yaitu:

a. *Strength* (S) Kekuatan

Kekuatan merupakan bagian dari faktor-faktor internal perusahaan. Di dalam kekuatan ini, kita akan mencari unsur karakteristik perusahaan yang menunjukkan kekuatannya, yakni secara spesifik mampu memberikan kelebihan atau keuntungan bagi perkembangan bisnis.

b. *Weaknesses* (W) Kelemahan

Kelemahan juga merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Dalam unsur kelemahan ini, perlu ditemukan unsur karakteristik perusahaan yang berkaitan dengan kelemahan yang mungkin dapat menghambat laju perkembangan perusahaan tersebut.

c. *Opportunities* (O) Peluang

Peluang merupakan unsur ekstrinsik atau yang berasal dari luar perusahaan. Dalam peluang, kita perlu mencari unsur karakteristik yang berkaitan dengan peluang-peluang dari lingkungan sekitar atau

sektor terkait yang ada bagi perusahaan tersebut, sehingga mampu mendorong perusahaan agar mengalami kemajuan.

d. *Threats* (T) Ancaman

Faktor ancaman adalah bagian dari faktor eksternal perusahaan. Faktor ancaman meliputi berbagai unsur yang berkaitan dengan ancaman-ancaman dari situasi di luar perusahaan yang memungkinkan untuk menghambat perusahaan, menempatkan perusahaan dalam situasi sulit, atau menimbulkan masalah yang sulit untuk dihadapi oleh perusahaan.<sup>15</sup>

## 2. Model Analisis SWOT

Dalam rangka menciptakan suatu analisis SWOT yang baik dan tepat maka perlu kiranya dibuat suatu model analisis SWOT yang *representative*. Penafsiran *representative* di sini adalah bagaimana suatu kasus yang akan dikaji dilihat berdasarkan ruang lingkup dari aktivitas kegiatannya, atau dengan kata lain kita melakukan penyesuaian analisa berdasarkan kondisi yang ada. Misalnya untuk perusahaan manufaktur dan perbankan, tentu merupakan dua bentuk analisa yang berbeda dan mempengaruhi terjadinya perubahan bentuk model analisa yang akan diterapkan.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Hasna Wijayanti, *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2021), 10.

<sup>16</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Risiko Teori, Kasus, Dan Solusi* (Bandung: ALFABETA, 2018), 362.

Untuk membuat uraian SWOT ini tampak lebih mudah dilakukan dan lebih tersistematis, kita bisa menaruhnya dalam sebuah matriks SWOT. Dengan adanya matriks SWOT, kita dapat memperoleh gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi, dengan disesuaikan pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Dari matriks ini, juga akan menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk mencapai visi misinya.<sup>17</sup>



---

<sup>17</sup> Wijayanti, *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*, 19.

**Tabel 2.1**  
**Format Menganalisis dan Menentukan Keputusan Strategis dengan**  
**pendekatan Matrik SWOT**

Faktor-Faktor Internal (IFAS)	<b>Strengths / Kekuatan</b>  (S)	<b>Weaknesses /</b> <b>Kelemahan (W)</b>
Faktor-Faktor Eksternal (EFAS)	Catat 5-10 kekuatan- kekuatan faktor internal perusahaan.	Catat 5-10 kelemahan- kelemahan faktor internal perusahaan.
<b>Opportunities /</b> <b>Peluang (O)</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
Catat 5-10 faktor peluang eksternal.	Buat strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Buat strategi yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman.
<b>Treaths / Ancaman</b>  (T)	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
Catat 5-10 faktor ancaman eksternal.	Buat strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Buat strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Strategi yang dapat dipetakan dari tabel tersebut ada empat, yaitu SO, WO, WT, dan ST. Berikut akan dijelaskan mengenai keempat hal di atas:

a. Strategi SO (*Strengths Opportunities*)

Strategi SO adalah strategi yang muncul dari pemetaan *strength* dan *opportunity* alias kekuatan dan peluang. Dengan strategi ini, kita dapat berusaha untuk memilih keuntungan dengan jalan menggunakan kekuatan yang dimiliki sekaligus dengan memanfaatkan peluang yang ada. Kita dapat melihat pada matriks SWOT di atas, keberadaan kolom kekuatan. Kekuatan tersebutlah yang akan menjadi modal dasar kita untuk memanfaatkan peluang yang ada di kolom sebelahnya.

b. Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*)

Pada strategi WO, kita dituntut untuk mampu memanfaatkan peluang dengan jalan menghilangkan kelemahan-kelemahan yang dimiliki. Pada matriks SWOT, kita dapat melihat daftar kelemahan dan peluang yang telah diidentifikasi dari pengamatan dan penelitian. Kemudian, ditentukanlah strategi yang tepat untuk menyesuaikan dengan peluang yang ada. Usahakan agar strategi yang diambil dapat meminimalkan kelemahan sekaligus memanfaatkan peluang yang tersedia. Petakan bentuk-bentuk kegiatan apa saja yang secara praktis memungkinkan untuk dilakukan. Strategi WO diterapkan dengan landasan pemanfaatan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

c. Strategi ST (*Strengths Threats*)

Strategi *strength* dan *threat* mengharuskan kita untuk membentuk strategi yang mampu mengerahkan kekuatan untuk menghindari perusahaan dari ancaman yang ada. Dari matriks SWOT, perhatikan berbagai kekuatan yang tersedia. Lalu, kita bisa memilih kekuatan-kekuatan yang bisa dimanfaatkan untuk menghindari ancaman yang datang. Oleh karena itu, cobalah mencari jalan terbaik dalam menghindari ancaman tersebut, sekaligus dengan meminimalkan kelemahan. Strategi WT dibuat berdasarkan pada perusahaan tentang bagaimana cara memanfaatkan kekuatan yang dimiliki demi mengatasi ancaman.

d. Strategi WT (*Weaknesses Threats*).

Pada strategi WT, kita perlu menentukan strategi yang mampu dilakukan guna mengendalikan ancaman yang ada dengan jalan meminimalkan kelemahan-kelemahan. Matriks SWOT dapat menunjukkan mengenai berbagai macam ancaman yang telah diidentifikasi pada perusahaan. Ancaman ini pastinya dapat memengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu, strategi WT dibuat dengan berdasarkan pada kegiatan perusahaan yang bersifat defensive dengan berusaha meminimalkan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta menghindari ancaman yang ada.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Ibid., 20–23.



### C. Pengertian Wirausaha

Wirausaha merupakan terjemahan dari *entrepreneur* ke dalam bahasa Indonesia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian wirausaha sama dengan wiraswasta, yaitu orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya. *Entrepreneur* menurut Kamus Merriam Webster berasal dari bahasa Perancis “*entreprendre*” yang dalam Bahasa Inggris berarti “*to undertake*”, yaitu orang yang memulai bisnis dan bersedia mengambil risiko kehilangan dalam rangka menciptakan uang. *Entrepreneur* adalah sebutan bagi seseorang yang mahir melahirkan suatu usaha baru. Bahkan, Merriam Webster menyebut wirausaha sebagai “*economic leader*”, karena berada di garda terdepan dan terawal bagi suatu proses bisnis. Seorang *entrepreneur* mahir menggabungkan dan mengupayakan berbagai elemen terkait.<sup>19</sup>

### D. Berwirausaha Dalam Islam

Kebijakan operasional kewirausahaan berlandaskan pemahaman dan pengertian Islam, sebagaimana firman Allah berikut ini:

Firman Allah SWT Al-Qur'an Surah al-Qashash (28), ayat 77:

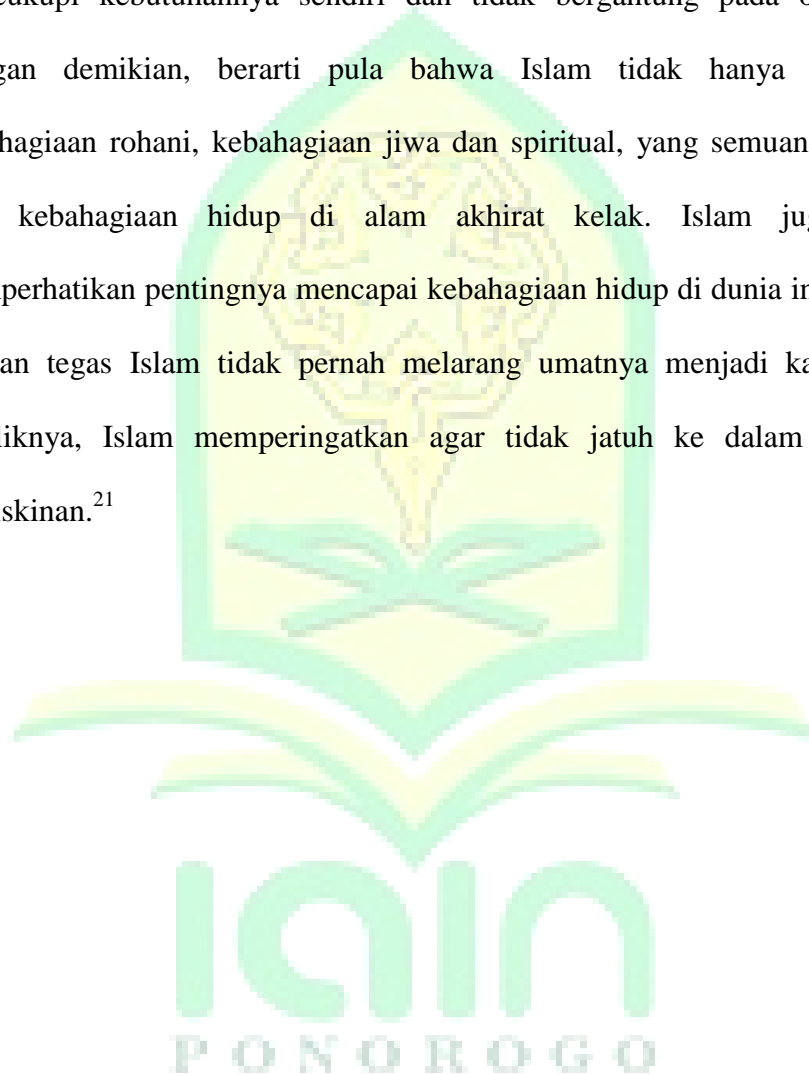
وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepada mu (kebahagiaan) untuk negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan

<sup>19</sup> Sayu Ketut Sutrisna Dewi, *Konsep Dan Pengembangan Kewirausahaan Di Indonesia* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2017), 1.

kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai, orang-orang yang berbuat kerusakan.” (QS. Al-Qashash:77).<sup>20</sup>

Firman Allah SWT tersebut menganjurkan umat Islam untuk mencukupi kebutuhannya sendiri dan tidak bergantung pada orang lain. Dengan demikian, berarti pula bahwa Islam tidak hanya memenuhi kebahagiaan rohani, kebahagiaan jiwa dan spiritual, yang semuanya menuju satu kebahagiaan hidup di alam akhirat kelak. Islam juga sangat memperhatikan pentingnya mencapai kebahagiaan hidup di dunia ini. Bahkan, dengan tegas Islam tidak pernah melarang umatnya menjadi kaya. Justru sebaliknya, Islam memperingatkan agar tidak jatuh ke dalam kubangan kemiskinan.<sup>21</sup>



---

<sup>20</sup> *Al-Quran Mushaf Perkata Tajwid Warna Transliterasi Latin*, 394.

