

**STUDI TERHADAP PENGELOLAAN KONVEKSI PADA  
SENTRA INDUSTRI KONVEKSI DI KELURAHAN CIPADU  
JAYA KECAMATAN LARANGAN KOTA TANGERANG**



**LUHUNG PRIAMBODO**

**4315102477**

**Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GEOGRAFI**

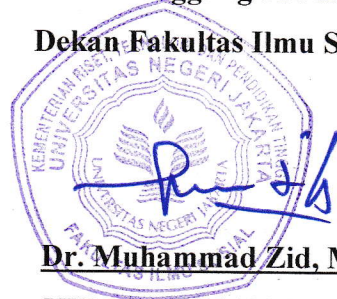
**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2017**



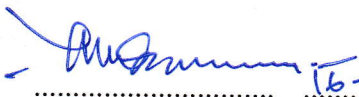
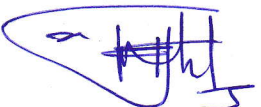
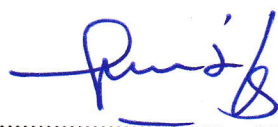
## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial



Dr. Muhammad Zid, M.Si

NIP.196304121994031002

No	Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Muzani, M.Si</u> NIP. 196011202000031001 Ketua		13-02-2017
2.	<u>Aris Munandar, M.Si</u> NIP. 197708022005011003 Sekretaris		13-02-2017
3.	<u>Drs. Warnadi, M.Si</u> NIP. 195608091985031004 Dosen Pembimbing I		16-02-2017
4.	<u>Dra. Dwi Sukanti L., M.Si</u> NIP. 195810251983032003 Dosen Pembimbing II		14-02-2017
5.	<u>Dr. Muhammad Zid, M.Si</u> NIP. 196304121994031002 Penguji Ahli		10-02-2017

Tanggal Lulus: 31 Januari 2017

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah saya ajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Ahli Madya, Sarjana, Magister dan ataupun Doktor), baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di universitas lain.
2. Skripsi ini murni hasil gagasan, rumusan dari hasil penelitian saya sendiri. Tanpa bantuan pihak lain kecuali bantuan arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan dicantumkan nama pengarang dan disebutkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan kesungguhan, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini
5. Serta sanksi lainnya yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Jakarta, Januari 2017

Yang membuat pernyataan



Luhung Priambodo

4315102477

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Lembar ini kupersembahkan bagi mereka yang mencintaiku dan memperdulikanku. Mereka yang tak pernah menyerah menemani dan memberikan senyum jika masih ada harapan. Mereka yang selalu disampingku, memelukku, mengusap air mata, mengusap peluh keringatku dan mengajarkan arti perjuangan.

14

mungkin hanya terlihat sebagai sebuah angka, akan tetapi bagiku. 14 adalah angka yang harus kutempuh dan kulalui selama bertahun-tahun.

14 kali menyusun skripsi mungkin terlihat berlebihan, akan tetapi itulah ceritaku. Tak pernah ada yang mengatakan mudah akan tetapi yang kutahu adalah berusaha dan bersabar. Meski pahit, luka, dan perih tak mau pergi akan tetapi kupeluk

semua itu dan kujadikan bahan ramuan untuk memperbaiki diriku. Aku yang saat ini jika kau lihat dari luar nampak sama, akan tetapi aku sudah menjadi sosok yang berbeda. Dan satu hal yang aku tau, bahwa perjalananku belum

*berhenti disini. Perjalanan hidupku baru dimulai  
Terdengar klise tapi itulah kenyataan hidupku*

Inilah ceritaku, inilah perjuanganku, dengarkan derap tiap langkahnya, maka disana ada arti perjuangan yang hanya mengenal kata berusaha dan bersabar

Aku selesai yah, aku selesai mah, akhirnya aku bisa selesai  
Akhirnya... terima kasih untuk semua yang telah kalian berikan

tak bisa ku hitung jumlahnya

*Masa lalu ku terimakasih*

*Saat ini aku bersyukur*

*Esok aku akan kembali berusaha dan bersabar*

*Cukup melangkah satu demi satu*

*Cukup usaha satu demi satu*

*Cukup doa setiap waktu*

## ABSTRAK

**Luhung Priambodo (4315102477).** Studi Pengelolaan Konveksi Pada Sentra Industri Konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Skripsi, Jakarta : Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan sentra industri konveksi yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Juni 2016 hingga Januari 2017. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan survei.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, Provinsi Banten berjumlah 112 pengusaha, kemudian setelah dihitung menggunakan rumus slovin di dapat sampel berjumlah 53 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner bersifat tertutup yang terdiri dari 45 pertanyaan mengenai perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap perencanaan para pengusaha konveksi telah melakukan perencanaan dengan baik yaitu merencanakan penggunaan modal untuk pembelian bahan, alat-alat produksi, dan mempekerjakan tenaga kerja. Pada tahap pengorganisasian para pengusaha mengelola sendiri usaha tersebut, keuntungan yang diterima disimpan lalu dipergunakan kelak untuk mengembangkan usaha. Pada tahap pelaksanaan para pengusaha konveksi melakukan produksi tiap minggunya menghasilkan > 1000 produk/item. Para tenaga kerja bekerja 12 jam/hari dengan upah berkisar > Rp 750.000/minggu. Para pengusaha dalam melakukan produksi didasarkan pada pesanan konsumen dan ide kreatif para pengusaha. Para pengusaha konveksi mayoritas menggunakan teknik pemasaran dari mulut ke mulut dan menggunakan iklan melalui media sosial. Dalam tahap pengawasan para pengusaha konveksi melakukan pengawasan produksi setiap harinya, luas cakupan pemasaran para pengusaha konveksi sudah mencapai antar provinsi. Para pengusaha konveksi lebih mengutamakan hasil jahitan dan jenis bahan yang berkualitas untuk dapat menarik minat konsumen, harga yang diberikan disesuaikan dengan kualitas produk yang ditawarkan. Rata-rata para pengusaha telah memiliki 6 – 10 pelanggan tetap. Disaat produksi para pengusaha konveksi sedang turun mereka lebih memprioritaskan untuk membenahi manajemen usahanya daripada mengurangi jumlah tenaga kerja. Sebagian besar para pengusaha konveksi belum mendapatkan keluhan dari konsumen dikarenakan hasil jahitan dan bahan bagus serta harga yang diberikan tidak mahal.

**Kata Kunci: Sentra Industri Konveksi, Pengusaha Konveksi**

## ABSTRACT

**Luhung Priambodo (4315102477).** Convection Management Study On Industrial Sentra Convection in the Village Cipadu Jaya, District Larangan, Tangerang City, Banten Province. Thesis, Jakarta: Education Program Geography, Faculty of Social Sciences, State University of Jakarta. 2017.

This study aims to determine the management of industrial centers convection undertaken by entrepreneurs convection in the Village Cipadu Jaya, District Larangan, Tangerang City, Banten Province. The research was conducted in June 2016 to January 2017. The method used is descriptive method with survey approach.

The population in this study is a businessman convection in the Village Cipadu Jaya, District Larangan, Tangerang City, Banten Province amounted to 112 entrepreneurs, then once calculated using the formula can slovin in the total sample of 53 respondents. The sampling technique using random sampling. Data collection techniques used are closed questionnaire consisting of 45 questions about the planning, organizing, actuating, and controlling.

The results showed that at the planning stage entrepreneurs convection has done well planning is planning the use of capital for the purchase of materials, means of production, and hiring labor. At this stage of the organization of employers to manage their own businesses, the benefit received is stored and used later to develop the business. During the implementation phase convection entrepreneurs do every week production yield > 1000 products / items. The workers work 12 hours / day with wages ranging from > Rp 750,000 / week. The employers, in the production based on customer orders and creative entrepreneurs. The majority of employers convection using the technique of mouth marketing and advertising through the use of social media. In the monitoring stage entrepreneurs convection monitoring daily production, extensive marketing coverage entrepreneurs convection has been reached between provinces. The convection entrepreneurs prefer the results stitching quality and type of materials to be able to attract customers, the price is adjusted to the quality of the products offered. On average the entrepreneurs have had 6-10 regulars. While production is down convection entrepreneurs prioritize them to improve their business management rather than reducing the amount of labor. Most entrepreneurs convection has not received complaints from consumers because of good results stitching and materials and the price given is not expensive.

**Keywords: Sentra Industrial Convection, Convection Entrepreneurs**

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena rahmat, karunia, dan izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul studi terhadap pengelolaan konveksi pada sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, Provinsi Banten.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd). Dengan bantuan, saran, ilmu, bimbingan, waktu serta kesabaran dari Bapak Drs. Warnadi, M.Si dan Ibu Dra. Dwi Sukanti L., M.Si selaku dosen pembimbing, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis menyadari, bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Namun, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Muhammad Zid, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta serta selaku penguji ahli.
2. Ibu Dra. Asma Irma Setianingsih, M.Si, selaku Ketua Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta serta selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran serta nasihat kepada penulis.
3. Bapak Drs. Suhardjo, M.Pd selaku koordinator seminar.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama menempuh masa-masa kuliah di Jurusan Geografi.
5. Bapak Drs. Sudibyoy, M.M dan Ibu Karmi, selaku kedua orangtua saya yang selalu mensupport, mendoakan, membantu, menemani, memotivasi dengan sungguh luar biasa disaat sulit dan disaat bahagia hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan kuliah.
6. Rindang Amelia Aldina sebagai adikku yang selalu menyemangati, membantu, mendoakan, dan turut memberikan saran dan kritik kepada kakaknya untuk dapat segera menyelesaikan kuliah.
7. Bapak Sumaryono, S.Ip, M.M selaku kepala lurah Cipadu Jaya yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan seluruh staff kelurahan di Kelurahan Cipadu Jaya.
8. Ibu Karsini yang membantu memberikan saran dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
9. Seluruh rekan-rekan dari grup MEMS yang selalu menasehati dan menyarankan agar saya dapat terus bertahan dan terus berjuang kedepan.

10. Anggraini Safitri, Kak Ratih, Andi Irawan, Dinda Widyastuti, Syifa Fauziah, dan Alvian Yuli, terima kasih atas bantuannya dalam menemani, berbagi ide, saran, kritik, memotivasi penulis dalam mengerjakan skripsi, semoga Allah membalas kebaikan kalian.
11. Teman-teman Pendidikan Geografi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2010 yang telah berjuang bersama dalam menuntut ilmu, terkhusus Ruslan Abdul Gani yang telah menjadi rekan seperjuangan selama 5 tahun.
12. Serta adik-adik 2011 dan 2012 serta kakak-kakak 2008 yang selalu memberi semangat dan motivasi, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
13. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk doa, bantuan dan dukungannya.

Akhirnya penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Jakarta, Januari 2017

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Perumusan Masalah .....	7
E. Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II</b> <b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Hakikat Pengusaha .....	9
B. Hakikat Pengelolaan .....	10
C. Hakikat Sentra Industri .....	11
D. Hakikat Usaha Konveksi .....	12
E. Pengelolaan Sentra Industri Konveksi .....	13
1. Perencanaan .....	14
2. Pengorganisasian .....	21
3. Pelaksanaan .....	25
4. Pengawasan .....	33

	F. Penelitian yang Relevan .....	39
	G. Kerangka Berpikir .....	43
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN .....	47
	A. Tujuan Penelitian .....	47
	B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	47
	C. Metode Penelitian .....	48
	D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	48
	E. Pengumpulan Data .....	49
	F. Instrumen Penelitian .....	49
	G. Teknik Analisis Data .....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	51
	A. Deskripsi Umum Wilayah Penelitian .....	51
	B. Deskripsi Identitas Responden .....	57
	C. Deskripsi Hasil Penelitian .....	60
	D. Pembahasan Hasil Penelitian Terkait Pengelolaan Konveksi....	79
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	99
	A. Kesimpulan .....	99
	B. Saran .....	101
	DAFTAR PUSTAKA .....	102
	LAMPIRAN	
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skripsi yang Relevan .....	42
Tabel 3.1 Rencana Kegiatan Penelitian .....	47
Tabel 3.2 Kisi-kisi instrumen .....	49
Tabel 4.1. Tata Guna Lahan di Kelurahan Cipadu Jaya .....	52
Tabel 4.2 Komposisi Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Jumlah Natalitas di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016 .....	53
Tabel 4.4 Jumlah Mortalitas di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016.....	54
Tabel 4.5 Jumlah Imigrasi di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016 .....	54
Tabel 4.6 Jumlah Emigrasi di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016.....	54
Tabel 4.7 Komposisi Mata Pencaharian Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya ....	55
Tabel 4.8 Komposisi Kondisi Pendidikan Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya ..	56
Tabel 4.9 Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Umur .....	57
Tabel 4.10 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.11 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	58
Tabel 4.12 Asal Daerah Pengusaha Migran .....	59
Tabel 4.13 Ketentuan Perusahaan Dalam Merencanakan Tenaga Kerja .....	60
Tabel 4.14 Asal Tenaga Kerja .....	61
Tabel 4.15 Asal Modal Usaha .....	61
Tabel 4.16 Bentuk Modal Usaha .....	62
Tabel 4.17 Jumlah Modal Usaha .....	62
Tabel 4.18 Status Bangunan Usaha .....	63
Tabel 4.19 Luas Bangunan Usaha .....	63
Tabel 4.20 Kondisi Ruang Usaha .....	64
Tabel 4.21 Jumlah Alat Produksi .....	64
Tabel 4.22 Bahan Baku .....	65
Tabel 4.23 Desain Produk .....	65
Tabel 4.24 Perencanaan Proses Produksi .....	66
Tabel 4.25 Strategi Pemasaran .....	66
Tabel 4.26 Strategi Keunggulan Bersaing .....	67
Tabel 4.27 Kepemimpinan .....	68
Tabel 4.28 Keuntungan Usaha .....	69
Tabel 4.29 Pembelian Bahan Baku .....	69
Tabel 4.30 Cara Pengembangan Usaha.....	70
Tabel 4.31 Jumlah Tenaga Kerja .....	71
Tabel 4.32 Jam Kerja Tenaga Kerja .....	71
Tabel 4.33 Biaya Produksi .....	72
Tabel 4.34 Jumlah Upah Tenaga Kerja .....	72
Tabel 4.35 Catatan Administrasi .....	73
Tabel 4.36 Proses Produksi .....	73
Tabel 4.37 Kuantitas Produksi Konveksi.....	74
Tabel 4.38 Usaha Peningkatan Penjualan .....	74

Tabel 4.39 Luas Wilayah Pemasaran .....	75
Tabel 4.40 Pelaksanaan <i>Quality Control</i> .....	75
Tabel 4.41 Pengawasan Produksi .....	76
Tabel 4.42 Langkah Penyelamatan Usaha .....	77
Tabel 4.43 Jumlah Pelanggan Tetap .....	77
Tabel 4.44 Jenis Keluhan Konsumen .....	78
Tabel 4.45 Rangkuman Hasil Penelitian .....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Alur Berpikir .....	46
Gambar 4.1 Peta Lokasi Penelitian di Kelurahan Cipadu Jaya .....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Gambar Hasil Penelitian

Lampiran 3 Peta Administrasi Kelurahan Cipadu Jaya

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Industri merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam pembangunan wilayah. Hampir semua negara memandang bahwa industrialisasi adalah suatu keharusan karena menjamin kelangsungan proses pembangunan jangka panjang dengan laju pertumbuhan yang tinggi dan berkelanjutan yang menghasilkan peningkatan penyerapan tenaga kerja setiap tahun. Perkembangan sektor industri pada suatu wilayah selain akan memberikan pengaruh terhadap berkembangnya industri tersebut, juga akan menimbulkan berbagai dampak terhadap pergerakan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup

Indonesia merupakan negara berkembang yang sedang mengupayakan perkembangan pembangunan melalui industrialisasi. Sektor industri sering disebut juga sebagai sektor pemimpin (*leading sector*), karena dengan pembangunan industri akan memicu dan mengangkat pembangunan sektor-sektor lainnya. Sehingga sektor industri dapat dikatakan sebagai tulang punggung pembangunan nasional. Selain itu proses industrialisasi akan dapat menjadi penggerak utama laju perluasan lapangan kerja. Di Indonesia sektor industrialisasi diarahkan untuk mendorong peningkatan kesempatan usaha, peningkatan investasi, perkembangan teknologi, peningkatan pemanfaatan

sumber daya secara optimal sehingga menghasilkan produk yang berkualitas dan bisa bersaing dengan produk luar negeri.

Keberadaan industri di tengah masyarakat merupakan suatu perubahan masyarakat menuju ke arah yang lebih maju dari tahapan sebelumnya. Keberadaan industri dapat dikatakan sebagai salah satu ciri masyarakat modern, sebagaimana diketahui dalam industri sudah adanya perkembangan dalam hal teknologi. Selain itu keberadaan industri di tengah masyarakat merupakan salah satu penyebab terjadinya perubahan sosial dalam masyarakat.

Perubahan yang ditimbulkan dari adanya pembangunan industri dapat menghasilkan dampak yang positif dan negatif. Dampak positif yang ditimbulkan dari adanya pembangunan industri dilihat dari penyerapan tenaga kerja. Keberadaan industri disuatu wilayah tentu akan membutuhkan tenaga kerja dan biasanya masyarakat sekitar industri akan lebih banyak kesempatan untuk terserap dan bekerja disektor industri tersebut. Selain itu dengan adanya industri disuatu wilayah akan membuka lapangan pekerjaan lain seperti adanya warung makan dan penyewaan rumah atau kontrakan untuk para pekerja dari luar wilayah tersebut dan harga jual tanah disekitar sentra industri pun akan tinggi. Adanya pembangunan industri disuatu wilayah akan memberikan perubahan yang amat berarti dalam struktur perekonomian masyarakat.



Dampak positif bidang sosial dari keberadaan industri diantaranya bertambah dan beragamnya mata pencaharian. Keberhasilan dari industri akan menyebabkan sebagian besar anggota masyarakat menggantungkan mata pencahariannya pada sektor industri, dengan demikian pengangguran akan berkurang. Selain itu dampak positif dari adanya pembangunan industri jika dilihat dari bidang atau segi budaya masyarakat diantaranya perubahan pola gaya hidup yang positif seperti lebih menghargai waktu, masyarakat lebih berorientasi ke depan, dan etos kerja tinggi, sebagaimana diketahui sebagian besar masyarakat pinggiran mempunyai etos kerja yang rendah karena tidak adanya saingan.

Salah satu industri yang menjadi peran pokok pembangunan di Indonesia, berada di sentra industri konveksi yang terletak di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang. Sentra merupakan unit kecil kawasan yang memiliki ciri tertentu dimana di dalamnya terdapat kegiatan proses produksi dan merupakan area yang lebih khusus untuk suatu komoditi kegiatan ekonomi yang telah terbentuk secara alami yang ditunjang oleh sarana untuk berkembangnya produk atau jasa yang terdiri dari sekumpulan pengusaha mikro, kecil dan menengah. Jika dilihat dalam sudut pandang wilayahnya, Kelurahan Cipadu Jaya memiliki luas wilayah sebesar 97.21 Ha yang terdiri dari atas 57 rukun tetangga (RT) dan 8 rukun warga (RW). Cipadu Jaya terdiri dari permukiman padat penduduk, beberapa perumahan dan terdapat banyak industri rumahan.

Dilihat dari perkembangannya penduduk Kelurahan Cipadu Jaya pada mulanya berprofesi sebagai petani dan lambat tahun mulai beralih profesi menjalankan usaha penjahit konveksi pakaian dan pedagang kain bujur dari garmen. Usaha ini terus bertahan dan semakin diminati oleh penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya. Kelurahan Cipadu Jaya yang awalnya tidak penuh dengan toko dan pemukiman, mulai terus disesaki dengan pembangunan ruko-ruko dan kios-kios konveksi. Berkembangnya Kelurahan Cipadu Jaya sebagai sentra industri konveksi dipengaruhi oleh suasana belanja yang nyaman, sarana prasarana transportasi yang memadai dan harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama.

Dengan adanya sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, diproyeksikan mampu memberikan perubahan terhadap aspek pembangunan wilayah, mobilitas penduduk, dan peluang kerja. Hal ini tentunya mampu menciptakan fenomena migrasi yang mengarah ke Kelurahan Cipadu Jaya. Fenomena perpindahan penduduk dari suatu daerah ke daerah lain merupakan fenomena yang alami dan menjadi hal yang biasa di kehidupan sehari-hari, akan tetapi motivasi yang mendasari perpindahan tersebut memiliki keragaman dan kekhasan tujuan. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Todaro (2003) dalam Sjafrijal (2014 : 76) menyebutkan motif utama tersebut sebagai pertimbangan ekonomi yang rasional. Migrasi ke perkotaan mempunyai dua harapan yaitu memperoleh pekerjaan dan harapan

memperoleh pendapatan yang lebih tinggi daripada yang diperoleh di pedesaan.

Terjadinya migrasi penduduk dapat berdampak terhadap perkembangan iklim usaha, sehingga minat memulai usaha di bidang konveksi tidak hanya berasal dari penduduk setempat melainkan juga dapat berasal dari penduduk pendatang. Tentunya hal ini akan menimbulkan keanekaragaman dalam sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya yaitu hadirnya pengusaha konveksi yang berasal dari berbagai daerah. Tentu dengan adanya pengusaha-pengusaha tersebut maka sentra industri konveksi akan menjadi lebih produktif dan lebih mampu menawarkan harga bersaing yang menguntungkan konsumen. Dalam perkembangannya tentu telah terjadi pasang surut para pengusaha yang berhasil dan tidak berhasil mempertahankan usaha konveksinya. Ada perbedaan pada pengelolaannya, jika pengelolaan baik maka akan usaha akan terus berjalan dan jika tidak benar maka akan menimbulkan kebangkrutan. Sangat diperlukan pembelajaran mengenai cara pengelolaan yang baik agar semua industri mampu berjalan dan tetap mempertahankan eksistensinya.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk menuangkan permasalahan yang telah dijelaskan di atas dalam bentuk skripsi ini dengan judul: “Studi Terhadap Pengelolaan Konveksi Pada Sentra Industri Konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya Kecamatan Larangan Kota Tangerang”.

**B. Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang ada di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang terkait pengusaha konveksi dalam mengelola industri konveksi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apa saja cara pengelolaan yang dilakukan oleh setiap para pengusaha konveksi pada sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang?
2. Apakah ada perbedaan cara pengelolaan yang dilakukan oleh setiap pengusaha konveksi pada sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang?
3. Bagaimana cara pengelolaan sentra industri konveksi yang dilakukan oleh pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang?
4. Apakah ada hubungan pengusaha konveksi terhadap perkembangan sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang?
5. Apa jenis migrasi yang terjadi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang?

### **C. Pembatasan Masalah**

Dari beberapa masalah yang telah diidentifikasi diatas, peneliti membatasi masalah pada cara pengelolaan industri konveksi yang dilakukan oleh pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang.

### **D. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah “ Bagaimana cara pengelolaan konveksi pada sentra industri konveksi yang dilakukan oleh pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang” ?

### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

#### **1. Peneliti**

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait pengetahuan tentang cara pengelolaan yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi pada sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang.

## 2. Masyarakat

Dapat mengetahui dan mengajarkan pengetahuan mengenai industri konveksi kepada keluarganya, mampu memberikan informasi mengenai peranan para pengusaha konveksi dalam mengelola usahanya.

## 3. Pemerintah dan Intansi

Menjadi bahan masukan bagi pemerintah dan instansi terkait dalam hal melihat potensi yang dibawa oleh pengusaha konveksi dalam membantu perkembangan sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya menjadi lebih baik.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Hakikat Pengusaha

##### 1. Hakikat Pengusaha

Menurut Sumanto (2014 : 63) pengusaha adalah seseorang yang dengan bebas memperkerjakan orang lain (pekerja) dengan memberi upah untuk bekerja pada perusahaannya. Menurut Purwanto (2006 : 29) Pengusaha adalah koordinator yang berperan dalam mengatur para pekerja dan memiliki peran sebagai pemasok modal utama. Menurut Gunadhi (2006 : 5) Kewirausahaan adalah kegiatan yang memadukan perwatakan pribadi, keuangan, dan sumberdaya lingkungan. Hisrich, Peters, dan Sheperd (2008 : 10) dalam Tim Penulis (2010:2) kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkanm serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

Menurut Hasibuan (2011:12) Pengusaha adalah setiap orang yang menginvestasikan modalnya untuk memperoleh pendapatan dan besarnya pendapatan itu tidak menentu tergantung pada laba yang dicapai perusahaan tersebut. Menurut Hasibuan (2011:117) pengusaha adalah setiap tenaga kerja yang memperoleh pendapatannya berupa laba (*profit*) atau dividen dari modal yang diinvestasikannya.

## B. Hakikat Pengelolaan

Pengelolaan merupakan peran yang sangat penting dalam kelangsungan hidup suatu usaha, baik yang berskala kecil, sedang ataupun besar. Tanpa adanya pengelolaan atau pengaturan, sangat sulit bagi perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuannya. Pengelolaan terkait dengan proses manajemen. Hal ini dikarenakan menurut Hasibuan (2004:1) Manajemen berasal dari kata *to manage* berarti mengatur. Menurut Stoner (1982:2) dalam Handoko (2016:8) Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Pengelolaan menurut Satyodirgo (1979: 1) dalam Indriastuti (2009:10) disebut sebagai penanganan terhadap suatu proses kegiatan yang diatur secara rapi melalui kerjasama dengan orang lain.

Fungsi manajemen merupakan salah satu kegiatan yang berhubungan, saling mempengaruhi dan merupakan suatu kesatuan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Hasibuan (2004: 38) fungsi manajemen di kalangan para ahli saling berbeda di dalam perumusannya antara lain:

1. Henry Fayol: *Planning, Organizing, Commanding, Coordinating, Controlling*
2. Luther Gullich: *Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, Budgeting*



3. George R. Terry: *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*
4. Lyndall F. Urwick: *Forecasting, Planning, Organizing, Commanding, Coordinating, Controlling*

Penggunaan fungsi-fungsi manajemen disesuaikan dengan sistem manajemen itu sendiri. Semakin besar perusahaan maka semakin kompleks pula pengaturan sistem manajemennya, sehingga fungsi manajemen yang digunakan semakin luas. Begitu sebaliknya industri kecil dapat menggunakan sistem manajemen dengan pemikiran fungsi-fungsi yang sederhana seperti perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*).

### **C. Hakikat Sentra Industri**

Anonim (2010:1) sentra merupakan unit kecil kawasan yang memiliki ciri tertentu dimana didalamnya terdapat kegiatan proses produksi suatu jenis usaha yang menghasilkan produk unggulan. Sentra merupakan area yang lebih khusus untuk komoditi dalam kegiatan ekonomi yang telah membudaya yang ditunjang oleh prasarana dan sarana untuk berkembangnya produk atau jasa yang terdiri dari sekumpulan pengusaha mikro, kecil, dan menengah dan koperasi.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM No:23/PER/M.KUKM/XI/2005, Sentra adalah pusat kegiatan bisnis di kawasan/ lokasi tertentu dimana terdapat UKM yang menggunakan bahan baku/sarana yang sama, menghasilkan produk yang sama/sejenis serta memiliki prospek

untuk dikembangkan menjadi bagian integral dari klaster dan sebagai titik masuk (*entry point*) dari upaya pengembangan klaster (Republik Indonesia, 2005 : 3).

#### **D. Hakikat Usaha Konveksi**

Menurut Wening dan Savitri (1994:128) dalam Lindhawati (2008:15) konveksi adalah usaha di bidang busana jadi yang dibuat secara besar-besaran. Jadi, konveksi adalah perusahaan pakaian jadi yang dibuat secara besar-besaran. Jadi, dimana barang yang diproduksi dibuat berdasarkan ukuran standar S, M, L, dan XL dalam jumlah yang banyak. Busana jadi atau *ready-to-wear* (bahasa Inggris) dan *Pret-a-porter* (bahasa Perancis), tidak diukur menurut pemesan, melainkan menggunakan ukuran standar atau ukuran yang telah dibakukan.

Busana konveksi dibuat lebih dari satu buah bahkan sampai 1000 buah per model. Mutu dari produksi konveksi mempunyai beberapa tingkatan, tergantung dari harga serta tingkatan yang membutuhkan. Adapun tingkatan mutu tersebut adalah:

1. Golongan kualitas rendah, contohnya pakaian yang dijual di kaki lima, harganya murah, jahitannya tidak kuat, cara memotongnya asal saja tidak memperhatikan arah serat, asal menghemat bahan dan kadang-kadang modelnya cukup menarik.
2. Golongan kualitas menengah, disediakan untuk golongan masyarakat menengah, harganya lebih tinggi dibanding golongan yang pertama,

jahitan lebih rapi dan lebih kuat, penjualan di tempat yang lebih baik misalnya di toko-toko khusus busana.

3. Golongan kualitas tinggi diperuntukkan bagi orang-orang yang mempunyai banyak uang dan dari tingkatan atas berselera tinggi. Biasanya dijual pada departement store atau butik yang bergengsi, model dibuat dalam jumlah terbatas Satyodirgo, (1979: 123) dalam Lindhawati (2008:15).

#### **E. Pengelolaan Sentra Industri Konveksi**

Dalam sebuah pengelolaan sentra industri akan terdiri dari berbagai aspek, tiap aspek tidak dapat berjalan sendiri-sendiri karena sudah menjadi satu kesatuan. Kegiatan tersebut terdiri dari desain produk, penyediaan bahan baku, kegiatan produksi dan marketing lalu terdapat kegiatan - kegiatan pendukung seperti keuangan, akunting, kepegawaian dan komunikasi (Bangun, 1989:5) dalam Lindhawati (2008:19). Selain itu sistem pengelolaan usaha industri kecil konveksi menggunakan ukuran standar yang sesuai dengan fungsi manajemen yang dikemukakan oleh G.R. Terry meliputi perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pelaksanaan (*Actuating*) dan pengawasan (*Controlling*) untuk mencapai hasil yang semaksimal mungkin (Badrudin, 2015:14). Setiap unsur manajemen berkembang menjadi bidang manajemen yang mempelajari lebih mendalam peranannya dalam mencapai tujuan yang diinginkan diantaranya manajemen sumber daya manusia atau personalia,

manajemen keuangan, manajemen produksi, dan manajemen pemasaran (Badrudin, 2015:22).

## **1. Perencanaan**

Perencanaan dalam manajemen usaha merupakan pemilihan atau penetapan tujuan-tujuan organisasi dan penentuan strategi, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan (Handoko, 2016: 23). Perencanaan bertujuan memberi pegangan bagi manager agar mengetahui arah yang hendak dituju, mengurangi dampak perubahan, mengurangi pemborosan dan kesia-siaan serta menetapkan acuan untuk mempermudah melakukan pengawasan. Perencanaan merupakan kumpulan dari berbagai keputusan, di dalam perencanaan sentra industri konveksi antara lain : Perencanaan SDM, perencanaan keuangan, perencanaan produksi, dan perencanaan pemasaran.

### **a. Perencanaan SDM**

Sumber daya terpenting suatu perusahaan adalah sumber daya manusia, yaitu orang-orang yang memberikan tenaga, bakat, kreatifitas dan usaha mereka kepada perusahaan (Handoko, 2016: 233). Dalam perekrutan tenaga kerja maka terdapat perencanaan sumber daya manusia di dalamnya. Perencanaan sumber daya manusia adalah merencanakan tenaga kerja agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta efektif dan efisien dalam membantu terwujudnya tujuan (Hasibuan, 2011 : 250). Dalam perekrutan ada beberapa hal yang harus dilakukan

terlebih dahulu yaitu pemberian informasi mengenai *Job Analysis*. *Job analysis* adalah pemberian informasi tentang aktivasi pekerjaan, standar pekerjaan, konteks pekerjaan, persyaratan personalia, perilaku manusia, dan alat-alat yang dipergunakan (Hasibuan, 2011 : 251). Dalam *Job Analysis* terdapat enam hal yang terkandung di dalamnya yaitu *job description*, *job specification*, *job evaluation*, *job enrichment*, *job enlargement* dan *work simplification*.

- 1) *Job description*, memberikan informasi tentang tugas-tugas dan tanggung jawab seorang pejabat suatu jabatan
- 2) *Job specification*, memberikan informasi tentang kualifikasi-kualifikasi SDM yang akan menjabat suatu jabatan. Dalam bidang konveksi kualifikasi SDM yang diperlukan akan diuji dengan adanya tes kemahiran menjahit.
- 3) *Job evaluation*, memberikan informasi mengenai berat-ringannya pekerjaan, risiko pekerjaan, dan gaji jabatan.
- 4) *Job enrichment*, memberikan informasi untuk memperkaya pekerjaan pada suatu jabatan tertentu yang sifatnya vertikal.
- 5) *Job enlargement*, memberikan informasi untuk memperkaya jenis pekerjaan yang sifatnya horizontal.
- 6) *Work simplification*, memberikan informasi untuk spesialisasi pekerjaan karena perkembangan perusahaan.

Dalam menentukan bagian-bagian apa saja yang memerlukan perekrutan maka ada tiga bagian dalam perencanaan perekrutan tenaga kerja yaitu:

- 1) penentuan jabatan-jabatan yang harus diisi, kemampuan yang dibutuhkan karyawan untuk melaksanakan pekerjaan tersebut, dan berapa jumlah karyawan yang dibutuhkan,
- 2) pemahaman pasar tenaga kerja dimana karyawan potensial ada
- 3) pertimbangan kondisi permintaan dan penawaran karyawan (Handoko, 2016:235)

b. Perencanaan keuangan

Disaat memulai usaha konveksi, pengusaha harus mempersiapkan keuangan dengan matang, mulai dari dana awal usaha, pencatatan usaha, pembiayaan operasial, pembiayaan gaji perkerja, pembiayaan sewa, dan lain-lain. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi salah perhitungan dan tidak terjebak pada kerugian besar jika sewaktu-waktu terjadi perubahan yang tidak diharapkan. Dana awal usaha atau disebut modal merupakan salah satu unsur produksi dalam perusahaan. Terdapat beberapa sumber permodalan yang umum dipergunakan (Zakiyudin, 2016:135) yaitu:

1) Modal sendiri

Modal sendiri dapat diperoleh dari menjual aset pribadi, pinjam lunak dari orang tua, mertua, saudara, dan lain-lainnya yang sifatnya tidak mengikat.

2) Hutang ke Kreditor

Dalam memilih pinjaman ke bank swasta atau nasional, maka pilihlah yang *term of credit* nya mudah. Sumber dana yang diperoleh dari hutang bank

memiliki resiko cukup besar jika perusahaan tidak berjalan dengan semestinya.

3) Penyertaan modal atau *equity*

Merupakan cara memperoleh dana yang tepat terutama bagi para pengusaha baru. Pilihlah sumber dana yang persyaratannya tidak memberatkan. Sumber dana yang berasal dari *equity* adalah pilihan yang rasional dalam membiayai usaha yang baru berjalan. Sumber dana *equity* dapat diperoleh dari rekan, saudara, sanak famili, investor perorangan, perusahaan modal ventura, dan *go public* (Zakiyudin, 2016:136).

c. Perencanaan Produksi

Perancangan merupakan aspek dari perencanaan, proses perencanaan menggambarkan mengenai serangkain langkah-langkah yang dapat dilalui secara sistematis. Dalam perancangan produksi tak tutup dari tahap-tahap perencanaan Setiap tahap perencanaan umumnya selalu melalui empat tahapan (Zakiyudin, 2016:30) berikut:

1) Menetapkan sasaran atau tujuan

Proses perencanaan dimulai dengan penetapan sasaran/tujuan yang hendak dicapai karena tanpa menentukan tujuan maka penggunaan potensi usaha akan berjalan tidak efektif. Pada industri konveksi maka pengusaha menentukan tujuan produksi untuk menghasilkan sebuah produk dan akan

dianggap berhasil jika produk yang diinginkan dapat selesai terbentuk sesuai dengan jumlah target produksi.