<sup>21</sup> Farid, *Kewirausahaan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2017), 12.

## **BAB III**

# **STRATEGI HIPMI (HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA) DALAM MENGEMBANGKAN USAHA BAGI PENGUSAHA MUDA DI KABUPATEN MADIUN**

### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1. Profil HIPMI Kabupaten Madiun**

HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) adalah organisasi independen non partisan. Organisasi non partisan merupakan organisasi yang tidak mendekati diri dan berpartisipasi secara regular maupun irregular dalam aktivitas sebuah kelompok, golongan dan kekuatan sosial, ekonomi dan politik manapun, dan beranggotakan para pengusaha muda Indonesia yang bergerak dibidang perekonomian. Organisasi ini didirikan pada tanggal 10 Juni 1972 oleh para pengusaha pemula yang terdiri dari Drs. Abdul Latief, Ir. Siswono Yudo Husodo, Teuku Sjahrul, Datuk Hakim Thantawi, Badar Tando, Irawan Djajaatmadja, SH, Hari Sjamsudin Mangaan, Pontjo Sutowo, dan Ir. Mahdi Diah. Organisasi ini didirikan dengan dilandasi oleh semangat untuk menumbuhkan wirausaha di kalangan pemuda. Struktur Organisasi HIPMI berada di tingkat pusat maupun daerah. HIPMI menetapkan adanya Badan Pengurus Pusat yang berkedudukan di Ibu kota Negara, Badan Pengurus Daerah berkedudukan di Ibu kota Provinsi, dan Badan Pengurus Cabang berkedudukan di Ibu kota Kabupaten/Kota. Hingga saat ini HIPMI telah ada di 34 provinsi di Indonesia dan memiliki 354 Badan Pengurus Cabang. Seiring dengan

otonomi daerah dan pemekaran, HIPMI terus berkembang agar dapat terwakili di seluruh Indonesia. Ketentuan organisasi menetapkan dua jenis keanggotaan. Status sebagai Anggota Biasa bagi mereka yang berusia 17 - 40 tahun. Sedangkan bagi mereka yang telah melewati usia di atas 41 tahun statusnya menjadi Anggota Luar Biasa, akrabnya sering disebut sebagai para Senior. Jenis Usaha yang ada pada HIPMI yaitu pada bidang Perkebunan, Pertanian, Kehutanan dan Perikanan, Pertambangan, Industri Kimia, Industri Elektronika, Industri Suku Cadang otomotif, Industri Furniture, Pariwisata, Jasa Konstruksi Sipil, dan Mekanikal, Jasa Konsultansi, Jasa Pengadaan, Jasa Keuangan, Layanan Digital, Distributor, Jasa - jasa lainnya.<sup>1</sup>

HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kabupaten Madiun berdiri sejak tahun 2005 yang didirikan oleh Adi Juwono, namun dahulu bergabung dengan HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kota Madiun, kemudian pada tahun 2017 HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kabupaten Madiun resmi berdiri dengan struktur kepengurusan cabang Kabupaten Madiun.

HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) tidak berdiri dibawah naungan pemerintah namun dapat membantu menggerakkan pemuda untuk mengetahui dunia bisnis dan tentunya dapat mengurangi angka pengangguran terutama di Kabupaten Madiun. Dalam HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) diajarkan bagaimana menjadi pengusaha, memulai usaha, dan cara operasional sebuah usaha melalui

---

<sup>1</sup> Siroojul Kahfi, *Wawancara*, 7 April 2022

berbagai kegiatan yang dijalankan. Kegiatan HIPMI diantaranya, pelantikan, HIPMI Kolaborasi, Kopdar dan masih banyak kegiatan sosial lainnya seperti santunan dan bagi takjil.

HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kabupaten Madiun saat ini sudah mempunyai anggota sekitar 150 orang, diantaranya ada yang sudah menjadi pengusaha dan baru memulai usaha. Terdapat berbagai bidang usaha yang didirikan yaitu bidang kuliner, sablon, jasa dekorasi, MUA dan masih banyak lagi. Dengan adanya potensi UMKM yang sangat besar di Kabupaten Madiun menyebabkan para pemuda banyak yang bergabung dengan HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kabupaten Madiun, selain itu dengan adanya kegiatan HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Kabupaten Madiun juga sangat membantu pemuda di Kabupaten Madiun untuk menjadi generasi yang lebih maju.<sup>2</sup>

## **2. Visi dan Misi HIPMI**

### **a. Visi :**

- 1) Menjadikan HIPMI sebagai Candradimuka Pengusaha yang tangguh, inovatif, dan berdaya saing di Era Revolusi Industri 4.0.
- 2) Mendorong sinergitas antara HIPMI dengan pemerintah pusat dan pemerintah daerah sehingga terjalin kemitraan strategis.
- 3) Mendorong kader-kader HIPMI menciptakan pengusaha-pengusaha muda dan lapangan pekerjaan baru, baik di tingkat lokal maupun nasional.

---

<sup>2</sup> Ibid.,

**b. Misi :**

- 1) Meningkatkan kapasitas kader-kader HIPMI dalam menumbuhkembangkan bisnis melalui pelatihan dan forum-forum bisnis.
- 2) Menularkan virus-virus kewirausahaan pada generasi muda.
- 3) Mendorong pemerintah daerah untuk melibatkan kader-kader HIPMI dalam pembangunan daerah.
- 4) Mendorong kader untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi digital dalam menghadapi revolusi industry 4.0.<sup>3</sup>

**3. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi dari HIPMI Kabupaten Madiun adalah sebagai berikut:

Ketua Dewan Pembina	: Sri Agung
Ketua Umum	: Muh. Hariyadi M.
Sekretaris Umum	: Siroojul Kahfi
Bendahara Umum	: Rini Wulandari
Kabid Organisasi, Kaderisasi dan Keanggotaan	: Yoga Cahyono
Kabid Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan	: Ahmad Luthfi
Kabid Perdagangan, Perindustrian, dan BUMN	: Dhenis Prabowo
Kabid SDA, Energi Mineral, dan Lingkungan Hidup	: Mukhamad Subkhanulkarim

---

<sup>3</sup> Ibid.,

Kabid Ekonomi Kreatif, Kesehatan, dan Telekomunikasi : Gagang Ichwanul Akbar

Kabid Infrastruktur, Perhubungan dan Properti : Muh. Budi Tristanto

Kabid Agribisnis, Agroindustri, dan Kemaritiman : Satriyo Adi

Kabid Koperasi, UKM, Tenaga Kerja dan Olahraga : Sugeng Hariono

Kabid Hubungan Internasional dan Pariwisata : Fajar

Kabid Pemuda dan Olahraga : Khoirul Triyanto<sup>4</sup>

## B. Data

### 1. Data Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Anggota HIPMI Kabupaten Madiun

Strategi yang dilakukan oleh HIPMI Kabupaten Madiun dalam mengembangkan pengusaha muda yaitu dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*).

#### a. *Strength* atau kekuatan

*Strength* atau kekuatan dari HIPMI dalam mengembangkan usaha anggota ada beberapa diantaranya seperti yang diungkapkan oleh Kahfi, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>4</sup> Kahfi, *Wawancara*, 7 April 2022

“Jadi HIPMI itu merupakan organisasi tanpa kepentingan, maksudnya gini kan biasanya ada organisasi yang didirikan untuk kepentingan politik, nah HIPMI itu tidak seperti itu, jadi benar-benar kumpulan para pengusaha, baik orang yang baru mulai seperti *online shop* itu gapapa yang penting punya *background* usaha sampai yang kelasnya kakap dan omsetnya sudah milyaran, semuanya membaaur disitu, jadi para anggota ini saling membantu, yang omsetnya sudah milyaran bisa membantu usaha yang masih baru dimulai, baik secara ilmunya, teorinya bahkan sampek support dananya, ya mungkin nggak seluruhnya, tapi setidaknya misal butuh Rp. 50.000.000 dari anggota HIPMI mungkin ada yang bisa membantu Rp. 10.000.000, dan itu tanpa persyaratan seperti misal harus membuat proposal atau apa. Selain itu, di HIPMI memiliki komitmen yang kuat antar anggota, hal ini dibuktikan dengan mengadakan kolaborasi beli di teman. Jadi kita berusaha menggerakkan ekonomi dengan internal HIPMI. Jadi di HIPMI kan banyak latar belakang usaha dari teman-teman. Nah cara kita membangkitkan ekonomi pasca pandemi ini yaitu dengan beli di teman. Misalnya saya mau pasang CCTV nih, saya mengutamakan anggota HIPMI ada nggak yang bisnisnya CCTV. nah disini kita saling membantu jadinya, kalo misalnya di HIPMI nggak ada baru cari di luar.”<sup>5</sup>

Sugeng Hariono menambahkan tentang kekuatan yang dimiliki HIPMI, yaitu:

“Kekuatan yang dimiliki HIPMI Kabupaten Madiun yaitu memiliki banyak relasi, baik dengan pihak pemerintah maupun pihak swasta, selain itu HIPMI Kabupaten Madiun sering melakukan kegiatan sosial diantaranya memberikan santunan dan juga bagi takjil. Kegiatan sosial itu biasa dilaksanakan ketika ada event seperti bulan ramadhan, ataupun juga ketika terjadi bencana. Tujuan kegiatan ini yang utama adalah untuk berbagi kepada sesama, namun secara tidak langsung akan menjadi kekuatan bagi komunitas HIPMI agar lebih dikenal masyarakat dan akan lebih banyak masyarakat utamanya pemuda yang tertarik untuk bergabung dengan komunitas HIPMI dan menjadi pengusaha muda.”<sup>6</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh Dera Algi, bahwa “kekuatan HIPMI itu ya bekerjasama dengan berbagai pihak mbak relasinya banyak, terus juga sering mengadakan kegiatan sosial seperti santunan kepada

<sup>5</sup> Kahfi, *Wawancara*, 18 April 2022

<sup>6</sup> Hariono, *Wawancara*, 6 April 2022



orang-orang yang sudah tua maupun anak yatim dan juga bagi-bagi takjil.”<sup>7</sup>

Devi juga menyampaikan jawabannya yaitu “kekuatan dari HIPMI itu memiliki anggota yang banyak, selain itu sering mengadakan kegiatan sosial kayak santunan dan bagi takjil mbak.”<sup>8</sup>

Begitu pula jawaban dari Shukur yaitu “kekuatan dari komunitas HIPMI itu relasinya banyak, terus anggotanya itu saling support saling membantu satu sama lain, yang usahanya udah besar membantu yang usahanya kecil.”<sup>9</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa, kekuatan dari HIPMI dalam mengembangkan usaha anggota adalah organisasi tanpa kepentingan, memiliki relasi yang banyak, sering mengadakan kegiatan sosial dan juga komitmen antar anggota kuat. Maksud dari organisasi tanpa kepentingan tersebut yaitu dalam HIPMI seluruh anggotanya memiliki tujuan yang sama yaitu untuk memajukan atau mengembangkan usahanya, bukan memiliki maksud lain seperti adanya kepentingan politik dan lain-lain. Kemudian dengan adanya kekuatan tersebut dapat menjadi pendorong dalam mengembangkan usaha bagi anggota, karena dengan adanya kekuatan tersebut, dapat menambah kekuatan dari HIPMI misalnya yaitu banyaknya relasi dapat saling membantu satu sama lain, apalagi ditambah komitmen yang kuat antar anggota akan semakin menjadikan organisasi ini kuat.

---

<sup>7</sup> Algi, *Wawancara*, 16 April 2022

<sup>8</sup> Pramesti, *Wawancara*, 17 April 2022

<sup>9</sup> Dhaniami, *Wawancara*, 16 April 2022

b. *Weakness* atau kelemahan

Strategi yang kedua yaitu dengan melihat *weakness* atau kelemahan dari HIPMI, kelemahan ini diantaranya seperti yang dikatakan oleh Kahfi sebagai berikut

“Jadi gini mbak, HIPMI itu dibilang susah ya susah, dibilang gampang ya gampang, karena anggotanya apalagi pengurusnya kan pengusaha semua, jadi bukan orang yang nganggur lalu ikut komunitas dan akhirnya punya banyak waktu untuk menjalankan komunitas itu, jadi untuk menyempatkan waktu berkumpul itu agak susah makanya ini jadi kelemahan dari komunitas HIPMI Kabupaten Madiun.”<sup>10</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Sugeng Hariono yaitu sebagai berikut:

“Kelemahan dari HIPMI yaitu banyak anggota HIPMI Kabupaten Madiun yang kurang aktif dalam kegiatan sehingga kegiatan kurang berjalan dengan baik dan pastinya akan menyebabkan anggota ada yang kurang berkembang. Kurang berkembangnya usaha anggota ini sebenarnya disebabkan oleh anggota sendiri, jika anggota mau aktif kegiatan atau sering mengikuti berkumpul dengan anggota lain, maka akan menemukan jalan agar usahanya dapat berkembang.”<sup>11</sup>

Jawaban senada juga disampaikan oleh Dera, yaitu “kalau kelemahannya itu ya karena anggotanya sulit untuk berkumpul mbak, jadinya ya kalau mau sharing-sharing ya agak sulit, padahal kan kalau bisa ketemu sharing gitu kan kita juga dapat solusi mengenai kendala yang kita alami.”<sup>12</sup>

Begitu pula dengan jawaban yang disampaikan oleh Devi yaitu “kelemahannya itu ya anggotanya sulit mbak untuk berkumpul, karena

---

<sup>10</sup> Kahfi, *Wawancara*, 18 April 2022

<sup>11</sup> Hariono, *Wawancara*, 6 April 2022

<sup>12</sup> Algi, *Wawancara*, 16 April 2022

kan kebanyakan mereka sibuk dengan urusan usahanya pribadi. Sebenarnya kalau di grup ya cukup aktif tapi kan ya kurang enak gitu mbak kalau nggak ngobrol langsung gitu.”<sup>13</sup>

Shukur juga menyampaikan jawabannya yaitu “sebenarnya kelemahan di HIPMI itu ya anggotanya sulit untuk berkumpul, karena kan kebanyakan sibuk ya, apalagi yang usahanya sudah skala besar, pastinya sibuk ngurusi usahanya sendiri, jadi untuk menyempatkan hadir itu agak susah.”<sup>14</sup>

Berdasarkan jawaban narasumber dapat disimpulkan bahwa kelemahan dari HIPMI terletak pada anggotanya yang sulit untuk diajak berkumpul, hal ini disebabkan karena seluruh anggota HIPMI merupakan pengusaha, sehingga cukup sulit untuk menyempatkan berkumpul dengan sesama anggota.

c. *Opportunity* atau peluang

Selanjutnya merupakan strategi eksternal yang dimiliki oleh HIPMI. Pertama yaitu melihat adanya *opportunity* atau peluang dari HIPMI Kabupaten Madiun. Seperti yang disampaikan oleh Kahfi yaitu:

“Peluang HIPMI itu diantaranya akses ke Pemerintahan mudah, karena kan HIPMI dilindungi oleh Undang-Undang, jadi memang ditugaskan oleh pemerintah juga untuk membantu menjalankan program-program pemerintah, jadi komunitas ini legal, dan jika kita kemana-mana membawa nama HIPMI InsyaAllah dengan Dinas apapun pasti diterima. Bahkan kadang ada surat tugas untuk berkolaborasi dengan instansi-instansi pemerintahan, dan itu tidak boleh ditolak karena beberapa mantan ketua umum HIPMI seluruh Indonesia itu menjadi

<sup>13</sup> Pramesti, *Wawancara*, 17 April 2022

<sup>14</sup> Dhaniemi, *Wawancara*, 23 April 2022

menteri. Jadi instansi-instansi dibawah kementerian mereka pasti kolaborasi dengan HIPMI.”<sup>15</sup>

Sugeng Hariono juga menambahkan pendapatnya mengenai peluang HIPMI Kabupaten Madiun yaitu sebagai berikut:

“Mengenai peluang HIPMI Kabupaten Madiun sebenarnya ada beberapa, diantaranya kami bekerjasama dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTST) dan juga dinas yang terkait dengan bagian-bagian yang ada dalam HIPMI seperti Dinas Koperasi, Perdagangan dan UMKM; Dinas Pariwisata dan lain-lain, serta bekerjasama dengan pihak perbankan. Kerjasama ini dilakukan untuk membantu masalah permodalan bagi anggota. Biasanya anggota yang membutuhkan modal akan dibantu oleh HIPMI agar lebih mudah dalam proses pencairan dana tersebut. Selain itu komunitas HIPMI juga akan membantu dalam masalah perizinan usaha dan ada juga itu HIPMI kolaborasi yang biasanya bekerjasama dengan pihak luar HIPMI seperti berkolaborasi dengan Times Indonesia untuk mengadakan kegiatan Pelatihan Digital Citizen Journalist Memaksimalkan Media Digital untuk Branding Produk.”<sup>16</sup>

Shukur Daniemi juga menyampaikan bahwa peluang dari HIPMI dalam mengembangkan usaha yaitu:

“Jadi selain bekerjasama dengan pemerintah dan perbankan, peluang kami yaitu adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat, sehingga memudahkan untuk memasarkan produk yang dimiliki oleh anggota dan juga Komunitas HIPMI sering mengadakan kolaborasi dengan berbagai pihak yang berkompeten di bidang usaha yang berasal dari luar Komunitas HIPMI yang pastinya akan membantu mengembangkan usaha dari anggota Komunitas HIPMI yang berkaitan dengan bidang yang dikolaborasikan, misalnya seperti berkolaborasi dengan Times Indonesia untuk mengadakan kegiatan Pelatihan Digital Citizen Journalist Memaksimalkan Media Digital untuk Branding Produk.”<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Kahfi, *Wawancara*, 18 April 2022

<sup>16</sup> Hariono, *Wawancara*, 6 April 2022

<sup>17</sup> Dhaniemi, *Wawancara*, 16 April 2022

Hal senada juga disampaikan oleh Dera, yaitu “peluangnya itu karena bekerja sama dengan pemerintah, jadi akses ke pemerintahnya mudah mbak, selain itu juga bekerja sama dengan perbankan.”<sup>18</sup>

Begitu juga yang disampaikan oleh Devi, yaitu “peluang komunitas HIPMI itu ya bekerjasama dengan pemerintah, bekerjasama dengan perbankan selain itu bekerjasama dengan orang-orang diluar HIPMI untuk mengadakan kolaborasi.”<sup>19</sup>

Maka, dapat disimpulkan bahwa peluang dari HIPMI yaitu memiliki akses yang mudah ke pemerintah karena HIPMI bekerjasama dengan pemerintah dalam mengembangkan usaha dan HIPMI juga dilindungi oleh Undang-Undang, HIPMI juga bekerjasama dengan pihak perbankan seperti Bank BNI dan Bank JATIM dalam hal permodalan dan juga sering berkolaborasi dengan pihak luar HIPMI. Sehingga dari adanya peluang ini seharusnya dapat dijadikan suatu jalan untuk mengembangkan anggotanya, karena peluang ini cukup besar.

d. *Treaths* atau ancaman

Disamping adanya peluang tentu ada ancaman yang dihadapi oleh HIPMI dalam mengembangkan usaha anggotanya. Ancaman yang dihadapi HIPMI menurut Kahfi yaitu “sebenarnya ancamannya itu ya dari lamanya pandemi ini mbak, jadinya ya program yang akan dijalankan itu ada yang terkendala dan tidak dapat dijalankan.”<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Algi, *Wawancara*, 16 April 2022

<sup>19</sup> Pramesti, *Wawancara*, 17 April 2022

<sup>20</sup> Kahfi, *Wawancara*, 18 April 2022

Kemudian menurut Sugeng ancamannya yaitu: “ancaman yang kami hadapi yaitu untuk tahun terakhir ini kan ada pandemi, jadi ada beberapa program-program untuk pengembangan anggota dari HIPMI yang tidak dapat dijalankan.”<sup>21</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh Dera, “ancamannya untuk saat ini karena ada pandemi mbak, jadi usaha-usaha kita juga susah untuk berkembangnya, soalnya kan ya mau ngadain kegiatan-kegiatan juga susah.”<sup>22</sup>

Begitu pula jawaban dari Devi, yaitu “untuk ancaman saat ini ya pandemi mbak.”<sup>23</sup>

Shukur juga mengatakan hal yang sama, yaitu “ancamannya itu untuk saat ini paling ya *covid* itu mbak.”<sup>24</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ancaman yang dihadapi HIPMI yaitu adanya pandemi dengan waktu yang cukup lama, lamanya waktu pandemi ini menyebabkan program-program dari HIPMI ada yang belum terlaksana karena tidak diperbolehkan berkumpul terlalu banyak orang dan harus mematuhi peraturan dari pemerintah mengenai hal tersebut.