2) Merumuskan keadaan saat ini

Pengusaha perlu mengidentifikasi kondisi pabrik, sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan. Pengusaha dapat memberikan informasi mengenai keadaan industri, jumlah pesanan, dan keuangan yang sedang dikelola. Dengan adanya pemberian informasi maka seluruh pekerja dapat memahami setiap kebijakan yang dibuat oleh pengusaha. Dalam industri konveksi, pengusaha dapat memberikan informasi mengenai jenis pesanan yang diterima, jumlah pesanan, target penyelesaian, dan kondisi keuangan untuk proses produksi. Sehingga setiap pekerja mampu bekerja dengan efektif dan efisien.

3) Mengidentifikasi kemudahan dan hambatan

Hal ini perlu dilakukan untuk mengukur tingkat kemampuan industri dalam mencapai tujuan. Untuk itu para pekerja harus mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang dapat membantu industri mencapai tujuannya atau yang mungkin menimbulkan masalah kedepannya sehingga dapat diambil langkah-langkah antisipasi. Pada industri konveksi maka mengukur tingkat kemampuan produksi dapat dilakukan oleh pengusaha. Pengusaha dapat memilah jenis produk apa yang dapat diproduksi dan ketepatan waktu penyelesaian yang dijanjikan kepada pembeli.



#### 4) Mengembangkan rencana

Tahap akhir dari proses perencanaan adakah meliputi kegiatan mengembangkan berbagai alternatif kegiatan untuk mencapai tujuan. Pada industri konveksi, pengusaha mencari berbagai alternatif cara dalam upaya mengembangkan bisnis konveksi tapi tidak merugikan konsumen terkait ketepatan penyelesaian produk, hasil produksi, dan hal-hal lainnya.

#### d. Perencanaan Pemasaran

Agenda pemasaran merupakan agenda yang direncanakan oleh para pengusaha untuk memilih, menimbang, dan menentukan cara pemasaran seperti apa yang akan diterapkan. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Menurut Zakiyudin (2016:155) pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan apa yang mereka inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Ada sembilan elemen pemasaran agar bisnis yang diusahakan dan produk yang dihasilkan lebih berkualitas dan bisa bersaing dengan perusahaan atau produk para kompetitor (Zakiyudin, 2016:158) yaitu :

1) *Segmentation*, pada tahap ini perusahaan harus mampu melihat pasar bagi produknya secara kreatif dan membagi pasar tersebut ke dalam segmen-

segmen yang mampu dikuasai yang didasarkan pada keinginan, kebutuhan dan harapan dari konsumen yang dijadikan target.

- 2) *Targetting*, bagaimana cara menentukan segmen yang akan dijadikan target adalah dengan 3 cara yaitu menentukan segmen pasar yang ukurannya cukup besar, kedua memilih segmen dengan tingkat persaingan yang masih rendah atau pesaing belum banyak. Ketiga adalah pengusaha harus mampu melayani segmen yang telah dijadikan target.
- 3) *Positioning*, setelah menentukan segmen pasar yang menjadi target, maka pekerjaan selanjutnya adalah memposisikan produk, merek, perusahaan di benar pelanggan target yang dituju. Tahap ini sangat penting karena mempengaruhi alasan pelanggan harus membeli produk pengusaha.
- 4) *Differentiation*, pengusaha harus mampu membuat pembedaan-pembedaan atas produk sendiri dengan produk pihak pesaing. Disini peran edukasi pelanggan dipergunakan untuk memberitahukan nilai-nilai lebih atau nilai tambah apa saja atas produk yang mereka beli.
- 5) *Marketing-mix*, atau disebut 4P (*product, price, place, and promotion*) sangat diperlukan agar perbedaan yang sudah dibangun semakin kokoh dan tidak mudah tergoyahkan oleh 'serangan' produk pesaing. *Marketing Mix* berarti mengintegrasikan tawaran perusahaan yang mencakup produk (*product*) dan harga (*price*) dengan akses yang meliputi komunikasi (*promotion*) dan saluran distribusi (*place*).

- 6) *Selling*, selanjutnya adalah menyusun strategi penjualan. Perusahaan harus menjual solusi kepada para pelanggan, bukan hanya mencari keuntungan semata. Pada tahap *selling* harus dilihat sebagai strategi menciptakan hubungan yang bersifat jangka panjang dengan para pelanggan bukan hanya sekedar hubungan transaksional jangka pendek.
- 7) *Brand*, sesungguhnya proses kreativitas menentukan konsep segmentasi, pilihan *positioning* yang tepat pengembangan diferensiasi yang solid dan didukung oleh *marketing mix* dan strategi *selling* yang sesuai ditambah dengan pengembangan *service* dan proses yang baik merupakan bagian dari langkah pengembangan merek.
- 8) *Process*, proses menunjukkan bagaimana perusahaan dijalankan dengan kualitas yang tinggi, dengan harga yang serendah mungkin dan dengan penyampaian waktu yang secepat mungkin.

## **2. Pengorganisasian**

Pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya-sumber daya yang dimilikinya, dan lingkungan yang melingkupinya (Handoko, 2016:167). Sedangkan menurut Schermerhorn (1996:218) dalam Zakiyudin (2016:41) Pengorganisasian adalah proses mengatur orang-orang dan sumber daya lainnya untuk bekerja kearah tujuan bersama. Menurut SC.Certo (1997:228) dalam Zakiyudin (2016:41) pengorganisasian diartikan sebagai proses terciptanya

penggunaan secara tertib bagi semua sumber daya dalam sistem manajemen. Dalam pengorganisasian dapat diklasifikasikan dalam bidang sumber daya manusia, keuangan, produksi, dan pemasaran.

a. Pengorganisasian SDM

Dalam menyusun tenaga kerja perlu diorganisasikan dalam penentuan komposisi tenaga kerja. Penyusunan komposisi tenaga kerja yang tepat akan membuat proses produksi menjadi efektif dan efisien. Menurut Handoko (2016:232) proses penyusunan personalia dapat dipandang sebagai serangkaian kegiatan yang dilaksanakan terus menerus untuk menjaga pemenuhan kebutuhan personalia organisasi dengan orang-orang yang tepat dalam posisi-posisi tepat dan pada waktu yang tepat. Komposisi tenaga kerja yang tepat dapat dilakukan dengan cara mempertimbangkan kebutuhan tenaga kerja tetap dan tenaga kerja tambahan saat pesanan sedang meningkat. Dalam proses mengorganisasikan tenaga kerja terdapat beberapa langkah dalam prosedur seleksi (Handoko, 2016:241) yaitu :

- 1) Wawancara pendahuluan
- 2) Pengumpulan data-data pribadi (biografis)
- 3) Pengujian (*testing*)
- 4) Wawancara yang lebih mendalam
- 5) Pemeriksaan referensi-referensi prestasi
- 6) Pemeriksaan kesehatan
- 7) Keputusan pribadi

8) Orientasi jabatan

b. Pengorganisasian Keuangan

Pengorganisasian keuangan diwujudkan dalam penataan anggaran, penataan anggaran memerlukan kerjasama seluruh elemen perusahaan untuk menjalankan perencanaan yang sudah dibuat semaksimal mungkin dan dengan komitmen yang tinggi. Penataan keuangan dapat dimulai dari mengatur modal kerja. Menurut Kamaludin dan Indriani (2012:115) pada prinsipnya modal kerja adalah investasi perusahaan dalam harta jangka pendek, seperti kas, surat berharga jangka pendek, piutang dan persediaan. Pentingnya mengatur modal kerja adalah menyesuaikan tingkat kegiatan penjualan perusahaan terhadap perubahan faktor musiman, siklus bisnis, atau kondisi bisnis yang tidak dapat diprediksi yang lainnya serta membantu perusahaan agar mencapai tujuannya. Terdapat langkah-langkah dalam menyusun anggaran (Hanafi, 2016:507) yaitu :

- 1) Menetapkan asumsi-asumsi yang diperlukan
- 2) Memperkirakan penjualan di masa mendatang
- 3) Mengidentifikasi kas masuk lainnya seperti penjualan aset, penjualan surat berharga, dan lainnya
- 4) Mengidentifikasi kas keluar seperti pembelian bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya penjualan, administrasi, dan lainnya.
- 5) Menghitung aliran kas bersih yaitu kas masuk dikurangi kas keluar. Setelah itu maka dapat diketahui surplus atau defisit pada periode tertentu.

c. Pengorganisasian Produksi

Pengorganisasian produksi merupakan alur dari awal hingga akhir dari proses produksi. Maka dari itu penting sebelum proses produksi dilakukan, pengusaha menentukan dahulu aturan yang dijadikan pedoman dalam proses selanjutnya. Persiapan tempat produksi, bahan-bahan yang dibutuhkan, alat-alat yang dibutuhkan, orang yang mengerjakan proses produksi, serta bagaimana memperoleh bahan tambahan dan sebagainya (Lindhawati, 2008:33).

d. Pengorganisasian Pemasaran

Banyak metode yang dapat digunakan oleh para pengusaha agar dapat bersaing, tentu setiap metode memiliki keuntungan dan resiko masing-masing. Sebelum melangkah pada jenis pemasaran apa yang akan dipergunakan maka menganalisa konsep pemasaran menjadi poin penting. Terdapat tujuh hal yang berkaitan dengan analisa kritis konsep pemasaran (Zakiyudin, 2016:156) yaitu:

1) Segmen pasar dan ukuran pasar

Produk yang dijual harus tepat mengenai segmen pasar yang membutuhkan. Pengusaha harus memahami dengan baik ukuran pasar yang akan diambil.

2) Karakteristik pasar

Pengusaha harus memahami sifat atau karakteristik pasar yang akan dijangkau. Sehingga bisa mengetahui strategi pengembangan yang tepat.

3) Pesaing

Hal ini diperlukan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai pesaing yang meliputi tujuan dan sasaran, strategi yang digunakan, kekuatan dan kelemahan serta asumsi pesaing terhadap industri.

4) Membangun jaringan

Dengan jaringan yang luas maka pengusaha memiliki kesempatan yang luas dalam mengembangkan perusahaan.

5) Strategi pasar

Meliputi penentuan kebijakn harga, lokasi pemasaran, proses komunikasi produk dengan pelanggan, pendekatan pasar dan lain-lain.

6) Kepuasan pelanggan

Produk yang dijual dengan sendirinya akan dibeli lagi secara masif oleh pelanggan apabila pembeli merasa butuh dengan produk tersebut dan merasa puas atas produk dan pelayanannya.

7) Saluran distribusi

Setiap jenis produk memiliki saluran distribusi yang berbeda-beda. Oleh karena itu, pengusaha harus mengetahui jenis saluran distribusi yang sesuai dengan karakteristik dan jenis produk yang akan dijualnya.

### 3. Pelaksanaan

Langkah utama dari kegiatan pengelolaan usaha adalah perencanaan. Perencanaan tidak mempunyai arti jika tidak diikuti dengan pelaksanaan.

Pelaksanaan akan dilakukan jika perencanaan sudah benar-benar dan sudah dipertimbangkan dengan baik sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (Indriastuti, 2009:26). Dalam pelaksanaan diperlukan pengarahan dari pihak pimpinan, pengarahan mengandung arti pemusatan pada para anggota organisasi sebagai orang dan berhubungan dengan permasalahan seperti moral, arbitrase dari perselisihan, dan pengembangan hubungan kerja yang baik (Zakiyudin, 2016:53) didalam pengarahan yang baik tentu harus disampaikan oleh pemimpin yang memiliki jiwa kepemimpinan.

Menurut Jones dan George (2003:440) dalam Zakiyudin (2016:53) kepemimpinan adalah proses dimana seorang individu mempunyai pengaruh terhadap orang lain dan mengilhami, memberi semangat, memotivasi, dan mengarahkan kegiatan-kegiatan mereka guna membantu tercapainya tujuan kelompok atau organisasi. Pengarahan dapat dilakukan setelah setelah perencanaan dan pengorganisasian telah dilakukan (Badrudin, 2015:152).

a. Pelaksanaan Sumber Daya Manusia

Pelaksanaan SDM dapat dilakukan melalui pengurusan tenaga kerja. Hal ini berupaya untuk memberikan pedoman mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang akan didapatkan oleh setiap tenaga kerja. Dalam kata lain adalah cara pengusaha dalam memajemen sumber daya manusia (MSDM) yang ada diperusahannya. Menurut Hasibuan (2011:10) MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Dalam pengurusan



Tenaga Kerja maka diperlukan pengarahan, menurut Hasibuan (2011:22) pengarahan adalah kegiatan mengarahkan semua karyawan agar mau bekerja sama dan bekerja efektif serta efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. pengarahan dilakukan pimpinan dengan menugaskan bawahan agar mengerjakan semua tugasnya dengan baik, adapun pengarah tersebut mengenai jam kerja, dan upah.

1) Jam Kerja

Jam kerja tenaga kerja ditentukan sesuai dengan jumlah pesanan dan pedoman jam kerja yang sudah ditentukan oleh pengusaha. Rata-rata para bekerja 12 jam sehari dimulai dari jam 08.00 – 23.00.

2) Kompensasi

Setiap karyawan yang telah bekerja berhak mendapatkan kompensasi dari pihak perusahaan. Kompensasi merupakan pengeluaran dan biaya bagi perusahaan. Perusahaan mengharapkan agar kompensasi yang dibayarkan memperoleh imbalan prestasi kerja yang lebih besar dari karyawan (Hasibuan, 2011:117). Menurut Hasibuan (2011:118) kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atau jasa yang diberikan kepada perusahaan. Terdapat 3 jenis sistem kompensasi yang dapat dijalankan (Hasibuan, 2011:124) yaitu:

- i. Sistem upah borongan, adalah suatu cara pengupahan yang penetapan besarnya jasa didasarkan atas volume pekerjaan dan lama mengerjakannya (Hasibuan, 2011:125). Hal ini berlaku umum pada sebuah industri konveksi, diberikan pada tiap hari Sabtu atau satu minggu sekali atau diambil pada saat pekerja membutuhkan sehingga dititipkan pada majikannya.
- ii. Sistem upah waktu yaitu upah harian, upah mingguan, upah bulanan, yakni sistem upah yang tergantung pada waktu kerja (Hasibuan, 2011:124). Upah harian didasarkan pada jam hadir sedangkan upah mingguan didasarkan pada kuantitas hari hadir per minggu. Sistem upah seperti ini jarang diterapkan pada sebuah industri konveksi. Sistem upah ini berlaku untuk jenis pekerjaan tertentu, seperti pekerja yang mengurus administrasi, pembantu umum, dan pekerja yang masih magang.
- iii. Sistem hasil (*Output*)  
Dalam sistem hasil, besarnya kompensasi yang dibayar selalu didasarkan kepada banyaknya hasil yang dikerjakan bukan kepada lamanya waktu mengerjakannya (Hasibuan, 2011:124). Dalam industri konveksi jika pengusaha menetapkan kompensasi berdasarkan setiap 1 produk yang selesai dibuat hingga akhir maka besarnya jumlah kompesasi yang didapat pekerja sesuai jumlah produk yang berhasil diselesaikan.

### 3) Pengembangan Karyawan

Pengembangan perlu dilakukan secara terencana dan berkesinambungan. Program pengembangan karyawan hendaknya disusun secara cermat dan didasarkan kepada metode-metode ilmiah serta berpedoman pada keterampilan yang dibutuhkan perusahaan saat ini maupun untuk masa depan. Pengembangan karyawan sangat penting hal ini dikarenakan perkembangan teknologi dan semakin ketatnya persaingan antar usaha sejenis. Menurut Hasibuan (2011:69) pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan. Jenis pengembangan dibagi menjadi 2 macam (Hasibuan, 2011:72) yaitu:

#### i. Pengembangan secara informal

Karyawan atas keinginan dan usaha sendiri melatih dan mengembangkan dirinya dengan mempelajari buku-buku literatur yang ada hubungannya dengan pekerjaan atau jabatannya.

#### ii. Pengembangan secara formal

Karyawan ditugaskan perusahaan untuk mengikuti pendidikan atau latihan, baik yang dilakukan perusahaan maupun yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pendidikan atau pelatihan.

b. Pelaksanaan keuangan

Penggunaan uang harus sesuai dengan rencana yang telah dibuat sebelumnya. Perusahaan harus berusaha secara efektif dan efisien dalam mengelola aset terutama yang berkaitan dengan modal kerja yang diantaranya adalah kas dan setara kas, piutang, dan persediaan. Hal ini harus dilakukan agar pengusaha dapat secara penuh mengendalikan arus lalu lintas modal. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengelola kas (Zakiyudin, 2016:140), yaitu:

- 1) Diperlukan keterampilan membuat kas kecil dan kas besar yang pada akhirnya akan berkaitan dengan laporan keuangan perusahaan dan laporan kepada pemilik modal
- 2) Harus memiliki keterampilan mengelola saldo kas minimal sehingga saldo keuangan yang ada tidak boros dan juga tidak terlalu kecil yang menyebabkan kita jadi berhutang
- 3) Memanfaatkan dana yang tidak terpakai agar efektif dan efisien
- 4) Mengelola percepatan penerimaan kas dan memperlambat pembayaran kas. Hal ini diperlukan agar arus kas tetap stabil setiap saat.

Dalam penggunaan keuangan juga harus diperhatikan dalam pemberian piutang, penagihan piutang dan kebijakan atas piutang tidak tertagih. Kebijakan persediaan barang, maka pengusaha perlu memutuskan berapa dan kapan persediaan harus dipesan, berapa persediaan minimal dan bagaimana sistem penyimpanan persediaan tersebut (Zakiyudin, 2016:141).

c. Pelaksanaan Produksi

Pelaksanaan produksi adalah penerapan manajemen berdasarkan fungsinya untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan berdasarkan keinginan konsumen dengan teknik produksi yang seefisien mungkin (Sule dan Kurniawan, 2012:14). Pengerjaan produksi merupakan bagian dari manajemen produksi dimana tujuan utama dari manajemen produksi adalah untuk mengatur produksi barang-barang dan jasa-jasa dalam jumlah, kualitas, harga, waktu serta tempat tertentu sesuai dengan kebutuhan (Ali, 2011:2). Dalam pelaksanaan proses produksi, terdapat berbagai macam aktifitas yakni peletakan pola pada bahan, mensortir bahan yang sudah digunting, *finishing* (memeriksa, mengepres, memasang kancing, dan lain-lain), *quality control* (pengontrolan) dan terakhir bagian pengepakan dengan diberi label yang berisikan ukuran, nomor model, nama bahan yang dipakai dan cara memeliharanya. Setelah itu dipak dan diserahkan kepada bagian penyimpanan hasil produksi untuk segera diserahkan ke bagian penjualan.

d. Pelaksanaan Pemasaran

Pelaksanaan pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan (Indriastuti, 2009:40). Hal yang harus dilakukan dalam pelaksanaan pemasaran adalah dengan promosi. Promosi dilakukan untuk menjangir

konsumen sebanyak mungkin. Promosi-promosi yang ada mencakup aktivitas periklanan (*Advertising*), *personal selling*, *publicity*, dan *sales promotion* (Badrudin, 2015:28)

1) *Advertising* (periklanan)

Peranan periklanan adalah untuk membangun kesadaran terhadap keberadaan jasa yang ditawarkan, untuk menambah pengetahuan konsumen tentang jasa yang ditawarkan, untuk membujuk calon *costumer* untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, dan untuk membedakan diri perusahaan satu dengan perusahaan yang lain. Media-media yang dapat digunakan untuk melakukan pengiklanan, antara lain melalui: media sosial, surat kabar, majalah, radio, televisi, dan papan reklame.

2) *Personal Selling*

Bila dibandingkan dengan media periklanan, maka pesan yang disampaikan melalui media ini ditujukan kepada orang-orang yang sebenarnya bukan prospek (calon pembeli/ pengguna), sebaliknya melalui *personal selling*, perusahaan sudah berhadapan dengan calon pembeli potensial.

3) *Publicity*

Yaitu teknik promosi berupa pemuatan beritad di media massa. Berita yang dimuat, diantaranya berupa berita tentang kemajuan-kemajuan yang telah dicapai atau tentang mutu produk yang dihasilkan industri.

#### 4) *Sales Promotion*

Adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya. *Point of sales promotion* terdiri dari brosur, *information sheets*, dan lain-lain.

Terdapat salah satu teknik pemasaran yang cukup ampuh dilakukan oleh siapapun tanpa mengeluarkan dana besar. Teknik tersebut adalah memberikan informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) (Lupiyoadi, 2001:108) dalam Lindhawati (2008:37). Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa. *Costumer* sangat dekat dengan pengiriman jasa, *costumer* tersebut akan berbicara kepada pelanggan lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam menerima jasa tersebut, sehingga *word of mouth* ini sangat besar pengaruhnya dan dampaknya terhadap pemasaran jasa dibandingkan dengan aktivitas komunikasi lainnya.

#### **4. Pengawasan**

Menurut Zakiyudin (2016:63) pengawasan adalah proses untuk memastikan tujuan-tujuan organisasi tercapai. Pengawasan sangat membantu penilaian atas pelaksanaan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan. Pentingnya pengawasan didasarkan oleh berbagai faktor (Handoko, 2016:363) yaitu:

a. Perubahan lingkungan organisasi

Berbagai perubahan terus datang dan tidak dapat dihindari, melalui pengawasan pengusaha mampu mendekteksi perubahan apa saja yang dapat terjadi dan berpengaruh pada barang dan jasa perusahaan, sehingga mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan kesempatan sebaik mungkin.

b. Peningkatan kompleksitas organisasi

Semakin besar organisasi semakin memerlukan pengawasan yang lebih formal dan hati-hati. Berbagai jenis produk diawasi agar kualitas dan profitabilitas tetap terjaga. Dengan semakin terbentuknya desentralisasi pada organisasi maka agen atau cabang penjualan, kantor pemasaran, pabrik-pabrik serta fasilitas penelitian semua itu membutuhkan fungsi pengawasan yang lebih efisien dan efektif.

c. Kesalahan-kesalahan

Kesalahan dapat terjadi sewaktu-waktu, jika para bawahan tidak melakukan kesalahan maka manajer dapat secara sederhana melakukan pengawasan akan tetapi jika yang terjadi sebaliknya maka manajer dengan sistem pengawasan dapat mendeteksi kesalahan-kesalahan tersebut sebelum menjadi kritis.

d. Kebutuhan manajer untuk mendelegasikan wewenang

Jika manajer memberikan delegasi wewenang pada bawahan maka untuk mengecek apakah pendelegasian itu berjalan dengan baik perlu dilakukan



pengawasan, karena walaupun tugas didelegasikan tetapi tanggung jawab atasan tidak berkurang.

Pengawasan dimaksudkan untuk mengetahui kenyataan yang sebenarnya dalam pelaksanaan proses produksi dan keuangan. Sasaran pengawasan adalah seluruh proses produksi dari awal produksi hingga akhir produksi dan pengepakan. Tak luput juga dalam bidang keuangan yang dimaksudkan agar dana yang digunakan sesuai dengan rencana yang sudah disusun sejak awal.

Karakteristik pengawasan yang efektif (Handoko, 2016:371) diantaranya:

- a. Akurat
- b. Tepat waktu
- c. Objektif dan menyeluruh
- d. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik
- e. Realistik secara ekonomis
- f. Realistik secara organisasional
- g. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi
- h. Fleksibel
- i. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional
- j. Diterima para anggota organisasi

Pihak yang melakukan proses pengawasan adalah para pemilik usaha. Hasil dari pengawasan adalah untuk melihat celah celah ketidaksesuaian dan memperbaiki celah tersebut dengan cara yang lebih sesuai. Pengawasan bukan hanya untuk mencari kesalahan-kesalahan tetapi berusaha untuk menghindari

terjadinya kesalahan-kesalahan serta memperbaikinya jika terdapat kesalahan-kesalahan.

a. Pengawasan Sumber Daya Manusia

Audit atau pengawasan pada tenaga kerja atau sumber daya manusia merupakan tindak lanjut dari realisasi perencanaan-perencanaan yang telah dilakukan. Audit SDM penting dan mutlak harus dilakukan untuk mengetahui apakah para karyawan bekerja dengan baik dan berperilaku sesuai rencana (Hasibuan, 2011:259). Mengaudit karyawan tidak terbatas pada gerak gerik karyawan saja, tetapi juga menyangkut kehadiran karyawan dan kualitasnya. Pelaksanaan audit SDM dilakukan oleh atasan langsung atau manajer urusan SDM baik secara individual maupun kolektif. Audit SDM dilakukan secara formal dan informal, baik langsung maupun tidak langsung (laporan tertulis) (Hasibuan, 2011:260).

b. Pengawasan Keuangan

Pengawasan keuangan adalah suatu sistem penggunaan bentuk-bentuk sasaran yang telah ditetapkan dalam suatu anggaran untuk mengawasi kegiatan-kegiatan manajerial, dengan melakukan perbandingan pelaksanaan nyata dan pelaksanaan yang direncanakan (Handoko, 2016:376). Anggaran merupakan peralatan pengawasan yang digunakan sangat meluas baik dalam dunia bisnis maupun pemerintahan. Anggaran adalah laporan-laporan formal sumber daya – sumber daya keuangan yang disisihkan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan

tertentu selama periode waktu yang ditetapkan (Handoko, 2016:375). Anggaran yang tidak diamati akan mudah memunculkan penyalahgunaan yang merugikan pihak pengusaha. Pengawasan anggaran juga dapat digunakan untuk menetapkan perencanaan masa depan akan jenis pengeluaran apa yang perlu ditekan dan perlu diberi jumlah lebih.

c. Pengawasan Produksi

Pengawasan sebagai komponen dalam proses manajemen memiliki peran penting dalam proses pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan. Proses ini dilaksanakan ketika suatu program sedang dilaksanakan sampai dengan kegiatan tersebut selesai dilaksanakan (Badrudin, 2015:215). Menurut Earl P. Strong dalam Badrudin (2015:215) pengawasan adalah proses pengaturan berbagai faktor dalam suatu perusahaan, agar pelaksanaan sesuai dengan ketetapan-ketetapan dalam rencana. Untuk menjamin tujuan perusahaan tercapai maka perlu adanya pengawasan yang tertuju untuk memperbaiki tindakan-tindakan yang salah. Hal ini sesuai dengan sifat dan waktu pengawasan yang dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu *preventive control*, *represive control*, pengawasan saat proses dilakukan, pengawasan berkala, pengawasan mendadak, dan pengawasan melekat (Badrudin, 2015:226). Selain itu pengusaha dapat melakukan pengawasan produksi melalui dua tahap yaitu secara langsung dan tidak langsung. Pengusaha akan mengontrol apakah setiap mesin dan tenaga kerja sudah bekerja sesuai dengan alur yang ditetapkan. Jika

terjadi kerusakan pada mesin maka dapat segera diperbaiki dan jika terjadi penyimpangan pada tenaga kerja maka dapat segera diberikan himbauan.

d. Pengawasan Pemasaran

Pengawasan pemasaran dapat dilakukan dengan melakukan analisa pada pasar konsumen, perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor (Zakiyudin, 2016:160) diantaranya:

1) Faktor Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling mendasar mengenai keputusan konsumen untuk membelanjakan uangnya.

2) Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga ditentukan oleh faktor-faktor sosial seperti komunitas, keluarga, peran dan status sosial. Keluarga merupakan unit pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Peran dan status sosial memiliki pengaruh cukup signifikan dalam hal perilaku konsumen.

3) Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga amat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup seperti pekerjaan, kondisi ekonomi, kepribadian, konsep tentang dirinya, nilai dan gaya hidup.

#### 4) Faktor Psikologis

Pada saat tertentu manusia mempunyai kebutuhan yang bersifat biogenis dan psikogenis. Bersifat biogenis dimana kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman, dan lain-lain. Bersifat psikogenis yang muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau merasa sebagai bagian dari kelompok tertentu.

Pada usaha konveksi, alat pengawasan pemasaran yang bisa dipergunakan adalah dengan mengamati konsumen/pelanggan potensial. Konsumen potensial adalah konsumen yang membeli berulang-ulang terhadap produk/ jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dari pelanggan potensial tersebut dapat diketahui tentang kualitas pelayanan potensial. Pengawasan bisa dilakukan pada setiap saat maupun berkala sesuai kebutuhan. Pengawasan ini biasanya dilakukan oleh pimpinan.

#### **F. Penelitian yang Relevan**

Penelitian relevan yang dijadikan rujukan pada penelitian ini adalah :

Penelitian yang dilakukan oleh Betty Indriastuti dengan judul “Kajian Tentang Pengelolaan Usaha Pada Industri Kecil Konveksi di Desa Tempusari Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan usaha industri kecil konveksi di desa Tempusari kecamatan Ngawen kabupaten Klaten tergolong dalam kategori baik. Para pengusaha

mampu menjalankan usahanya dengan baik sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Pengusaha industri kecil konveksi di desa Tempursari menerapkan sistem borongan untuk proses produksinya dan dalam setiap pengerjaannya semua dilakukan di tempat usaha. Sistem pengupahan yang diterapkan bervariasi diantaranya menggunakan pengupahan menurut kesatuan hasil dan pengupahan menurut waktu. Industri kecil konveksi di desa ini selain memproduksi barang kemudian dipasarkan sendiri juga menerima pesanan dari konsumen secara langsung baik dalam skala besar maupun kecil. Produk yang dihasilkan dipasarkan di berbagai daerah baik di dalam kota, luar kota maupun ke luar Jawa.

Penelitian yang dilakukan oleh Erny Lindhawati dengan judul “Pengelolaan Usaha Konveksi di Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri konveksi di kecamatan Wedi kabupaten Klaten telah melakukan dan memiliki pengetahuan tentang pengelolaan usaha konveksi. Seperti pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, pengelolaan produksi dan pengelolaan pemasaran dan telah diterapkan dengan baik. Hal ini ditunjukkan oleh perolehan pada masing-masing indikator yakni pengelolaan sumber daya manusia yang berada pada kategori tinggi. Hal ini juga didukung dengan latar belakang tingkat pendidikan pengusaha konveksi yang sebagian besar mempunyai latar belakang tingkat pendidikan SMU/Sederajat, sehingga secara langsung ilmu-ilmu yang telah mereka peroleh bisa diterapkan dalam dunia usaha khususnya mengelola sebuah konveksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurrollich El Kasfy dengan judul “Mobilitas Penduduk Tenaga Kerja Perempuan ke Kabupaten Bekasi Jawa Barat”. Hasil penelitian menunjukkan faktor pendorong dikarenakan faktor psikologis yakni keinginan mandiri dan alasan pendapatan rendah, informasi tentang pekerjaan di kota didapat dari sanak saudara. Pola mobilitas penduduk adalah non permanen dalam jangka panjang dan kembali 1-2 kali dalam setahun.

Penelitian yang dilakukan oleh Surya Dewi dengan judul “Studi terhadap mobilitas pekerja industri kecil sepatu di Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung Jakarta Timur.” Hasil penelitian ini menunjukkan Mobilitas pekerja industri kecil sepatu di kelurahan Penggilingan Kecamatan Cakung Jakarta Timur disebabkan oleh beberapa faktor dorongan seperti upah rendah di daerah asal dan harapan mendapatkan pekerjaan yang lebih baik di daerah tujuan. Informasi pekerjaan didapat dari orang dekat dan atas inisiatif mereka. Pola mobilitas mereka terdiri dari pola mobilitas non permanen dilakukan oleh pekerja asal Jawa dengan frekuensi mengunjungi daerah asal 1x dalam seminggu dan pola mobilitas permanen dilakukan oleh pekerja dari daerah luar Jawa dengan frekuensi yang relatif lama.

Tabel 2.1 Skripsi yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul	Metode	Analisis	Hasil
1	Betty Indriastuti (Skripsi Universitas Semarang Semarang, 2009)	Kajian Tentang Pengelolaan Usaha Pada Industri Kecil Konveksi di Desa Tempusari Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten	Survei	Deskriptif presentase data	Para pengusaha mampu menjalankan usahanya dengan baik sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Pengusaha industri kecil konveksi di desa Tempusari menerapkan sistem borongan untuk proses produksinya dan dalam setiap pengerjaannya semua dilakukan di tempat usaha. Sistem pengupahan yang diterapkan bervariasi diantaranya menggunakan pengupahan menurut kesatuan hasil dan pengupahan menurut waktu.
2	Erny Lindhawati (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2008)	Pengelolaan Usaha Konveksi di Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten	Survei	Deskriptif	Industri konveksi di kecamatan Wedi kabupaten Klaten telah melakukan dan memiliki pengetahuan tentang pengelolaan usaha konveksi. Seperti pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, pengelolaan produksi dan pengelolaan pemasaran dan telah diterapkan dengan baik.
3	Nurrollich El Kasfy (Skripsi Universitas Negeri Jakarta, 2012)	Mobilitas Penduduk Tenaga Kerja Perempuan ke Kabupaten Bekasi Jawa Barat	Survei	Cluster Sampling, analisis deskriptif kuantitatif dengan persentase	Faktor pendorong dikarenakan faktor psikologis yakni keinginan mandiri dan alasan pendapatan rendah, informasi tentang pekerjaan di kota didapat dari sanak saudara. Pola mobilitas penduduk adalah non permanen dalam jangka panjang dan kembali 1-2 kali dalam setahun.