---

<sup>21</sup> Hariono, *Wawancara*, 6 April 2022

<sup>22</sup> Algi, *Wawancara*, 16 April 2022

<sup>23</sup> Pramesti, *Wawancara*, 17 April 2022

<sup>24</sup> Dhaniami, *Wawancara*, 16 April 2022

## 2. Data Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha Anggota HIPMI Kabupaten Madiun

Dalam pengembangan usaha anggota HIPMI ini terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi, diantaranya yaitu faktor peluang yang ada, faktor Sumber Daya Manusia (SDM), dan faktor dari dukungan pemerintah.

### a. faktor peluang

faktor peluang dapat dikatakan sebagai faktor pendukung dalam pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun. Dalam penelitian ini faktor peluangnya yaitu karena anggotanya sudah memiliki usaha baik usaha yang masih kecil maupun yang sudah besar. Seperti yang diungkapkan sekretaris umum HIPMI Kabupaten Madiun, yaitu: “peluang yang dimiliki HIPMI Kabupaten Madiun itu sebagian besar anggotanya sudah memiliki usaha mbak bahkan ada yang usahanya sudah besar, sehingga dapat saling membantu baik dalam hal ilmu maupun permodalan, yang usahanya sudah besar membantu yang usahanya masih kecil.”<sup>25</sup>

Begitu juga yang diungkapkan oleh Sugeng yaitu: “untuk peluangnya ya karena anggotanya sudah punya usaha, sudah punya minat jadi lebih mudah untuk dikembangkan”<sup>26</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Dera, yaitu: “peluangnya ya karena anggotanya sudah punya usaha, baik yang besar maupun yang masih kecil, jadi bisa saling membantu.”<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Siroojul Kahfi, *Wawancara*, 27 Mei 2022

<sup>26</sup> Sugeng Hariono, *Wawancara*, 27 Mei 2022

Begitu pula dengan Devi yang mengatakan bahwa: “jadi peluangnya itu ya karena kan ada yang usahanya sudah besar mbak jadi bisa membantu yang usahanya masih kecil.”<sup>28</sup>

Shukur juga mengatakan hal yang sama yaitu: “peluang dalam pengembangan ini ya karena semua anggotanya sudah punya usaha, bahkan ada yang usahanya sudah besar, dan di HIPMI kan anggotanya saling membaaur jadi bisa saling membantu satu sama lain mbak, baik dalam berbagi ilmu maupun membantu permodalan.”<sup>29</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor peluang yang dimiliki HIPMI yaitu semua anggotanya sudah memiliki usaha, baik yang masih kecil maupun yang sudah besar. Sehingga anggota yang memiliki usaha yang sudah besar dapat membantu usaha yang masih kecil, yaitu dengan berbagi ilmu yang dimiliki maupun dengan memberikan bantuan dana kepada anggota yang membutuhkan. Hal ini dapat menjadi faktor pendukung dalam pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun.

b. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)

Faktor Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada dalam pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun yaitu memiliki SDM yang cukup baik karena merupakan anak muda yang memiliki jiwa wirausaha yang kreatif dan inovatif, seperti hasil wawancara dengan sekretaris HIPMI, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>27</sup> Dera Algi, *Wawancara*, 26 Mei 2022

<sup>28</sup> Devi Pramesti, *Wawancara*, 26 Mei 2022

<sup>29</sup> Shukur Dhaniemi, *Wawancara*, 26 Mei 2022



“Untuk SDM ya cukup baik mbak, karena kan sebagian besar anggota HIPMI merupakan anak muda yang mempunyai tekad atau kemauan untuk membangun usaha dan menjadi pengusaha sukses, kemauan itu muncul dari dirinya sendiri, sehingga tentunya akan mudah untuk diarahkan dan juga kreativitas dan inovasinya besar kalau anak muda itu, jadi ya intinya kualitas SDM nya bagus mbak.”<sup>30</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Sugeng, bahwa: “SDM nya cukup baik mbak, HIPMI kan terdiri dari anak-anak muda jadi lebih kreatif dan lebih mudah dibentuk dibanding kalau orang yang sudah tua itu kan agak susah ya.”<sup>31</sup>

Begitu pula pendapat dari Dera, yaitu: “SDM dari HIPMI ya cukup baik mbak, karena beranggotakan anak muda yang memiliki minat dalam hal wirausaha dan pengen sukses, jadi pastinya mau untuk diajak bekerjasama untuk sama-sama maju sama-sama usahanya berkembang.”<sup>32</sup>

Devi juga berpendapat bahwa: “HIPMI memiliki kualitas SDM yang cukup baik, karena di HIPMI itu kan anggotanya anak-anak muda mbak, jadi lebih punya inovasi dan kreativitas dan lebih mudah untuk diajak bekerjasama.”<sup>33</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh Shukur, yaitu: “HIPMI itu terdiri dari anak-anak muda yang punya minat untuk menjadi wirausaha sukses, anak-anak mudak yang punya kreativitas dan inovasi yang besar yang mau diajak jalan bareng-bareng menuju

---

<sup>30</sup> Kahfi, *Wawancara*, 27 Mei 2022

<sup>31</sup> Hariono, *Wawancara*, 27 Mei 2022

<sup>32</sup> Algi, *Wawancara*, 26 Mei 2022

<sup>33</sup> Pramesti, *Wawancara*, 26 Mei 2022

kesuksesan, mau usahanya berkembang, jadi ya kualitasnya tentu bisa dibilang baik.”<sup>34</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor SDM yang dimiliki HIPMI yaitu cukup baik karena anggotanya merupakan anak muda yang memiliki jiwa wirausaha yang kreatif dan inovatif. Sehingga lebih mudah dalam proses pengembangan usaha, karena anak muda lebih memiliki pemikiran yang panjang dan mau berusaha sehingga lebih mudah diajak bekerjasama untuk mengembangkan usaha yang dimiliki.

c. Faktor Bantuan Pemerintah

Dalam pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun tidak terlepas dari bantuan pemerintah, baik dalam hal perizinan maupun dalam hal permodalan. Seperti yang diungkapkan oleh Kahfi, yaitu:

“Bantuan pemerintah dalam hal ini cukup besar yaitu memberikan akses ke pemerintahan mudah, karena kan HIPMI dilindungi oleh Undang-Undang, jadi memang ditugaskan oleh pemerintah juga untuk membantu menjalankan program-program pemerintah, jadi komunitas ini legal, dan jika kita kemana-mana membawa nama HIPMI InsyaAllah dengan Dinas apapun pasti diterima. Bahkan kadang ada surat tugas untuk berkolaborasi dengan instansi-instansi pemerintahan, dan itu tidak boleh ditolak karena beberapa mantan ketua umum HIPMI seluruh Indonesia itu menjadi menteri. Jadi instansi-instansi dibawah kementerian mereka pasti kolaborasi dengan HIPMI.”<sup>35</sup>

Sugeng Hariono juga menambahkan pendapatnya mengenai peluang HIPMI Kabupaten Madiun yaitu sebagai berikut:

---

<sup>34</sup> Dhaniami, *Wawancara*, 26 Mei 2022

<sup>35</sup> Kahfi, *Wawancara*, 18 April 2022

“Mengenai bantuan pemerintah pada HIPMI Kabupaten Madiun sebenarnya ada beberapa, diantaranya kami bekerjasama dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTST) dan juga dinas yang terkait dengan bagian-bagian yang ada dalam HIPMI seperti Dinas Koperasi, Perdagangan dan UMKM; Dinas Pariwisata dan lain-lain.”<sup>36</sup>

Dera juga menambahkan, bahwa: “untuk bantuan pemerintah itu ada mbak, yaitu dengan memberikan kemudahan apabila mengurus perizinan, dan juga HIPMI kan bekerjasama dengan pemerintah mbak.”<sup>37</sup>

Hal serupa juga diungkapkan Devi, yaitu: “untuk bantuan pemerintah itu ya ada mbak karena kan HIPMI bekerjasama dengan pemerintah jadi kalau mau mengurus peizinan itu mudah dan juga untuk modal kan kadang ada bantuan UMKM itu mbak.”<sup>38</sup>

Begitu pula yang diungkapkan oleh Shukur, yaitu: “pemerintah ya turut membantu dalam pengembangan ini mbak, karena HIPMI bekerjasama dengan pemerintah, baik pemerintah daerah bahkan sampai pemerintah pusat, sehingga kalau mau ada urusan dengan pemerintah aksesnya lebih mudah mbak, seperti misalnya mau mengurus perizinan gitu.”<sup>39</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor bantuan pemerintah yang dimiliki HIPMI yaitu HIPMI memiliki kemudahan akses ke pemerintahan sehingga memudahkan ketika berurusan dengan pemerintahan seperti misalnya akan

---

<sup>36</sup> Hariono, *Wawancara*, 6 April 2022

<sup>37</sup> Algi, *Wawancara*, 26 Mei 2022

<sup>38</sup> Pramesti, *Wawancara*, 26 Mei 2022

<sup>39</sup> Dhaniami, *Wawancara*, 26 Mei 2022

mengurus perizinan usaha maupun mengenai bantuan dana yang biasanya diberikan kepada pelaku UMKM.

### **3. Data Dampak Pengembangan Usaha Anggota HIPMI Kabupaten Madiun**

Pengembangan usaha pada HIPMI Kabupaten Madiun ini mempunyai dampak yang cukup bagus bagi anggota, karena dengan adanya pengembangan ini, usaha anggota menjadi lebih baik dalam segi pendapatan.

Hal ini seperti yang dikatakan oleh Kahfi, yaitu: “untuk dampak dari pelaksanaan program pengembangan ini yaitu tentunya dari segi pendapatan meningkat mbak, kan kalau usahanya sudah berkembang penjualannya meningkat dan pasti pendapatannya juga ikut meningkat.”<sup>40</sup>

Sugeng juga menjelaskan tentang dampak pengembangan usaha ini yaitu sebagai berikut: “ya dengan adanya program pengembangan ini dampaknya sebenarnya cukup baik mbak, yaitu pendapatan anggota meningkat, kalau usahanya bisa berkembang.”<sup>41</sup>

Begitu pula yang diungkapkan oleh Shukur, yaitu “secara keseluruhan ya program ini sudah bagus, karena sebagian besar anggotanya itu sudah bisa berkembang dan penjualan serta pendapatannya juga meningkat.”<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Kahfi, *Wawancara*, 27 Mei 2022

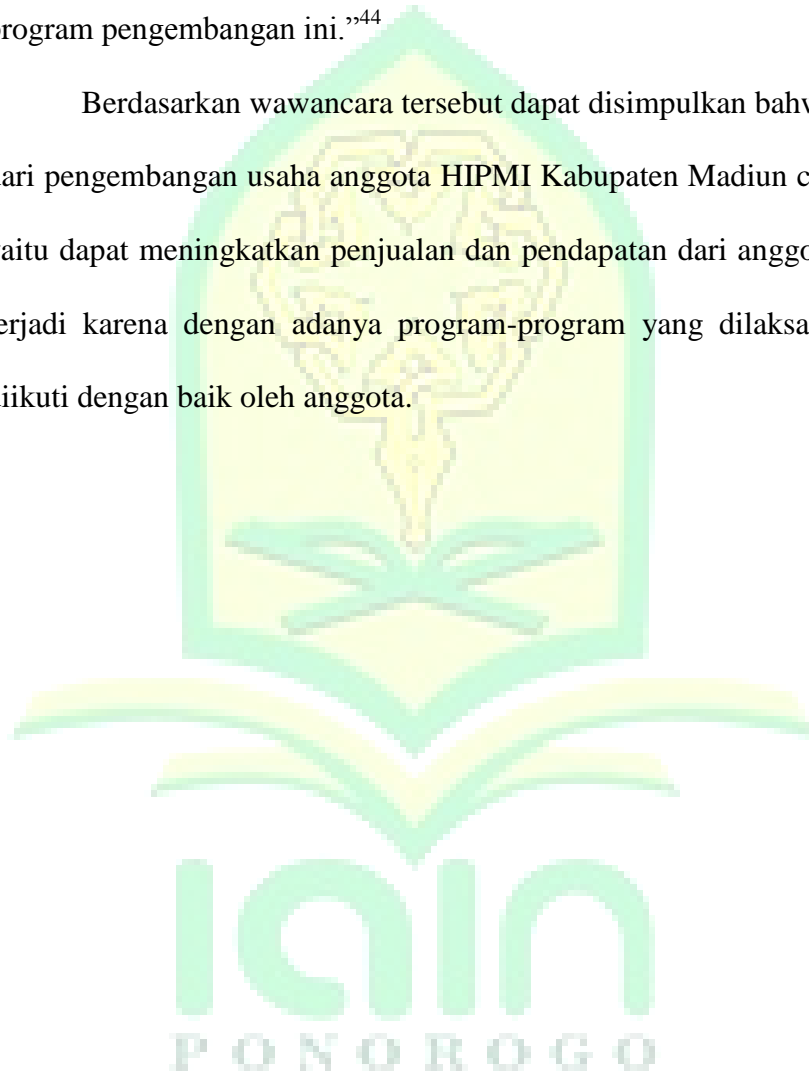
<sup>41</sup> Hariono, *Wawancara*, 27 Mei 2022

<sup>42</sup> Dhaniemi, *Wawancara*, 26 Mei 2022

Dera juga berpendapat mengenai penilaiannya, yaitu “untuk dampak pengembangan ini ya tentunya bisa meningkatkan penjualan dan pendapat anggota mbak.”<sup>43</sup>

Hal serupa juga disampaikan Devi, bahwa “ya sebenarnya untuk dampaknya itu pendapatannya jadi meningkat mbak setelah ada program-program pengembangan ini.”<sup>44</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dampak dari pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun cukup baik, yaitu dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan dari anggota. Hal ini terjadi karena dengan adanya program-program yang dilaksanakan dan diikuti dengan baik oleh anggota.



---

<sup>43</sup> Algi, *Wawancara*, 26 Mei 2022

<sup>44</sup> Pramesti, *Wawancara*, 26 Mei 2022

## BAB IV

### ANALISIS STRATEGI HIPMI (HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA) DALAM MENGEMBANGKAN USAHA BAGI PENGUSAHA MUDA DI KABUPATEN MADIUN

#### A. Analisis Strategi HIPMI Dalam Mengembangkan Usaha Bagi Pengusaha Muda di Kabupaten Madiun

Dalam Islam telah diajarkan agar senantiasa berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu caranya yaitu dengan berwirausaha. Hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT Al-Qur'an Surah al-Qashash (28), ayat 77, yang artinya:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepada mu (kebahagiaan) untuk negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai, orang-orang yang berbuat kerusakan” (QS. Al-Qhasash:77).<sup>1</sup>

Dari Firman Allah tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kita sebagai manusia harus senantiasa berusaha dan berbuat baik untuk memenuhi kebutuhan hidup kita. Salah satu yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan pengembangan usaha. Agar usaha yang dijalankan dapat lebih mendapatkan hasil yang besar dan dapat mensejahterakan hidup kita. Cara tersebut dapat dilakukan menggunakan analisis SWOT. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrument

---

<sup>1</sup> Al-Quran Mushaf Perkata Tajwid Warna Transliterasi Latin, 394.

perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Instrument ini memudahkan para praktisi untuk menentukan apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka.<sup>2</sup>

### 1. *Strength* (S) Kekuatan

Kekuatan merupakan bagian dari faktor-faktor internal perusahaan. Di dalam kekuatan ini, kita akan mencari unsur karakteristik perusahaan yang menunjukkan kekuatannya, yakni secara spesifik mampu memberikan kelebihan atau keuntungan bagi perkembangan bisnis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus dan anggota HIPMI Kabupaten Madiun dapat diketahui bahwa kekuatan dari HIPMI dalam mengembangkan usaha yaitu karena HIPMI merupakan organisasi tanpa kepentingan khusus, sehingga sama-sama berkembang dan saling membantu, memiliki banyak relasi, dan sering mengadakan kegiatan sosial.<sup>3</sup> Seperti yang diungkapkan oleh Kahfi, bahwa HIPMI tidak seperti organisasi lain yang memiliki kepentingan, misalnya kepentingan politik. HIPMI terdiri dari pengusaha, baik yang baru memulai maupun yang sudah besar dan omsetnya sudah milyaran. Semua anggota ini saling membantu, orang yang usahanya sudah besar membantu orang yang

---

<sup>2</sup> Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 7.

<sup>3</sup> Hariono, *Wawancara*, 6 April 2022

usahanya masih kecil atau baru memulai. Bantuan ini dapat berupa ilmu, teori bahkan sampai *support* dana.<sup>4</sup>

Selain itu pada HIPMI juga memiliki komitmen antar anggota yang sangat kuat, sehingga saling *mensupport* usaha sesama anggota, yaitu dengan mengadakan kolaborasi beli di teman. Kolaborasi ini dimaksudkan agar dapat membangkitkan ekonomi pasca pandemic yaitu dengan cara membeli sesuatu yang dibutuhkan pada anggota HIPMI yang memiliki usaha sesuai kebutuhan teman lainnya. Misalnya, ketika salah satu anggota ingin memasang CCTV, maka mencari dulu pada anggota HIPMI ada yang memiliki usaha dalam bidang tersebut atau tidak, jika tidak baru mencari diluar HIPMI.

HIPMI juga memiliki banyak relasi, baik dari pihak Pemerintahan maupun dari pihak swasta. Selain itu HIPMI juga sering mengadakan kegiatan sosial seperti memberikan santunan kepada anak yatim dan orang-orang yang berhak menerima, serta bagi-bagi takjil. Kegiatan sosial itu biasa dilaksanakan ketika ada event seperti bulan ramadhan, ataupun ketika terjadi bencana. Tujuan utama HIPMI mengadakan kegiatan sosial yaitu untuk membantu sesama, namun dibalik semua secara tidak langsung akan menjadi kekuatan bagi HIPMI agar lebih dikenal masyarakat dan akan lebih banyak menarik minat masyarakat terutama pemuda untuk bergabung dengan HIPMI dan menjadi Pengusaha.

Berdasarkan teori dan data diatas, maka peneliti menganalisis bahwa kekuatan dari HIPMI cukup baik untuk mengembangkan usaha

---

<sup>4</sup> Kahfi, *Wawancara*, 18 April 2022



dari anggota. Karena tanpa adanya tujuan khusus menjadikan organisasi ini dapat berjalan bersama, tanpa harus mendahulukan tujuan khusus tersebut, sehingga dapat mengembangkan seluruh anggota tanpa embel-embel tujuan khusus tersebut. Selain itu dengan adanya relasi yang banyak dan juga komitmen antar anggota yang kuat, kemungkinan besar dapat menambah jumlah konsumen dalam usahanya, hal ini karena banyaknya orang yang mengetahui usahanya sehingga kemungkinan tertarik untuk membeli. Kekuatan lain yang dimiliki HIPMI yaitu sering mengadakan kegiatan sosial, kegiatan ini juga dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha karena masyarakat juga akan mengetahui usaha anggota dengan adanya promosi-promosi yang diselipkan dalam kegiatan yang dilakukan. Sehingga dari adanya kekuatan ini harusnya dapat menjadi daya dukung bagi HIPMI untuk mengembangkan anggotanya.

## **2. *Weaknesses* (W) Kelemahan**

Kelemahan juga merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Dalam unsur kelemahan ini, perlu ditemukan unsur karakteristik perusahaan yang berkaitan dengan kelemahan yang mungkin dapat menghambat laju perkembangan perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa narasumber, kelemahan HIPMI yaitu terletak pada anggotanya yang sulit untuk berkumpul. Seperti yang dikatakan oleh Kahfi bahwa anggota dan pengurus HIPMI bukan orang yang tidak memiliki pekerjaan dan akhirnya memiliki banyak waktu untuk menjalankan komunitas itu,

namun anggota dan pengurusnya semuanya adalah pengusaha, baik usaha kecil maupun yang sudah besar.<sup>5</sup> Sehingga sulit menyempatkan waktu untuk berkumpul, apalagi yang usahanya sudah besar, pasti sangat sibuk dengan urusan usahanya sendiri.

Berdasarkan teori dan data diatas, peneliti menganalisis bahwa kelemahan ini lah yang menyebabkan ada anggota yang usahanya kurang berkembang, karena ilmu yang didapatkan kurang, selain itu dari diri sendiri anggota yang kurang aktif. Karena sebenarnya semua tergantung dari masing-masing anggota, jika anggotanya mau berusaha maka usahanya juga akan berkembang. Sehingga seharusnya HIPMI membuat kebijakan agar anggotanya dapat aktif mengikuti kegiatan. Tujuannya agar tidak ada anggota yang memiliki usaha kurang berkembang. Dan agar dapat mencapai tujuan dari HIPMI yaitu memajukan anggotanya yaitu salah satunya dengan mengembangkan usaha dari anggotanya.

### **3. *Opportunities (O) Peluang***

Peluang merupakan unsur ekstrinsik atau yang berasal dari luar perusahaan. Dalam peluang, kita perlu mencari unsur karakteristik yang berkaitan dengan peluang-peluang dari lingkungan sekitar atau sektor terkait yang ada bagi perusahaan tersebut, sehingga mampu mendorong perusahaan agar mengalami kemajuan.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa narasumber, peluang dari HIPMI dalam mengembangkan usaha yaitu akses ke Pemerintahan mudah, sudah bekerjasama dengan pihak perbankan sehingga untuk

---

<sup>5</sup> Ibid.

pemodalah juga mudah, dan juga HIPMI menjalin kerjasama dengan pihak luar HIPMI untuk mengadakan kegiatan.<sup>6</sup> Pemerintah sangat mendukung setiap kegiatan yang dilakukan HIPMI, karena HIPMI dilindungi oleh Undang-Undang dan ditugaskan oleh pemerintah untuk membantu menjalankan program-program pemerintahan. HIPMI apabila datang pada Dinas apapun pasti diterima, bahkan ketika ada surat tugas tugas untuk berkolaborasi antara HIPMI dengan instansi-instansi pemerintah tidak boleh ditolak.