4	Surya Dewi  (Skripsi Universitas Negeri Jakarta, 2014)	Studi terhadap mobilitas pekerja industri kecil sepatu di Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung Jakarta Timur	Deskriptif dengan pendekatan Survei	Deskriptif dengan persentase	Mobilitas pekerja industri disebabkan oleh beberapa faktor dorongan seperti upah rendah di daerah asal dan harapan mendapatkan pekerjaan yang lebih baik di daerah tujuan. Informasi pekerjaan didapat dari orang dekat dan atas inisiatif mereka. Pekerja asal Jawa memiliki pola non permanen dan pekerja asal luar Jawa memiliki pola permanen
5	Luhung Priambodo  (Skripsi Universitas Negeri Jakarta, 2017)	Studi Terhadap Pengelolaan Konveksi Pada Sentra Industri Konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya Kecamatan Larangan Kota Tangerang	Survei	Deskriptif	Sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya dapat terkenal dikarenakan faktor lokasi yang strategis dan tersediannya sarana dan prasarana penunjang. Selain itu pengelolaan yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi dilakukan dengan baik mencakup dalam hal perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan

---

Sumber : Indriastuti (2009), Lindhawati (2008), Kasfy (2012), dan Dewi (2014)

### G. Kerangka Berpikir

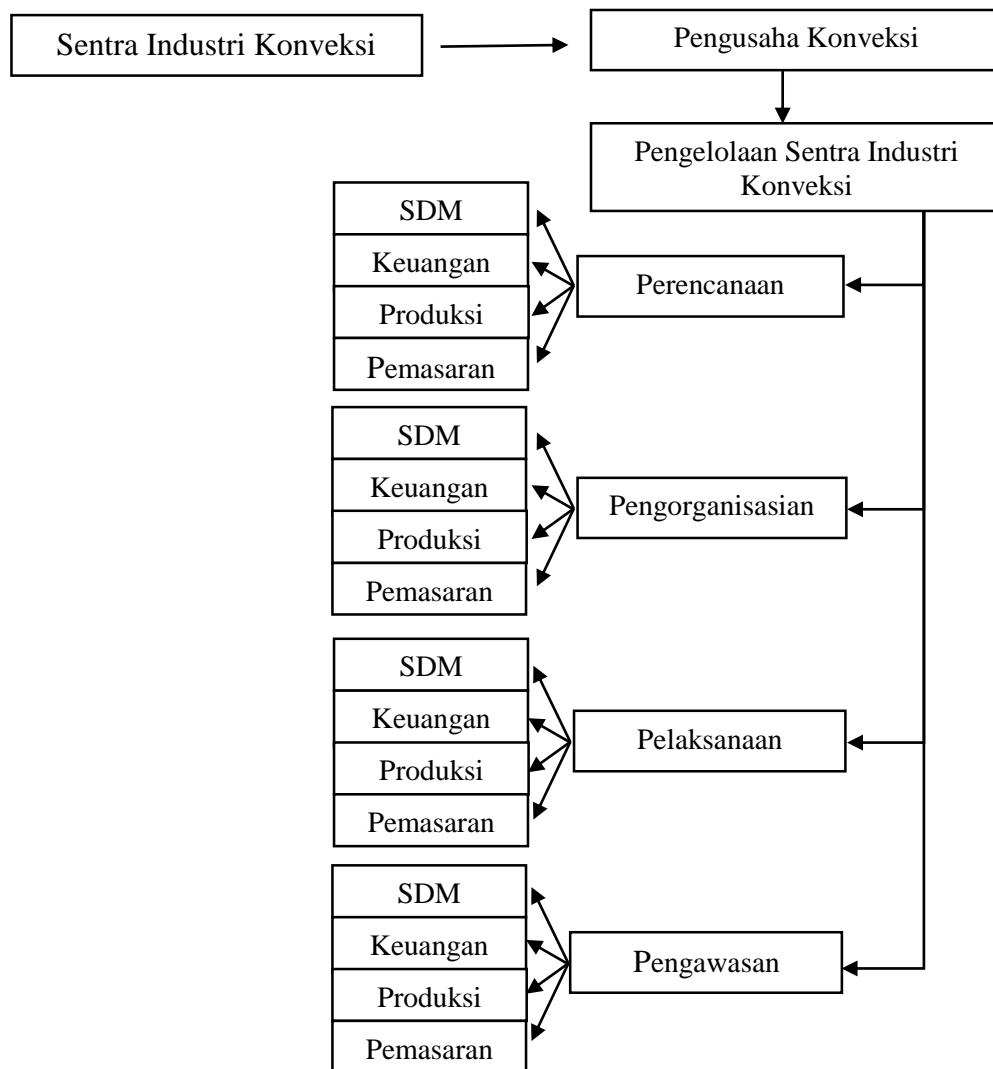
Kelurahan Cipadu Jaya merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Larangan, Kota Tangerang. Pada awalnya penduduk setempat bekerja sebagai petani lalu lambat beralih profesi sebagai penjahit konveksi dan pedagang kain bujur tekstil. Selain itu sebagian penduduk juga mulai beralih profesi dengan menjalankan usaha perlengkapan keluarga. Dari tahun ke tahun usaha dalam industri konveksi tersebut terus bertahan dan mulai menunjukkan perkembangan yang baik. Kawasan sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya memiliki

nilai dan daya pikat tersendiri yang mampu membuatnya bersaing dengan daerah lain. Beberapa hal yang menyebabkan nilai tambah dari sentra industri konveksi di wilayah Kelurahan Cipadu Jaya adalah kualitas bahan yang sama bagusnya dengan harga yang jauh lebih kompetitif sehingga membuat pembeli merasa tak ragu dalam memesan dan melakukan proses transaksi jual-beli di sentra industri konveksi Cipadu Jaya, lokasi yang mudah dikunjungi karena terdapat akses jalan dan layanan transportasi umum yang dapat dilalui menjadi poin tambah yang membuat sentra industri ini mudah didatangi, serta suasana nyaman saat berbelanja juga turut ambil peran dalam proses transaksi di sentra industri konveksi Cipadu Jaya.

Berkat semua daya pikat tersebut kebesaran nama sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya berhasil dibangun oleh para pengusaha. Perkembangan sentra industri konveksi yang terus bertambah mulai membawa perubahan pada aspek pembangunan wilayah. Hal itu terlihat dengan perubahan fungsi lahan, warga di daerah sekitar yang masih memiliki lahan yang belum didirikan bangunan, mengubah lahan mereka menjadi tempat kios, ruko, dan tempat industri kecil. Kesuksesan beberapa warga yang menggeluti bidang industri konveksi tersebut pada menciptakan peluang bagi penduduk di dalam dan di luar kelurahan cipadu untuk turut serta membuka usaha dalam industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya. Industri konveksi yang pada awalnya hanya berjumlah belasan pada saat ini berjumlah ratusan industri konveksi.

Terjadinya migrasi ke kelurahan Cipadu Jaya merupakan hal lazim, karena hal ini didukung oleh faktor penarik dari daerah yang akan dituju dan faktor pendorong dari daerah asal. Migrasi penduduk yang terjadi di Kelurahan Cipadu Jaya dimungkinkan klasifikasinya dalam dua jenis yaitu migrasi sirkuler dan migrasi permanen. Seiring waktu perjalanan, jumlah pengusaha konveksi meningkat dan beberapa pengusaha konveksi tidak mampu mempertahankan eksistensinya sehingga mengalami kebangkrutan.

Adanya perbedaan cara pengelolaan, dimungkinkan menjadi penyebab bangkrutnya beberapa pengusaha konveksi tersebut. Perlu adanya upaya perbaikan dan pencegahan demi menjaga keberlangsungan usaha konveksi yang dijalankan oleh setiap pengusaha konveksi. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah dengan berbagi ilmu pengelolaan yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi meliputi tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Usaha yang terus mampu terjaga akan membawa dampak ke sentra industri konveksi yang akan terus memiliki eksistensi.



Gambar 2.1 Bagan Alur Kerangka Berpikir

### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

##### A. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui pengelolaan pada sentra industri konveksi yang dilakukan oleh pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang.

##### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang. Penelitian dilakukan selama bulan Juni 2016 sampai dengan bulan Januari 2017.

Tabel 3.1 Rencana Kegiatan Penelitian

No	Tahapan Kegiatan	Waktu Pelaksanaan							
		2016							2017
		Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
<b>1</b>	<b>Tahap Pertama</b>								
	a. Menyusun Proposal Penelitian								
	b. Seminar Proposal Penelitian								
	c. Perbaikan Proposal Penelitian								
<b>2</b>	<b>Tahap Kedua</b>								
	a. Turun Ke Lapangan								
	b. Pengolahan Data dan Penyusunan								
<b>3</b>	<b>Tahap Ketiga</b>								
	a. Ujian Sidang Skripsi								
	b. Perbaikan Skripsi								

### C. Metode Penelitian

Penelitian tentang studi terhadap pengusaha dalam pengelolaan industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya Kecamatan Larangan Kota Tangerang dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan survei. Variabel dalam penelitian ini adalah pengelolaan pada sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang.

### D. Populasi dan Sampel Penelitian

Berdasarkan data sekunder yang didapat di Kelurahan Cipadu Jaya, terdapat populasi 112 pengusaha industri konveksi yang tersebar di Kelurahan Cipadu Jaya. Untuk pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling* (sampel acak). Hal ini dikarenakan populasi yang bersifat homogen atau sama. Dalam pengambilan sampel penulis menggunakan rumus Slovin (Bungin, 2005: 115), yaitu :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

d : Nilai presisi (ditentukan sebesar 90% atau  $d = 0,1$ )

$$n = \frac{112}{112(0,1)^2 + 1} = \frac{112}{2,12} = 52,83$$

Dari perhitungan di atas, jumlah populasi (N) = 112, diperoleh ukuran sampel sebesar 52,83 atau 53 sampel penelitian.

### E. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dokumentasi dan wawancara.

### F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup, yaitu responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan. Kisi-kisi instrumen tersebut terdiri atas variabel pengelolaan sentra industri konveksi dengan indikator masing-masing perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.

**Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen**

Variabel	Indikator	Sub indikator	No.item
Pengelolaan Sentra Industri Konveksi	Perencanaan	Perencanaan SDM	10,11,12,13
		Perencanaan keuangan	4,5,6
		Perencanaan produksi	1,2,3,7,8,9,14,16
		Perencanaan pemasaran	17,18
	Pengorganisasian	Pengorganisasian SDM	19,21
		Pengorganisasian keuangan	23,31
		Pengorganisasian produksi	20,22,24,26
		Pengorganisasian pemasaran	33
	Pelaksanaan	Pelaksanaan SDM	27,35
		Pelaksanaan keuangan	15,29,30,32
		Pelaksanaan produksi	25,34,44
		Pelaksanaan pemasaran	38,39

	Pengawasan	Pengawasan SDM	36,37
		Pengawasan keuangan	28
		Pengawasan produksi	41,45
		Pengawasan pemasaran	40,42,43

### G. Teknik Analisis Data

Teknik analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah statistik deskriptif. Sesuai dengan namanya, statistik deskriptif hanya akan mendeskripsikan keadaan suatu gejala yang telah direkam melalui alat ukur kemudian diolah sesuai dengan fungsinya. Hasil pengolahan tersebut selanjutnya dipaparkan dalam bentuk angka-angka sehingga memberikan suatu kesan lebih mudah ditangkap maknanya oleh siapapun yang membutuhkan informasi tentang keberadaan gejala tersebut. Dengan demikian hasil olahan data dengan statistik ini hanya sampai pada tahap deskripsi, belum sampai pada tahap generalisasi. Dengan kata lain, statistik deskriptif adalah statistik yang mempunyai tugas mengorganisasi dan menganalisa data angka, agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas dan jelas, mengenai suatu gejala, peristiwa atau keadaan, sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu. (Sugiyono, 2011 : 147).



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Umum Wilayah Penelitian

##### 1. Letak, Luas dan Batas Wilayah

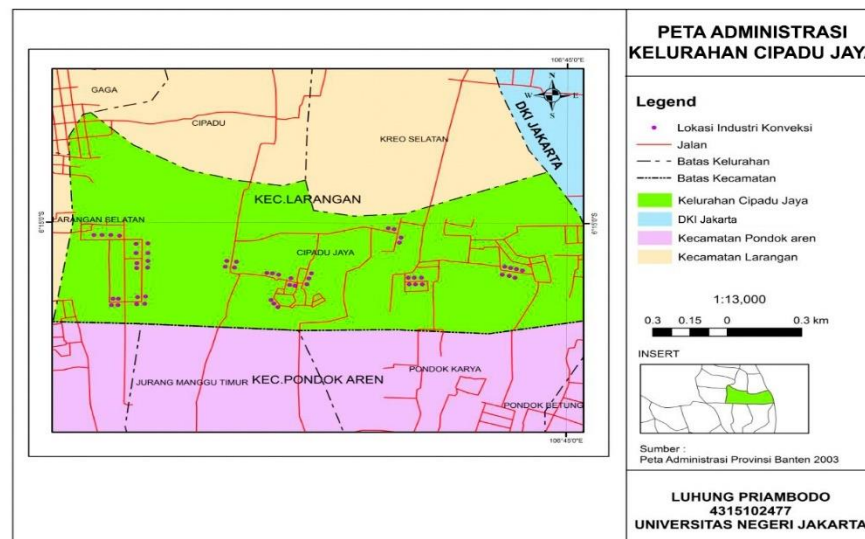
Kelurahan Cipadu Jaya merupakan salah satu kelurahan yang termasuk ke dalam wilayah Kecamatan Larangan, Kota Tangerang. Kelurahan Cipadu Jaya memiliki luas  $\pm$  97,21 Ha yang terdiri dari atas 57 rukun tetangga (RT) dan 8 rukun warga (RW). Peta administrasi Kelurahan Cipadu Jaya dapat dilihat dilampiran pada halaman 111. Kelurahan Cipadu Jaya memiliki batas-batas administratif sebagai berikut:

Sebelah Utara : Kelurahan Kreo Selatan dan Kelurahan Cipadu

Sebelah Timur : DKI Jakarta

Sebelah Barat : Kelurahan Larangan Selatan

Sebelah Selatan : Kecamatan Pondok Aren



Gambar 4.1 Peta Lokasi Penelitian di Kelurahan Cipadu Jaya

## 2. Tata Guna Lahan

Adapun penggunaan lahan di Kelurahan Cipadu Jaya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1. Tata Guna Lahan di Kelurahan Cipadu Jaya

No	Penggunaan Lahan	Ha	%
1	Permukiman	52,50	54,01
2	Permukiman Industri	22,44	23,08
3	Perumahan	8,80	9,05
4	Kios	9,37	9,64
5	Fasilitas Sosial	4,10	4,22
Total Luas Lahan		97,21	100

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.1, penggunaan lahan terbanyak yaitu terdapat pada permukiman sebesar 54,50%. Penggunaan lahan terendah yaitu terdapat pada fasilitas sosial yaitu sebesar 4,10%. Untuk penggunaan lahan yang dipergunakan juga untuk perindustrian terdapat pada permukiman perindustrian, yaitu sebesar 23,08%. Di Kelurahan Cipadu Jaya tidak terdapat lahan kosong yang dapat digunakan untuk pertanian, perikanan dan peternakan di Kelurahan Cipadu Jaya.

## 3. Kependudukan

Tabel 4.2. Komposisi Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya Berdasarkan Usia

No	Umur (Tahun)	Frekuensi	
		Laki - laki	Perempuan
1	0 – 4	617	620
2	5 – 9	780	785
3	10 – 14	799	756
4	15 – 19	600	757
5	20 – 24	864	730
6	25 – 29	900	862
7	30 – 34	934	805
8	35 – 39	842	771
9	40 – 44	1137	1123
10	45 – 49	270	271
11	50 – 54	215	244
12	55 – 59	213	206
13	60 – 64	140	147
14	65 – 69	53	74
15	70 – 74	41	43
16	75+	32	36
<b>Total</b>		8437	8230

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.2, frekuensi terbanyak yaitu terdapat pada kelompok umur 40 – 44 tahun yaitu sebesar 1137 untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 1123 untuk penduduk yang berjenis kelamin perempuan. Responden terendah yaitu terdapat pada kelompok umur 75+ yang termasuk pada kelompok umur yang paling tua yaitu sebesar 32 untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 36 untuk penduduk berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.3. Jumlah Natalitas di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016

No	Natalitas	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - laki	98	52,97
2	Perempuan	87	47,03
<b>Total</b>		185	100,0

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.3 telah terjadi natalitas (kelahiran) pada tahun 2016 sebesar 52,97% untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan sebesar 47,03% untuk penduduk berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.4. Jumlah Mortalitas di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016

No	Mortalitas	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - laki	43	55,13
2	Perempuan	35	44,87
<b>Total</b>		78	100,0

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.4 telah terjadi mortalitas (kematian) pada tahun 2016 sebesar 55,13% untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan sebesar 44,87% untuk penduduk berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.5. Jumlah Imigrasi di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016

No	Imigrasi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - laki	171	50,29
2	Perempuan	169	49,71
<b>Total</b>		340	100,0

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.5 telah terjadi imigrasi pada tahun 2016 sebesar 50,29% untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan sebesar 49,71% untuk penduduk berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.6 Jumlah Emigrasi di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016

No	Emigrasi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - laki	147	49,83
2	Perempuan	148	50,17
<b>Total</b>		295	100,0

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.6. telah terjadi emigrasi pada tahun 2016 sebesar 49,83% untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan sebesar 50,17% untuk penduduk berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.7. Komposisi Mata Pencaharian Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya

No	Pekerjaan	Frekuensi	
		Jumlah (jiwa)	Persentase %
1	Wiraswasta	2851	34,41
2	PNS	406	4,86
3	TNI	9	0,11
4	POLRI	29	0,35
5	Dokter swasta	3	0,04
6	Bidan swasta	3	0,04
7	Perawat swasta	5	0,06
8	Dosen swasta	21	0,25
9	Guru swasta	113	1,35
10	Pengacara	4	0,05
11	Seniman	3	0,04
12	Asisten Rumah Tangga	9	0,11
13	Sopir	17	0,20
14	Mata pencaharian tidak tetap	560	6,70
15	Montir	4	0,05
16	Karyawan Swasta	3909	46,80
17	Karyawan Kantor Pemerintahan	406	4,86
<b>Total</b>		<b>8352</b>	<b>100,00</b>

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.7, penduduk terbanyak memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta yaitu sebesar 46,80%. Lalu penduduk yang bekerja sebagai wiraswasta sebesar 34,41%.

Tabel 4.8. Komposisi Kondisi Pendidikan Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya

No	Pendidikan Terakhir (Tamat)	Frekuensi	
		Laki - laki	Perempuan
1	TK / Play Group	228	229
2	SD	981	989
3	SMP	1301	1239
4	SMA	3907	3748
5	D1	57	55
6	D2	63	58
7	D3	318	322
8	S1	1091	1097
9	S2	98	99
10	S3	8	11
11	SLB B	2	2
12	SLB C	3	3
<b>Total</b>		<b>8057</b>	<b>7852</b>

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.8, penduduk dengan jenjang pendidikan terselesaikan terbanyak yaitu pada SMA sebesar 3907 pada penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 3748 pada penduduk berjenis kelamin perempuan. Tamatan pendidikan terendah ada pada tamat SLB B yaitu sebesar 2 orang pada tiap penduduk berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Sebanyak 151 penduduk laki-laki yang tidak sekolah dan 148 penduduk perempuan yang tidak bersekolah.

## B. Deskripsi Identitas Responden

### 1. Umur Responden

Komposisi umur responden beraneka ragam. Adapun pembagiannya dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

**Tabel 4.9. Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Umur**

No	Umur (Tahun)	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	20 – 24	8	15,09
2	25 – 29	7	13,21
3	30 – 34	13	24,53
4	35 – 39	9	16,98
5	40 – 44	8	15,09
6	45 – 49	5	9,43
7	50 – 54	2	3,78
8	55 – 59	1	1,89
<b>Total</b>		53	100

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.9, responden terbanyak yaitu terdapat pada kelompok umur 30-34 tahun yaitu sebesar 24,53%. Responden terendah yaitu terdapat pada kelompok umur 55 - 59 yang termasuk pada kelompok umur yang paling tua yaitu sebesar 1,89%. Untuk kelompok umur responden yang paling muda berada pada kelompok umur 20 – 24 tahun, yaitu sebesar 15,09%.

### 2. Jenis Kelamin

Rincian jenis kelamin responden di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4.10. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - laki	37	68,81
2	Perempuan	16	30,19
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.10 sebagian besar responden adalah laki-laki yaitu sebesar 68,81%. Sedangkan responden perempuan yaitu sebesar 30,19%.

### 3. Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat pendidikan terakhir adalah jenjang pendidikan terakhir yang ditamatkan oleh responden diantaranya SD, SMP, dan SMA. Rincian jenjang pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.11. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase(%)
1	SD /Sederajat	9	16,98
2	SMP /Sederajat	27	50,94
3	SMA /Sederajat	17	32,08
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.11, terlihat bahwa mayoritas pendidikan responden adalah jenjang SMP yaitu berjumlah 27 orang atau sebesar 50,94%, kemudian SD berjumlah 9 orang atau sebesar 16,98%, dan tamatan SMA berjumlah 17 orang atau sebesar 32,08%.



#### 4. Asal Daerah

Pengusaha yang melakukan usaha industri konveksi berasal dari berbagai daerah. Adapun asal daerah dari setiap responden dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12 Asal Daerah Pengusaha

No	Asal Daerah	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Tangerang	1	1,89
2	Bogor	3	5,66
3	Bandung	2	3,77
4	Tasik Malaya	5	9,43
5	Depok	1	1,89
6	Sumedang	2	3,77
7	Cianjur	3	5,66
8	Padang Panjang	3	5,66
9	Bukit Tinggi	8	15,09
10	Padang Pariaman	4	7,55
11	Payakumbuh	3	5,66
12	Pemalang	1	1,89
13	Purworejo	1	1,89
14	Blora	1	1,89
15	Tegal	1	1,89
16	Semarang	1	1,89
17	Wonogiri	5	9,43
18	Kediri	3	5,66
19	Surabaya	3	5,66
20	Malang	2	3,77
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.12, terlihat bahwa mayoritas pengusaha konveksi berasal dari wilayah Bukit Tinggi sebesar 15.09% lalu disusul oleh asal daerah Tasik Malaya dan Wonogiri sebesar 9,43%.

### C. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan peta administrasi Kelurahan Cipadu Jaya pada hal 111, jarak antar lokasi industri konveksi berkisar 15 – 30 meter dan membentuk pola horizontal atau memanjang mengikuti garis jalan. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian dilapangan terdapat pengelolaan sentra industri konveksi sebagai berikut :

#### 1. Perencanaan

Perencanaan bertujuan memberi pegangan bagi manager agar mengetahui arah yang hendak dituju, mengurangi dampak perubahan, mengurangi pemborosan dan kesia-siaan serta menetapkan acuan untuk mempermudah melakukan pengawasan. Dalam tahap perencanaan pengelolaan sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya terdapat perencanaan SDM, perencanaan keuangan, perencanaan produksi dan perencanaan pemasaran dapat diamati hasil jawaban responden sebagai berikut :

Perencanaan SDM yang dilakukan oleh para pengusaha dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.13. Ketentuan Perusahaan Dalam Merencanakan Tenaga Kerja

No	Ketentuan perusahaan dalam merencanakan tenaga kerja	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Posisi dan Jumlah Karyawan	19	35,85
2	Produksi dan Keahlian Pekerja	34	64,15
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Dari tabel 4.13 dapat dilihat jika sebagian besar para pengusaha konveksi menentukan perencanaan sumber daya manusia berdasar pada produksi yang akan dibuat serta keahlian yang dimiliki oleh para tenaga kerja.

Tabel 4.14. Asal Tenaga Kerja

No	Asal Tenaga Kerja	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Masyarakat Sekitar	9	16,98
2	Rekan Tenaga Kerja	27	50,94
3	Luar Kota	10	18,87
4	Luar Provinsi	7	13,21
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Para tenaga kerja yang dimiliki oleh para pengusaha sebagian besar didapatkan dari ajakan rekan tenaga kerja, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.14 dengan persentase sebesar 50,94%. Selanjutnya terdapat tenaga kerja yang berasal dari luar kota sebesar 18,87%, Lalu terdapat tenaga kerja yang berasal dari masyarakat sekitar sebesar 16,98% dan ada beberapa yang berasal dari luar provinsi sebesar 13,21%.

Tabel 4.15. Asal Modal Usaha

No	Asal Modal Usaha	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pribadi	41	77,36
2	Pinjaman Bank	12	22,64
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Sebagian besar pengusaha menggunakan modal awal yang berasal dari dana pribadi, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.15 sebesar 77,36% hal ini lebih

tinggi dari beberapa pengusaha yang menggunakan pinjaman bank sebesar 22,64%.

Tabel 4.16. Bentuk Modal Usaha

No	Bentuk Modal Usaha	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Uang	21	39,62
2	Uang dan Alat Produksi	16	30,19
3	Uang, Alat, dan Bangunan	10	18,87
4	Uang dan Bangunan	6	11,32
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Pada tabel 4.16 Sebagian besar bentuk modal yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi adalah uang yaitu sebesar 39,62%. Sebesar 30,19% para pengusaha saat memulai usaha sudah memiliki alat produksi dan uang. Lalu selanjutnya 18,87% pengusaha konveksi sudah memiliki semua yang dibutuhkan saat memulai industri konveksi yaitu uang, alat produksi, dan bangunan. Sebagian kecil pengusaha hanya memiliki uang dan bangunan yang akan digunakan saat memulai usaha industri konveksi.

Tabel 4.17. Jumlah Modal Usaha

No	Jumlah Modal Usaha (Rp)	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	< 5.000.000	24	45,28
2	5.000.000 – 15.000.000	16	30,19
3	15.001.000 – 25.000.000	13	24,53
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.17 sebagian besar para pengusaha memulai usaha dengan modal dana < Rp 5.000.000. Lalu terdapat 30,19% pengusaha yang menggunakan modal sebesar Rp 5.000.000 – Rp 15.000.000. Hanya terdapat

24,53% pengusaha yang memiliki modal yang sangat besar saat memulai yaitu berkisar Rp 15.001.000 – Rp 25.000.000.

Tabel 4.18. Status Bangunan Usaha

No	Status Bangunan Usaha	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pribadi	35	66,04
2	Kontrak	18	33,96
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Dalam memulai usaha konveksi, para pengusaha lebih banyak yang menggunakan rumahnya sendiri untuk tempat produksi hal ini dapat dilihat dari tabel 4.18 yang menunjukkan sebesar 66,04% responden yang menggunakan bangunan usaha sendiri. Selain itu terdapat 33,96% responden yang menyewa rumah kontrakan untuk digunakan sebagai lokasi produksi.

Tabel 4.19. Luas Bangunan Usaha

No	Luas Bangunan Usaha (m <sup>2</sup> )	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	50 - 100	24	45,28
2	101 - 150	16	30,19
3	151 - 200	4	7,55
4	201 - 250	9	16,98
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Luas bangunan usaha yang dimiliki oleh para pengusaha didominasi luas 50m<sup>2</sup> – 100m<sup>2</sup> sebesar 45,28% hal ini dapat dilihat pada tabel 4.19. Lalu terdapat 30,19% responden yang memiliki luas bangunan usaha 101m<sup>2</sup> – 150m<sup>2</sup>. Hanya sebagian kecil pengusaha konveksi yang memiliki bangunan usaha luas yaitu 7,55% responden yang memiliki luas lahan 151m<sup>2</sup> - 200m<sup>2</sup>.

Tabel 4. 20. Kondisi Ruang Usaha

No	Kondisi Ruang Industri Konveksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	R. Luas, Ventilasi, Kamar inap, MCK	11	20,75
2	Ventilasi, R. Cukup Luas, MCK	17	32,08
3	Ventilasi terbatas, R. Tidak Luas, WC	25	47,17
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Kondisi ruang usaha yang dimiliki oleh para pengusaha dapat dikatakan sederhana hal ini dapat dilihat pada tabel 4.20 sebesar 44,17% responden hanya memiliki kondisi ruang usaha dengan ventilasi terbatas, ruang yang tidak luas dan WC. Bagi pengusaha yang memiliki modal dan rumah cukup besar maka akan terdapat 20,75% yang memiliki kamar inap bagi para tenaga kerjanya, ruang yang luas, ventilasi yang memadai dan MCK. Selain itu terdapat 32,08% pengusaha memiliki luas ruang yang cukup, ventilasi yang baik dan MCK walaupun tidak menyediakan tempat tidur bagi para tenaga kerja.

Tabel 4. 21. Jumlah Alat Produksi

No	Jumlah Alat Produksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1 – 5 mesin	37	69,81
2	6 – 10 mesin	16	30,19
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.21 sebesar 69,81% jumlah alat produksi yang dimiliki oleh para pengusaha yaitu 1 – 5 mesin, hal ini disesuaikan dengan modal yang mereka miliki. Jika mereka memiliki modal besar maka jumlah alat produksi akan meningkat mencapai 6 – 10 mesin atau sebesar 30,19% pengusaha yang memilikinya.

Tabel 4. 22. Bahan Baku

No	Bahan Baku	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Toko Kain	35	66,04
2	Pabrik Kain	13	24,53
3	Bahan Titipan Konsumen	5	9,43
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Bahan baku yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi berdasarkan tabel 4.22 sebagian besar didapatkan dengan cara membeli di Toko Kain yang berada di Kelurahan Cipadu Jaya. Hal ini mereka gunakan untuk mempermudah dalam distribusi bahan baku dan tidak menghambat proses produksi. Lalu sebanyak 24,53% pengusaha yang membeli di pabrik kain, hal ini dilakukan oleh para pengusaha migran yang memiliki modal besar dan mempunyai produksi besar. Lalu terdapat 9,43% pengusaha konveksi yang mendapatkan bahan baku berasal dari bahan titipin konsumen yang meminta mereka untuk membuat bahan sesuai dengan model yang mereka inginkan dan bahan yang sudah konsumen tentukan.

Tabel 4. 23. Desain Produk

No	Desain Produk	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Sesuai Pesanan	38	71,70
2	Sesuai Inisiatif Pengusaha	15	28,30
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Desain produk yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi berdasarkan tabel 4.23 sebagian besar disesuaikan oleh pesanan dari konsumen. Para pengusaha sebesar 71,70% hanya akan membuat desain sesuai dengan pesanan

yang didapatnya. Walaupun begitu terdapat 28,30% yang melakukan desain berdasarkan ide pribadi sehingga mereka dapat membuat tren dari desain yang para pengusaha konveksi buat.

Tabel 4.24. Perencanaan Proses Produksi

No	Perencanaan Proses Produksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Sesuai ide dan inisiatif pengusaha	15	28,30
2	Pesanan dari Konsumen	38	71,70
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Perencanaan proses produksi yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi berdasarkan tabel 4.24 sebagian besar para pengusaha tetap melakukan sesuai pesanan yang diterima hal ini juga sesuai dengan desain produk yang mereka dapatkan dari para konsumen, hal ini dapat dilihat yaitu berkisar 71,70%. Terdapat 28,30% pengusaha konveksi yang melakukan produksi berdasarkan inisiatif pengusaha.

Tabel 4.25. Strategi Pemasaran

No	Strategi Pemasaran	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Iklan	14	26,42
2	Mulut ke Mulut	31	58,49
3	Melalui Perantara Toko	8	15,09
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.25 bentuk promosi yang sebagian besar dilakukan oleh para pengusaha konveksi adalah menyebarkan informasi dari mulut ke mulut hal ini dapat dilihat pada tabel 4.25 dengan persentase sebesar 58,49%.



Terdapat 26,42% pengusaha yang melakukan promosi hasil produksi dengan melalui iklan di media sosial dan kartu nama. Lalu beberapa konsumen melakukan promosi dengan memenuhi order toko sehingga hasil produksinya akan berada ditoko dan pihak toko akan mempercayakan produksinya kepada pengusaha konveksi, hal ini berkisar 15,09%.

Tabel 4.26. Strategi Keunggulan Bersaing

No	Strategi Keunggulan Bersaing	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Memberikan Pelayanan Prima	15	28,30
2	Memberikan Harga Termurah	3	5,66
3	Kualitas dan harga berimbang	29	54,72
4	Memenuhi Selera Konsumen	6	11,32
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Strategi keunggulan bersaing yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi berdasarkan tabel 4.26 adalah sebanyak 54,72% pengusaha konveksi memberikan kualitas barang yang bagus dengan harga yang disesuaikan dengan kualitas barang yang diberikan. Lalu 28,30% pengusaha memberikan pelayanan prima kepada konsumen yaitu dengan menyelesaikan pesanan tepat waktu, dan bersikap ramah. Sebesar 11,32% pengusaha konveksi memberikan pemenuhan bagi selera konsumen, Hanya terdapat 5,66% pengusaha konveksi yang memberikan harga termurah, hal ini memang dipergunakan untuk memikat konsumen.

## 2. Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah proses mengatur orang-orang dan sumber daya lainnya untuk bekerja kearah tujuan bersama. pengorganisasian diartikan sebagai proses terciptanya penggunaan secara tertib bagi semua sumber daya dalam sistem manajemen. Dalam pengorganisasian dapat diklasifikasikan dalam bidang SDM, keuangan, produksi, dan pemasaran.

Tabel 4.27. Kepemimpinan

No	Kepemimpinan	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Mampu memberikan arahan, jujur, dan demokratis	9	16,98
2	Menepati janji dan memberi upah yang layak	44	83,02
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.27 sebanyak 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait kepemimpinan. Dimulai dari 83,02% pengusaha konveksi yang memilih menepati janji dan memberi upah yang layak agar mendapatkan simpati dari para karyawan, lalu terdapat 16,98% pengusaha konveksi yang memilih mampu memberikan arahan, jujur dan demokratis dalam memimpin para tenaga kerja.

Tabel 4.28. Keuntungan Usaha

No	Keuntungan Usaha (Rp)	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	< 5.000.000	14	26,42
2	5.000.000 – 10.000.000	25	47,17
3	11.000.000 – 15.000.000	8	15,09
4	> 15.000.000	6	11,32
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.28 sebanyak 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait keuntungan usaha. Dimulai dari 47,17% pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000/ minggu. Terdapat 26,42% pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan < Rp 5.000.000/minggu, lalu terdapat 15,09% pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan Rp 11.000.000 – Rp 15.000.000, hanya terdapat 11,32% pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan > Rp15.000.000/ minggu.

Tabel 4.29 Pembelian Bahan Baku

No	Pembelian Bahan Baku	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Dalam Jumlah Banyak	6	11,32
2	Sesuai Jumlah Pesanan	20	37,74
3	Sesuai Ketentuan Pabrik	13	24,53
4	Dalam Jumlah Sedikit	14	26,41
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.29, sebanyak 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait pembelian bahan baku. Dimulai dari 37,74% pengusaha konveksi yang membeli bahan sesuai jumlah pesanan, lalu terdapat 26,41% pengusaha konveksi yang membeli dalam jumlah sedikit, lalu

terdapat 24,53% pengusaha konveksi yang membeli dalam satuan yang sudah ditentukan oleh pabrik, dan hanya terdapat 11,32% pengusaha konveksi yang membeli dalam jumlah banyak.

Tabel 4.30. Cara Pengembangan Usaha

No	Cara Pengembangan Usaha	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Dana Pribadi	45	84,91
2	Pinjaman Bank	8	15,09
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.30, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait cara pengembangan usaha. Dimulai dari 84,91% pengusaha konveksi yang menggunakan dana pribadi untuk mengembangkan usahanya, lalu terdapat 15,09% pengusaha konveksi yang menggunakan dana pinjaman bank.

### 3. Pelaksanaan

Pelaksanaan akan dilakukan jika perencanaan sudah benar-benar dan sudah dipertimbangkan dengan baik sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dalam pelaksanaan diperlukan pengarahan dari pihak pimpinan, pengarahan mengandung arti pemusatan pada para anggota organisasi sebagai orang dan berhubungan dengan permasalahan seperti moral, arbitrase dari perselisihan, dan pengembangan hubungan kerja yang baik. Didalam pelaksanaan terdiri dari beberapa kategori yaitu SDM, keuangan, produksi, dan pemasaran.

Tabel 4.31. Jumlah Tenaga Kerja

No	Jumlah Tenaga Kerja	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1 – 5 orang	37	69,81
2	6 – 10 orang	10	18,87
3	> 10 orang	6	11,32
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.31, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jumlah tenaga kerja yang dimilikinya. Dimulai dari 69,81% pengusaha konveksi yang memiliki jumlah tenaga kerja 1 – 5 orang dalam industri mereka, lalu terdapat 18,87% pengusaha konveksi yang memiliki jumlah tenaga kerja 6 – 10 orang, dan hanya terdapat 11,32% pengusaha konveksi yang memiliki tenaga kerja lebih dari 15 orang.

Tabel 4.32. Jam Kerja Tenaga Kerja

No	Jam Kerja Tenaga Kerja	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	10 jam/hari	9	16,98
2	12 jam/hari	44	83,02
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.32, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jam kerja para tenaga kerja dalam sehari. Dimulai dari 83,02% pengusaha konveksi yang memiliki jumlah jam kerja 12 jam sehari, lalu terdapat 16,98% pengusaha konveksi yang memiliki jam kerja selama 10 jam/hari.

Tabel 4.33. Biaya Produksi

No	Biaya Produksi (Rp)	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	8.000.000 – 10.000.000	28	52,83
2	> 10.000.000	25	47,17
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.33, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait biaya produksi yang dikeluarkan tiap minggunya. Dimulai dari 52,83% pengusaha konveksi yang memiliki biaya produksi tiap minggu berkisar Rp 8.000.000 – Rp 10.000, lalu terdapat 47,17% pengusaha konveksi yang memiliki biaya produksi > Rp 10.000.000.