Selain itu HIPMI juga bekerjasama dengan pihak perbankan, yang akan membantu mengatasi masalah permodalan anggota HIPMI. Biasanya anggota yang membutuhkan modal akan dibantu HIPMI agar lebih mudah dalam proses pencairan dana tersebut. Kemudian peluang lainnya yang dimiliki HIPMI yaitu HIPMI sering melakukan kolaborasi dengan pihak luar HIPMI yang berkompeten pada bidang usaha tertentu, yang tujuannya untuk membantu mengembangkan usaha dari anggota HIPMI yang berkaitan dengan bidang yang dikolaborasikan. Misalnya seperti kolaborasi HIPMI dengan Times Indonesia untuk mengadakan kegiatan Pelatihan Digital Citizen Journalist Memaksimalkan Media Digital untuk Branding Produk. Kegiatan tersebut bukan hanya untuk anggota, tetapi juga berlaku untuk umum.

Berdasarkan teori dan data diatas, peneliti menganalisis bahwa peluang yang dimiliki HIPMI cukup besar dan sudah dimanfaatkan sebaik mungkin. Misalnya seperti bekerjasama dengan pemerintah dalam

---

<sup>6</sup> Hariono, *Wawancara*, 6 April 2022

melakukan kegiatan bazar Ramadan dengan dinas UMKM Kabupaten Madiun. Tujuannya agar dapat memajukan pelaku UMKM khususnya anggota HIPMI. Karena biasanya orang akan datang ketika ada kegiatan seperti itu. Sehingga pada kegiatan tersebut tidak hanya produknya saja yang terjual, tetapi juga menjadi momen untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Selain itu dengan mengadakan berkolaborasi dengan Times Indonesia untuk mengadakan kegiatan Pelatihan Digital Citizen Journalist Memaksimalkan Media Digital untuk Branding Produk. Tujuan dilaksanakan kegiatan ini yaitu agar orang-orang yang mempunyai usaha pada bidang yang bersangkutan dapat lebih berkembang. Hal ini merupakan salah satu upaya komunitas HIPMI dalam mengembangkan usaha bagi anggotanya.

#### 4. *Threats* (T) Ancaman

Faktor ancaman adalah bagian dari faktor eksternal perusahaan. Faktor ancaman meliputi berbagai unsur yang berkaitan dengan ancaman-ancaman dari situasi di luar perusahaan yang memungkinkan untuk menghambat perusahaan, menempatkan perusahaan dalam situasi sulit, atau menimbulkan masalah yang sulit untuk dihadapi oleh perusahaan.<sup>7</sup>

Menurut pendapat beberapa narasumber ancamannya yaitu berasal dari lamanya pandemi.<sup>8</sup> Lamanya pandemi menjadi ancaman HIPMI dalam mengembangkan usahanya, karena ada beberapa program yang belum dapat terlaksana.

---

<sup>7</sup> Hasna Wijayanti, *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2021), 10.

<sup>8</sup> Hariono, *Wawancara*, 6 April 2022

Berdasarkan teori dan data diatas, peneliti menganalisis bahwa ancaman ini yang menjadi salah satu faktor penghambat dalam proses pengembangan anggota HIPMI Kabupaten Madiun. Karena ancaman tersebut memiliki pengaruh pada usaha anggota. Misalnya pandemi ini, menyebabkan program-program pengembangan HIPMI sebagian tidak dapat terlaksana. Sehingga HIPMI seharusnya membuat suatu program cadangan yang dapat dilaksanakan ketika ada musibah atau kendala seperti ini. Agar kegiatan HIPMI tetap dapat berjalan dengan baik dan dapat mewujudkan harapan dari anggota tersebut. Serta usaha anggota dapat berkembang dengan baik melalui kegiatan-kegiatan tersebut.

Berdasarkan penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa kekuatan dan peluang yang dimiliki HIPMI sudah digunakan sebaik mungkin untuk pengembangan usaha anggota, dan untuk kelemahan serta ancaman inilah yang menghambat perkembangan bagi anggota. Sehingga berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki HIPMI, maka disini peneliti membuat matrik SWOT, dimana matrik tersebut merupakan strategi dari HIPMI untuk mengembangkan usaha bagi pengusaha muda di Kabupaten Madiun, diantaranya yaitu:

### **1. Analisis Matrik SWOT Strategi SO**

Strategi SO adalah strategi yang muncul dari pemetaan *strength* dan *opportunity* alias kekuatan dan peluang. Strategi SO pada penelitian ini yaitu:

a. (S1) – (O3)

Membuat inovasi dengan memanfaatkan trend yang ada. Misalnya dengan berjualan melalui tik-tok shop. Hal ini dilakukan agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Strategi ini dibuat dengan mempertimbangkan faktor kekuatan pertama yaitu organisasi tanpa kepentingan yang saling membaaur, dibandingkan dengan faktor peluang ketiga yaitu berkolaborasi dengan pihak dari luar HIPMI. Strategi pengembangan usaha ini termasuk peningkatan kualitas usaha.

b. (S3) – (O1, O2, O3)

Mengadakan santunan anak yatim dengan bekerjasama dengan berbagai pihak diantaranya Bank BNI, Bank JATIM, maupun pihak lain yang berkolaborasi dengan HIPMI. Hal ini dilakukan selain untuk berbagi, juga agar orang-orang mengetahui keberadaan HIPMI dan usaha-usaha di dalamnya.

Strategi ini dibuat dengan mempertimbangkan faktor kekuatan ketiga yaitu sering mengadakan kegiatan sosial, dibandingkan dengan faktor peluang pertama, kedua dan ketiga yaitu akses ke pemerintahan mudah, bekerjasama dengan pihak perbankan dan berkolaborasi dengan pihak dari luar HIPMI. Strategi pengembangan usaha ini termasuk strategi menarik minat.

## 2. Analisis Matrik SWOT Strategi WO

Pada strategi WO, kita dituntut untuk mampu memanfaatkan peluang dengan jalan menghilangkan kelemahan-kelemahan yang dimiliki. Strategi WT pada penelitian ini yaitu:

### a. (W1) – (O3)

Mengadakan workshop kolaborasi secara online dengan mengundang pihak yang berkompeten. Misalnya, mengadakan workshop dengan tema branding usaha melalui digitalisasi dengan berkolaborasi bersama pihak yang berkompeten dibidang tersebut.

Strategi ini dibuat dengan mempertimbangkan faktor kelemahan pertama yaitu sulit mengumpulkan anggota, dibandingkan dengan faktor peluang ketiga yaitu berkolaborasi dengan pihak luar HIPMI. Strategi ini dilakukan agar anggota yang sulit untuk berkumpul secara langsung direnakan kesibukannya dapat tetap mengikuti kegiatan dengan meluangkan sedikit waktunya untuk mengikuti workshop. Karena jika kegiatannya dilakukan secara online, setiap orang dapat mengikuti kegiatan dari manapun tanpa harus datang ke tempat diselenggarakannya kegiatan. Sehingga akan lebih banyak lagi anggota yang mendapatkan ilmu dengan cara saling bertukar pikiran bersama anggota lain dan nantinya akan semakin banyak usaha yang berkembang dengan baik.

### 3. Analisis Matrik SWOT Strategi ST

Strategi *strength* dan *threat* mengharuskan kita untuk membentuk strategi yang mampu mengerahkan kekuatan untuk menghindari perusahaan dari ancaman yang ada. Strategi ST pada penelitian ini yaitu:

a. (S1, S2, S4) – (T1)

Saling support dalam kegiatan promosi produk. Misalnya dengan mempromosikan produk anggota melalui berbagai media, seperti *Instagram*, *Facebook*, dan lain-lain. Pada *Instagram* HIPMI Kabupaten Madiun misalnya yaitu (@hipmikabmadiun).

Strategi ini dibuat dengan mempertimbangkan faktor kekuatan pertama, kedua dan keempat yaitu organisasi tanpa kepentingan yang saling membaur, memiliki banyak relasi dan komitmen anggota sangat kuat, dibandingkan dengan faktor ancaman pertama yaitu pandemi yang cukup panjang. Strategi ini dilakukan agar usaha yang dimiliki anggota dapat lebih terkenal, karena dengan banyaknya relasi dan anggota yang saling membaur serta dengan memiliki komitmen yang kuat antar anggota akan saling menginformasikan kepada masyarakat, baik secara langsung maupun dengan bantuan media sosial, seperti memposting produk pada media *Instagram* masing-masing. Sehingga masyarakat akan mengetahui keberadaan produk tersebut, dan menjadi tertarik untuk membeli ketika mendapatkan informasi dari orang yang dikenalnya. Kemudian harapannya setelah banyak yang mengetahui dan membeli produk tersebut, maka usaha yang dijalankan juga akan berkembang.



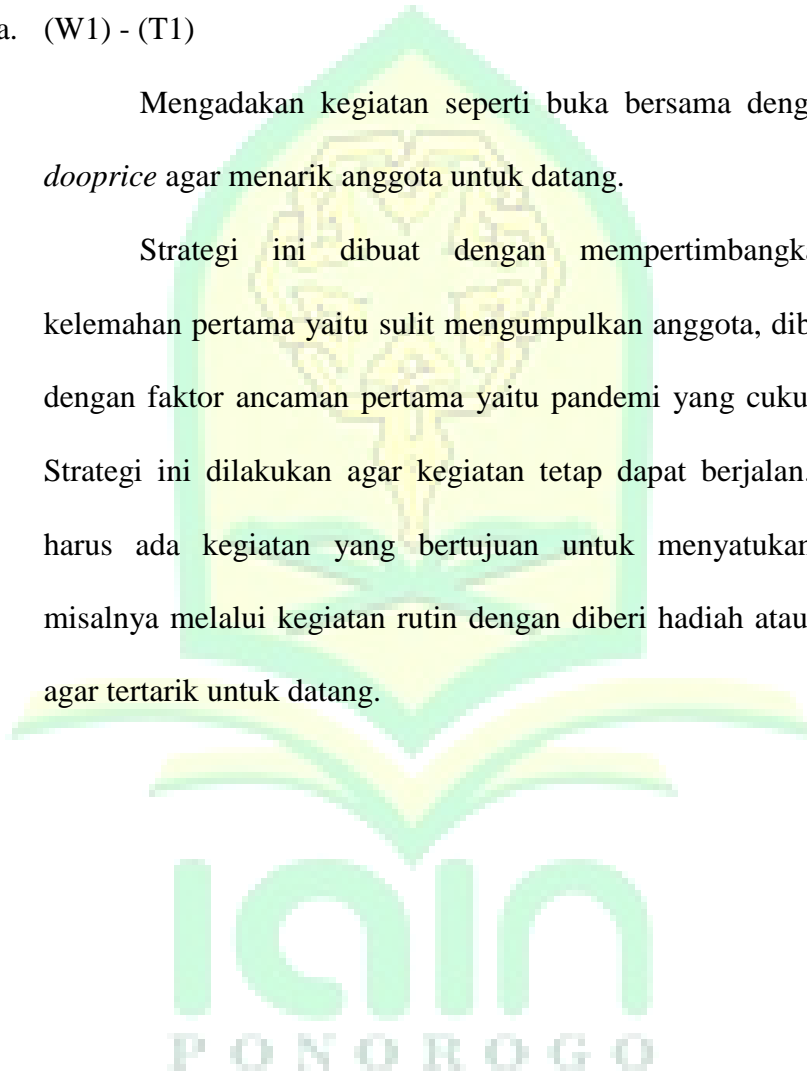
#### 4. Analisis Matrik SWOT Strategi WT

Pada strategi WT, kita perlu menentukan strategi yang mampu dilakukan guna mengendalikan ancaman yang ada dengan jalan meminimalkan kelemahan-kelemahan. Strategi WT pada penelitian ini yaitu:

a. (W1) - (T1)

Mengadakan kegiatan seperti buka bersama dengan adanya *doorprice* agar menarik anggota untuk datang.

Strategi ini dibuat dengan mempertimbangkan faktor kelemahan pertama yaitu sulit mengumpulkan anggota, dibandingkan dengan faktor ancaman pertama yaitu pandemi yang cukup panjang. Strategi ini dilakukan agar kegiatan tetap dapat berjalan. Sehingga harus ada kegiatan yang bertujuan untuk menyatukan anggota, misalnya melalui kegiatan rutin dengan diberi hadiah atau *doorprice* agar tertarik untuk datang.



Tabel 4.1

**Format Menganalisis dan Menentukan Keputusan Strategis dengan pendekatan Matrik SWOT**

<b>Faktor-Faktor Internal (IFAS)</b>	<b>Strengths / Kekuatan (S)</b>	<b>Weaknesses / Kelemahan (W)</b>
<b>Faktor-Faktor Eksternal (EFAS)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organisasi tanpa kepentingan yang saling membaaur.</li> <li>2. Memiliki banyak relasi.</li> <li>3. Sering mengadakan kegiatan sosial.</li> <li>4. Komitmen anggota sangat kuat.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sulit mengumpulkan anggota.</li> </ol>
<b>Opportunities / Peluang (O)</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses ke pemerintahan mudah.</li> <li>2. Bekerjasama dengan pihak perbankan (seperti Bank BNI dan Bank JATIM)</li> <li>3. Berkolaborasi dengan pihak luar komunitas HIPMI.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat inovasi dengan memanfaatkan <i>trend</i> yang ada, misalnya dengan berjualan melalui tik-tok shop.</li> <li>2. Mengadakan santunan anak yatim dengan bekerjasama dengan berbagai</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengadakan workshop dengan tema branding usaha melalui digitalisasi dengan berkolaborasi bersama pihak yang berkompeten dibidang tersebut.</li> </ol>

	<p>pihak diantaranya Bank BNI, Bank JATIM, maupun pihak lain yang berkolaborasi dengan HIPMI.</p>	
<p><b>Treaths / Ancaman (T)</b></p> <p>1. Pandemi yang cukup panjang.</p>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <p>1. Mempromosikan produk anggota melalui berbagai media, seperti <i>Instagram</i>, <i>Facebook</i>, dan lain-lain.</p>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <p>1. Mengadakan kegiatan seperti buka bersama dengan adanya <i>dooprice</i> agar menarik anggota untuk datang.</p>

## B. Analisis Faktor-Faktor Pengembangan Usaha Anggota HIPMI Kabupaten Madiun

Berdasarkan paparan data yang diperoleh peneliti diatas, analisis faktor-faktor pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun yaitu sebagai berikut:

### 1. Faktor Peluang

Dalam rencana pembangunan atau pengembangan usaha, langkah pertama yang perlu dianalisis adalah melihat kemungkinan adanya kesempatan untuk memasarkan produk yang akan diperdagangkan dengan

melihat tingkat daya serap yang masih tersedia, dengan cara menganalisis permintaan, penawaran dan peluang pasar.<sup>9</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan sekretaris HIPMI Kabupaten Madiun, diketahui bahwa faktor peluang dalam pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun yaitu cukup layak untuk dikembangkan karena memiliki potensi yaitu sebagian besar anggotanya sudah memiliki usaha, bahkan sudah ada yang memiliki usaha besar. Sehingga hal ini dapat menjadi peluang dalam pengembangan karena dapat saling membantu sesama anggota, anggota yang usahanya sudah besar dapat membantu anggota yang usahanya masih kecil. Hal ini juga tidak terlepas dari komitmen antar anggota yang kuat, karena anggota HIPMI terdiri dari anggota yang saling membaur, sehingga lebih mudah dalam membantu proses pengembangan.

Berdasarkan teori dan data diatas peneliti dapat menganalisis bahwa faktor peluang dalam pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun cukup baik, karena dengan adanya anggota yang sudah memiliki usaha besar dan saling membaur akan memudahkan dalam pengembangan anggota yang usahanya kurang berkembang. Hal ini dapat dilakukan dengan saling berbagi ilmu maupun dengan meminjamkan bantuan dana kepada anggota yang membutuhkan. Sehingga dengan hal ini akan memudahkan dalam pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun.

---

<sup>9</sup> Harmaizar Z, *Menangkap Peluang Usaha*, 85.

## 2. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan satu-satunya sumber daya yang memiliki akal perasaan keinginan, ketrampilan, pengetahuan, dorongan, daya dan karya (rasio, rasa dan karsa). Semua potensi SDM tersebut berpengaruh terhadap upaya organisasi dalam mencapai tujuan. Betapapun majunya teknologi, perkembangan informasi, tersedianya modal dan memadainya bahan, jika tanpa SDM sulit bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan.<sup>10</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus dan anggota, dapat diketahui bahwa SDM yang dimiliki cukup baik, karena sebagian besar anggota merupakan anak muda yang mempunyai tekad atau kemauan untuk membangun usaha dan menjadi pengusaha sukses.<sup>11</sup> Sehingga akan memudahkan dalam proses pengembangan. Karena anak muda lebih mudah untuk diajak bekerjasama, lebih inovatif, dan juga selalu mau untuk berusaha.

Berdasarkan teori dan paparan data diatas maka peneliti menganalisis bahwa faktor SDM ini sudah terpenuhi, sehingga seharusnya dapat lebih mengembangkan usaha anggota, karena potensi SDM yang cukup besar dan juga minat dari SDM tersebut untuk mengembangkan usaha juga cukup besar. Sehingga hal ini dapat dijadikan faktor pendukung dalam pengembangan usaha. Karena jika SDM yang dimiliki bagus kemungkinan besar akan mudah untuk menjalankan proses pengembangan

---

<sup>10</sup> Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 3.

<sup>11</sup> Kahfi, *Wawancara*, 27 Mei 2022

tersebut. Maka dari itu faktor SDM yang dimiliki harus dimanfaatkan sebaik mungkin.

### 3. Faktor Bantuan Pemerintah

Menurut Hendro, faktor bantuan pemerintah berpengaruh karena sebuah usaha berhubungan dengan: a) Peraturan pemerintah dan peraturan daerah seperti pajak, b) legalitas dan perizinan, dan c) Dukungan pemerintah dalam usaha.<sup>12</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus dan anggota HIPMI Kabupaten Madiun, dapat diketahui bahwa dalam pengembangan ini pemerintah turut memberikan bantuan, baik dalam kemudahan perizinan maupun bantuan dana. Hal ini dikarenakan HIPMI bekerjasama dengan pemerintah dalam hal pengembangan usaha di daerah masing-masing dan HIPMI juga dilindungi oleh Undang-Undang.<sup>13</sup> Sehingga HIPMI memiliki akses yang mudah untuk melakukan hal yang berkaitan dengan pemerintahan, seperti mengurus perizinan maupun dalam hal permodalan. Salah satu lembaga pemerintah yang terkait dengan HIPMI yaitu Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) dan juga dinas yang terkait dengan bagian-bagian yang ada dalam HIPMI seperti Dinas Koperasi, Perdagangan dan UMKM; Dinas Pariwisata dan lain-lain. Sehingga dengan adanya bantuan pemerintah yang sangat memberikan kemudahan, HIPMI harus lebih cerdas dalam memanfaatkan kesempatan tersebut. Hal ini dilakukan agar dapat tercapai tujuan pengembangan dari HIPMI.

---

<sup>12</sup> Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, 50.

<sup>13</sup> Kahfi, *Wawancara*, 18 April 2022

Berdasarkan teori dan paparan data diatas, peneliti menganalisis bahwa dalam pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun telah mendapatkan bantuan dari pemerintah. Sehingga dalam perkembangan ini tidak terlepas dari campur tangan pemerintah dalam memberikan dukungan terkait per mudahan perizinan dan juga dalam memberikan bantuan dana yang diberikan kepada pelaku UMKM demi memajukan dan mensejahterakan masyarakat, terutama yang memiliki usaha.

Berdasarkan teori dan paparan data diatas peneliti dapat menganalisis bahwa faktor pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun cukup baik, dalam segi faktor peluang yaitu dengan adanya anggota yang mempunya usaha lebih besar dapat membantu usaha yang masih kecil dengan memberikan bantuan ilmu maupun permodalan, dalam segi faktor SDM juga cukup baik, karena memiliki anak-anak muda yang mempunyai minat dalam wirausaha yang kreatif dan inovatif, serta dalam segi faktor bantuan pemerintah juga cukup baik, karena pemerintah turut mendukung dalam pengembangan usaha yaitu dengan mempermudah perizinan serta memberikan bantuan kepada pelaku UMKM. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor pengembangan anggota HIPMI Kabupaten Madiun memiliki potensi yang cukup baik dan seharusnya dapat menjadikan seluruh anggotanya berkembang.

### **C. Analisis Dampak Pengembangan Usaha Anggota HIPMI Kabupaten Madiun**

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus dan anggota HIPMI Kabupaten Madiun, dapat diketahui bahwa dampak dari pengembangan usaha anggota ini yaitu adanya peningkatan penjualan dan juga peningkatan pendapatan anggota. Hal ini tidak terlepas dari program-program yang dijalankan HIPMI Kabupaten Madiun demi memajukan dan mensejahterakan anggotanya. Dampak tersebut juga menjadikan anggota lebih dapat bersaing di dunia usaha, karena mendapatkan bekal dari anggota lain maupun dari program-program yang dilaksanakan HIPMI.