Tabel 4.34. Jumlah Upah Tenaga Kerja

No	Jumlah Upah Tenaga Kerja (Rp)	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	501.000 – 750.000	22	41,51
2	> 750.000	31	58,49
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.34, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jumlah upah yang diberikan kepada para tenaga kerja. Dimulai dari 58,49% pengusaha konveksi yang memberikan upah lebih dari Rp 750.000/minggu, lalu terdapat 41,51% pengusaha konveksi yang memberikan upah berkisar Rp 501.000 – Rp 750.000.

Tabel 4.35. Catatan Administrasi

No	Catatan Administrasi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Buku Kas	30	56,60
2	Tidak mempunyai catatan administrasi	23	43,40
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.35, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait memiliki catatan administrasi. Dimulai dari 56,60% pengusaha konveksi yang hanya memiliki buku kas. Terdapat 43,40% pengusaha konveksi yang tidak mempunyai catatan administrasi.

Tabel 4.36. Proses Produksi

No	Proses Produksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pesanan Konsumen	28	52,83
2	Permintaan Toko	10	18,87
3	Ide dan Inisiatif Pengusaha	15	28,30
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.36, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait proses produksi. Dimulai dari 52,83% pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan pesanan konsumen, lalu terdapat 28,30% pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan ide dan gagasan yang dimiliki, hanya terdapat 18,87% pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan pesanan yang didapat dari toko.

Tabel 4.37. Kuantitas Produksi Konveksi

No	Kuantitas Produksi Konveksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	501 – 750 item	10	18,87
2	> 751 item	43	81,13
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.37, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait kuantitas hasil produksi konveksi. Dimulai dari 81,13% pengusaha konveksi yang mampu memproduksi lebih dari 751 item/minggu. Hanya terdapat 18,87% pengusaha konveksi yang mampu menghasilkan 501 – 750 item/minggu.

Tabel 4.38. Usaha Peningkatan Penjualan

No	Usaha Peningkatan Penjualan	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Menambah order toko	10	18,87
2	Membuka cabang baru	11	20,75
3	Menambah Modal	32	60,38
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.38, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait usaha untuk meningkatkan penjualan. Dimulai dari 60,38% pengusaha konveksi yang menyatakan usaha penjualan dapat ditingkatkan jika ada penambahan modal. Lalu terdapat 18,87% pengusaha konveksi yang melakukan peningkatan order toko, lalu terdapat 20,75% pengusaha konveksi yang akan meningkatkan penjualan dengan



membuka cabang baru sehingga jumlah produksi yang dihasilkan dapat meningkat.

Tabel 4.39. Luas Wilayah Pemasaran

No	Luas Wilayah Pemasaran	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Luar Kota	11	20,75
2	Antar Provinsi	42	79,25
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.39, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait luas wilayah pemasaran. Dimulai dari 79,25% pengusaha konveksi yang memiliki luas wilayah pemasaran mencapai antar provinsi di Indonesia, lalu terdapat 20,75% pengusaha konveksi yang memiliki luas wilayah pemasaran mencapai luar kota.

#### 4. Pengawasan

Pengawasan adalah proses untuk memastikan tujuan-tujuan organisasi tercapai. Pengawasan sangat membantu penilaian atas pelaksanaan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan. Didalam pengawasan terdiri dari beberapa kategori yaitu SDM, keuangan, produksi, dan pemasaran.

Tabel 4.40. Pelaksanaan *Quality Control*

No	Pelaksanaan <i>Quality Control</i>	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Sebelum dan sesudah proses produksi berlangsung	8	15,09
2	Sebelum, pada saat, dan sesudah proses produksi berlangsung	45	84,91
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.40, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait pelaksanaan *quality control*. Dimulai dari 84,91% pengusaha konveksi yang melaksanakan pengawasan dan pengecekan, dimulai dari sebelum produksi, pada saat, dan sesudah proses produksi berlangsung. Terdapat 15,09% pengusaha konveksi yang hanya melakukan pengawasan produksi sebelum dan setelah produk jadi.

Tabel 4.41. Pengawasan Produksi

No	Pengawasan Produksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Setiap hari	45	84,91
2	3 hari sekali	5	9,43
3	Seminggu sekali	3	5,66
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.52, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jadwal pengawasan produksi. Dimulai dari 84,91% pengusaha konveksi yang melakukan proses pengawasan produksi setiap hari, lalu terdapat 9,43% pengusaha konveksi yang melakukan 3 hari sekali, lalu terdapat 5,66% pengusaha konveksi yang melakukan pengawasan seminggu sekali.

Tabel 4.42. Langkah Penyelamatan Usaha

No	Langkah Penyelamatan Usaha	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Mengurangi Pegawai dan Memilih Jenis Pesanan Konsumen	3	5,66
2	Memeriksa Tren Dipasaran dan Mengandakan Perbaikan Produksi	13	24,53
3	Memeriksa Manajemen Usaha dan Memperbaharui Manajemen Usaha	37	69,81
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.42, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait langkah penyelamatan usaha ketika usaha mereka sedang mengalami kemunduran. Dimulai dari 69,81% pengusaha konveksi yang memilih untuk melakukan pemeriksaan pada manajemen usahanya dan memperbaharui manajemen usahanya agar industri konveksi yang dikelola kembali berjalan baik, lalu terdapat 24,53% pengusaha konveksi yang memilih untuk memeriksa tren model yang sedang diminati oleh konsumen dan melakukan perbaikan, hanya terdapat 5,66% pengusaha yang akan melakukan pengurangan pegawai dan memilih untuk memproduksi satu jenis produk.

Tabel 4.43. Jumlah Pelanggan Tetap

No	Pelanggan Tetap	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Tidak Memiliki	5	9,43
2	1 – 5 orang	16	30,19
3	6 – 10 orang	22	41,51
4	> 10 orang	10	18,87
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.43, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jumlah pelanggan tetap. Dimulai dari 41,51% pengusaha konveksi yang menjawab memiliki 6 – 10 orang pelanggan tetap, lalu terdapat 30,19% pengusaha konveksi yang memiliki 1 – 5 orang pelanggan tetap, lalu terdapat 18,87% pengusaha konveksi yang memiliki pelanggan tetap lebih dari 10 orang, dan hanya terdapat 9,43% pengusaha konveksi yang tidak memiliki pelanggan tetap.

Tabel 4.44. Jenis Keluhan Konsumen

No	Jenis Keluhan	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Belum mendapatkan keluhan	30	56,60
2	Hasil jahitan kurang bagus	6	11,32
3	Jenis bahan berbeda tiap pesanan	5	9,43
4	Ketepatan waktu mengulur	12	22,64
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.44, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jenis keluhan yang diterima dari konsumen. Dimulai dari 56,60% pengusaha konveksi yang mengaku belum mendapatkan keluhan, lalu terdapat 22,64% pengusaha konveksi yang mendapatkan jenis keluhan berupa ketepatan waktu yang mengulur, lalu terdapat 11,32% pengusaha konveksi yang mendapatkan keluhan berupa hasil jahitan kurang bagus, hanya terdapat 9,43% pengusaha konveksi yang mendapatkan keluhan berupa jenis bahan yang berbeda di setiap pesanan.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian Terkait Pengelolaan Konveksi**

Sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, mampu berkembang dan menjadi magnet bagi para konsumen dikarenakan letaknya yang sangat strategis, hal ini dikarenakan letak sentra industri konveksi dilalui oleh jalan lokal K.H. Wahid Hasyim serta ketersediaan angkutan umum sehingga konsumen dapat dengan mudah datang dikarenakan faktor aksesibilitas yang memadai. Lokasi strategis juga dipengaruhi oleh tersedianya berbagai jenis bahan di Kelurahan Cipadu Jaya yang dijual oleh para pengusaha kain. Jenis jenis kain yang diperjualbelikan oleh para pengusaha mulai dari bahan jenis katun berbahan serat kapas 70 persen (katun caded) dan halus (*combed*), *viscose* (bahan kain halus, licin, dan lentur yang sering digunakan untuk busana pesta, *casual wear*, *lingerie*, *underwear*, sampai jaket), dan katun *viscose* (campuran katun dan *viscose*).

Tersedia juga bahan kain *spandex* (elastis/sebagai pengganti karet untuk bahan pakaian renang, olahraga, dan tari), *cashmere* (bahan kain tergolong mewah), *jersey* (kain yang sering digunakan untuk seragam klub bola), *denim* (bahan jins), serta *rayon* (mirip dengan katun, bahan yang terbuat dari polimer organik). Terdapat pula bahan kain *sifon* (bahan dasar kapas, sutra, dan serat sintetis), *hycon* (mirip sifon), *voile* (mirip dengan rayon), brukat, *twistcone* (mirip sifon tetapi lebih tebal), dan *wedges* (bahan tebal dan kaku biasanya

digunakan untuk blazer, pakaian kerja, dan formal). Sebagian besar kain kain tersebut didatangkan dari pabrik yang ada di Bandung.

Jasa reparasi alat produksi serta penjual aksesoris pakaian juga tersedia di Kelurahan Cipadu Jaya. Jarak yang dekat antara pengusaha konveksi dengan sumber bahan memudahkan proses produksi para pengusaha. Dilihat dari pola persebarannya, lokasi para pengusaha dapat dikategorikan memanjang mengikuti jalan. Berpusatnya para pengusaha konveksi di sentra industri konveksi menyebabkan konsumen tidak mengalami kendala dalam menemukan atau mencari konveksi. Berbagai hal tersebut telah menjadikan Kelurahan Cipadu Jaya sebagai sentra industri konveksi yang ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai dengan hasil produksinya berupa pakain dan spreii.

Walaupun sebagian besar para pengusaha bertamatkan SMP, akan tetapi mereka mampu menjalankan usaha dengan baik. Hal ini dikarenakan, para pengusaha memiliki orangtua yang pernah berprofesi di industri konfeksi atau para pengusaha pernah membuka usaha di lokasi lain. Adapun dalam pengelolaan yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi, maka dapat diamati dalam bidang perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

1. Tahap Perencanaan dalam Pengelolaan Konveksi
  - a. Perencanaan SDM

Proses perekrutan yang didasarkan pada keahlian dianggap penting oleh para pengusaha agar tidak perlu diadakan pelatihan bagi para tenaga kerja.

Tenaga berasal dari rekan tenaga kerja, Tenaga kerja memberikan saran kepada pengusaha untuk dapat menerima rekan mereka bekerja di industri konveksi. Rekan yang diajak sudah memiliki keterampilan dalam menjahit sehingga membuat para pengusaha tertarik untuk menggunakan jasa mereka, seluruh rekan tenaga kerja yang diajak berasal dari luar Kelurahan Cipadu Jaya, dan tidak memiliki KTP daerah Kelurahan Cipadu Jaya. Lalu terdapat tenaga kerja yang berasal dari luar kota hal ini dikarenakan para tenaga kerja tersebut datang untuk melamar pekerjaan dan mereka juga sudah memiliki kemampuan menjahit. Terdapat pula tenaga kerja yang berasal dari masyarakat sekitar hal ini dikarenakan para tenaga kerja datang untuk melamar pekerjaan. Para pekerja yang berasal dari masyarakat sekitar merupakan warga di Kelurahan Cipadu Jaya yang sudah memiliki KTP Kelurahan Cipadu Jaya. Selanjutnya terdapat beberapa tenaga kerja yang berasal dari luar provinsi, mereka datang ke tanpa ada rekan yang merekomendasikan dan langsung meminta ikut dipekerjakan ke pengusaha.

Rencana jumlah tenaga kerja yang mereka rencanakan adalah kurang dari 10 orang. Hal ini dikarenakan modal yang dimiliki oleh para pengusaha masih relatif kecil sehingga mereka membaginya untuk pembelian alat produksi dan bahan baku. Seluruh responden pengusaha menyatakan bahwa penambahan tenaga kerja yang mereka lakukan adalah menyesuaikan dengan kebutuhan, yaitu disaat akan menambah jumlah produksi. Mereka akan mulai melakukan perekrutan. Perekrutan juga didasarkan pada modal dan keuntungan yang

mereka dapat, saat keuntungan sudah cukup untuk menambah alat produksi dan tenaga kerja maka mereka akan mulai merekrut tenaga kerja.

b. Perencanaan Keuangan

Sebagian besar pengusaha menggunakan modal awal yang berasal dari dana pribadi. Para pengusaha konveksi banyak yang tidak menggunakan pinjaman bank dikarenakan mereka khawatir saat usaha mereka sedang redup atau tidak berjalan lancar, maka mereka akan kesulitan untuk membayar ke bank. Sebagian besar bentuk modal yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi adalah uang. Hal ini dikarenakan sebelum memulai usahanya para pengusaha hanya memiliki uang. Sebagian besar para pengusaha memulai usaha dengan modal dana < Rp 5.000.000 hal ini dikarenakan uang tersebut dipergunakan untuk membeli 1-2 alat produksi dan bahan yang dibutuhkan.

c. Perencanaan Produksi

Dalam memulai usaha konveksi, para pengusaha lebih banyak yang menggunakan rumahnya sendiri untuk tempat produksi hal ini dikarenakan untuk mengurangi ongkos menyewa. Luas bangunan usaha yang dimiliki oleh para pengusaha didominasi luas  $50\text{m}^2 - 100\text{m}^2$ . Kondisi ruang usaha yang dimiliki oleh para pengusaha dapat dikatakan sederhana hal ini dapat dilihat jika pengusaha hanya memiliki kondisi ruang usaha dengan ventilasi terbatas, ruang yang tidak luas dan WC. Pengusaha yang menggunakan rumahnya pribadi banyak yang memiliki rumah tidak luas. Hal itu akan semakin mudah ditemukan jika pengusaha mengkontrak rumah untuk dijadikan ruang usaha.



Bagi pengusaha yang memiliki modal dan rumah cukup besar maka akan memiliki kamar inap bagi para tenaga kerjanya, ruang yang luas, ventilasi yang memadai dan MCK.

Sebagian besar para pengusaha memiliki alat produksi dengan cara membeli baru. Harga perunit alat produksi berkisar 2 juta dan jika mereka membeli secara paket yang berisi 5 mesin berkisar 10 juta yaitu 3 mesin jahit dan 1 mesin bordir. Jumlah alat produksi yang dimiliki oleh para pengusaha yaitu 1 – 5 mesin, hal ini disesuaikan dengan modal yang mereka miliki. Jika mereka memiliki modal besar maka jumlah alat produksi akan meningkat mencapai 6 – 10 mesin. Bahan baku yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi didapatkan dengan cara membeli di Toko Kain yang berada di Kelurahan Cipadu Jaya. Hal ini mereka gunakan untuk mempermudah dalam distribusi bahan baku dan tidak menghambat proses produksi. Lalu terdapat pengusaha yang membeli di pabrik kain, hal ini dilakukan oleh para pengusaha migran yang memiliki modal besar dan mempunyai produksi besar. Terdapat pengusaha konveksi yang mendapatkan bahan baku berasal dari bahan titipin konsumen yang meminta mereka untuk membuatkan bahan sesuai dengan model yang mereka inginkan dan bahan yang sudah konsumen tentukan.

Desain produk yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi sebagian besar disesuaikan oleh pesanan dari konsumen. Para pengusaha hanya akan membuat desain sesuai dengan pesanan yang didapatnya. Walaupun begitu terdapat pengusaha yang melakukan desain berdasarkan ide pribadi sehingga

mereka dapat membuat tren dari desain yang para pengusaha konveksi buat. Perencanaan proses produksi yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi berdasarkan pesanan yang diterima hal ini juga sesuai dengan desain produk yang mereka dapatkan dari para konsumen. Terdapat pengusaha konveksi yang melakukan produksi berdasarkan inisiatif pengusaha. Mereka berani mengambil resiko dalam memproduksi dan berinisiatif membuat produk-produk yang bisa disukai oleh para konsumen. Mereka melakukan produksi setiap hari dan para pengusaha konveksi yakin jika hasil produksinya akan ada yang membeli.

d. Perencanaan Pemasaran

Bentuk promosi yang sebagian besar dilakukan oleh para pengusaha konveksi adalah menyebarkan informasi dari mulut ke mulut, hal ini dilakukan karena pada saat mereka memulai usaha, media sosial belum berkembang dan dengan menggunakan metode dari mulut ke mulut maka akan mengekonomiskan biaya pemasaran. Terdapat pengusaha yang melakukan promosi hasil produksi dengan melalui iklan di media sosial dan kartu nama. Lalu beberapa konsumen melakukan promosi dengan memenuhi order toko sehingga hasil produksinya akan berada ditoko dan pihak toko akan mempercayakan produksinya kepada pengusaha konveksi.

Strategi keunggulan bersaing yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi berdasarkan pengusaha konveksi memberikan kualitas barang yang bagus dengan harga yang disesuaikan dengan kualitas barang yang diberikan. Lalu terdapat pengusaha memberikan pelayanan prima kepada konsumen yaitu

dengan menyelesaikan pesanan tepat waktu, dan bersikap ramah. Terdapat pengusaha konveksi memberikan pemenuhan bagi selera konsumen, hal ini dilakukan karena memang tidak semua usaha konveksi mampu memproduksi berbagai jenis barang sesuai keinginan konsumen. Hanya terdapat sedikit pengusaha konveksi yang memberikan harga termurah, hal ini memang dipergunakan untuk memikat konsumen.

## 2. Tahap Pengorganisasian dalam Pengelolaan Konveksi

### a. Pengorganisasian SDM

Seluruh responden pengusaha konveksi menyatakan bahwa mereka tidak mempunyai struktur organisasi, hal ini dikarenakan usaha konveksi dijalankan sendiri oleh para pengusaha dan tidak menggunakan oranglain untuk membantu mengurus usaha konveksi. Para pengusaha hanya memiliki para pekerja untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh pengusaha untuk menjahit dan mengepak.

### b. Pengorganisasian Keuangan

Para pengusaha konveksi lebih memilih menepati janji dan memberi upah yang layak agar mendapatkan simpati dari para karyawan hal ini dikarenakan jika para karyawan merasa diberikan upah yang layak maka kerja mereka akan bersemangat dan dapat melakukan produksi dengan baik serta ucapan dari pengusaha yang dapat menepati janji disaat menjanjikan sesuatu kepada karyawan akan menambah nilai wibawa sang pengusaha konveksi, lalu terdapat

pengusaha konveksi yang memilih mampu memberikan arahan, jujur dan demokratis dalam memimpin para tenaga kerja hal ini dikarenakan arahan produksi yang jelas, jujur dalam bersikap dan bertutur kata serta mampu mendengarkan saran dari para tenaga kerja yang akan membuat pengusaha memiliki wibawa.

Para pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000/ minggu hal ini dikarenakan para pengusaha konveksi mampu melakukan pengelolaan uang dengan baik. Terdapat pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan < Rp 5.000.000/minggu hal ini terjadi karena memang produksi mereka yang belum besar dan jumlah pelanggan yang dimiliki juga belum banyak, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan Rp11.000.000 – Rp 15.000.000, hanya terdapat sebagian kecil pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan >Rp 15.000.000/minggu, hal ini terjadi karena hanya beberapa pengusaha yang memiliki modal besar dan mampu memproduksi dalam jumlah besar sehingga keuntungan yang diperoleh juga besar. Seluruh responden pengusaha konveksi, menyatakan bahwa sistem evaluasi yang mereka lakukan adalah mingguan. Mereka melakukan pengecekan produksi yang dibuat dan yang mereka jual dalam tiap minggunya. Hal ini juga berkaitan dengan sistem upah yang mereka terapkan yaitu tiap minggu kepada seluruh tenaga kerja.

c. Pengorganisasian Produksi

Seluruh responden pengusaha konveksi, menyatakan bahwa sistem kerja tenaga kerja yang mereka terapkan adalah menyesuaikan dengan keahlian dan kemampuan para tenaga kerja dalam melakukan produksi tiap minggunya. Seluruh responden pengusaha konveksi, menyatakan bahwa dalam penempatan dan pembagian tugas tenaga kerja disesuaikan dengan keahlian yang dimiliki, jika tenaga kerja memiliki keahlian menjahit maka akan ditaruh pada bagian produksi, jika pekerja tidak memiliki kemampuan menjahit maka akan ditaruh pada bagian pengepakan. Seluruh responden pengusaha konveksi menyatakan bahwa dalam melakukan pemilihan bahan didasarkan pada jenis dan kualitas bahan. Jika mereka ingin memproduksi maka jenis dan kualitas bahan yang sudah dikonsultasikan dengan konsumen akan mereka cari. Hal serupa terjadi pada pengusaha konveksi yang melakukan produksi berdasarkan ide yang dimilikinya maka pengusaha tersebut akan memilih bahan yang sesuai dengan kehendaknya, jika melakukan produksi dengan bahan yang tidak sesuai maka konsumen jarang yang akan meminatinya bahkan tidak ingin membelinya.

Para pengusaha konveksi yang membeli bahan sesuai jumlah pesanan hal ini dikarenakan para pengusaha tidak ingin membeli secara berlebihan agar pengeluaran untuk pembelian bahan dapat dilakukan secara efektif dan efisien, lalu terdapat pengusaha konveksi yang membeli dalam jumlah sedikit hal ini dikarenakan untuk menyesuaikan modal yang mereka miliki, lalu terdapat pengusaha konveksi yang membeli dalam satuan yang sudah ditentukan oleh

pabrik hal ini dikarenakan saat membeli di pabrik maka tidak dapat membeli dalam satuan kecil dan harus mengikuti standar ukuran minimal pembelian yang diterapkan oleh pabrik kain, dan hanya sebagian kecil pengusaha konveksi yang membeli dalam jumlah banyak, hal ini dikarenakan mereka adalah pengusaha yang memproduksi atas dasar gagasan mereka dan menyetok di gudangnya dalam jumlah besar atau pengusaha konveksi yang memiliki jumlah pesanan produksi yang banyak sehingga mereka mempersiapkan bahan baku dalam jumlah banyak.

d. Pengorganisasian Pemasaran

Para pengusaha konveksi yang menggunakan dana pribadi untuk mengembangkan usahanya hal ini dikarenakan pengusaha memang menghindari pinjaman dari bank, lalu terdapat pengusaha konveksi yang menggunakan dana pinjaman bank, hal ini dikarenakan modal yang berasal dari dana pribadi belum mencukupi modal untuk mengembangkan usaha, berkaitan dengan resiko yang akan dihadapi nanti jika melakukan peminjaman dari bank. Beberapa pengusaha melakukan peminjaman ke Bank adapun bank yang dipilih adalah BRI, BNI atau Bank Mandiri. Dengan adanya peminjaman, para pengusaha tersebut sudah memperhitungkan dengan benar akan kebutuhan yang diperlukan sehingga proses pengembalian tidak akan memberatkan.

### 3. Tahap Pelaksanaan dalam Pengelolaan Konveksi

#### a. Pelaksanaan SDM

Para pengusaha konveksi yang memiliki jumlah tenaga kerja 1 – 5 orang dalam industri mereka hal ini dikarenakan para pengusaha konveksi menyesuaikan dengan produksi dan perkembangan usaha yang dimilikinya, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memiliki jumlah tenaga kerja 6 – 10 orang , dan hanya ada sebagian kecil pengusaha konveksi yang memiliki tenaga kerja lebih dari 15 orang. Hal ini dikarenakan industri konveksinya sudah berkembang pesat dan banyak memiliki pelanggan sehingga proses produksi memerlukan jumlah tenaga yang banyak. Para pengusaha konveksi yang memiliki jumlah jam kerja 12 jam sehari. Standar bekerja adalah 8 jam/hari akan tetapi pada pekerjaan ini lebih dikususkan pada keahlian dan kesanggupan tenaga kerja dalam menyelesaikan pekerjaannya sehingga para pekerja mampu bekerja 12 jam/hari. Adapun pembagian jam kerja meliputi jam kerja pagi mulai dari jam 08.00 – 12.00, lalu istirahat selama 2 jam lalu dilanjutkan mulai jam 14.00– 18.00, lalu isitirahat dan kembali bekerja jam 19.00 – 23.00. hal ini disesuaikan dengan kebiasaan dan kemampuan kerja para tenaga kerja dalam sehari.

#### b. Pelaksanaan Keuangan

Para pengusaha konveksi yang memiliki biaya produksi tiap minggu berkisar Rp 8.000.000 – Rp 10.000.000 hal ini dikarenakan disesuaikan dengan

pesanan yang didapat, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memiliki biaya produksi > Rp 10.000.000, hal ini dikarenakan jumlah produksi yang harus dilakukan memang dalam jumlah besar. Para pengusaha konveksi yang memberikan upah lebih dari Rp 750.000/ minggu hal ini disesuaikan dengan jumlah produksi yang berhasil diselesaikan oleh tiap tenaga kerja perminggunya., lalu terdapat pengusaha konveksi yang memberikan upah berkisar Rp 501.000 – Rp 750.000. Hal ini disesuaikan dengan kebijakan upah yang diberikan tiap pengusaha kepada para tenaga kerja yang bekerja di industri konveksinya.

Para pengusaha konveksi yang hanya memiliki buku kas walaupun mereka memiliki buku kas akan tetapi tetap jarang mereka pergunakan. Buku kas hanya dipakai sewaktu-waktu sesuai keinginan pengusaha. Terdapat pengusaha konveksi yang tidak mempunyai catatan administrasi hal ini dikarenakan mereka sudah memiliki ketentuan pengeluaran dalam seminggu, sehingga pemilikan catatan administrasi akan menyusahkan dan membuat mereka bingung. Alasan lainnya para pengusaha tidak ingin terlalu perhitungan dengan dana yang mereka pergunakan, karena jika terlalu perhitungan akan menyusahkan mereka dalam menikmati hasil kerja yang sudah dilakukan.

c. Pelaksanaan produksi

Seluruh responden pengusaha konveksi menyatakan bahwa mereka selalu memberikan pelumas ke mesin setiap akan digunakan hal ini bertujuan untuk



mencegah alat produksi menjadi rusak dan memperlancar proses produksi yang rata-rata berlangsung 12 jam/hari. Para pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan pesanan konsumen hal ini dikarenakan agar proses produksi dapat efektif dan efisien, lalu terdapat pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan ide dan gagasan yang dimiliki, hanya terdapat beberapa pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan pesanan yang didapat dari toko. Terkait kuantitas hasil produksi konveksi, para pengusaha konveksi yang mampu memproduksi lebih dari 751 item/minggu. Rata-rata para pengusaha mampu memproduksi sebanyak 1000 item/minggu hal ini dikarenakan pesanan yang mereka dapatkan berjumlah banyak. Hanya terdapat beberapa pengusaha konveksi yang mampu menghasilkan 501 – 750 item/minggu.

d. Pelaksanaan Pemasaran

Terkait usaha untuk meningkatkan penjualan. terdapat pengusaha konveksi yang menyatakan usaha penjualan dapat ditingkatkan jika ada penambahan modal. Penambahan modal akan mereka gunakan untuk menambah jumlah mesin produksi, membeli bahan, dan memperkerjakan tenaga kerja, lalu terdapat pengusaha konveksi yang melakukan peningkatan order toko hal ini dikarenakan banyak pengusaha yang menyediakan jasa penjahitan sehingga memperbanyak pesanan akan memperbanyak keuntungan yang mereka miliki, lalu terdapat pengusaha konveksi yang akan meningkatkan

penjualan dengan membuka cabang baru sehingga jumlah produksi yang dihasilkan dapat meningkat.

Terkait luas wilayah pemasaran, terdapat pengusaha konveksi yang memiliki luas wilayah pemasaran mencapai antar provinsi di Indonesia hal ini dikarenakan hubungan dan kepercayaan yang terjalin antar pengusaha dan pelanggan terjalin kuat sehingga pelanggan tak segan merekomendasikan pengusahanya ke konsumen lain untuk menggunakan jasa konveksi dari pengusaha yang dipercayainya, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memiliki luas wilayah pemasaran mencapai luar kota, hal ini dapat disebabkan karena mereka tidak ingin terlalu banyak membuka peluang dan ingin mempertahankan dengan baik pelanggan yang sudah dimiliki saat ini.

#### 4. Tahap Pengawasan dalam Pengelolaan Konveksi

##### a. Pengawasan SDM

Terkait pelaksanaan *quality control*, terdapat pengusaha konveksi yang melaksanakan pengawasan dan pengecekan, dimulai dari sebelum produksi yaitu pembelian bahan, lalu saat produksi yang berlangsung setiap hari dan setelah produk selesai dibuat maka para pengusaha akan mengecek kualitas hasil jahitan agar konsumen puas akan hasil produksinya. Terdapat juga pengusaha konveksi yang hanya melakukan pengawasan produksi sebelum dan setelah produk jadi, hal ini dikarenakan mereka sudah mempercayai para pekerjanya dan beberapa pengusaha ada yang menungaskan tenaga kerjanya

untuk melaporkan hal hal yang terjadi selama proses produksi berlangsung sehingga para pengusaha tidak perlu setiap hari mengecek proses produksi.

Terkait jadwal pengawasan produksi terdapat pengusaha konveksi yang melakukan proses pengawasan produksi setiap hari hal ini dikarenakan rumah mereka dijadikan ruang produksi, lalu terdapat pengusaha konveksi yang melakukan 3 hari sekali, hal ini terjadi dikarenakan produksi dilakukan tidak dirumahnya dan mengotrak sebuah rumah untuk dijadikan lokasi usaha konveksi, lalu terdapat juga pengusaha konveksi yang melakukan pengawasan seminggu sekali, hal ini terjadi dikarenakan rumah dan tempat usaha konveksi yang cukup jauh walaupun masih dalam satu kelurahan sehingga para pengusaha tersebut menugaskan seseorang tenaga kerja yang dipercayai untuk melaporkan hal-hal yang terjadi di konveksi.

b. Pengawasan Keuangan

Seluruh responden pengusaha konveksi menyatakan bahwa sistem pengupahan yang dilakukan adalah menurut waktu yaitu tiap minggu. Tiap minggu dipilih dikarenakan jika harus menunggu satu bulan dirasa cukup lama dan akan menjadikan pengawasan produksi dan pengupahan tidak maksimal.

c. Pengawasan Produksi

Seluruh responden pengusaha konveksi menyatakan bahwa kelebihan usaha konveksi yang mereka miliki dikhususkan pada hasil jahitan yang bagus dan jenis bahan yang berkualitas. Hal ini mereka jaga agar konsumen tidak

beralih dan tetap mempercayai mereka. Selain itu mereka menyadari jika hasil jahitan dan jenis bahan tidak bagus. Maka, produksi yang para pengusaha lakukan akan terbuang sia-sia dikarenakan konsumen tidak menaruh minat untuk membeli produk mereka. Seluruh responden pengusaha konveksi, menyatakan bahwa kendala yang sering mereka jumpai adalah bahan yang susah didapatkan.

Hal ini dapat terjadi karena kebutuhan bahan yang tinggi di setiap konveksi dan para pengusaha tak jarang harus berebut mendapatkan bahan yang mereka inginkan dari tiap toko kain. Prinsip siapa cepat dia yang dapat, selalu terjadi di setiap pengusaha konveksi sehingga jika mereka tak mendapatkan di toko kain, para pengusaha akan mulai pergi ke pabrik kain yang tentu saja jika membeli di pabrik harus sesuai dengan jumlah minimal pembelian di pabrik. Di pabrik kain para pengusaha konveksi konveksi juga harus bersaing mendapatkan bahan yang diinginkan dengan para pengusaha konveksi lain dan para pengusaha kain. Tak dapat dipungkiri, jika proses mendapatkan bahan tersendat maka proses produksi juga akan mengulur yang berdampak pada waktu penyelesaian dan pemberian ke konsumen.

d. Pengawasan pemasaran

Terkait langkah penyelamatan usaha ketika usaha mereka sedang mengalami kemunduran. Sebagian besar pengusaha konveksi yang memilih untuk melakukan pemeriksaan pada manajemen usahanya dan memperaharui manajemen usahanya agar industri konveksi yang dikelola kembali berjalan

baik hal ini dapat terjadi dikarenakan para pengusaha tidak akan mau melakukan pemecatan kepada para tenaga kerjanya, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memilih untuk memeriksa tren model yang sedang diminati oleh konsumen dan melakukan perbaikan, hanya terdapat beberapa pengusaha konveksi yang akan melakukan pengurangan pegawai dan memilih untuk memproduksi satu jenis produk. Pengurangan pegawai yang dilakukan pada dasarnya disadari oleh para tenaga kerja, saat dirasa produksi sedang menurun maka mereka akan langsung mengundurkan diri sembari terus melihat kondisi perkembangan industri konveksi tersebut. Saat dirasa industri konveksi tersebut sudah kembali membaik maka mereka akan kembali bekerja di industri tersebut dan pengusaha akan menerima mereka kembali.

Terkait jumlah pelanggan tetap. Para pengusaha konveksi memiliki 6-10 orang pelanggan tetap hal ini dikarenakan usaha mereka sudah tumbuh dan berkembang sehingga pelanggan yang dimiliki juga bertambah, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memiliki 1-5 orang pelanggan tetap, lalu terdapat juga pengusaha konveksi yang memiliki pelanggan tetap lebih dari 10 orang, dan hanya terdapat beberapa pengusaha konveksi yang tidak memiliki pelanggan tetap, hal ini disebabkan usaha mereka yang baru dirintis dan jenis konsumen yang datang tidak dapat dikategorikan pelanggan tetap.

Terkait jenis keluhan yang diterima dari konsumen. Terdapat pengusaha konveksi yang mengaku belum mendapatkan keluhan hal ini dikarenakan para

pengusaha konveksi berfokus pada kualitas bahan dan hasil jahitan sehingga konsumen menyukai dan terus datang untuk membeli, lalu terdapat pengusaha konveksi yang mendapatkan jenis keluhan berupa ketepatan waktu yang mengulur hal ini disebabkan karena sulitnya mendapatkan bahan baku yang diinginkan sehingga memperlambat proses produksi, lalu terdapat pengusaha konveksi yang mendapatkan keluhan berupa hasil jahitan kurang bagus, hal ini dapat terjadi karena terselip satu barang yang kurang bagus pada saat pemberian ke konsumen, hanya terdapat pengusaha konveksi yang mendapatkan keluhan berupa jenis bahan yang berbeda di setiap pesanan, hal ini dikarenakan proses mendapatkan bahan yang cukup sulit, sehingga para konsumen yang akan memesan disarankan untuk langsung membeli dalam jumlah besar dan tidak bergelombang. Hal ini diperlukan agar jenis bahan dan warna yang didapatkan sama dan tidak berbeda-beda.