Berdasarkan teori dan paparan data diatas peneliti dapat menganalisis bahwa dampak yang dihasilkan cukup baik bagi anggota, karena dengan meningkatnya penjualan dan pendapatan dari anggota akan menjadikan perekonomian anggota menjadi lebih baik dan lebih sejahtera. Dengan meningkatnya kesejahteraan ini juga akan menjadikan berkurangnya kemiskinan. Sehingga dampak yang dihasilkan ini memberikan pengaruh yang baik terhadap perkembangan usaha dan pertumbuhan perekonomian anggota.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Strategi HIPMI dalam mengembangkan usaha bagi pengusaha muda di Kabupaten Madiun diantaranya: strategi SO yaitu membuat inovasi dengan memanfaatkan trend yang ada, misalnya dengan berjualan melalui tik-tok shop dan juga mengadakan santunan anak yatim dengan bekerjasama dengan berbagai pihak diantaranya Bank BNI, Bank JATIM, maupun pihak lain yang berkolaborasi dengan HIPMI; strategi WO yaitu mengadakan workshop dengan tema branding usaha melalui digitalisasi dengan berkolaborasi bersama pihak yang berkompeten dibidang tersebut; strategi ST yaitu mempromosikan produk anggota melalui berbagai media, seperti *Instagram*, *Facebook*, dan lain-lain; dan strategi WT yaitu mengadakan kegiatan seperti buka bersama dengan adanya *doorprice* agar menarik anggota untuk datang.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun diantaranya faktor peluang yang cukup baik yaitu seluruh anggota HIPMI sudah memiliki usaha, maka anggota HIPMI yang memiliki usaha besar dapat membantu usaha yang masih kecil; faktor SDM juga cukup baik karena anggota HIPMI terdiri dari anak-anak muda yang memiliki jiwa wirausaha yang kreatif dan inovatif; dan juga faktor

bantuan pemerintah dimana pemerintah sangat mendukung program pengembangan anggota HIPMI Kabupaten Madiun dengan memberikan kemudahan perizinan dan memberikan bantuan dana.

3. Dampak dari pengembangan usaha anggota HIPMI Kabupaten Madiun cukup baik karena dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan dari anggota HIPMI Kabupaten Madiun.

## **B. Saran**

Dengan selesainya penelitian yang dilakukan pada HIPMI Kabupaten Madiun, maka peneliti memberikan saran sebagai bahan pertimbangan antara lain:

1. Pengurus HIPMI harus lebih mengupayakan agar seluruh anggotanya dapat hadir dalam kegiatan walaupun hanya sekali dalam setahun agar dapat terjalin suatu kedekatan sesama anggota dan memudahkan ketika ada anggota yang ingin saling bertukar pikiran.
2. Pengurus maupun anggota HIPMI Kabupaten Madiun harus dapat memanfaatkan faktor pendukung sebaik mungkin agar tujuan dari program HIPMI semakin tercapai.
3. Pengurus maupun anggota HIPMI harus dapat mempertahankan bahkan meningkatkan dampak positif dari program HIPMI agar semakin banyak orang yang merasakan dampak tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Albana, Muharam, dan Agus Hiplunudin. Satu Pasangan Calon Pada Pilkada Lebak 2018, Sebagai Kegagalan Partai Politik (Sebuah Catatan: Fenomena Politik Dan Budaya Di Banten). Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Amirullah. Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian. Malang: Media Nusa Creative, 2015.
- Andriana, Ana Noor. Peran Wirausaha Dalam Pengembangan UMKM Dan Desa Wisata. Penerbit Lakeisha, 2021.
- Anggito, Albi, dan Johan Setiawan. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Arifudin, Opan, Rahman Tanjung, dan Yayan Sofyan. Manajemen Strategis Teori Dan Implementasi. Banyumas: CV Pena Persada, 2020.
- Asman, Nasir. Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0). Indramayu: Adanu Abimata, 2020.
- Badrianto, Yuan, dan dkk. Manajemen Strategi (Membangun Keunggulan Kompetitif). Bandung: Media SAINS Indonesia, 2021.
- Departemen Agama RI. Al-Quran Mushaf Perkata Tajwid Warna Transliterasi Latin. Surabaya: CV. Pustaka Agung Harapan, 2015.
- Dewi, Sayu Ketut Sutrisna. Konsep Dan Pengembangan Kewirausahaan Di Indonesia. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2017.
- Fadhallah. Wawancara. Jakarta: UNJ Press, 2021.
- Fahmi, Irham. Manajemen Risiko Teori, Kasus, Dan Solusi. Bandung: ALFABETA, 2018.
- Fajrieansyah, Noer. Pemimpin Mimpi Muda, Tua Nyata. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Farid. Kewirausahaan Syariah. Jakarta: Kencana, 2017.
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Harmaizar Z. Menangkap Peluang Usaha. Bekasi: CV Dian Anugerah Perkasa, 2009.
- Haudi. Strategi Pembelajaran. Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Hendro. Dasar-Dasar Kewirausahaan. Jakarta: Airlangga, 2011.
- Istijanto. Riset Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.

- Liswati. Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Teknik Komputer Jaringan Untuk SMK/MAK Kelas XII. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2018.
- Majid, Abdul. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Makasar: Penerbit Aksara Timur, 2017.
- Mamik. Metodologi Kualitatif. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Maulana, Asep Surya. Kewirausahaan (Enterprenuership) Dalam Pandangan Islam (Historis-Politik dan Ekoomi). Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2020.
- Novanda, Ridha Rizki, dan dkk. Jejak Sukses Desa Membangun BUMDES: Belajar dari BUMDES Mart Sumber Rejo. Jakarta: BALILATFO, 2019.
- Pranadita, Nugraha. Perumusan Strategi Perusahaan Interaksi Hukum Dengan Manajemen Strategis Dalam Industri Pertahanan Indonesia. Sleman: Deepublish, 2008.
- Siyoto, Sandu, dan M. Ali Sodik. Dasar Metodologi Penelitian. Sleman: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: ALFABETA, 2016.
- Sutrisno, Edy. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana, 2017.
- Umar, Husein. Strategi Manajemen In Action. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Umrati, dan Hengki Wijaya. Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan. Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020.
- Wijayanti, Hasna. Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2021.
- Winarni, Endang Widi. Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Zakariah, M. Askari, Vivi Afriani, dan M. Zakariah. Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R n D). Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah, 2020.

#### **Jurnal:**

- Hamidah, Raisa Aribatul, Azhar Alam, Devi Wijayanti, dan Aditya Nurrahman. "Peran Komunitas Pengusaha Muslim Dalam Mengembangkan Bisnis Syariah di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Jogja Muslimah Preneur)." *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol. 9, No. 2 (Desember 2021): 225-252.
- Hia, Era Era. "The Role of the Supervisor Board in Improving Drinking Water Service for the Community of Tangerang Regency." *Jurnal Ilmiah*

*Administrasi Pemerintahan Daerah* Vol. XI, No. 2 (Desember 2019): 35–51.

Mutakin, Imam, dan Taufik Ridwan. “Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Komunitas (Studi Kasus Konveksi Jack Tailor di Desa Ciperna).” *Jurnal Indonesia Sosial Sains* Vol. 1, No. 1 (Juli 2020): 1-9.

Nasution, Asrindah. “Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Berbasis Komunitas (Studi Kasus Bordir & Konveksi Medan Denai).” *Jurnal Bisnis Corporate* Vol. 5, No. 2 (Desember 2020): 12-19.

Sijabat, Tioryta Grasella, dan Uswatur Rizkiyah. “Peran Generasi Milenial Dalam Kewirausahaan.” *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* Vol. 1, No. 11 (2021): 121–25.

Wijaya, Fanji. “Strategi Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Pada Kelompok Tani Kopi Buntis.” *Jurnal Indonesia Membangun* Vol. 20, No. 1 (2021): 1-15.

#### **Skripsi/Tesis:**

Anda, Audriani Sapitri Muh. “Upaya Komunitas Muda Peduli Dhuafa Palopo Dalam Meningkatkan Usaha Telur Asin Perspektif Ekonomi Islam.” Skripsi, IAIN Palopo, 2019.

Andika, Muhammad. “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Skripsi, UIN AR-RANIRY, 2020.

Anjangmas, Irawati Endar. “Strategi Pengembangan Jaringan Usaha Pada Pengusaha Agribisnis Sayuran Organik (Studi Kasus Terhadap Perusahaan Citra Niyaga).” Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2019.

Ashari, Ridho. “Peran Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Perguruan Tinggi Dalam Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.” Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.

Erviani, Ardhana. “Peran Komunitas UINpreneurs Dalam Memotivasi Mahasiswa Untuk Melakukan Wirausaha Di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.” Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2019.

Harefa, Lola Imanda. “Analisis Program Kewirausahaan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Pemuda Di Kota Medan.” Tesis, Universitas Sumatera Utara, 2018.

Husna, Asmaul. “Strategi Komunikasi Bisnis El-Hanief Dalam Upaya Membranding Usaha Konveksi Pertama Di Banda Aceh.” Skripsi, UIN AR-RANIRY, 2018.

- Lestari, Ainun Nurrahmawati Indah. “Strategi Komunikasi Komunitas Bandung Berdaya Dalam Pengembangan Kewirausahaan.” Skripsi, Universitas Pasundan, 2018.
- Prakasa, Fandhita Hyan. “Peran Komunitas Sablon Kaos Solo (Solo City Screen Printing) Pada Usaha Sablon Di Surakarta (Studi Kasus Di Krea Kaos Tahun 2020).” Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020.
- Tanjung, Ahmad Suja’i. “Peran Pengurus Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Sebagai Pengembangan Jiwa Usaha Generasi Muda Dalam Mewujudkan Visi Misi Organisasi di Kota Medan.” Tesis, Universitas Sumatera Utara, 2018.
- Yoman, Chelia. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus Pada Usaha Bobabox Bubble Tea).” Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2021.

#### **Wawancara:**

- Algi, Dera. Wawancara, 30 Maret 2022.  
 ———. Wawancara, 3 April 2022.  
 ———. Wawancara, 16 April 2022.  
 ———. Wawancara, 26 Mei 2022.
- Dhaniyami, Shukur. Wawancara, 16 April 2022.  
 ———. Wawancara, 23 April 2022.  
 ———. Wawancara, 26 Mei 2022.
- Hariono, Sugeng. Wawancara, 25 Januari 2022.  
 ———. Wawancara, 6 April 2022.  
 ———. Wawancara, 17 April 2022.  
 ———. Wawancara, 27 Mei 2022.
- Kahfi, Siroojul. Wawancara, 7 April 2022.  
 ———. Wawancara, 18 April 2022.  
 ———. Wawancara, 27 Mei 2022.
- Pramesti, Devi. Wawancara, 17 April 2022.  
 ———. Wawancara, 26 Mei 2022.