## 5. Rangkuman

Tabel. 4.45 Rangkuman Hasil Penelitian

<b>PENGELOLAAN</b>	<b>ASPEK</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>
<b>PERENCANAAN</b>	SDM	Perekrutan berdasarkan keahlian tenaga kerja
		Asal tenaga kerja : Rekan tenaga kerja
		Rencana jumlah tenaga kerja < 10 orang
		Penambahan dilakukan Saat Diperlukan
	Keuangan	Dana modal : Dana pribadi
		Bentuk Modal : Uang
		Modal < Rp 5.000.000
Produksi	Status bangunan usaha milik pribadi	

		Luas rumah : 50m <sup>2</sup> – 100m <sup>2</sup>
		Ventilasi terbatas, tidak ada kamar inap & WC
		Alat produksi milik sendiri
		Jumlah alat produksi : 1-5 mesin
		Bahan baku berasal dari toko kain
		Desain produk sesuai pesanan konsumen
		Perencanaan produksi sesuai pesanan konsumen
	Pemasaran	Strategi pemasaran : Mulut ke mulut
		Keunggulan bersaing : Kualitas produk setara harga
<b>PENGORGANISASIAN</b>	SDM	Tidak memiliki struktur organisasi
		Kepemimpinan : Menepati janji & memberikan upah layak
	Keuangan	Keuntungan : Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
		Sistem Evaluasi Administrasi : Waktu/Mingguan
	Produksi	Sistem Kerja : Keahlian & kemampuan penyelesaian
		Penempatan tugas: keahlian tenaga kerja
		Bahan baku : Jenis & kualitas bahan baku
		Jumlah pembelian : Sesuai pesanan konsumen
	Pemasaran	Pengembangan usaha : Dana Pribadi
	<b>PELAKSANAAN</b>	SDM
Jam kerja 12 jam/hari		
Keuangan		Biaya produksi : Rp 8.000.000 – Rp 10.000.000
		Upah tenaga kerja > Rp 750.000 / minggu
		Catatan administrasi : Buku kas

		Pengusaha jarang melakukan pencatatan administrasi
	Produksi	Perawatan dilakukan saat akan dipergunakan
		Proses produksi : Pesanan konsumen
		Kuantitas produksi : 751 item/minggu
	Pemasaran	Peningkatan penjualan : Penambahan modal
		Luas wilayah pemasaran : Antar provinsi
<b>PENGAWASAN</b>	SDM	Pengawasan : Sebelum, pada saat & sesudah produksi
		Pengawasan : Setiap hari
	Keuangan	Sistem pengupahan : Mingguan
	Produksi	Kelebihan usaha konveksi : Hasil jahitan & bahan berkualitas
		Kendala produksi : Bahan susah didapatkan
	Pemasaran	Penyelamatan usaha : Pemeriksaan & pembaharuan manajemen usaha
		Jumlah pelanggan tetap > 10 orang
		Pengusaha sebagian besar belum mendapatkan keluhan

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara garis besar pengelolaan sentra industri konveksi yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang Provinsi Banten dapat dikatakan baik. Hal ini dapat dilihat dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang terjadi di sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya. Pada tahap perencanaan, para pengusaha mempekerjakan tenaga kerja berjumlah < 10 orang yang didapat dari rekan tenaga kerja, modal pribadi yang digunakan < Rp 5.000.000. Bangunan rumah pribadi dipergunakan sebagai ruang produksi. Mesin yang direncanakan dimiliki oleh pengusaha berjumlah 1-5 mesin.

Pada tahap pengelolaan yang dilakukan oleh para pengusaha dilakukan secara pribadi, para tenaga kerja melakukan proses produksi selama 6 hari, dimulai dari hari senin-sabtu. Dalam sehari mereka mampu bekerja selama 12 jam, mereka dibebaskan oleh pengusaha konveksi untuk mampu menyelesaikan proses produksi. Rata-rata para tenaga kerja memiliki upah sebesar > Rp 750.000 tiap minggunya. Keuntungan yang diperoleh oleh pengusaha konveksi dalam seminggu dapat mencapai kisaran > Rp 10.000.000. Pengusaha konveksi selalu menjaga kualitas dan jenis bahan yang digunakan agar tetap dapat

menarik minat konsumen. Bahkan tak jarang dari mereka melakukan produksi atas ide dan inisiatif sendiri agar dapat lebih mengembangkan usaha mereka.

Pada tahap pelaksanaan para pengusaha konveksi melakukan produksi tiap minggunya dengan mengeluarkan dana berkisar Rp 8.000.000 – Rp 10.000.000. Produksi diusaha mereka rata-rata dilakukan oleh 6 – 10 orang tenaga kerja. Dalam seminggu para pengusaha konveksi mampu menyelesaikan >1000 produk/item, hal ini dapat terjadi karena konsumen yang membeli sudah mencapai wilayah antar provinsi. Para pengusaha jarang melakukan pencatatan administrasi akan tetapi mereka memiliki ukuran standar dalam mengeluarkan dana setiap minggunya.

Pada tahap pengawasan dilakukan sebagian besar pada sebelum, pada saat dan setelah proses produksi dan dilakukan setiap hari dikarenakan rumah pengusaha yang dijadikan lokasi usaha. Dalam pengawasan produksi, para pengusaha menyatakan bahwa kelebihan usaha konveksi yang mereka miliki dikhususkan pada hasil jahitan yang bagus dan jenis bahan yang berkualitas. Hal ini mereka jaga agar konsumen tidak beralih dan tetap mempercayai mereka. Kendala yang sering mereka jumpai adalah bahan yang susah didapatkan. Saat produksi sedang turun para pengusaha lebih memilih untuk melakukan pemeriksaan pada manajemen usahanya dan memperaharui manajemen usahanya agar industri konveksi yang dikelola kembali berjalan baik. Beberapa jenis keluhan yang pernah dialami diantaranya jahitan kurang bagus, bahan yang tidak sama, dan keterlambatan penyerahan ke konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis mengajukan saran-saran yang berguna bagi pihak yang terkait dalam pembahasan tersebut:

1. Bagi masyarakat yang merupakan penduduk asli di Kelurahan Cipadu Jaya, agar mau kembali melaksanakan usaha yang pernah dikerjakan. Hal ini didasarkan peran para penduduk asli yang pada mulanya memperkenalkan wilayah Kelurahan Cipadu Jaya sebagai sentra industri tekstil dan konveksi. Kemunduran dan tidak berlanjutnya usaha yang pernah dilakukan oleh penduduk asli atau pengusaha asli Kelurahan Cipadu Jaya diharapkan mampu kembali bangkit dan diteruskan kepada anak-cucunya agar kontribusi penduduk asli mampu tetap ada dan tidak hilang begitu saja.
2. Penelitian ini juga perlu dikembangkan untuk ilmu pengetahuan bidang geografi.
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan agar memperluas objek penelitian, menambah variabel, serta menambah jumlah responden agar mendapatkan hasil yang signifikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Muhammad. 2011. *Manajemen Operasi dan Produksi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Anonim. 2010. *Pengembangan Sentra dan Produk Unggulan UMKM*, [pdf], (<http://tasrifin.dosen.narotama.ac.id>, diakses tanggal 6 Desember 2016)
- Badrudin.2015. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- BPS. 2012. *Analisis Mobilitas Tenaga Kerja Hasil Survei Angkatan Kerja Nasional*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- \_\_\_\_\_. 2012. *Statistik Migrasi Banten*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- \_\_\_\_\_. 2013. *Penduduk Indonesia*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- \_\_\_\_\_. 2013. *Profil Migran Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- \_\_\_\_\_. 2013. *Statistik Mobilitas Penduduk dan Tenaga Kerja*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- \_\_\_\_\_. 2015. *Statistik Mobilitas Penduduk dan Tenaga Kerja*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup
- \_\_\_\_\_. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup
- Dalyono.2008.*Dasar-dasar perancangan produk tekstil*.Bandung:Graha ilmu
- Dewi, Surya. 2014. *Studi Terhadap Mobilitas Pekerja Industri Kecil Sepatu di Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur*. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta
- Gunadhi, Erwin. 2006. *Kewirausahaan*. Garut : STT Garut
- Handoko, T. Hani, 2016. *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA
- Hanafi, Mamduh. M. 2016. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA
- Hasibuan, Malayu S. P. 2004. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara
- \_\_\_\_\_. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Hosnan. 2016. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Indriastuti, Betty. 2009. *Kajian Tentang Pengelolaan Usaha pada Industri Kecil Konveksi di Desa Tempursari Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten*. Semarang : Universitas Negeri Semarang
- Kamaludin dan Rini Indriani. 2012. *Manajemen Keuangan Konsep Dasar dan Penerapannya*. Bandung : CV. Mandar Maju
- Kasfy, Nurrolich El. 2012. *Mobilitas Penduduk Tenaga Kerja Perempuan ke Kabupaten Bekasi Jawa Barat*. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta

- Kusriyanti.2001.*Karakteristik Migran Dalam Memasuki Sektor Informal (Studi Deskriptif Pedagang Kakilima di Kelurahan Balimester Kecamatan Jatinegara Jakarta Timur)*. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta
- Lindhawati, Erny.2008. *Pengelolaan Usaha Konveksi di Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta
- Maniar Berliana, Sarni.dkk. 2016.*Official Statistics Sosial – Kependudukan Dasar*. Bogor: IN MEDIA
- Republik Indonesia. 2005. *Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia No:23/PER/M.KUKM/XI/2005 tentang Pedoman Penumbuhan dan Pengembangan Sentra Usaha Kecil dan Menengah*. Sekretariat Negara. Jakarta
- Morissan.2015. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Grup
- Purwanto. 2006. *Diktat Pengantar Kewirausahaan*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Samosir, Omas Bulan.2011. *Dasar-Dasar Demografi*. Jakarta: Salemba Empat
- Santoso, Iman. 2014. *Perspektif imigrasi dalam migrasi manusia*. Jakarta: Pustaka Reka Cipta
- Santoso, Rokhedi Priyo. 2012. *Ekonomi Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Sjafrizal. 2014. *Ekonomi Wilayah dan Perkotaan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustakabarupress
- Sumanto. 2014. *Hubungan Industrial Memahami dan Mengatasi Potensi Konflik-Kepentingan Pengusaha-Pekerja Pada Era Modal Global*. Yogyakarta : CAPS
- Sule, Ernie Trisnawati dan Kurniawan Saefullah. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Grup
- Tim Penulis. 2010. *Konsep Dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Kementrian Pendidikan Nasional
- Yusuf, A. Muri. 2015. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Grup
- Zakiyudin, Ali. 2016. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media

## **Lampiran 1 Kuesioner**

No. Responden :

### **INSTRUMEN PENELITIAN**

**Kepada Yth.**

**Bapak/Ibu/Saudara/i**

**Dengan Hormat,**

Saya, mahasiswa Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta, bermaksud mengadakan penelitian di wilayah ini untuk memperoleh data yang digunakan untuk kepentingan skripsi, dengan judul “Studi Terhadap Pengelolaan Konveksi Pada Sentra Industri Konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang”.

Untuk itu, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi dan menjawab kuisisioner ini dengan baik, dan sejujur-jujurnya, demi terwujudnya informasi yang valid dan terpercaya. Atas segala bantuannya, Peneliti mengucapkan banyak terimakasih.

Peneliti,

Luhung Priambodo

#### **A. Identitas Responden**

Nama Responden :  
Jenis Kelamin :  
Umur :  
Alamat :  
Asal Daerah :  
Pendidikan Terakhir :

**B. Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberi tanda (x) pada huruf a, b, c, atau d!**

1. Apa status bangunan usaha industri konveksi anda?
  - a. Milik Pribadi
  - b. Kontrak
  - c. Milik Saudara
  - d. Milik Orangtua
2. Berapa luas bangunan usaha industri konveksi anda?
  - a.  $50\text{m}^2 - 100\text{m}^2$
  - b.  $101\text{m}^2 - 150\text{m}^2$
  - c.  $151\text{m}^2 - 200\text{m}^2$
  - d.  $201\text{m}^2 - 250\text{m}^2$
3. Bagaimana keadaan ruang kerja usaha industri konveksi anda?
  - a. Ruang luas, ventilasi memadai, ada kamar inap karyawan, ada kamar mandi dan WC
  - b. Ventilasi tiap ruang ada, ruang cukup luas, ada kamar mandi dan WC
  - c. Ventilasi terbatas hanya didepan, ruang tidak luas, ada WC
  - d. Ventilasi terbatas hanya didepan, ruang tidak luas, tidak ada WC
4. Darimana anda mendapatkan modal untuk mendirikan usaha konveksi?
  - a. Pribadi
  - b. Keluarga
  - c. Pinjaman Bank
  - d. Pinjaman Koperasi
5. Apa bentuk modal untuk usaha konveksi anda?
  - a. Uang
  - b. Uang dan alat produksi
  - c. Uang, alat produksi dan bangunan
  - d. Uang dan bangunan
6. Berapa modal yang anda butuhkan untuk mendirikan usaha konveksi?
  - a. Kurang dari Rp 5.000.000
  - b. Rp 5.000.000 – Rp 15.000.000
  - c. Rp 15.001.000 – Rp 25.000.000
  - d. Lebih dari Rp 25.000.000
7. Bagaimana status kepemilikan mesin dan alat produksi yang anda miliki?
  - a. Milik sendiri, turun temurun
  - b. Miliki sendiri, membeli baru
  - c. Milik sendiri, membeli bekas
  - d. Menyewa / Kontrak
8. Berapa jumlah mesin yang anda rencanakan untuk mendirikan usaha konveksi?
  - a. 1 – 5 mesin
  - b. 6 – 10 mesin
  - c. 11 – 15 mesin
  - d. Lebih dari 15 mesin
9. Bagaimana cara anda untuk mendapatkan bahan baku untuk memproduksi pakaian?
  - a. Membeli dari toko kain
  - b. Membeli dari pabrik kain
  - c. Titipan konsumen
  - d. Membeli produk sisa ekspor
10. Apa yang menjadi ketentuan perusahaan dalam merencanakan tenaga kerja?
  - a. Posisi dan jumlah karyawan yang dibutuhkan
  - b. Produksi konveksi dan keahlian pekerja
  - c. Kesamaan etnis dan kedekatan personal
  - d. Usia dan pendidikan

11. Darimana tenaga kerja usaha konveksi anda berasal?
  - a. Masyarakat sekitar
  - b. Rekan tenaga kerja
  - c. Luar kota, tidak rekan tenaga kerja
  - d. Luar provinsi, tidak rekan tenaga kerja
12. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda rencanakan sebagai tenaga kerja?
  - a. Kurang dari 10 orang
  - b. Antara 11 – 15 orang
  - c. 16 – 20 orang
  - d. 21 – 25 orang
13. Kapan anda melakukan penambahan karyawan?
  - a. Setiap dibutuhkan
  - b. Setiap enam bulan sekali
  - c. Setiap sebulan sekali
  - d. Setiap setahun sekali
14. Dalam merencanakan proses produksi desain pakaian/sprei dibuat?
  - a. Sesuai produk
  - b. Sesuai trend
  - c. Sesuai pesanan
  - d. Sesuai inisiatif pengusaha
15. Berapa rencana biaya produksi yang dibutuhkan untuk pembuatan pakaian setiap minggunya?
  - a. Kurang dari Rp 5.000.000
  - b. Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000
  - c. Rp 8.000.000 – Rp 10.000.000
  - d. Lebih dari Rp 10.000.000
16. Apa yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam merencanakan proses produksi sehingga menghasilkan laba yang besar dan produk yang berkualitas?
  - a. Memproduksi sesuai ide dan inisiatif pengusaha
  - b. Konsumen yang dituju dan pesanan dari konsumen
  - c. Kualitas bahan dan hasil jahitan
  - d. Jumlah tenaga kerja dan trend yang berlaku dipasaran
17. Bagaimana usaha anda dalam mempromosikan hasil produksi?
  - a. Melalui iklan
  - b. Melalui tenaga penjual
  - c. Melalui mulut ke mulut
  - d. Melalui perantara toko
18. Bagaimana strategi pemasaran yang anda lakukan untuk menghadapi persaingan?
  - a. Memberikan pelayanan prima
  - b. Memberikan harga termurah dibandingkan tempat lain
  - c. Memberikan kualitas tinggi dengan harga yang sesuai dengan hasil produk
  - d. Memenuhi selera konsumen
19. Apakah usaha konveksi anda mempunyai struktur organisasi?
  - a. Mempunyai struktur organisasi tetapi belum dijalankan
  - b. Mempunyai struktur organisasi tetapi berjalan sebagian
  - c. Mempunyai struktur organisasi yang berjalan dengan baik
  - d. Tidak mempunyai struktur organisasi



20. Bagaimana sistem kerja karyawan di usaha konveksi anda?
- Ada pembagian waktu atau shift
  - Mengerjakan sesuai keahlian yang dapat dikerjakan oleh karyawan
  - Bekerja sesuai waktu yang ditentukan pengusaha
  - Karyawan bekerja sesuai keahlian dan sebanyak hasil yang mampu diambilnya
21. Menurut anda hal apa yang dapat menarik simpati karyawan?
- Mampu memberikan arahan, jujur, dan demokratis
  - Mampu menepati janji dan memberikan upah layak
  - Mampu memfasilitasi setiap karyawan dengan baik
  - Mampu mengerti jerih payah tenaga kerja dan sikap memimpin yang baik
22. Bagaimana cara anda menempatkan karyawan dan memberikan pembagian tugas?
- Dipilih berdasarkan keahlian tenaga kerja
  - Dipilih berdasarkan pengalaman tenaga kerja
  - Dipilih berdasarkan kemauan bekerja dan kedisiplinan pekerja
  - Dipilih berdasarkan kedekatan personal
23. Berapa keuntungan yang anda peroleh dalam seminggu?
- < Rp 5.000.000
  - 5.000.000 – Rp 10.000.000
  - Rp 11.000.000 – Rp 15.000.000
  - > Rp 15.000.000
24. Apa yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam memilih bahan?
- Jenis pesanan yang diterima
  - Trend yang sedang populer
  - Ketersediaan bahan
  - Jenis dan kualitas bahan
25. Usaha apa yang dilakukan perusahaan agar mesin dan peralatan tetap bisa berfungsi dengan baik?
- Memberikan pelumasan setiap digunakan
  - Memberikan pelumasan setiap hari
  - Memberikan pelumasan setiap minggu
  - Memberikan pelumasan setiap bulan
26. Bagaimana cara anda membeli bahan baku?
- Membeli dalam jumlah banyak agar cukup untuk persediaan
  - Membeli sesuai jumlah pesanan
  - Membeli dalam satuan yang sudah ditentukan pabrik
  - Membeli dalam jumlah sedikit
27. Berapa jumlah karyawan yang anda miliki saat ini?
- 1 – 5 orang
  - 6 – 10 orang
  - 11 – 15 orang
  - Lebih dari 15 orang
28. Bagaimana sistem pengupahan yang anda terapkan?
- Sistem upah menurut waktu
  - Sistem upah premi (tambahan)
  - Sistem upah menurut kesatuan hasil
  - Sistem upah menurut pengalaman

29. Berapa upah yang diterima oleh karyawan dalam seminggu?
- Rp 1.000 – Rp 250.000
  - Rp 251.000 – Rp 500.000
  - Rp 501.000 – Rp 750.000
  - > Rp 750.000
30. Apakah anda mempunyai catatan administrasi?
- Ya, meliputi buku pesanan, buku kas, buku inventaris, dan buku catatan pegawai
  - Ya, meliputi buku pesanan dan buku kas
  - Ya, meliputi buku kas saja
  - Tidak mempunyai catatan administrasi
31. Bagaimana sistem evaluasi pembukuan di usaha konveksi anda?
- Harian
  - Mingguan
  - Bulanan
  - Tahunan
32. Bagaimana pelaksanaan administrasi pada usaha konveksi anda?
- Tidak pernah dicatat dalam pembukuan
  - Tidak semua kegiatan dicatat dalam pembukuan
  - Semua kegiatan dicatat dalam pembukuan
  - Kadang dicatat dalam pembukuan
33. Bagaimana cara anda mengembangkan usaha?
- Menggunakan dana pribadi
  - Meminjam dari bank
  - Meminjam dari koperasi
  - Meminjam pada kerabat dekat
34. Berdasarkan apakah anda dalam melakukan proses produksi?
- Berdasarkan pesanan individu konsumen
  - Berdasarkan permintaan toko
  - Berdasarkan permintaan rekan kerja
  - Berdasarkan ide dan inisiatif pribadi pengusaha
35. Berapa lama jam kerja para karyawan pada industri konveksi anda?
- 6 jam/ hari
  - 8 jam / hari
  - 10 jam/hari
  - 12 jam/hari
36. Kapan pelaksanaan quality control hasil produk pada usaha konveksi anda?
- Sebelum proses produksi berlangsung
  - Sebelum dan sesudah proses produksi berlangsung
  - Sebelum, pada saat, dan sesudah proses produksi berlangsung
  - Sesempat pengusaha mengunjungi para pekerja
37. Berapa kali anda berkunjung untuk mengecek produksi?
- Setiap hari
  - 3 hari sekali
  - Seminggu sekali
  - 2 minggu sekali

38. Usaha apa yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan?
- Memperbanyak jenis pemasaran seperti brosur, medsos, pamflet, kartu nama
  - Menambah jumlah rekan kerja pengusaha dan order toko
  - Membuka cabang baru / konveksi
  - Menambah Modal
39. Seberapa jauh wilayah pemasaran usaha konveksi anda?
- Dalam kota
  - Luar kota
  - Antar provinsi
  - Luar negeri
40. Langkah apa yang dilakukan jika konveksi mengalami pemunduran?
- Memproduksi dengan menggunakan ide dan kreativitas pengusaha
  - Mengurangi pegawai dan memilih jenis pesanan konsumen
  - Memeriksa tren dipasaran, dan mengadakan perbaikan produksi
  - Memeriksa manajemen usaha dan memperbaharui manajemen usaha
41. Apakah aspek yang dinilai dari produk usaha konveksi anda?
- Harga perunit produksi
  - Ketepatan waktu penyelesaian
  - Minimum order
  - Hasil jahitan dan jenis bahan
42. Berapa jumlah pelanggan tetap yang ada miliki?
- Tidak memiliki
  - Antara 1 – 5 orang
  - Antara 6 – 10 orang
  - Lebih dari 10 orang
43. Apa jenis keluhan yang pernah anda dapatkan dari konsumen?
- Belum Mendapatkan Keluhan
  - Hasil jahitan kurang bagus
  - Jenis bahan berbeda tiap pemesanan
  - Ketepatan waktu mengulur
44. Berapa jumlah produksi anda dalam seminggu?
- 1 – 250 produk
  - 251 – 500 produk
  - 501 – 750 produk
  - > 751 produk
45. Jenis kendala apa yang ada hadapi saat memproduksi?
- Bahan susah didapatkan
  - Mesin produksi rusak
  - Tenaga kerja kurang
  - Pesanan sedikit

## Lampiran 2 Gambar Hasil Penelitian



Wawancara dengan Pengusaha konveksi



Bahan Katun Sebagai Bahan Produksi



Mesin Jahit Sebagai Alat Produksi



Proses Produksi oleh Para Tenaga Kerja Dalam Membuat Baju

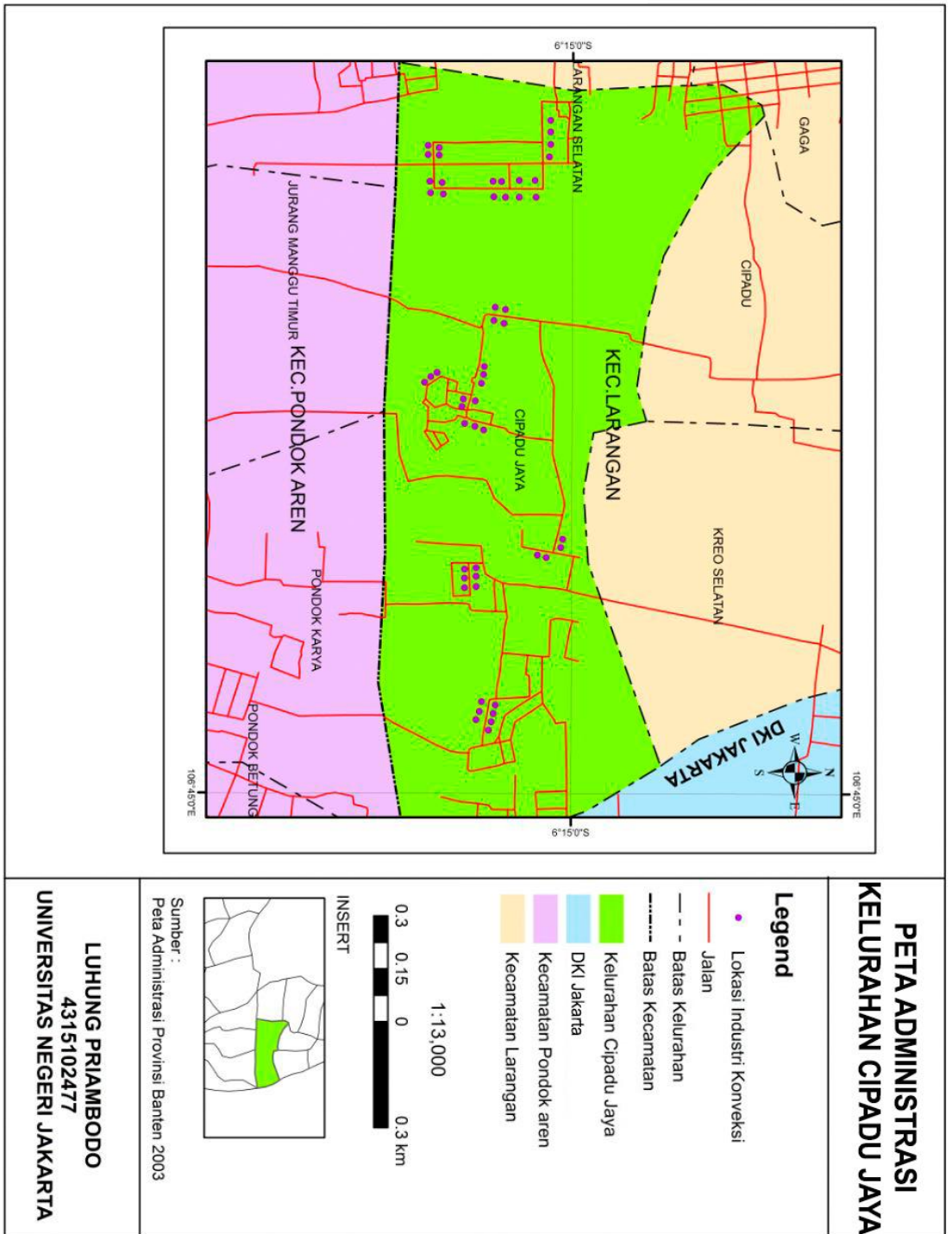


Produk Jadi Berupa Baju yang Belum dikemas



Produk Jadi Baju Berbahan Katun yang Siap di Pasarkan

Lampiran 3 Peta Administrasi Kelurahan Cipadu Jaya





KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982  
BAUK : 4750930, BAAK : 4759081, BAPSI : 4752180  
Bagian UHTP : Telepon. 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian HUMAS : 4898486  
Laman : [www.unj.ac.id](http://www.unj.ac.id)

---

Nomor : **4048A/UN39. 12/KM/2016**  
Lamp : -  
Hal : **Permohonan Izin Mengadakan Penelitian  
untuk Penulisan Skripsi**

**28 Desember 2016**

Yth. **Lurah Cipadu Jaya**  
**Jl. Perkutut No. 17A Kel. Cipadu Jaya**  
**Tangerang**

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta:

Nama : **Luhung Priambodo**  
Nomor Registrasi : 4315102477  
Program Studi : Pendidikan Geografi  
Fakultas : Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta  
No. Telp/HP : 089629749598

Dengan ini kami mohon diberikan ijin mahasiswa tersebut untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul :

**“Studi Terhadap Pengusaha Migran Dalam Pengelolaan Sentra Industri Konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya Kecamatan Larangan. Kota Tangerang”**

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.



Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat

Woro Sasmoyo, SH  
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan:  
1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
2. Kaprodi Pendidikan Geografi



**PEMERINTAH KOTA TANGERANG  
KECAMATAN LARANGAN  
KELURAHAN CIPADU JAYA**

Jl. Perkutut No. 17A Kode Pos 15155 Telp. (021) 732 1518

Cipadu Jaya, 06 Januari 2017

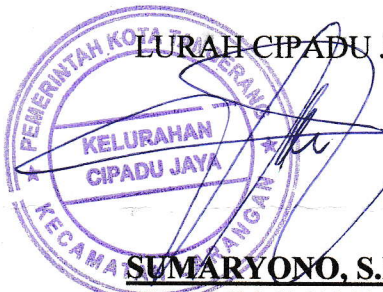
Nomor : 050 / 01 -CipJay/2017  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian  
Untuk Skripsi.

Menindaklanjuti surat dari UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA Nomor : 4048A/UN39.12/KM/2016 Tanggal 28 Desember 2016 tentang Permohonan Izin Mengadakan Penelitian Skripsi, dengan ini kami memberikan izin kepada saudara :

Nama : **Luhung Priambodo**  
Nomor Registrasi : 4315102477  
Program Studi : Pendidikan Geografi  
Fakultas : Ilmu Sosial

Untuk mengadakan Penelitian Skripsi di wilayah Kelurahan Cipadu Jaya Kecamatan Larangan Kota Tangerang.

Demikian surat izin ini kami berikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

  
**LURAH CIPADU JAYA**  
**SUMARYONO, S.Ip MM**  
NIP.196206061983031014

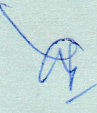
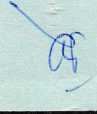
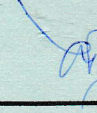
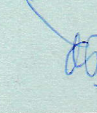

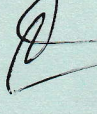


## KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Luhung Priambudo  
Nomor Registrasi : 4315102477  
Dosen Pembimbing I : Drs. Warnadi, M. Si  
Dosen Pembimbing II : Dra. Dwi Sukarti L, M. Si

Tgl	Catatan dari Pembimbing	Paraf Dosen
10/11 2015	Home industri $\leftrightarrow$ Sentra Industri Bab II $\rightarrow$ Teori belum kuat dan judul penelitian terlalu luas permasalahan yang ada di Kelurahan Cipadu Jaya	
14/12 2015	Cipadu Jaya - pasar - sentra Cara penulisan pendapat di landasan teori Teknik analisa data tidak jelas Daftar pustaka tidak konsisten	
10/8 2016	Sampel dan populasi harus jelas Dibedakan menjadi 2 sampel yaitu pemilik usaha dan pekerja	
15/8 2016	Perbaiki beberapa kata Pengecekan bab 3 untuk populasi dan sampel	
30/8 2016	Bab 3 mengenai populasi sugiyono Data tiap RW mengenai persebaran garmen	
6/9 2016	Peta Penelitian Populasi dan sampel di Bab 3	
19/9 2016	Kerangka berfikir Populasi sampel Sentra Industri perkembangan dan sentra industri	
19/9 2016	Kuesioner	
20/9 2016	Melakukan review dan diskusi terkait permasalahan melakukan perbaikan dan dosen-dosen	



Tgl	Catatan dari Pembimbing	Paraf Dosen
17/10 2016	Bimbingan skripsi setelah revisi	
8/11 2016	Bimbingan kuesioner	
9/1 2017	Bimbingan setelah turun lapangan	
9/1 2017	Memberikan hasil kepada dosen	
13/1 2017	Bimbingan dengan dosen untuk memperbaiki hasil terlap	
17/1 2017	Bimbingan terkait peta kelurahan Cipadu Jaya	



*Building  
Future  
Leaders*

**KARTU SEMINAR SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Luhung Priambodo

Nomor Registrasi : 4315102477

No	Tgl Seminar	Judul Skripsi	Nama Penyaji	P H	Paraf Koord
1.	26/6 2013	Penambangan Bahan Galian Gol C di Desa Agromulyo Kecamatan cangkring	Nomarilah Genisa	H	}
2	26/6 2013	Studi faktor yang mempengaruhi pertumbuhan pembangunan pusat perbelanjaan di kota Bekasi	Mogie	H	
3	26/6 2013	Pengaruh di banggunnya jembatan Batujaya terhadap interaksi sosial antar wilayah kec <sup>Cabangbungur</sup> dan kec. batujaya kab.karawang	Filsup Hidayanto	H	
4	26/6 2013	Dampak dbangunnya jalan Tol Jakarta Outer, Ring Road West I (JORR WI) thdp tingkat kjshtan penduduk	Sentanu Wibowo	H	
5	26/6 2013	Dampak pengembangan objek wisata candi Borobudur terhadap perubahan	Tri Buana	H	
6	25/9 2013	Faktor-faktor yang mempengaruhi aglomerasi lembaga bimbel di kecamatan Duren Sawit, JakTim	Tiyas Nur Sayani	P	}
7	25/9 2013	Studi migrasi sirkular pedagang babako musiman asal desa Trajaya kec. Dakson	Prianto	P	
8	25/9 2013	Pengaruh perubahan ruang terbuka hijau (RTH) terhadap kandungan Diomassa	Rosmi Dinda	P	
9	25/9 2013	Pemanfaatan objek wisata Situ Cipondoh sebagai tempat rekreasi masyarakat sekitar di kec.Cipondoh	Muna Mistri	P	
10	2/10 2013	Pembeladayaan masyarakat pada objek wisata air Panas	Andika Ratz	P	
11	2/10 2013	Hubn antar pengetahuan lingkungan hidup dengan perilaku masy dlm mengelola sampah rumah tangga	Adithia P.F	A	}
12	2/10 2013	Dmpk keberadaan pembangkit listrik tenaga gas uap (PLTGU) thdp Krisis fisosek nelayan di desa Sarangan	Piqih Z	A	
13	2/10 2013	Studi tingkat kebisingan di permukiman desa Suka danau kec. Cikarang barat kab. bekas	Lusi Siluani	P	
14	30/10 2013	Hub Persepsi wilayah nelayan tentang migrasi dengan perilaku dlm memelihara ling. migrasi di Tangerang	Ahmad Syukron	H	
15	30/10 2013	Pengaruh kebanyakan pengelola thdp objek wisata berbung geok waitun di desa gampeng, kediri jatin	Dina	P	
16	30/10 2013	Analisis aksesibilitas di desa pekarum kecamatan sukadiri kab.upaten tangerang.	Selvia	P	}
17	30/10 2013	Analisis kemacetan di kecamatan kelapa dua ( studi kasus di Jln kelapa dua dan Jln danau	Septiana	H	
18	27/11 2013	Analisis bil. fawan penyakit malaria di kab. Lebak, Prov. Banten	Ajeng Wahyu E	H	
19	27/11 2013	Kesaprasaan komunitas sekolah terhadap bencana alam gempa bumi dan tsunami di kab. Cilacap	Priyanka Pajne	H	
20	27/11 2013	Pembahan kerapatan vegetasi dalam kaitanya dengan suhu permukaan di kota Tangerang	Tirani Luh Rizky	H	

## RIWAYAT HIDUP



**Luhung Priambodo**, Anak Pertama dari 2 pasangan Bapak Sudibyo dan Ibu Karmi. Penulis lahir di Jakarta, 08 Juli 1992, saat ini penulis berdomisili di Jl. Pesantren Rt 03 Rw 03 No.8b, Kelurahan Kreo Selatan, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, 15156. Penulis dapat di hubungi melalui email [priambodo.luhung@gmail.com](mailto:priambodo.luhung@gmail.com).

Penulis menamatkan pendidikan Sekolah Dasar di SDN Ulujami 04 pagi pada tahun 2004, Sekolah Menengah Pertama di SMPN 110 Jakarta pada tahun 2007, Sekolah Menengah Atas di SMAN 63 Jakarta pada tahun 2010, melanjutkan kuliah Jurusan Geografi Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta melalui jalur SNMPTN Tulis pada tahun 2010. Aktif di beberapa organisasi kampus yaitu BEMP Pendidikan Geografi sebagai Kepala Departemen Edukasi tahun (2011-2012), BSO ICA (2012-2013), KPM UNJ (2010-2012). Pengalaman Praktek Keterampilan Mengajar (PKM/PPL) di SMAN 63 Jakarta, penulis pernah bekerja di Homeschooling Kak Seto sebagai staff ahli IPS dan Editor, serta pernah menjadi guru bimbil dan saat ini mengajar mata pelajaran geografi di SMA Islam Terpadu Asy Syukriyyah. Penulis pernah menjadi Moderator Mario Teguh untuk Media Sosial Facebook tahun 2016.

**STUDI TERHADAP PENGELOLAAN KONVEKSI PADA  
SENTRA INDUSTRI KONVEKSI DI KELURAHAN CIPADU  
JAYA KECAMATAN LARANGAN KOTA TANGERANG**



**LUHUNG PRIAMBODO**

**4315102477**

**Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GEOGRAFI**

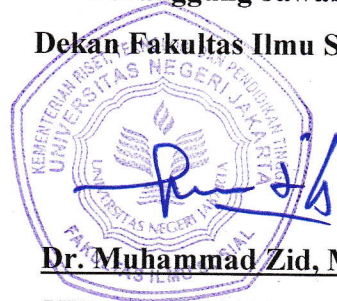
**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2017**



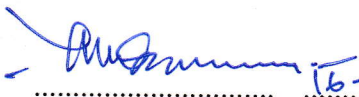
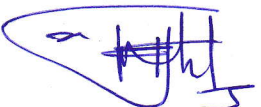
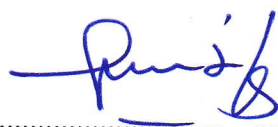
## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial



Dr. Muhammad Zid, M.Si

NIP.196304121994031002

No	Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Muzani, M.Si</u> NIP. 196011202000031001 Ketua		13-02-2017
2.	<u>Aris Munandar, M.Si</u> NIP. 197708022005011003 Sekretaris		13-02-2017
3.	<u>Drs. Warnadi, M.Si</u> NIP. 195608091985031004 Dosen Pembimbing I		16-02-2017
4.	<u>Dra. Dwi Sukanti L., M.Si</u> NIP. 195810251983032003 Dosen Pembimbing II		14-02-2017
5.	<u>Dr. Muhammad Zid, M.Si</u> NIP. 196304121994031002 Penguji Ahli		10-02-2017

Tanggal Lulus: 31 Januari 2017

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah saya ajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Ahli Madya, Sarjana, Magister dan ataupun Doktor), baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di universitas lain.
2. Skripsi ini murni hasil gagasan, rumusan dari hasil penelitian saya sendiri. Tanpa bantuan pihak lain kecuali bantuan arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan dicantumkan nama pengarang dan disebutkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan kesungguhan, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini
5. Serta sanksi lainnya yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Jakarta, Januari 2017

Yang membuat pernyataan



Luhung Priambodo

4315102477

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Lembar ini kupersembahkan bagi mereka yang mencintaiku dan memperdulikanku. Mereka yang tak pernah menyerah menemani dan memberikan senyum jika masih ada harapan. Mereka yang selalu disampingku, memelukku, mengusap air mata, mengusap peluh keringatku dan mengajarkan arti perjuangan.

14

mungkin hanya terlihat sebagai sebuah angka, akan tetapi bagiku. 14 adalah angka yang harus kutempuh dan kulalui selama bertahun-tahun.

14 kali menyusun skripsi mungkin terlihat berlebihan, akan tetapi itulah ceritaku. Tak pernah ada yang mengatakan mudah akan tetapi yang kutahu adalah berusaha dan bersabar. Meski pahit, luka, dan perih tak mau pergi akan tetapi kupeluk

semua itu dan kujadikan bahan ramuan untuk memperbaiki diriku. Aku yang saat ini jika kau lihat dari luar nampak sama, akan tetapi aku sudah menjadi sosok yang berbeda. Dan satu hal yang aku tau, bahwa perjalananku belum

*berhenti disini. Perjalanan hidupku baru dimulai  
Terdengar klise tapi itulah kenyataan hidupku*

Inilah ceritaku, inilah perjuanganku, dengarkan derap tiap langkahnya, maka disana ada arti perjuangan yang hanya mengenal kata berusaha dan bersabar

Aku selesai yah, aku selesai mah, akhirnya aku bisa selesai  
Akhirnya... terima kasih untuk semua yang telah kalian berikan

tak bisa ku hitung jumlahnya

*Masa lalu ku terimakasih*

*Saat ini aku bersyukur*

*Esok aku akan kembali berusaha dan bersabar*

*Cukup melangkah satu demi satu*

*Cukup usaha satu demi satu*

*Cukup doa setiap waktu*

## ABSTRAK

**Luhung Priambodo (4315102477).** Studi Pengelolaan Konveksi Pada Sentra Industri Konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Skripsi, Jakarta : Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan sentra industri konveksi yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Juni 2016 hingga Januari 2017. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan survei.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, Provinsi Banten berjumlah 112 pengusaha, kemudian setelah dihitung menggunakan rumus slovin di dapat sampel berjumlah 53 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner bersifat tertutup yang terdiri dari 45 pertanyaan mengenai perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap perencanaan para pengusaha konveksi telah melakukan perencanaan dengan baik yaitu merencanakan penggunaan modal untuk pembelian bahan, alat-alat produksi, dan mempekerjakan tenaga kerja. Pada tahap pengorganisasian para pengusaha mengelola sendiri usaha tersebut, keuntungan yang diterima disimpan lalu dipergunakan kelak untuk mengembangkan usaha. Pada tahap pelaksanaan para pengusaha konveksi melakukan produksi tiap minggunya menghasilkan > 1000 produk/item. Para tenaga kerja bekerja 12 jam/hari dengan upah berkisar > Rp 750.000/minggu. Para pengusaha dalam melakukan produksi didasarkan pada pesanan konsumen dan ide kreatif para pengusaha. Para pengusaha konveksi mayoritas menggunakan teknik pemasaran dari mulut ke mulut dan menggunakan iklan melalui media sosial. Dalam tahap pengawasan para pengusaha konveksi melakukan pengawasan produksi setiap harinya, luas cakupan pemasaran para pengusaha konveksi sudah mencapai antar provinsi. Para pengusaha konveksi lebih mengutamakan hasil jahitan dan jenis bahan yang berkualitas untuk dapat menarik minat konsumen, harga yang diberikan disesuaikan dengan kualitas produk yang ditawarkan. Rata-rata para pengusaha telah memiliki 6 – 10 pelanggan tetap. Disaat produksi para pengusaha konveksi sedang turun mereka lebih memprioritaskan untuk membenahi manajemen usahanya daripada mengurangi jumlah tenaga kerja. Sebagian besar para pengusaha konveksi belum mendapatkan keluhan dari konsumen dikarenakan hasil jahitan dan bahan bagus serta harga yang diberikan tidak mahal.

**Kata Kunci: Sentra Industri Konveksi, Pengusaha Konveksi**



## ABSTRACT

**Luhung Priambodo (4315102477).** Convection Management Study On Industrial Sentra Convection in the Village Cipadu Jaya, District Larangan, Tangerang City, Banten Province. Thesis, Jakarta: Education Program Geography, Faculty of Social Sciences, State University of Jakarta. 2017.

This study aims to determine the management of industrial centers convection undertaken by entrepreneurs convection in the Village Cipadu Jaya, District Larangan, Tangerang City, Banten Province. The research was conducted in June 2016 to January 2017. The method used is descriptive method with survey approach.

The population in this study is a businessman convection in the Village Cipadu Jaya, District Larangan, Tangerang City, Banten Province amounted to 112 entrepreneurs, then once calculated using the formula can slovin in the total sample of 53 respondents. The sampling technique using random sampling. Data collection techniques used are closed questionnaire consisting of 45 questions about the planning, organizing, actuating, and controlling.

The results showed that at the planning stage entrepreneurs convection has done well planning is planning the use of capital for the purchase of materials, means of production, and hiring labor. At this stage of the organization of employers to manage their own businesses, the benefit received is stored and used later to develop the business. During the implementation phase convection entrepreneurs do every week production yield > 1000 products / items. The workers work 12 hours / day with wages ranging from > Rp 750,000 / week. The employers, in the production based on customer orders and creative entrepreneurs. The majority of employers convection using the technique of mouth marketing and advertising through the use of social media. In the monitoring stage entrepreneurs convection monitoring daily production, extensive marketing coverage entrepreneurs convection has been reached between provinces. The convection entrepreneurs prefer the results stitching quality and type of materials to be able to attract customers, the price is adjusted to the quality of the products offered. On average the entrepreneurs have had 6-10 regulars. While production is down convection entrepreneurs prioritize them to improve their business management rather than reducing the amount of labor. Most entrepreneurs convection has not received complaints from consumers because of good results stitching and materials and the price given is not expensive.

**Keywords: Sentra Industrial Convection, Convection Entrepreneurs**

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena rahmat, karunia, dan izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul studi terhadap pengelolaan konveksi pada sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, Provinsi Banten.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd). Dengan bantuan, saran, ilmu, bimbingan, waktu serta kesabaran dari Bapak Drs. Warnadi, M.Si dan Ibu Dra. Dwi Sukanti L., M.Si selaku dosen pembimbing, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis menyadari, bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Namun, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Muhammad Zid, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta serta selaku penguji ahli.
2. Ibu Dra. Asma Irma Setianingsih, M.Si, selaku Ketua Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta serta selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran serta nasihat kepada penulis.
3. Bapak Drs. Suhardjo, M.Pd selaku koordinator seminar.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama menempuh masa-masa kuliah di Jurusan Geografi.
5. Bapak Drs. Sudibyoy, M.M dan Ibu Karmi, selaku kedua orangtua saya yang selalu mensupport, mendoakan, membantu, menemani, memotivasi dengan sungguh luar biasa disaat sulit dan disaat bahagia hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan kuliah.
6. Rindang Amelia Aldina sebagai adikku yang selalu menyemangati, membantu, mendoakan, dan turut memberikan saran dan kritik kepada kakaknya untuk dapat segera menyelesaikan kuliah.
7. Bapak Sumaryono, S.Ip, M.M selaku kepala lurah Cipadu Jaya yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan seluruh staff kelurahan di Kelurahan Cipadu Jaya.
8. Ibu Karsini yang membantu memberikan saran dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
9. Seluruh rekan-rekan dari grup MEMS yang selalu menasehati dan menyarankan agar saya dapat terus bertahan dan terus berjuang kedepan.

10. Anggraini Safitri, Kak Ratih, Andi Irawan, Dinda Widyastuti, Syifa Fauziah, dan Alvian Yuli, terima kasih atas bantuannya dalam menemani, berbagi ide, saran, kritik, memotivasi penulis dalam mengerjakan skripsi, semoga Allah membalas kebaikan kalian.
11. Teman-teman Pendidikan Geografi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2010 yang telah berjuang bersama dalam menuntut ilmu, terkhusus Ruslan Abdul Gani yang telah menjadi rekan seperjuangan selama 5 tahun.
12. Serta adik-adik 2011 dan 2012 serta kakak-kakak 2008 yang selalu memberi semangat dan motivasi, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
13. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk doa, bantuan dan dukungannya.

Akhirnya penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Jakarta, Januari 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Perumusan Masalah .....	7
E. Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II</b> <b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Hakikat Pengusaha .....	9
B. Hakikat Pengelolaan .....	10
C. Hakikat Sentra Industri .....	11
D. Hakikat Usaha Konveksi .....	12
E. Pengelolaan Sentra Industri Konveksi .....	13
1. Perencanaan .....	14
2. Pengorganisasian .....	21
3. Pelaksanaan .....	25
4. Pengawasan .....	33

	F. Penelitian yang Relevan .....	39
	G. Kerangka Berpikir .....	43
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN .....	47
	A. Tujuan Penelitian .....	47
	B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	47
	C. Metode Penelitian .....	48
	D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	48
	E. Pengumpulan Data .....	49
	F. Instrumen Penelitian .....	49
	G. Teknik Analisis Data .....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	51
	A. Deskripsi Umum Wilayah Penelitian .....	51
	B. Deskripsi Identitas Responden .....	57
	C. Deskripsi Hasil Penelitian .....	60
	D. Pembahasan Hasil Penelitian Terkait Pengelolaan Konveksi....	79
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	99
	A. Kesimpulan .....	99
	B. Saran .....	101
	DAFTAR PUSTAKA .....	102
	LAMPIRAN .....	104
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	112

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skripsi yang Relevan .....	42
Tabel 3.1 Rencana Kegiatan Penelitian .....	47
Tabel 3.2 Kisi-kisi instrumen .....	49
Tabel 4.1. Tata Guna Lahan di Kelurahan Cipadu Jaya .....	52
Tabel 4.2 Komposisi Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Jumlah Natalitas di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016 .....	53
Tabel 4.4 Jumlah Mortalitas di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016.....	54
Tabel 4.5 Jumlah Imigrasi di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016 .....	54
Tabel 4.6 Jumlah Emigrasi di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016.....	54
Tabel 4.7 Komposisi Mata Pencaharian Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya ....	55
Tabel 4.8 Komposisi Kondisi Pendidikan Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya ..	56
Tabel 4.9 Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Umur .....	57
Tabel 4.10 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.11 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	58
Tabel 4.12 Asal Daerah Pengusaha Migran .....	59
Tabel 4.13 Ketentuan Perusahaan Dalam Merencanakan Tenaga Kerja .....	60
Tabel 4.14 Asal Tenaga Kerja .....	61
Tabel 4.15 Asal Modal Usaha .....	61
Tabel 4.16 Bentuk Modal Usaha .....	62
Tabel 4.17 Jumlah Modal Usaha .....	62
Tabel 4.18 Status Bangunan Usaha .....	63
Tabel 4.19 Luas Bangunan Usaha .....	63
Tabel 4.20 Kondisi Ruang Usaha .....	64
Tabel 4.21 Jumlah Alat Produksi .....	64
Tabel 4.22 Bahan Baku .....	65
Tabel 4.23 Desain Produk .....	65
Tabel 4.24 Perencanaan Proses Produksi .....	66
Tabel 4.25 Strategi Pemasaran .....	66
Tabel 4.26 Strategi Keunggulan Bersaing .....	67
Tabel 4.27 Kepemimpinan .....	68
Tabel 4.28 Keuntungan Usaha .....	69
Tabel 4.29 Pembelian Bahan Baku .....	69
Tabel 4.30 Cara Pengembangan Usaha.....	70
Tabel 4.31 Jumlah Tenaga Kerja .....	71
Tabel 4.32 Jam Kerja Tenaga Kerja .....	71
Tabel 4.33 Biaya Produksi .....	72
Tabel 4.34 Jumlah Upah Tenaga Kerja .....	72
Tabel 4.35 Catatan Administrasi .....	73
Tabel 4.36 Proses Produksi .....	73
Tabel 4.37 Kuantitas Produksi Konveksi.....	74
Tabel 4.38 Usaha Peningkatan Penjualan .....	74

Tabel 4.39 Luas Wilayah Pemasaran .....	75
Tabel 4.40 Pelaksanaan <i>Quality Control</i> .....	75
Tabel 4.41 Pengawasan Produksi .....	76
Tabel 4.42 Langkah Penyelamatan Usaha .....	77
Tabel 4.43 Jumlah Pelanggan Tetap .....	77
Tabel 4.44 Jenis Keluhan Konsumen .....	78
Tabel 4.45 Rangkuman Hasil Penelitian .....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Alur Berpikir .....	46
Gambar 4.1 Peta Lokasi Penelitian di Kelurahan Cipadu Jaya .....	51



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Gambar Hasil Penelitian

Lampiran 3 Peta Administrasi Kelurahan Cipadu Jaya

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Industri merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam pembangunan wilayah. Hampir semua negara memandang bahwa industrialisasi adalah suatu keharusan karena menjamin kelangsungan proses pembangunan jangka panjang dengan laju pertumbuhan yang tinggi dan berkelanjutan yang menghasilkan peningkatan penyerapan tenaga kerja setiap tahun. Perkembangan sektor industri pada suatu wilayah selain akan memberikan pengaruh terhadap berkembangnya industri tersebut, juga akan menimbulkan berbagai dampak terhadap pergerakan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup

Indonesia merupakan negara berkembang yang sedang mengupayakan perkembangan pembangunan melalui industrialisasi. Sektor industri sering disebut juga sebagai sektor pemimpin (*leading sector*), karena dengan pembangunan industri akan memicu dan mengangkat pembangunan sektor-sektor lainnya. Sehingga sektor industri dapat dikatakan sebagai tulang punggung pembangunan nasional. Selain itu proses industrialisasi akan dapat menjadi penggerak utama laju perluasan lapangan kerja. Di Indonesia sektor industrialisasi diarahkan untuk mendorong peningkatan kesempatan usaha, peningkatan investasi, perkembangan teknologi, peningkatan pemanfaatan

sumber daya secara optimal sehingga menghasilkan produk yang berkualitas dan bisa bersaing dengan produk luar negeri.

Keberadaan industri di tengah masyarakat merupakan suatu perubahan masyarakat menuju ke arah yang lebih maju dari tahapan sebelumnya. Keberadaan industri dapat dikatakan sebagai salah satu ciri masyarakat modern, sebagaimana diketahui dalam industri sudah adanya perkembangan dalam hal teknologi. Selain itu keberadaan industri di tengah masyarakat merupakan salah satu penyebab terjadinya perubahan sosial dalam masyarakat.

Perubahan yang ditimbulkan dari adanya pembangunan industri dapat menghasilkan dampak yang positif dan negatif. Dampak positif yang ditimbulkan dari adanya pembangunan industri dilihat dari penyerapan tenaga kerja. Keberadaan industri disuatu wilayah tentu akan membutuhkan tenaga kerja dan biasanya masyarakat sekitar industri akan lebih banyak kesempatan untuk terserap dan bekerja disektor industri tersebut. Selain itu dengan adanya industri disuatu wilayah akan membuka lapangan pekerjaan lain seperti adanya warung makan dan penyewaan rumah atau kontrakan untuk para pekerja dari luar wilayah tersebut dan harga jual tanah disekitar sentra industri pun akan tinggi. Adanya pembangunan industri disuatu wilayah akan memberikan perubahan yang amat berarti dalam struktur perekonomian masyarakat.

Dampak positif bidang sosial dari keberadaan industri diantaranya bertambah dan beragamnya mata pencaharian. Keberhasilan dari industri akan menyebabkan sebagian besar anggota masyarakat menggantungkan mata pencahariannya pada sektor industri, dengan demikian pengangguran akan berkurang. Selain itu dampak positif dari adanya pembangunan industri jika dilihat dari bidang atau segi budaya masyarakat diantaranya perubahan pola gaya hidup yang positif seperti lebih menghargai waktu, masyarakat lebih berorientasi ke depan, dan etos kerja tinggi, sebagaimana diketahui sebagian besar masyarakat pinggiran mempunyai etos kerja yang rendah karena tidak adanya saingan.

Salah satu industri yang menjadi peran pokok pembangunan di Indonesia, berada di sentra industri konveksi yang terletak di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang. Sentra merupakan unit kecil kawasan yang memiliki ciri tertentu dimana di dalamnya terdapat kegiatan proses produksi dan merupakan area yang lebih khusus untuk suatu komoditi kegiatan ekonomi yang telah terbentuk secara alami yang ditunjang oleh sarana untuk berkembangnya produk atau jasa yang terdiri dari sekumpulan pengusaha mikro, kecil dan menengah. Jika dilihat dalam sudut pandang wilayahnya, Kelurahan Cipadu Jaya memiliki luas wilayah sebesar 97.21 Ha yang terdiri dari atas 57 rukun tetangga (RT) dan 8 rukun warga (RW). Cipadu Jaya terdiri dari permukiman padat penduduk, beberapa perumahan dan terdapat banyak industri rumahan.

Dilihat dari perkembangannya penduduk Kelurahan Cipadu Jaya pada mulanya berprofesi sebagai petani dan lambat tahun mulai beralih profesi menjalankan usaha penjahit konveksi pakaian dan pedagang kain bujur dari garmen. Usaha ini terus bertahan dan semakin diminati oleh penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya. Kelurahan Cipadu Jaya yang awalnya tidak penuh dengan toko dan pemukiman, mulai terus disesaki dengan pembangunan ruko-ruko dan kios-kios konveksi. Berkembangnya Kelurahan Cipadu Jaya sebagai sentra industri konveksi dipengaruhi oleh suasana belanja yang nyaman, sarana prasarana transportasi yang memadai dan harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama.

Dengan adanya sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, diproyeksikan mampu memberikan perubahan terhadap aspek pembangunan wilayah, mobilitas penduduk, dan peluang kerja. Hal ini tentunya mampu menciptakan fenomena migrasi yang mengarah ke Kelurahan Cipadu Jaya. Fenomena perpindahan penduduk dari suatu daerah ke daerah lain merupakan fenomena yang alami dan menjadi hal yang biasa di kehidupan sehari-hari, akan tetapi motivasi yang mendasari perpindahan tersebut memiliki keragaman dan kekhasan tujuan. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Todaro (2003) dalam Sjafrijal (2014 : 76) menyebutkan motif utama tersebut sebagai pertimbangan ekonomi yang rasional. Migrasi ke perkotaan mempunyai dua harapan yaitu memperoleh pekerjaan dan harapan

memperoleh pendapatan yang lebih tinggi daripada yang diperoleh di pedesaan.

Terjadinya migrasi penduduk dapat berdampak terhadap perkembangan iklim usaha, sehingga minat memulai usaha di bidang konveksi tidak hanya berasal dari penduduk setempat melainkan juga dapat berasal dari penduduk pendatang. Tentunya hal ini akan menimbulkan keanekaragaman dalam sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya yaitu hadirnya pengusaha konveksi yang berasal dari berbagai daerah. Tentu dengan adanya pengusaha-pengusaha tersebut maka sentra industri konveksi akan menjadi lebih produktif dan lebih mampu menawarkan harga bersaing yang menguntungkan konsumen. Dalam perkembangannya tentu telah terjadi pasang surut para pengusaha yang berhasil dan tidak berhasil mempertahankan usaha konveksinya. Ada perbedaan pada pengelolaannya, jika pengelolaan baik maka akan usaha akan terus berjalan dan jika tidak benar maka akan menimbulkan kebangkrutan. Sangat diperlukan pembelajaran mengenai cara pengelolaan yang baik agar semua industri mampu berjalan dan tetap mempertahankan eksistensinya.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk menuangkan permasalahan yang telah dijelaskan di atas dalam bentuk skripsi ini dengan judul: “Studi Terhadap Pengelolaan Konveksi Pada Sentra Industri Konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya Kecamatan Larangan Kota Tangerang”.

**B. Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang ada di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang terkait pengusaha konveksi dalam mengelola industri konveksi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apa saja cara pengelolaan yang dilakukan oleh setiap para pengusaha konveksi pada sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang?
2. Apakah ada perbedaan cara pengelolaan yang dilakukan oleh setiap pengusaha konveksi pada sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang?
3. Bagaimana cara pengelolaan sentra industri konveksi yang dilakukan oleh pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang?
4. Apakah ada hubungan pengusaha konveksi terhadap perkembangan sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang?
5. Apa jenis migrasi yang terjadi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang?

### **C. Pembatasan Masalah**

Dari beberapa masalah yang telah diidentifikasi diatas, peneliti membatasi masalah pada cara pengelolaan industri konveksi yang dilakukan oleh pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang.

### **D. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah “ Bagaimana cara pengelolaan konveksi pada sentra industri konveksi yang dilakukan oleh pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang” ?

### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

#### **1. Peneliti**

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait pengetahuan tentang cara pengelolaan yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi pada sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang.



## 2. Masyarakat

Dapat mengetahui dan mengajarkan pengetahuan mengenai industri konveksi kepada keluarganya, mampu memberikan informasi mengenai peranan para pengusaha konveksi dalam mengelola usahanya.

## 3. Pemerintah dan Intansi

Menjadi bahan masukan bagi pemerintah dan instansi terkait dalam hal melihat potensi yang dibawa oleh pengusaha konveksi dalam membantu perkembangan sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya menjadi lebih baik.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Hakikat Pengusaha

##### 1. Hakikat Pengusaha

Menurut Sumanto (2014 : 63) pengusaha adalah seseorang yang dengan bebas memperkerjakan orang lain (pekerja) dengan memberi upah untuk bekerja pada perusahaannya. Menurut Purwanto (2006 : 29) Pengusaha adalah koordinator yang berperan dalam mengatur para pekerja dan memiliki peran sebagai pemasok modal utama. Menurut Gunadhi (2006 : 5) Kewirausahaan adalah kegiatan yang memadukan perwatakan pribadi, keuangan, dan sumberdaya lingkungan. Hisrich, Peters, dan Sheperd (2008 : 10) dalam Tim Penulis (2010:2) kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkanm serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

Menurut Hasibuan (2011:12) Pengusaha adalah setiap orang yang menginvestasikan modalnya untuk memperoleh pendapatan dan besarnya pendapatan itu tidak menentu tergantung pada laba yang dicapai perusahaan tersebut. Menurut Hasibuan (2011:117) pengusaha adalah setiap tenaga kerja yang memperoleh pendapatannya berupa laba (*profit*) atau dividen dari modal yang diinvestasikannya.

## B. Hakikat Pengelolaan

Pengelolaan merupakan peran yang sangat penting dalam kelangsungan hidup suatu usaha, baik yang berskala kecil, sedang ataupun besar. Tanpa adanya pengelolaan atau pengaturan, sangat sulit bagi perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuannya. Pengelolaan terkait dengan proses manajemen. Hal ini dikarenakan menurut Hasibuan (2004:1) Manajemen berasal dari kata *to manage* berarti mengatur. Menurut Stoner (1982:2) dalam Handoko (2016:8) Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Pengelolaan menurut Satyodirgo (1979: 1) dalam Indriastuti (2009:10) disebut sebagai penanganan terhadap suatu proses kegiatan yang diatur secara rapi melalui kerjasama dengan orang lain.

Fungsi manajemen merupakan salah satu kegiatan yang berhubungan, saling mempengaruhi dan merupakan suatu kesatuan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Hasibuan (2004: 38) fungsi manajemen di kalangan para ahli saling berbeda di dalam perumusannya antara lain:

1. Henry Fayol: *Planning, Organizing, Commanding, Coordinating, Controlling*
2. Luther Gullich: *Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, Budgeting*

3. George R. Terry: *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*
4. Lyndall F. Urwick: *Forecasting, Planning, Organizing, Commanding, Coordinating, Controlling*

Penggunaan fungsi-fungsi manajemen disesuaikan dengan sistem manajemen itu sendiri. Semakin besar perusahaan maka semakin kompleks pula pengaturan sistem manajemennya, sehingga fungsi manajemen yang digunakan semakin luas. Begitu sebaliknya industri kecil dapat menggunakan sistem manajemen dengan pemikiran fungsi-fungsi yang sederhana seperti perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*).

### **C. Hakikat Sentra Industri**

Anonim (2010:1) sentra merupakan unit kecil kawasan yang memiliki ciri tertentu dimana didalamnya terdapat kegiatan proses produksi suatu jenis usaha yang menghasilkan produk unggulan. Sentra merupakan area yang lebih khusus untuk komoditi dalam kegiatan ekonomi yang telah membudaya yang ditunjang oleh prasarana dan sarana untuk berkembangnya produk atau jasa yang terdiri dari sekumpulan pengusaha mikro, kecil, dan menengah dan koperasi.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM No:23/PER/M.KUKM/XI/2005, Sentra adalah pusat kegiatan bisnis di kawasan/ lokasi tertentu dimana terdapat UKM yang menggunakan bahan baku/sarana yang sama, menghasilkan produk yang sama/sejenis serta memiliki prospek

untuk dikembangkan menjadi bagian integral dari klaster dan sebagai titik masuk (*entry point*) dari upaya pengembangan klaster (Republik Indonesia, 2005 : 3).

#### **D. Hakikat Usaha Konveksi**

Menurut Wening dan Savitri (1994:128) dalam Lindhawati (2008:15) konveksi adalah usaha di bidang busana jadi yang dibuat secara besar-besaran. Jadi, konveksi adalah perusahaan pakaian jadi yang dibuat secara besar-besaran. Jadi, dimana barang yang diproduksi dibuat berdasarkan ukuran standar S, M, L, dan XL dalam jumlah yang banyak. Busana jadi atau *ready-to-wear* (bahasa Inggris) dan *Pret-a-porter* (bahasa Perancis), tidak diukur menurut pemesan, melainkan menggunakan ukuran standar atau ukuran yang telah dibakukan.

Busana konveksi dibuat lebih dari satu buah bahkan sampai 1000 buah per model. Mutu dari produksi konveksi mempunyai beberapa tingkatan, tergantung dari harga serta tingkatan yang membutuhkan. Adapun tingkatan mutu tersebut adalah:

1. Golongan kualitas rendah, contohnya pakaian yang dijual di kaki lima, harganya murah, jahitannya tidak kuat, cara memotongnya asal saja tidak memperhatikan arah serat, asal menghemat bahan dan kadang-kadang modelnya cukup menarik.
2. Golongan kualitas menengah, disediakan untuk golongan masyarakat menengah, harganya lebih tinggi dibanding golongan yang pertama,

jahitan lebih rapi dan lebih kuat, penjualan di tempat yang lebih baik misalnya di toko-toko khusus busana.

3. Golongan kualitas tinggi diperuntukkan bagi orang-orang yang mempunyai banyak uang dan dari tingkatan atas berselera tinggi. Biasanya dijual pada departement store atau butik yang bergengsi, model dibuat dalam jumlah terbatas Satyodirgo, (1979: 123) dalam Lindhawati (2008:15).

#### **E. Pengelolaan Sentra Industri Konveksi**

Dalam sebuah pengelolaan sentra industri akan terdiri dari berbagai aspek, tiap aspek tidak dapat berjalan sendiri-sendiri karena sudah menjadi satu kesatuan. Kegiatan tersebut terdiri dari desain produk, penyediaan bahan baku, kegiatan produksi dan marketing lalu terdapat kegiatan - kegiatan pendukung seperti keuangan, akunting, kepegawaian dan komunikasi (Bangun, 1989:5) dalam Lindhawati (2008:19). Selain itu sistem pengelolaan usaha industri kecil konveksi menggunakan ukuran standar yang sesuai dengan fungsi manajemen yang dikemukakan oleh G.R. Terry meliputi perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pelaksanaan (*Actuating*) dan pengawasan (*Controlling*) untuk mencapai hasil yang semaksimal mungkin (Badrudin, 2015:14). Setiap unsur manajemen berkembang menjadi bidang manajemen yang mempelajari lebih mendalam peranannya dalam mencapai tujuan yang diinginkan diantaranya manajemen sumber daya manusia atau personalia,

manajemen keuangan, manajemen produksi, dan manajemen pemasaran (Badrudin, 2015:22).

## **1. Perencanaan**

Perencanaan dalam manajemen usaha merupakan pemilihan atau penetapan tujuan-tujuan organisasi dan penentuan strategi, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan (Handoko, 2016: 23). Perencanaan bertujuan memberi pegangan bagi manager agar mengetahui arah yang hendak dituju, mengurangi dampak perubahan, mengurangi pemborosan dan kesia-siaan serta menetapkan acuan untuk mempermudah melakukan pengawasan. Perencanaan merupakan kumpulan dari berbagai keputusan, di dalam perencanaan sentra industri konveksi antara lain : Perencanaan SDM, perencanaan keuangan, perencanaan produksi, dan perencanaan pemasaran.

### **a. Perencanaan SDM**

Sumber daya terpenting suatu perusahaan adalah sumber daya manusia, yaitu orang-orang yang memberikan tenaga, bakat, kreatifitas dan usaha mereka kepada perusahaan (Handoko, 2016: 233). Dalam perekrutan tenaga kerja maka terdapat perencanaan sumber daya manusia di dalamnya. Perencanaan sumber daya manusia adalah merencanakan tenaga kerja agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta efektif dan efisien dalam membantu terwujudnya tujuan (Hasibuan, 2011 : 250). Dalam perekrutan ada beberapa hal yang harus dilakukan

terlebih dahulu yaitu pemberian informasi mengenai *Job Analysis*. *Job analysis* adalah pemberian informasi tentang aktivasi pekerjaan, standar pekerjaan, konteks pekerjaan, persyaratan personalia, perilaku manusia, dan alat-alat yang dipergunakan (Hasibuan, 2011 : 251). Dalam *Job Analysis* terdapat enam hal yang terkandung di dalamnya yaitu *job description*, *job specification*, *job evaluation*, *job enrichment*, *job enlargement* dan *work simplification*.

- 1) *Job description*, memberikan informasi tentang tugas-tugas dan tanggung jawab seorang pejabat suatu jabatan
- 2) *Job specification*, memberikan informasi tentang kualifikasi-kualifikasi SDM yang akan menjabat suatu jabatan. Dalam bidang konveksi kualifikasi SDM yang diperlukan akan diuji dengan adanya tes kemahiran menjahit.
- 3) *Job evaluation*, memberikan informasi mengenai berat-ringannya pekerjaan, risiko pekerjaan, dan gaji jabatan.
- 4) *Job enrichment*, memberikan informasi untuk memperkaya pekerjaan pada suatu jabatan tertentu yang sifatnya vertikal.
- 5) *Job enlargement*, memberikan informasi untuk memperkaya jenis pekerjaan yang sifatnya horizontal.
- 6) *Work simplification*, memberikan informasi untuk spesialisasi pekerjaan karena perkembangan perusahaan.

Dalam menentukan bagian-bagian apa saja yang memerlukan perekrutan maka ada tiga bagian dalam perencanaan perekrutan tenaga kerja yaitu:



- 1) penentuan jabatan-jabatan yang harus diisi, kemampuan yang dibutuhkan karyawan untuk melaksanakan pekerjaan tersebut, dan berapa jumlah karyawan yang dibutuhkan,
- 2) pemahaman pasar tenaga kerja dimana karyawan potensial ada
- 3) pertimbangan kondisi permintaan dan penawaran karyawan (Handoko, 2016:235)

b. Perencanaan keuangan

Disaat memulai usaha konveksi, pengusaha harus mempersiapkan keuangan dengan matang, mulai dari dana awal usaha, pencatatan usaha, pembiayaan operasial, pembiayaan gaji perkerja, pembiayaan sewa, dan lain-lain. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi salah perhitungan dan tidak terjebak pada kerugian besar jika sewaktu-waktu terjadi perubahan yang tidak diharapkan. Dana awal usaha atau disebut modal merupakan salah satu unsur produksi dalam perusahaan. Terdapat beberapa sumber permodalan yang umum dipergunakan (Zakiyudin, 2016:135) yaitu:

1) Modal sendiri

Modal sendiri dapat diperoleh dari menjual aset pribadi, pinjam lunak dari orang tua, mertua, saudara, dan lain-lainnya yang sifatnya tidak mengikat.

2) Hutang ke Kreditor

Dalam memilih pinjaman ke bank swasta atau nasional, maka pilihlah yang *term of credit* nya mudah. Sumber dana yang diperoleh dari hutang bank

memiliki resiko cukup besar jika perusahaan tidak berjalan dengan semestinya.

3) Penyertaan modal atau *equity*

Merupakan cara memperoleh dana yang tepat terutama bagi para pengusaha baru. Pilihlah sumber dana yang persyaratannya tidak memberatkan. Sumber dana yang berasal dari *equity* adalah pilihan yang rasional dalam membiayai usaha yang baru berjalan. Sumber dana *equity* dapat diperoleh dari rekan, saudara, sanak famili, investor perorangan, perusahaan modal ventura, dan *go public* (Zakiyudin, 2016:136).

c. Perencanaan Produksi

Perancangan merupakan aspek dari perencanaan, proses perencanaan menggambarkan mengenai serangkain langkah-langkah yang dapat dilalui secara sistematis. Dalam perancangan produksi tak tutup dari tahap-tahap perencanaan Setiap tahap perencanaan umumnya selalu melalui empat tahapan (Zakiyudin, 2016:30) berikut:

1) Menetapkan sasaran atau tujuan

Proses perencanaan dimulai dengan penetapan sasaran/tujuan yang hendak dicapai karena tanpa menentukan tujuan maka penggunaan potensi usaha akan berjalan tidak efektif. Pada industri konveksi maka pengusaha menentukan tujuan produksi untuk menghasilkan sebuah produk dan akan

dianggap berhasil jika produk yang diinginkan dapat selesai terbentuk sesuai dengan jumlah target produksi.

2) Merumuskan keadaan saat ini

Pengusaha perlu mengidentifikasi kondisi pabrik, sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan. Pengusaha dapat memberikan informasi mengenai keadaan industri, jumlah pesanan, dan keuangan yang sedang dikelola. Dengan adanya pemberian informasi maka seluruh pekerja dapat memahami setiap kebijakan yang dibuat oleh pengusaha. Dalam industri konveksi, pengusaha dapat memberikan informasi mengenai jenis pesanan yang diterima, jumlah pesanan, target penyelesaian, dan kondisi keuangan untuk proses produksi. Sehingga setiap pekerja mampu bekerja dengan efektif dan efisien.

3) Mengidentifikasi kemudahan dan hambatan

Hal ini perlu dilakukan untuk mengukur tingkat kemampuan industri dalam mencapai tujuan. Untuk itu para pekerja harus mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang dapat membantu industri mencapai tujuannya atau yang mungkin menimbulkan masalah kedepannya sehingga dapat diambil langkah-langkah antisipasi. Pada industri konveksi maka mengukur tingkat kemampuan produksi dapat dilakukan oleh pengusaha. Pengusaha dapat memilah jenis produk apa yang dapat diproduksi dan ketepatan waktu penyelesaian yang dijanjikan kepada pembeli.

#### 4) Mengembangkan rencana

Tahap akhir dari proses perencanaan adalah meliputi kegiatan mengembangkan berbagai alternatif kegiatan untuk mencapai tujuan. Pada industri konveksi, pengusaha mencari berbagai alternatif cara dalam upaya mengembangkan bisnis konveksi tapi tidak merugikan konsumen terkait ketepatan penyelesaian produk, hasil produksi, dan hal-hal lainnya.

#### d. Perencanaan Pemasaran

Agenda pemasaran merupakan agenda yang direncanakan oleh para pengusaha untuk memilih, menimbang, dan menentukan cara pemasaran seperti apa yang akan diterapkan. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Menurut Zakiyudin (2016:155) pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan apa yang mereka inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Ada sembilan elemen pemasaran agar bisnis yang diusahakan dan produk yang dihasilkan lebih berkualitas dan bisa bersaing dengan perusahaan atau produk para kompetitor (Zakiyudin, 2016:158) yaitu :

1) *Segmentation*, pada tahap ini perusahaan harus mampu melihat pasar bagi produknya secara kreatif dan membagi pasar tersebut ke dalam segmen-

segmen yang mampu dikuasai yang didasarkan pada keinginan, kebutuhan dan harapan dari konsumen yang dijadikan target.

- 2) *Targetting*, bagaimana cara menentukan segmen yang akan dijadikan target adalah dengan 3 cara yaitu menentukan segmen pasar yang ukurannya cukup besar, kedua memilih segmen dengan tingkat persaingan yang masih rendah atau pesaing belum banyak. Ketiga adalah pengusaha harus mampu melayani segmen yang telah dijadikan target.
- 3) *Positioning*, setelah menentukan segmen pasar yang menjadi target, maka pekerjaan selanjutnya adalah memposisikan produk, merek, perusahaan di benar pelanggan target yang dituju. Tahap ini sangat penting karena mempengaruhi alasan pelanggan harus membeli produk pengusaha.
- 4) *Differentiation*, pengusaha harus mampu membuat pembedaan-pembedaan atas produk sendiri dengan produk pihak pesaing. Disini peran edukasi pelanggan dipergunakan untuk memberitahukan nilai-nilai lebih atau nilai tambah apa saja atas produk yang mereka beli.
- 5) *Marketing-mix*, atau disebut 4P (*product, price, place, and promotion*) sangat diperlukan agar perbedaan yang sudah dibangun semakin kokoh dan tidak mudah tergoyahkan oleh 'serangan' produk pesaing. *Marketing Mix* berarti mengintegrasikan tawaran perusahaan yang mencakup produk (*product*) dan harga (*price*) dengan akses yang meliputi komunikasi (*promotion*) dan saluran distribusi (*place*).

- 6) *Selling*, selanjutnya adalah menyusun strategi penjualan. Perusahaan harus menjual solusi kepada para pelanggan, bukan hanya mencari keuntungan semata. Pada tahap *selling* harus dilihat sebagai strategi menciptakan hubungan yang bersifat jangka panjang dengan para pelanggan bukan hanya sekedar hubungan transaksional jangka pendek.
- 7) *Brand*, sesungguhnya proses kreativitas menentukan konsep segmentasi, pilihan *positioning* yang tepat pengembangan diferensiasi yang solid dan didukung oleh *marketing mix* dan strategi *selling* yang sesuai ditambah dengan pengembangan *service* dan proses yang baik merupakan bagian dari langkah pengembangan merek.
- 8) *Process*, proses menunjukkan bagaimana perusahaan dijalankan dengan kualitas yang tinggi, dengan harga yang serendah mungkin dan dengan penyampaian waktu yang secepat mungkin.

## **2. Pengorganisasian**

Pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya-sumber daya yang dimilikinya, dan lingkungan yang melingkupinya (Handoko, 2016:167). Sedangkan menurut Schermerhorn (1996:218) dalam Zakiyudin (2016:41) Pengorganisasian adalah proses mengatur orang-orang dan sumber daya lainnya untuk bekerja kearah tujuan bersama. Menurut SC.Certo (1997:228) dalam Zakiyudin (2016:41) pengorganisasian diartikan sebagai proses terciptanya

penggunaan secara tertib bagi semua sumber daya dalam sistem manajemen. Dalam pengorganisasian dapat diklasifikasikan dalam bidang sumber daya manusia, keuangan, produksi, dan pemasaran.

a. Pengorganisasian SDM

Dalam menyusun tenaga kerja perlu diorganisasikan dalam penentuan komposisi tenaga kerja. Penyusunan komposisi tenaga kerja yang tepat akan membuat proses produksi menjadi efektif dan efisien. Menurut Handoko (2016:232) proses penyusunan personalia dapat dipandang sebagai serangkaian kegiatan yang dilaksanakan terus menerus untuk menjaga pemenuhan kebutuhan personalia organisasi dengan orang-orang yang tepat dalam posisi-posisi tepat dan pada waktu yang tepat. Komposisi tenaga kerja yang tepat dapat dilakukan dengan cara mempertimbangkan kebutuhan tenaga kerja tetap dan tenaga kerja tambahan saat pesanan sedang meningkat. Dalam proses mengorganisasikan tenaga kerja terdapat beberapa langkah dalam prosedur seleksi (Handoko, 2016:241) yaitu :

- 1) Wawancara pendahuluan
- 2) Pengumpulan data-data pribadi (biografis)
- 3) Pengujian (*testing*)
- 4) Wawancara yang lebih mendalam
- 5) Pemeriksaan referensi-referensi prestasi
- 6) Pemeriksaan kesehatan
- 7) Keputusan pribadi

## 8) Orientasi jabatan

### b. Pengorganisasian Keuangan

Pengorganisasian keuangan diwujudkan dalam penataan anggaran, penataan anggaran memerlukan kerjasama seluruh elemen perusahaan untuk menjalankan perencanaan yang sudah dibuat semaksimal mungkin dan dengan komitmen yang tinggi. Penataan keuangan dapat dimulai dari mengatur modal kerja. Menurut Kamaludin dan Indriani (2012:115) pada prinsipnya modal kerja adalah investasi perusahaan dalam harta jangka pendek, seperti kas, surat berharga jangka pendek, piutang dan persediaan. Pentingnya mengatur modal kerja adalah menyesuaikan tingkat kegiatan penjualan perusahaan terhadap perubahan faktor musiman, siklus bisnis, atau kondisi bisnis yang tidak dapat diprediksi yang lainnya serta membantu perusahaan agar mencapai tujuannya. Terdapat langkah-langkah dalam menyusun anggaran (Hanafi, 2016:507) yaitu :

- 1) Menetapkan asumsi-asumsi yang diperlukan
- 2) Memperkirakan penjualan di masa mendatang
- 3) Mengidentifikasi kas masuk lainnya seperti penjualan aset, penjualan surat berharga, dan lainnya
- 4) Mengidentifikasi kas keluar seperti pembelian bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya penjualan, administrasi, dan lainnya.
- 5) Menghitung aliran kas bersih yaitu kas masuk dikurangi kas keluar. Setelah itu maka dapat diketahui surplus atau defisit pada periode tertentu.



c. Pengorganisasian Produksi

Pengorganisasian produksi merupakan alur dari awal hingga akhir dari proses produksi. Maka dari itu penting sebelum proses produksi dilakukan, pengusaha menentukan dahulu aturan yang dijadikan pedoman dalam proses selanjutnya. Persiapan tempat produksi, bahan-bahan yang dibutuhkan, alat-alat yang dibutuhkan, orang yang mengerjakan proses produksi, serta bagaimana memperoleh bahan tambahan dan sebagainya (Lindhawati, 2008:33).

d. Pengorganisasian Pemasaran

Banyak metode yang dapat digunakan oleh para pengusaha agar dapat bersaing, tentu setiap metode memiliki keuntungan dan resiko masing-masing. Sebelum melangkah pada jenis pemasaran apa yang akan dipergunakan maka menganalisa konsep pemasaran menjadi poin penting. Terdapat tujuh hal yang berkaitan dengan analisa kritis konsep pemasaran (Zakiyudin, 2016:156) yaitu:

1) Segmen pasar dan ukuran pasar

Produk yang dijual harus tepat mengenai segmen pasar yang membutuhkan. Pengusaha harus memahami dengan baik ukuran pasar yang akan diambil.

2) Karakteristik pasar

Pengusaha harus memahami sifat atau karakteristik pasar yang akan dijangkau. Sehingga bisa mengetahui strategi pengembangan yang tepat.

3) Pesaing

Hal ini diperlukan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai pesaing yang meliputi tujuan dan sasaran, strategi yang digunakan, kekuatan dan kelemahan serta asumsi pesaing terhadap industri.

4) Membangun jaringan

Dengan jaringan yang luas maka pengusaha memiliki kesempatan yang luas dalam mengembangkan perusahaan.

5) Strategi pasar

Meliputi penentuan kebijakn harga, lokasi pemasaran, proses komunikasi produk dengan pelanggan, pendekatan pasar dan lain-lain.

6) Kepuasan pelanggan

Produk yang dijual dengan sendirinya akan dibeli lagi secara masif oleh pelanggan apabila pembeli merasa butuh dengan produk tersebut dan merasa puas atas produk dan pelayanannya.

7) Saluran distribusi

Setiap jenis produk memiliki saluran distribusi yang berbeda-beda. Oleh karena itu, pengusaha harus mengetahui jenis saluran distribusi yang sesuai dengan karakteristik dan jenis produk yang akan dijualnya.

### 3. Pelaksanaan

Langkah utama dari kegiatan pengelolaan usaha adalah perencanaan. Perencanaan tidak mempunyai arti jika tidak diikuti dengan pelaksanaan.

Pelaksanaan akan dilakukan jika perencanaan sudah benar-benar dan sudah dipertimbangkan dengan baik sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (Indriastuti, 2009:26). Dalam pelaksanaan diperlukan pengarahan dari pihak pimpinan, pengarahan mengandung arti pemusatan pada para anggota organisasi sebagai orang dan berhubungan dengan permasalahan seperti moral, arbitrase dari perselisihan, dan pengembangan hubungan kerja yang baik (Zakiyudin, 2016:53) didalam pengarahan yang baik tentu harus disampaikan oleh pemimpin yang memiliki jiwa kepemimpinan.

Menurut Jones dan George (2003:440) dalam Zakiyudin (2016:53) kepemimpinan adalah proses dimana seorang individu mempunyai pengaruh terhadap orang lain dan mengilhami, memberi semangat, memotivasi, dan mengarahkan kegiatan-kegiatan mereka guna membantu tercapainya tujuan kelompok atau organisasi. Pengarahan dapat dilakukan setelah setelah perencanaan dan pengorganisasian telah dilakukan (Badrudin, 2015:152).

a. Pelaksanaan Sumber Daya Manusia

Pelaksanaan SDM dapat dilakukan melalui pengurusan tenaga kerja. Hal ini berupaya untuk memberikan pedoman mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang akan didapatkan oleh setiap tenaga kerja. Dalam kata lain adalah cara pengusaha dalam memajemen sumber daya manusia (MSDM) yang ada diperusahannya. Menurut Hasibuan (2011:10) MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Dalam pengurusan

Tenaga Kerja maka diperlukan pengarahan, menurut Hasibuan (2011:22) pengarahan adalah kegiatan mengarahkan semua karyawan agar mau bekerja sama dan bekerja efektif serta efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. pengarahan dilakukan pimpinan dengan menugaskan bawahan agar mengerjakan semua tugasnya dengan baik, adapun pengarah tersebut mengenai jam kerja, dan upah.

1) Jam Kerja

Jam kerja tenaga kerja ditentukan sesuai dengan jumlah pesanan dan pedoman jam kerja yang sudah ditentukan oleh pengusaha. Rata-rata para bekerja 12 jam sehari dimulai dari jam 08.00 – 23.00.

2) Kompensasi

Setiap karyawan yang telah bekerja berhak mendapatkan kompensasi dari pihak perusahaan. Kompensasi merupakan pengeluaran dan biaya bagi perusahaan. Perusahaan mengharapkan agar kompensasi yang dibayarkan memperoleh imbalan prestasi kerja yang lebih besar dari karyawan (Hasibuan, 2011:117). Menurut Hasibuan (2011:118) kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atau jasa yang diberikan kepada perusahaan. Terdapat 3 jenis sistem kompensasi yang dapat dijalankan (Hasibuan, 2011:124) yaitu:

- i. Sistem upah borongan, adalah suatu cara pengupahan yang penetapan besarnya jasa didasarkan atas volume pekerjaan dan lama mengerjakannya (Hasibuan, 2011:125). Hal ini berlaku umum pada sebuah industri konveksi, diberikan pada tiap hari Sabtu atau satu minggu sekali atau diambil pada saat pekerja membutuhkan sehingga dititipkan pada majikannya.
- ii. Sistem upah waktu yaitu upah harian, upah mingguan, upah bulanan, yakni sistem upah yang tergantung pada waktu kerja (Hasibuan, 2011:124). Upah harian didasarkan pada jam hadir sedangkan upah mingguan didasarkan pada kuantitas hari hadir per minggu. Sistem upah seperti ini jarang diterapkan pada sebuah industri konveksi. Sistem upah ini berlaku untuk jenis pekerjaan tertentu, seperti pekerja yang mengurus administrasi, pembantu umum, dan pekerja yang masih magang.
- iii. Sistem hasil (*Output*)  
Dalam sistem hasil, besarnya kompensasi yang dibayar selalu didasarkan kepada banyaknya hasil yang dikerjakan bukan kepada lamanya waktu mengerjakannya (Hasibuan, 2011:124). Dalam industri konveksi jika pengusaha menetapkan kompensasi berdasarkan setiap 1 produk yang selesai dibuat hingga akhir maka besarnya jumlah kompensasi yang didapat pekerja sesuai jumlah produk yang berhasil diselesaikan.

### 3) Pengembangan Karyawan

Pengembangan perlu dilakukan secara terencana dan berkesinambungan. Program pengembangan karyawan hendaknya disusun secara cermat dan didasarkan kepada metode-metode ilmiah serta berpedoman pada keterampilan yang dibutuhkan perusahaan saat ini maupun untuk masa depan. Pengembangan karyawan sangat penting hal ini dikarenakan perkembangan teknologi dan semakin ketatnya persaingan antar usaha sejenis. Menurut Hasibuan (2011:69) pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan. Jenis pengembangan dibagi menjadi 2 macam (Hasibuan, 2011:72) yaitu:

#### i. Pengembangan secara informal

Karyawan atas keinginan dan usaha sendiri melatih dan mengembangkan dirinya dengan mempelajari buku-buku literatur yang ada hubungannya dengan pekerjaan atau jabatannya.

#### ii. Pengembangan secara formal

Karyawan ditugaskan perusahaan untuk mengikuti pendidikan atau latihan, baik yang dilakukan perusahaan maupun yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pendidikan atau pelatihan.

b. Pelaksanaan keuangan

Penggunaan uang harus sesuai dengan rencana yang telah dibuat sebelumnya. Perusahaan harus berusaha secara efektif dan efisien dalam mengelola aset terutama yang berkaitan dengan modal kerja yang diantaranya adalah kas dan setara kas, piutang, dan persediaan. Hal ini harus dilakukan agar pengusaha dapat secara penuh mengendalikan arus lalu lintas modal. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengelola kas (Zakiyudin, 2016:140), yaitu:

- 1) Diperlukan keterampilan membuat kas kecil dan kas besar yang pada akhirnya akan berkaitan dengan laporan keuangan perusahaan dan laporan kepada pemilik modal
- 2) Harus memiliki keterampilan mengelola saldo kas minimal sehingga saldo keuangan yang ada tidak boros dan juga tidak terlalu kecil yang menyebabkan kita jadi berhutang
- 3) Memanfaatkan dana yang tidak terpakai agar efektif dan efisien
- 4) Mengelola percepatan penerimaan kas dan memperlambat pembayaran kas. Hal ini diperlukan agar arus kas tetap stabil setiap saat.

Dalam penggunaan keuangan juga harus diperhatikan dalam pemberian piutang, penagihan piutang dan kebijakan atas piutang tidak tertagih. Kebijakan persediaan barang, maka pengusaha perlu memutuskan berapa dan kapan persediaan harus dipesan, berapa persediaan minimal dan bagaimana sistem penyimpanan persediaan tersebut (Zakiyudin, 2016:141).

c. Pelaksanaan Produksi

Pelaksanaan produksi adalah penerapan manajemen berdasarkan fungsinya untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan berdasarkan keinginan konsumen dengan teknik produksi yang seefisien mungkin (Sule dan Kurniawan, 2012:14). Pengerjaan produksi merupakan bagian dari manajemen produksi dimana tujuan utama dari manajemen produksi adalah untuk mengatur produksi barang-barang dan jasa-jasa dalam jumlah, kualitas, harga, waktu serta tempat tertentu sesuai dengan kebutuhan (Ali, 2011:2). Dalam pelaksanaan proses produksi, terdapat berbagai macam aktifitas yakni peletakan pola pada bahan, mensortir bahan yang sudah digunting, *finishing* (memeriksa, mengepres, memasang kancing, dan lain-lain), *quality control* (pengontrolan) dan terakhir bagian pengepakan dengan diberi label yang berisikan ukuran, nomor model, nama bahan yang dipakai dan cara memeliharanya. Setelah itu dipak dan diserahkan kepada bagian penyimpanan hasil produksi untuk segera diserahkan ke bagian penjualan.

d. Pelaksanaan Pemasaran

Pelaksanaan pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan (Indriastuti, 2009:40). Hal yang harus dilakukan dalam pelaksanaan pemasaran adalah dengan promosi. Promosi dilakukan untuk menjang



konsumen sebanyak mungkin. Promosi-promosi yang ada mencakup aktivitas periklanan (*Advertising*), *personal selling*, *publicity*, dan *sales promotion* (Badrudin, 2015:28)

1) *Advertising* (periklanan)

Peranan periklanan adalah untuk membangun kesadaran terhadap keberadaan jasa yang ditawarkan, untuk menambah pengetahuan konsumen tentang jasa yang ditawarkan, untuk membujuk calon *costumer* untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, dan untuk membedakan diri perusahaan satu dengan perusahaan yang lain. Media-media yang dapat digunakan untuk melakukan pengiklanan, antara lain melalui: media sosial, surat kabar, majalah, radio, televisi, dan papan reklame.

2) *Personal Selling*

Bila dibandingkan dengan media periklanan, maka pesan yang disampaikan melalui media ini ditujukan kepada orang-orang yang sebenarnya bukan prospek (calon pembeli/ pengguna), sebaliknya melalui *personal selling*, perusahaan sudah berhadapan dengan calon pembeli potensial.

3) *Publicity*

Yaitu teknik promosi berupa pemuatan beritad di media massa. Berita yang dimuat, diantaranya berupa berita tentang kemajuan-kemajuan yang telah dicapai atau tentang mutu produk yang dihasilkan industri.

#### 4) *Sales Promotion*

Adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya. *Point of sales promotion* terdiri dari brosur, *information sheets*, dan lain-lain.

Terdapat salah satu teknik pemasaran yang cukup ampuh dilakukan oleh siapapun tanpa mengeluarkan dana besar. Teknik tersebut adalah memberikan informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) (Lupiyoadi, 2001:108) dalam Lindhawati (2008:37). Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa. *Costumer* sangat dekat dengan pengiriman jasa, *costumer* tersebut akan berbicara kepada pelanggan lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam menerima jasa tersebut, sehingga *word of mouth* ini sangat besar pengaruhnya dan dampaknya terhadap pemasaran jasa dibandingkan dengan aktivitas komunikasi lainnya.

#### **4. Pengawasan**

Menurut Zakiyudin (2016:63) pengawasan adalah proses untuk memastikan tujuan-tujuan organisasi tercapai. Pengawasan sangat membantu penilaian atas pelaksanaan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan. Pentingnya pengawasan didasarkan oleh berbagai faktor (Handoko, 2016:363) yaitu:

a. Perubahan lingkungan organisasi

Berbagai perubahan terus datang dan tidak dapat dihindari, melalui pengawasan pengusaha mampu mendekteksi perubahan apa saja yang dapat terjadi dan berpengaruh pada barang dan jasa perusahaan, sehingga mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan kesempatan sebaik mungkin.

b. Peningkatan kompleksitas organisasi

Semakin besar organisasi semakin memerlukan pengawasan yang lebih formal dan hati-hati. Berbagai jenis produk diawasi agar kualitas dan profitabilitas tetap terjaga. Dengan semakin terbentuknya desentralisasi pada organisasi maka agen atau cabang penjualan, kantor pemasaran, pabrik-pabrik serta fasilitas penelitian semua itu membutuhkan fungsi pengawasan yang lebih efisien dan efektif.

c. Kesalahan-kesalahan

Kesalahan dapat terjadi sewaktu-waktu, jika para bawahan tidak melakukan kesalahan maka manajer dapat secara sederhana melakukan pengawasan akan tetapi jika yang terjadi sebaliknya maka manajer dengan sistem pengawasan dapat mendeteksi kesalahan-kesalahan tersebut sebelum menjadi kritis.

d. Kebutuhan manajer untuk mendelegasikan wewenang

Jika manajer memberikan delegasi wewenang pada bawahan maka untuk mengecek apakah pendelegasian itu berjalan dengan baik perlu dilakukan

pengawasan, karena walaupun tugas didelegasikan tetapi tanggung jawab atasan tidak berkurang.

Pengawasan dimaksudkan untuk mengetahui kenyataan yang sebenarnya dalam pelaksanaan proses produksi dan keuangan. Sasaran pengawasan adalah seluruh proses produksi dari awal produksi hingga akhir produksi dan pengepakan. Tak luput juga dalam bidang keuangan yang dimaksudkan agar dana yang digunakan sesuai dengan rencana yang sudah disusun sejak awal.

Karakteristik pengawasan yang efektif (Handoko, 2016:371) diantaranya:

- a. Akurat
- b. Tepat waktu
- c. Objektif dan menyeluruh
- d. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik
- e. Realistik secara ekonomis
- f. Realistik secara organisasional
- g. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi
- h. Fleksibel
- i. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional
- j. Diterima para anggota organisasi

Pihak yang melakukan proses pengawasan adalah para pemilik usaha. Hasil dari pengawasan adalah untuk melihat celah celah ketidaksesuaian dan memperbaiki celah tersebut dengan cara yang lebih sesuai. Pengawasan bukan hanya untuk mencari kesalahan-kesalahan tetapi berusaha untuk menghindari

terjadinya kesalahan-kesalahan serta memperbaikinya jika terdapat kesalahan-kesalahan.

a. Pengawasan Sumber Daya Manusia

Audit atau pengawasan pada tenaga kerja atau sumber daya manusia merupakan tindak lanjut dari realisasi perencanaan-perencanaan yang telah dilakukan. Audit SDM penting dan mutlak harus dilakukan untuk mengetahui apakah para karyawan bekerja dengan baik dan berperilaku sesuai rencana (Hasibuan, 2011:259). Mengaudit karyawan tidak terbatas pada gerak gerik karyawan saja, tetapi juga menyangkut kehadiran karyawan dan kualitasnya. Pelaksanaan audit SDM dilakukan oleh atasan langsung atau manajer urusan SDM baik secara individual maupun kolektif. Audit SDM dilakukan secara formal dan informal, baik langsung maupun tidak langsung (laporan tertulis) (Hasibuan, 2011:260).

b. Pengawasan Keuangan

Pengawasan keuangan adalah suatu sistem penggunaan bentuk-bentuk sasaran yang telah ditetapkan dalam suatu anggaran untuk mengawasi kegiatan-kegiatan manajerial, dengan melakukan perbandingan pelaksanaan nyata dan pelaksanaan yang direncanakan (Handoko, 2016:376). Anggaran merupakan peralatan pengawasan yang digunakan sangat meluas baik dalam dunia bisnis maupun pemerintahan. Anggaran adalah laporan-laporan formal sumber daya – sumber daya keuangan yang disisihkan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan

tertentu selama periode waktu yang ditetapkan (Handoko, 2016:375). Anggaran yang tidak diamati akan mudah memunculkan penyalahgunaan yang merugikan pihak pengusaha. Pengawasan anggaran juga dapat digunakan untuk menetapkan perencanaan masa depan akan jenis pengeluaran apa yang perlu ditekan dan perlu diberi jumlah lebih.

c. Pengawasan Produksi

Pengawasan sebagai komponen dalam proses manajemen memiliki peran penting dalam proses pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan. Proses ini dilaksanakan ketika suatu program sedang dilaksanakan sampai dengan kegiatan tersebut selesai dilaksanakan (Badrudin, 2015:215). Menurut Earl P. Strong dalam Badrudin (2015:215) pengawasan adalah proses pengaturan berbagai faktor dalam suatu perusahaan, agar pelaksanaan sesuai dengan ketetapan-ketetapan dalam rencana. Untuk menjamin tujuan perusahaan tercapai maka perlu adanya pengawasan yang tertuju untuk memperbaiki tindakan-tindakan yang salah. Hal ini sesuai dengan sifat dan waktu pengawasan yang dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu *preventive control*, *represive control*, pengawasan saat proses dilakukan, pengawasan berkala, pengawasan mendadak, dan pengawasan melekat (Badrudin, 2015:226). Selain itu pengusaha dapat melakukan pengawasan produksi melalui dua tahap yaitu secara langsung dan tidak langsung. Pengusaha akan mengontrol apakah setiap mesin dan tenaga kerja sudah bekerja sesuai dengan alur yang ditetapkan. Jika

terjadi kerusakan pada mesin maka dapat segera diperbaiki dan jika terjadi penyimpangan pada tenaga kerja maka dapat segera diberikan himbauan.

d. Pengawasan Pemasaran

Pengawasan pemasaran dapat dilakukan dengan melakukan analisa pada pasar konsumen, perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor (Zakiyudin, 2016:160) diantaranya:

1) Faktor Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling mendasar mengenai keputusan konsumen untuk membelanjakan uangnya.

2) Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga ditentukan oleh faktor-faktor sosial seperti komunitas, keluarga, peran dan status sosial. Keluarga merupakan unit pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Peran dan status sosial memiliki pengaruh cukup signifikan dalam hal perilaku konsumen.

3) Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga amat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup seperti pekerjaan, kondisi ekonomi, kepribadian, konsep tentang dirinya, nilai dan gaya hidup.

#### 4) Faktor Psikologis

Pada saat tertentu manusia mempunyai kebutuhan yang bersifat biogenis dan psikogenis. Bersifat biogenis dimana kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman, dan lain-lain. Bersifat psikogenis yang muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau merasa sebagai bagian dari kelompok tertentu.

Pada usaha konveksi, alat pengawasan pemasaran yang bisa dipergunakan adalah dengan mengamati konsumen/pelanggan potensial. Konsumen potensial adalah konsumen yang membeli berulang-ulang terhadap produk/ jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dari pelanggan potensial tersebut dapat diketahui tentang kualitas pelayanan potensial. Pengawasan bisa dilakukan pada setiap saat maupun berkala sesuai kebutuhan. Pengawasan ini biasanya dilakukan oleh pimpinan.

#### **F. Penelitian yang Relevan**

Penelitian relevan yang dijadikan rujukan pada penelitian ini adalah :

Penelitian yang dilakukan oleh Betty Indriastuti dengan judul “Kajian Tentang Pengelolaan Usaha Pada Industri Kecil Konveksi di Desa Tempusari Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan usaha industri kecil konveksi di desa Tempusari kecamatan Ngawen kabupaten Klaten tergolong dalam kategori baik. Para pengusaha



mampu menjalankan usahanya dengan baik sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Pengusaha industri kecil konveksi di desa Tempursari menerapkan sistem borongan untuk proses produksinya dan dalam setiap pengerjaannya semua dilakukan di tempat usaha. Sistem pengupahan yang diterapkan bervariasi diantaranya menggunakan pengupahan menurut kesatuan hasil dan pengupahan menurut waktu. Industri kecil konveksi di desa ini selain memproduksi barang kemudian dipasarkan sendiri juga menerima pesanan dari konsumen secara langsung baik dalam skala besar maupun kecil. Produk yang dihasilkan dipasarkan di berbagai daerah baik di dalam kota, luar kota maupun ke luar Jawa.

Penelitian yang dilakukan oleh Erny Lindhawati dengan judul “Pengelolaan Usaha Konveksi di Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri konveksi di kecamatan Wedi kabupaten Klaten telah melakukan dan memiliki pengetahuan tentang pengelolaan usaha konveksi. Seperti pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, pengelolaan produksi dan pengelolaan pemasaran dan telah diterapkan dengan baik. Hal ini ditunjukkan oleh perolehan pada masing-masing indikator yakni pengelolaan sumber daya manusia yang berada pada kategori tinggi. Hal ini juga didukung dengan latar belakang tingkat pendidikan pengusaha konveksi yang sebagian besar mempunyai latar belakang tingkat pendidikan SMU/Sederajat, sehingga secara langsung ilmu-ilmu yang telah mereka peroleh bisa diterapkan dalam dunia usaha khususnya mengelola sebuah konveksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurrollich El Kasfy dengan judul “Mobilitas Penduduk Tenaga Kerja Perempuan ke Kabupaten Bekasi Jawa Barat”. Hasil penelitian menunjukkan faktor pendorong dikarenakan faktor psikologis yakni keinginan mandiri dan alasan pendapatan rendah, informasi tentang pekerjaan di kota didapat dari sanak saudara. Pola mobilitas penduduk adalah non permanen dalam jangka panjang dan kembali 1-2 kali dalam setahun.

Penelitian yang dilakukan oleh Surya Dewi dengan judul “Studi terhadap mobilitas pekerja industri kecil sepatu di Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung Jakarta Timur.” Hasil penelitian ini menunjukkan Mobilitas pekerja industri kecil sepatu di kelurahan Penggilingan Kecamatan Cakung Jakarta Timur disebabkan oleh beberapa faktor dorongan seperti upah rendah di daerah asal dan harapan mendapatkan pekerjaan yang lebih baik di daerah tujuan. Informasi pekerjaan didapat dari orang dekat dan atas inisiatif mereka. Pola mobilitas mereka terdiri dari pola mobilitas non permanen dilakukan oleh pekerja asal Jawa dengan frekuensi mengunjungi daerah asal 1x dalam seminggu dan pola mobilitas permanen dilakukan oleh pekerja dari daerah luar Jawa dengan frekuensi yang relatif lama.

Tabel 2.1 Skripsi yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul	Metode	Analisis	Hasil
1	Betty Indriastuti (Skripsi Universitas Semarang Semarang, 2009)	Kajian Tentang Pengelolaan Usaha Pada Industri Kecil Konveksi di Desa Tempusari Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten	Survei	Deskriptif presentase data	Para pengusaha mampu menjalankan usahanya dengan baik sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Pengusaha industri kecil konveksi di desa Tempusari menerapkan sistem borongan untuk proses produksinya dan dalam setiap pengerjaannya semua dilakukan di tempat usaha. Sistem pengupahan yang diterapkan bervariasi diantaranya menggunakan pengupahan menurut kesatuan hasil dan pengupahan menurut waktu.
2	Erny Lindhawati (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2008)	Pengelolaan Usaha Konveksi di Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten	Survei	Deskriptif	Industri konveksi di kecamatan Wedi kabupaten Klaten telah melakukan dan memiliki pengetahuan tentang pengelolaan usaha konveksi. Seperti pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, pengelolaan produksi dan pengelolaan pemasaran dan telah diterapkan dengan baik.
3	Nurrollich El Kasfy (Skripsi Universitas Negeri Jakarta, 2012)	Mobilitas Penduduk Tenaga Kerja Perempuan ke Kabupaten Bekasi Jawa Barat	Survei	Cluster Sampling, analisis deskriptif kuantitatif dengan persentase	Faktor pendorong dikarenakan faktor psikologis yakni keinginan mandiri dan alasan pendapatan rendah, informasi tentang pekerjaan di kota didapat dari sanak saudara. Pola mobilitas penduduk adalah non permanen dalam jangka panjang dan kembali 1-2 kali dalam setahun.

4	Surya Dewi (Skripsi Universitas Negeri Jakarta, 2014)	Studi terhadap mobilitas pekerja industri kecil sepatu di Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung Jakarta Timur	Deskriptif dengan pendekatan Survei	Deskriptif dengan persentase	Mobilitas pekerja industri disebabkan oleh beberapa faktor dorongan seperti upah rendah di daerah asal dan harapan mendapatkan pekerjaan yang lebih baik di daerah tujuan. Informasi pekerjaan didapat dari orang dekat dan atas inisiatif mereka. Pekerja asal Jawa memiliki pola non permanen dan pekerja asal luar Jawa memiliki pola permanen
5	Luhung Priambodo (Skripsi Universitas Negeri Jakarta, 2017)	Studi Terhadap Pengelolaan Konveksi Pada Sentra Industri Konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya Kecamatan Larangan Kota Tangerang	Survei	Deskriptif	Sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya dapat terkenal dikarenakan faktor lokasi yang strategis dan tersediannya sarana dan prasarana penunjang. Selain itu pengelolaan yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi dilakukan dengan baik mencakup dalam hal perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan

---

Sumber : Indriastuti (2009), Lindhawati (2008), Kasfy (2012), dan Dewi (2014)

### G. Kerangka Berpikir

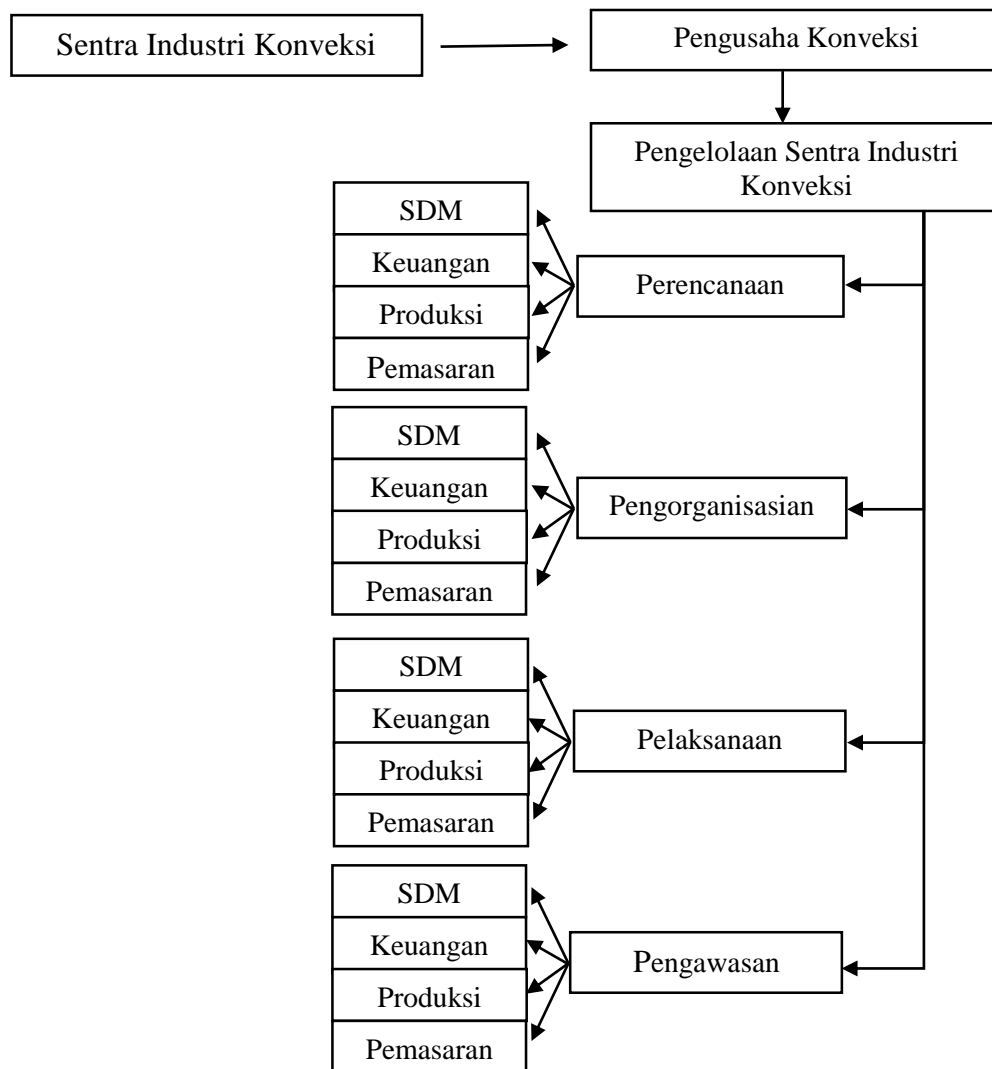
Kelurahan Cipadu Jaya merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Larangan, Kota Tangerang. Pada awalnya penduduk setempat bekerja sebagai petani lalu lambat beralih profesi sebagai penjahit konveksi dan pedagang kain bujur tekstil. Selain itu sebagian penduduk juga mulai beralih profesi dengan menjalankan usaha perlengkapan keluarga. Dari tahun ke tahun usaha dalam industri konveksi tersebut terus bertahan dan mulai menunjukkan perkembangan yang baik. Kawasan sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya memiliki

nilai dan daya pikat tersendiri yang mampu membuatnya bersaing dengan daerah lain. Beberapa hal yang menyebabkan nilai tambah dari sentra industri konveksi di wilayah Kelurahan Cipadu Jaya adalah kualitas bahan yang sama bagusnya dengan harga yang jauh lebih kompetitif sehingga membuat pembeli merasa tak ragu dalam memesan dan melakukan proses transaksi jual-beli di sentra industri konveksi Cipadu Jaya, lokasi yang mudah dikunjungi karena terdapat akses jalan dan layanan transportasi umum yang dapat dilalui menjadi poin tambah yang membuat sentra industri ini mudah didatangi, serta suasana nyaman saat berbelanja juga turut ambil peran dalam proses transaksi di sentra industri konveksi Cipadu Jaya.

Berkat semua daya pikat tersebut kebesaran nama sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya berhasil dibangun oleh para pengusaha. Perkembangan sentra industri konveksi yang terus bertambah mulai membawa perubahan pada aspek pembangunan wilayah. Hal itu terlihat dengan perubahan fungsi lahan, warga di daerah sekitar yang masih memiliki lahan yang belum didirikan bangunan, mengubah lahan mereka menjadi tempat kios, ruko, dan tempat industri kecil. Kesuksesan beberapa warga yang menggeluti bidang industri konveksi tersebut pada menciptakan peluang bagi penduduk di dalam dan di luar kelurahan cipadu untuk turut serta membuka usaha dalam industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya. Industri konveksi yang pada awalnya hanya berjumlah belasan pada saat ini berjumlah ratusan industri konveksi.

Terjadinya migrasi ke kelurahan Cipadu Jaya merupakan hal lazim, karena hal ini didukung oleh faktor penarik dari daerah yang akan dituju dan faktor pendorong dari daerah asal. Migrasi penduduk yang terjadi di Kelurahan Cipadu Jaya dimungkinkan klasifikasinya dalam dua jenis yaitu migrasi sirkuler dan migrasi permanen. Seiring waktu perjalanan, jumlah pengusaha konveksi meningkat dan beberapa pengusaha konveksi tidak mampu mempertahankan eksistensinya sehingga mengalami kebangkrutan.

Adanya perbedaan cara pengelolaan, dimungkinkan menjadi penyebab bangkrutnya beberapa pengusaha konveksi tersebut. Perlu adanya upaya perbaikan dan pencegahan demi menjaga keberlangsungan usaha konveksi yang dijalankan oleh setiap pengusaha konveksi. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah dengan berbagi ilmu pengelolaan yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi meliputi tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Usaha yang terus mampu terjaga akan membawa dampak ke sentra industri konveksi yang akan terus memiliki eksistensi.



Gambar 2.1 Bagan Alur Kerangka Berpikir

### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

##### A. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui pengelolaan pada sentra industri konveksi yang dilakukan oleh pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang.

##### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang. Penelitian dilakukan selama bulan Juni 2016 sampai dengan bulan Januari 2017.

Tabel 3.1 Rencana Kegiatan Penelitian

No	Tahapan Kegiatan	Waktu Pelaksanaan							
		2016							2017
		Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
<b>1</b>	<b>Tahap Pertama</b>								
	a. Menyusun Proposal Penelitian								
	b. Seminar Proposal Penelitian								
	c. Perbaikan Proposal Penelitian								
<b>2</b>	<b>Tahap Kedua</b>								
	a. Turun Ke Lapangan								
	b. Pengolahan Data dan Penyusunan								
<b>3</b>	<b>Tahap Ketiga</b>								
	a. Ujian Sidang Skripsi								
	b. Perbaikan Skripsi								



### C. Metode Penelitian

Penelitian tentang studi terhadap pengusaha dalam pengelolaan industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya Kecamatan Larangan Kota Tangerang dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan survei. Variabel dalam penelitian ini adalah pengelolaan pada sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang.

### D. Populasi dan Sampel Penelitian

Berdasarkan data sekunder yang didapat di Kelurahan Cipadu Jaya, terdapat populasi 112 pengusaha industri konveksi yang tersebar di Kelurahan Cipadu Jaya. Untuk pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling* (sampel acak). Hal ini dikarenakan populasi yang bersifat homogen atau sama. Dalam pengambilan sampel penulis menggunakan rumus Slovin (Bungin, 2005: 115), yaitu :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

d : Nilai presisi (ditentukan sebesar 90% atau  $d = 0,1$ )

$$n = \frac{112}{112(0,1)^2 + 1} = \frac{112}{2,12} = 52,83$$

Dari perhitungan di atas, jumlah populasi (N) = 112, diperoleh ukuran sampel sebesar 52,83 atau 53 sampel penelitian.

### E. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dokumentasi dan wawancara.

### F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup, yaitu responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan. Kisi-kisi instrumen tersebut terdiri atas variabel pengelolaan sentra industri konveksi dengan indikator masing-masing perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.

**Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen**

Variabel	Indikator	Sub indikator	No.item
Pengelolaan Sentra Industri Konveksi	Perencanaan	Perencanaan SDM	10,11,12,13
		Perencanaan keuangan	4,5,6
		Perencanaan produksi	1,2,3,7,8,9,14,16
		Perencanaan pemasaran	17,18
	Pengorganisasian	Pengorganisasian SDM	19,21
		Pengorganisasian keuangan	23,31
		Pengorganisasian produksi	20,22,24,26
		Pengorganisasian pemasaran	33
	Pelaksanaan	Pelaksanaan SDM	27,35
		Pelaksanaan keuangan	15,29,30,32
		Pelaksanaan produksi	25,34,44
		Pelaksanaan pemasaran	38,39

	Pengawasan	Pengawasan SDM	36,37
		Pengawasan keuangan	28
		Pengawasan produksi	41,45
		Pengawasan pemasaran	40,42,43

### G. Teknik Analisis Data

Teknik analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah statistik deskriptif. Sesuai dengan namanya, statistik deskriptif hanya akan mendeskripsikan keadaan suatu gejala yang telah direkam melalui alat ukur kemudian diolah sesuai dengan fungsinya. Hasil pengolahan tersebut selanjutnya dipaparkan dalam bentuk angka-angka sehingga memberikan suatu kesan lebih mudah ditangkap maknanya oleh siapapun yang membutuhkan informasi tentang keberadaan gejala tersebut. Dengan demikian hasil olahan data dengan statistik ini hanya sampai pada tahap deskripsi, belum sampai pada tahap generalisasi. Dengan kata lain, statistik deskriptif adalah statistik yang mempunyai tugas mengorganisasi dan menganalisa data angka, agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas dan jelas, mengenai suatu gejala, peristiwa atau keadaan, sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu. (Sugiyono, 2011 : 147).

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Umum Wilayah Penelitian

##### 1. Letak, Luas dan Batas Wilayah

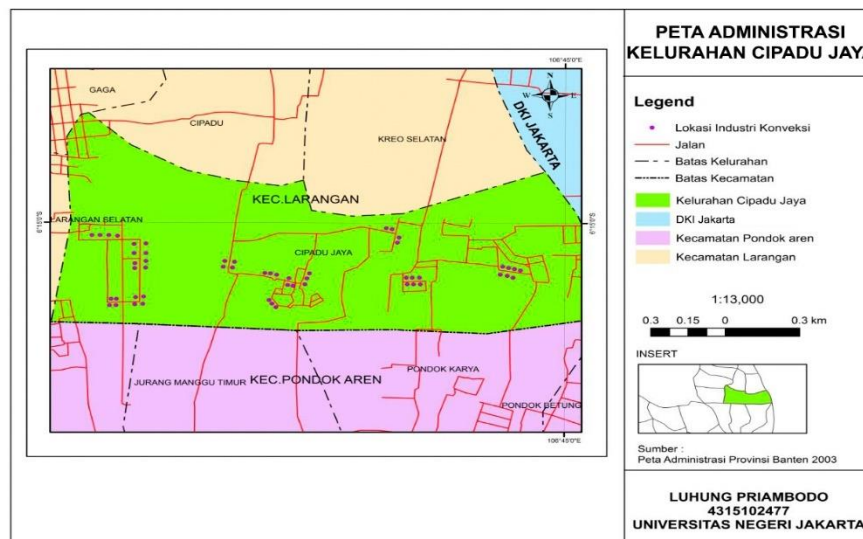
Kelurahan Cipadu Jaya merupakan salah satu kelurahan yang termasuk ke dalam wilayah Kecamatan Larangan, Kota Tangerang. Kelurahan Cipadu Jaya memiliki luas  $\pm$  97,21 Ha yang terdiri dari atas 57 rukun tetangga (RT) dan 8 rukun warga (RW). Peta administrasi Kelurahan Cipadu Jaya dapat dilihat dilampiran pada halaman 111. Kelurahan Cipadu Jaya memiliki batas-batas administratif sebagai berikut:

Sebelah Utara : Kelurahan Kreo Selatan dan Kelurahan Cipadu

Sebelah Timur : DKI Jakarta

Sebelah Barat : Kelurahan Larangan Selatan

Sebelah Selatan : Kecamatan Pondok Aren



Gambar 4.1 Peta Lokasi Penelitian di Kelurahan Cipadu Jaya

## 2. Tata Guna Lahan

Adapun penggunaan lahan di Kelurahan Cipadu Jaya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1. Tata Guna Lahan di Kelurahan Cipadu Jaya

No	Penggunaan Lahan	Ha	%
1	Permukiman	52,50	54,01
2	Permukiman Industri	22,44	23,08
3	Perumahan	8,80	9,05
4	Kios	9,37	9,64
5	Fasilitas Sosial	4,10	4,22
Total Luas Lahan		97,21	100

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.1, penggunaan lahan terbanyak yaitu terdapat pada permukiman sebesar 54,50%. Penggunaan lahan terendah yaitu terdapat pada fasilitas sosial yaitu sebesar 4,10%. Untuk penggunaan lahan yang dipergunakan juga untuk perindustrian terdapat pada permukiman perindustrian, yaitu sebesar 23,08%. Di Kelurahan Cipadu Jaya tidak terdapat lahan kosong yang dapat digunakan untuk pertanian, perikanan dan peternakan di Kelurahan Cipadu Jaya.

## 3. Kependudukan

Tabel 4.2. Komposisi Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya Berdasarkan Usia

No	Umur (Tahun)	Frekuensi	
		Laki - laki	Perempuan
1	0 – 4	617	620
2	5 – 9	780	785
3	10 – 14	799	756
4	15 – 19	600	757
5	20 – 24	864	730
6	25 – 29	900	862
7	30 – 34	934	805
8	35 – 39	842	771
9	40 – 44	1137	1123
10	45 – 49	270	271
11	50 – 54	215	244
12	55 – 59	213	206
13	60 – 64	140	147
14	65 – 69	53	74
15	70 – 74	41	43
16	75+	32	36
<b>Total</b>		<b>8437</b>	<b>8230</b>

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.2, frekuensi terbanyak yaitu terdapat pada kelompok umur 40 – 44 tahun yaitu sebesar 1137 untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 1123 untuk penduduk yang berjenis kelamin perempuan. Responden terendah yaitu terdapat pada kelompok umur 75+ yang termasuk pada kelompok umur yang paling tua yaitu sebesar 32 untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 36 untuk penduduk berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.3. Jumlah Natalitas di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016

No	Natalitas	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - laki	98	52,97
2	Perempuan	87	47,03
<b>Total</b>		<b>185</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.3 telah terjadi natalitas (kelahiran) pada tahun 2016 sebesar 52,97% untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan sebesar 47,03% untuk penduduk berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.4. Jumlah Mortalitas di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016

No	Mortalitas	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - laki	43	55,13
2	Perempuan	35	44,87
<b>Total</b>		78	100,0

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.4 telah terjadi mortalitas (kematian) pada tahun 2016 sebesar 55,13% untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan sebesar 44,87% untuk penduduk berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.5. Jumlah Imigrasi di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016

No	Imigrasi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - laki	171	50,29
2	Perempuan	169	49,71
<b>Total</b>		340	100,0

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.5 telah terjadi imigrasi pada tahun 2016 sebesar 50,29% untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan sebesar 49,71% untuk penduduk berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.6 Jumlah Emigrasi di Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016

No	Emigrasi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - laki	147	49,83
2	Perempuan	148	50,17
<b>Total</b>		295	100,0

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.6. telah terjadi emigrasi pada tahun 2016 sebesar 49,83% untuk penduduk berjenis kelamin laki-laki dan sebesar 50,17% untuk penduduk berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.7. Komposisi Mata Pencaharian Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya

No	Pekerjaan	Frekuensi	
		Jumlah (jiwa)	Persentase %
1	Wiraswasta	2851	34,41
2	PNS	406	4,86
3	TNI	9	0,11
4	POLRI	29	0,35
5	Dokter swasta	3	0,04
6	Bidan swasta	3	0,04
7	Perawat swasta	5	0,06
8	Dosen swasta	21	0,25
9	Guru swasta	113	1,35
10	Pengacara	4	0,05
11	Seniman	3	0,04
12	Asisten Rumah Tangga	9	0,11
13	Sopir	17	0,20
14	Mata pencaharian tidak tetap	560	6,70
15	Montir	4	0,05
16	Karyawan Swasta	3909	46,80
17	Karyawan Kantor Pemerintahan	406	4,86
<b>Total</b>		<b>8352</b>	<b>100,00</b>

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.7, penduduk terbanyak memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta yaitu sebesar 46,80%. Lalu penduduk yang bekerja sebagai wiraswasta sebesar 34,41%.



Tabel 4.8. Komposisi Kondisi Pendidikan Penduduk di Kelurahan Cipadu Jaya

No	Pendidikan Terakhir (Tamat)	Frekuensi	
		Laki - laki	Perempuan
1	TK / Play Group	228	229
2	SD	981	989
3	SMP	1301	1239
4	SMA	3907	3748
5	D1	57	55
6	D2	63	58
7	D3	318	322
8	S1	1091	1097
9	S2	98	99
10	S3	8	11
11	SLB B	2	2
12	SLB C	3	3
<b>Total</b>		<b>8057</b>	<b>7852</b>

*Sumber : Profil Kelurahan Cipadu Jaya Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 4.8, penduduk dengan jenjang pendidikan terselesaikan terbanyak yaitu pada SMA sebesar 3907 pada penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 3748 pada penduduk berjenis kelamin perempuan. Tamatan pendidikan terendah ada pada tamat SLB B yaitu sebesar 2 orang pada tiap penduduk berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Sebanyak 151 penduduk laki-laki yang tidak sekolah dan 148 penduduk perempuan yang tidak bersekolah.

## B. Deskripsi Identitas Responden

### 1. Umur Responden

Komposisi umur responden beraneka ragam. Adapun pembagiannya dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

**Tabel 4.9. Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Umur**

No	Umur (Tahun)	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	20 – 24	8	15,09
2	25 – 29	7	13,21
3	30 – 34	13	24,53
4	35 – 39	9	16,98
5	40 – 44	8	15,09
6	45 – 49	5	9,43
7	50 – 54	2	3,78
8	55 – 59	1	1,89
<b>Total</b>		53	100

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.9, responden terbanyak yaitu terdapat pada kelompok umur 30-34 tahun yaitu sebesar 24,53%. Responden terendah yaitu terdapat pada kelompok umur 55 - 59 yang termasuk pada kelompok umur yang paling tua yaitu sebesar 1,89%. Untuk kelompok umur responden yang paling muda berada pada kelompok umur 20 – 24 tahun, yaitu sebesar 15,09%.

### 2. Jenis Kelamin

Rincian jenis kelamin responden di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4.10. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - laki	37	68,81
2	Perempuan	16	30,19
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.10 sebagian besar responden adalah laki-laki yaitu sebesar 68,81%. Sedangkan responden perempuan yaitu sebesar 30,19%.

### 3. Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat pendidikan terakhir adalah jenjang pendidikan terakhir yang ditamatkan oleh responden diantaranya SD, SMP, dan SMA. Rincian jenjang pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.11. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase(%)
1	SD /Sederajat	9	16,98
2	SMP /Sederajat	27	50,94
3	SMA /Sederajat	17	32,08
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.11, terlihat bahwa mayoritas pendidikan responden adalah jenjang SMP yaitu berjumlah 27 orang atau sebesar 50,94%, kemudian SD berjumlah 9 orang atau sebesar 16,98%, dan tamatan SMA berjumlah 17 orang atau sebesar 32,08%.

#### 4. Asal Daerah

Pengusaha yang melakukan usaha industri konveksi berasal dari berbagai daerah. Adapun asal daerah dari setiap responden dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12 Asal Daerah Pengusaha

No	Asal Daerah	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Tangerang	1	1,89
2	Bogor	3	5,66
3	Bandung	2	3,77
4	Tasik Malaya	5	9,43
5	Depok	1	1,89
6	Sumedang	2	3,77
7	Cianjur	3	5,66
8	Padang Panjang	3	5,66
9	Bukit Tinggi	8	15,09
10	Padang Pariaman	4	7,55
11	Payakumbuh	3	5,66
12	Pemalang	1	1,89
13	Purworejo	1	1,89
14	Blora	1	1,89
15	Tegal	1	1,89
16	Semarang	1	1,89
17	Wonogiri	5	9,43
18	Kediri	3	5,66
19	Surabaya	3	5,66
20	Malang	2	3,77
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.12, terlihat bahwa mayoritas pengusaha konveksi berasal dari wilayah Bukit Tinggi sebesar 15.09% lalu disusul oleh asal daerah Tasik Malaya dan Wonogiri sebesar 9,43%.

### C. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan peta administrasi Kelurahan Cipadu Jaya pada hal 111, jarak antar lokasi industri konveksi berkisar 15 – 30 meter dan membentuk pola horizontal atau memanjang mengikuti garis jalan. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian dilapangan terdapat pengelolaan sentra industri konveksi sebagai berikut :

#### 1. Perencanaan

Perencanaan bertujuan memberi pegangan bagi manager agar mengetahui arah yang hendak dituju, mengurangi dampak perubahan, mengurangi pemborosan dan kesia-siaan serta menetapkan acuan untuk mempermudah melakukan pengawasan. Dalam tahap perencanaan pengelolaan sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya terdapat perencanaan SDM, perencanaan keuangan, perencanaan produksi dan perencanaan pemasaran dapat diamati hasil jawaban responden sebagai berikut :

Perencanaan SDM yang dilakukan oleh para pengusaha dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.13. Ketentuan Perusahaan Dalam Merencanakan Tenaga Kerja

No	Ketentuan perusahaan dalam merencanakan tenaga kerja	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Posisi dan Jumlah Karyawan	19	35,85
2	Produksi dan Keahlian Pekerja	34	64,15
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Dari tabel 4.13 dapat dilihat jika sebagian besar para pengusaha konveksi menentukan perencanaan sumber daya manusia berdasar pada produksi yang akan dibuat serta keahlian yang dimiliki oleh para tenaga kerja.

Tabel 4.14. Asal Tenaga Kerja

No	Asal Tenaga Kerja	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Masyarakat Sekitar	9	16,98
2	Rekan Tenaga Kerja	27	50,94
3	Luar Kota	10	18,87
4	Luar Provinsi	7	13,21
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Para tenaga kerja yang dimiliki oleh para pengusaha sebagian besar didapatkan dari ajakan rekan tenaga kerja, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.14 dengan persentase sebesar 50,94%. Selanjutnya terdapat tenaga kerja yang berasal dari luar kota sebesar 18,87%, Lalu terdapat tenaga kerja yang berasal dari masyarakat sekitar sebesar 16,98% dan ada beberapa yang berasal dari luar provinsi sebesar 13,21%.

Tabel 4.15. Asal Modal Usaha

No	Asal Modal Usaha	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pribadi	41	77,36
2	Pinjaman Bank	12	22,64
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Sebagian besar pengusaha menggunakan modal awal yang berasal dari dana pribadi, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.15 sebesar 77,36% hal ini lebih

tinggi dari beberapa pengusaha yang menggunakan pinjaman bank sebesar 22,64%.

Tabel 4.16. Bentuk Modal Usaha

No	Bentuk Modal Usaha	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Uang	21	39,62
2	Uang dan Alat Produksi	16	30,19
3	Uang, Alat, dan Bangunan	10	18,87
4	Uang dan Bangunan	6	11,32
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Pada tabel 4.16 Sebagian besar bentuk modal yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi adalah uang yaitu sebesar 39,62%. Sebesar 30,19% para pengusaha saat memulai usaha sudah memiliki alat produksi dan uang. Lalu selanjutnya 18,87% pengusaha konveksi sudah memiliki semua yang dibutuhkan saat memulai industri konveksi yaitu uang, alat produksi, dan bangunan. Sebagian kecil pengusaha hanya memiliki uang dan bangunan yang akan digunakan saat memulai usaha industri konveksi.

Tabel 4.17. Jumlah Modal Usaha

No	Jumlah Modal Usaha (Rp)	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	< 5.000.000	24	45,28
2	5.000.000 – 15.000.000	16	30,19
3	15.001.000 – 25.000.000	13	24,53
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.17 sebagian besar para pengusaha memulai usaha dengan modal dana < Rp 5.000.000. Lalu terdapat 30,19% pengusaha yang menggunakan modal sebesar Rp 5.000.000 – Rp 15.000.000. Hanya terdapat

24,53% pengusaha yang memiliki modal yang sangat besar saat memulai yaitu berkisar Rp 15.001.000 – Rp 25.000.000.

Tabel 4.18. Status Bangunan Usaha

No	Status Bangunan Usaha	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pribadi	35	66,04
2	Kontrak	18	33,96
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Dalam memulai usaha konveksi, para pengusaha lebih banyak yang menggunakan rumahnya sendiri untuk tempat produksi hal ini dapat dilihat dari tabel 4.18 yang menunjukkan sebesar 66,04% responden yang menggunakan bangunan usaha sendiri. Selain itu terdapat 33,96% responden yang menyewa rumah kontrakan untuk digunakan sebagai lokasi produksi.

Tabel 4.19. Luas Bangunan Usaha

No	Luas Bangunan Usaha (m <sup>2</sup> )	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	50 - 100	24	45,28
2	101 - 150	16	30,19
3	151 - 200	4	7,55
4	201 - 250	9	16,98
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Luas bangunan usaha yang dimiliki oleh para pengusaha didominasi luas 50m<sup>2</sup> – 100m<sup>2</sup> sebesar 45,28% hal ini dapat dilihat pada tabel 4.19. Lalu terdapat 30,19% responden yang memiliki luas bangunan usaha 101m<sup>2</sup> – 150m<sup>2</sup>. Hanya sebagian kecil pengusaha konveksi yang memiliki bangunan usaha luas yaitu 7,55% responden yang memiliki luas lahan 151m<sup>2</sup> - 200m<sup>2</sup>.



Tabel 4. 20. Kondisi Ruang Usaha

No	Kondisi Ruang Industri Konveksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	R. Luas, Ventilasi, Kamar inap, MCK	11	20,75
2	Ventilasi, R. Cukup Luas, MCK	17	32,08
3	Ventilasi terbatas, R. Tidak Luas, WC	25	47,17
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Kondisi ruang usaha yang dimiliki oleh para pengusaha dapat dikatakan sederhana hal ini dapat dilihat pada tabel 4.20 sebesar 44,17% responden hanya memiliki kondisi ruang usaha dengan ventilasi terbatas, ruang yang tidak luas dan WC. Bagi pengusaha yang memiliki modal dan rumah cukup besar maka akan terdapat 20,75% yang memiliki kamar inap bagi para tenaga kerjanya, ruang yang luas, ventilasi yang memadai dan MCK. Selain itu terdapat 32,08% pengusaha memiliki luas ruang yang cukup, ventilasi yang baik dan MCK walaupun tidak menyediakan tempat tidur bagi para tenaga kerja.

Tabel 4. 21. Jumlah Alat Produksi

No	Jumlah Alat Produksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1 – 5 mesin	37	69,81
2	6 – 10 mesin	16	30,19
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.21 sebesar 69,81% jumlah alat produksi yang dimiliki oleh para pengusaha yaitu 1 – 5 mesin, hal ini disesuaikan dengan modal yang mereka miliki. Jika mereka memiliki modal besar maka jumlah alat produksi akan meningkat mencapai 6 – 10 mesin atau sebesar 30,19% pengusaha yang memilikinya.

Tabel 4. 22. Bahan Baku

No	Bahan Baku	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Toko Kain	35	66,04
2	Pabrik Kain	13	24,53
3	Bahan Titipan Konsumen	5	9,43
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Bahan baku yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi berdasarkan tabel 4.22 sebagian besar didapatkan dengan cara membeli di Toko Kain yang berada di Kelurahan Cipadu Jaya. Hal ini mereka gunakan untuk mempermudah dalam distribusi bahan baku dan tidak menghambat proses produksi. Lalu sebanyak 24,53% pengusaha yang membeli di pabrik kain, hal ini dilakukan oleh para pengusaha migran yang memiliki modal besar dan mempunyai produksi besar. Lalu terdapat 9,43% pengusaha konveksi yang mendapatkan bahan baku berasal dari bahan titipin konsumen yang meminta mereka untuk membuat bahan sesuai dengan model yang mereka inginkan dan bahan yang sudah konsumen tentukan.

Tabel 4. 23. Desain Produk

No	Desain Produk	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Sesuai Pesanan	38	71,70
2	Sesuai Inisiatif Pengusaha	15	28,30
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Desain produk yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi berdasarkan tabel 4.23 sebagian besar disesuaikan oleh pesanan dari konsumen. Para pengusaha sebesar 71,70% hanya akan membuat desain sesuai dengan pesanan

yang didapatnya. Walaupun begitu terdapat 28,30% yang melakukan desain berdasarkan ide pribadi sehingga mereka dapat membuat tren dari desain yang para pengusaha konveksi buat.

Tabel 4.24. Perencanaan Proses Produksi

No	Perencanaan Proses Produksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Sesuai ide dan inisiatif pengusaha	15	28,30
2	Pesanan dari Konsumen	38	71,70
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Perencanaan proses produksi yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi berdasarkan tabel 4.24 sebagian besar para pengusaha tetap melakukan sesuai pesanan yang diterima hal ini juga sesuai dengan desain produk yang mereka dapatkan dari para konsumen, hal ini dapat dilihat yaitu berkisar 71,70%. Terdapat 28,30% pengusaha konveksi yang melakukan produksi berdasarkan inisiatif pengusaha.

Tabel 4.25. Strategi Pemasaran

No	Strategi Pemasaran	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Iklan	14	26,42
2	Mulut ke Mulut	31	58,49
3	Melalui Perantara Toko	8	15,09
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.25 bentuk promosi yang sebagian besar dilakukan oleh para pengusaha konveksi adalah menyebarkan informasi dari mulut ke mulut hal ini dapat dilihat pada tabel 4.25 dengan persentase sebesar 58,49%.

Terdapat 26,42% pengusaha yang melakukan promosi hasil produksi dengan melalui iklan di media sosial dan kartu nama. Lalu beberapa konsumen melakukan promosi dengan memenuhi order toko sehingga hasil produksinya akan berada ditoko dan pihak toko akan mempercayakan produksinya kepada pengusaha konveksi, hal ini berkisar 15,09%.

Tabel 4.26. Strategi Keunggulan Bersaing

No	Strategi Keunggulan Bersaing	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Memberikan Pelayanan Prima	15	28,30
2	Memberikan Harga Termurah	3	5,66
3	Kualitas dan harga berimbang	29	54,72
4	Memenuhi Selera Konsumen	6	11,32
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Strategi keunggulan bersaing yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi berdasarkan tabel 4.26 adalah sebanyak 54,72% pengusaha konveksi memberikan kualitas barang yang bagus dengan harga yang disesuaikan dengan kualitas barang yang diberikan. Lalu 28,30% pengusaha memberikan pelayanan prima kepada konsumen yaitu dengan menyelesaikan pesanan tepat waktu, dan bersikap ramah. Sebesar 11,32% pengusaha konveksi memberikan pemenuhan bagi selera konsumen, Hanya terdapat 5,66% pengusaha konveksi yang memberikan harga termurah, hal ini memang dipergunakan untuk memikat konsumen.

## 2. Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah proses mengatur orang-orang dan sumber daya lainnya untuk bekerja kearah tujuan bersama. pengorganisasian diartikan sebagai proses terciptanya penggunaan secara tertib bagi semua sumber daya dalam sistem manajemen. Dalam pengorganisasian dapat diklasifikasikan dalam bidang SDM, keuangan, produksi, dan pemasaran.

Tabel 4.27. Kepemimpinan

No	Kepemimpinan	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Mampu memberikan arahan, jujur, dan demokratis	9	16,98
2	Menepati janji dan memberi upah yang layak	44	83,02
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.27 sebanyak 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait kepemimpinan. Dimulai dari 83,02% pengusaha konveksi yang memilih menepati janji dan memberi upah yang layak agar mendapatkan simpati dari para karyawan, lalu terdapat 16,98% pengusaha konveksi yang memilih mampu memberikan arahan, jujur dan demokratis dalam memimpin para tenaga kerja.

Tabel 4.28. Keuntungan Usaha

No	Keuntungan Usaha (Rp)	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	< 5.000.000	14	26,42
2	5.000.000 – 10.000.000	25	47,17
3	11.000.000 – 15.000.000	8	15,09
4	> 15.000.000	6	11,32
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.28 sebanyak 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait keuntungan usaha. Dimulai dari 47,17% pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000/ minggu. Terdapat 26,42% pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan < Rp 5.000.000/minggu, lalu terdapat 15,09% pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan Rp 11.000.000 – Rp 15.000.000, hanya terdapat 11,32% pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan > Rp15.000.000/ minggu.

Tabel 4.29 Pembelian Bahan Baku

No	Pembelian Bahan Baku	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Dalam Jumlah Banyak	6	11,32
2	Sesuai Jumlah Pesanan	20	37,74
3	Sesuai Ketentuan Pabrik	13	24,53
4	Dalam Jumlah Sedikit	14	26,41
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.29, sebanyak 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait pembelian bahan baku. Dimulai dari 37,74% pengusaha konveksi yang membeli bahan sesuai jumlah pesanan, lalu terdapat 26,41% pengusaha konveksi yang membeli dalam jumlah sedikit, lalu

terdapat 24,53% pengusaha konveksi yang membeli dalam satuan yang sudah ditentukan oleh pabrik, dan hanya terdapat 11,32% pengusaha konveksi yang membeli dalam jumlah banyak.

Tabel 4.30. Cara Pengembangan Usaha

No	Cara Pengembangan Usaha	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Dana Pribadi	45	84,91
2	Pinjaman Bank	8	15,09
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.30, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait cara pengembangan usaha. Dimulai dari 84,91% pengusaha konveksi yang menggunakan dana pribadi untuk mengembangkan usahanya, lalu terdapat 15,09% pengusaha konveksi yang menggunakan dana pinjaman bank.

### 3. Pelaksanaan

Pelaksanaan akan dilakukan jika perencanaan sudah benar-benar dan sudah dipertimbangkan dengan baik sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dalam pelaksanaan diperlukan pengarahan dari pihak pimpinan, pengarahan mengandung arti pemusatan pada para anggota organisasi sebagai orang dan berhubungan dengan permasalahan seperti moral, arbitrase dari perselisihan, dan pengembangan hubungan kerja yang baik. Didalam pelaksanaan terdiri dari beberapa kategori yaitu SDM, keuangan, produksi, dan pemasaran.

Tabel 4.31. Jumlah Tenaga Kerja

No	Jumlah Tenaga Kerja	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1 – 5 orang	37	69,81
2	6 – 10 orang	10	18,87
3	> 10 orang	6	11,32
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.31, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jumlah tenaga kerja yang dimilikinya. Dimulai dari 69,81% pengusaha konveksi yang memiliki jumlah tenaga kerja 1 – 5 orang dalam industri mereka, lalu terdapat 18,87% pengusaha konveksi yang memiliki jumlah tenaga kerja 6 – 10 orang , dan hanya terdapat 11,32% pengusaha konveksi yang memiliki tenaga kerja lebih dari 15 orang.

Tabel 4.32. Jam Kerja Tenaga Kerja

No	Jam Kerja Tenaga Kerja	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	10 jam/hari	9	16,98
2	12 jam/hari	44	83,02
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.32, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jam kerja para tenaga kerja dalam sehari. Dimulai dari 83,02% pengusaha konveksi yang memiliki jumlah jam kerja 12 jam sehari, lalu terdapat 16,98% pengusaha konveksi yang memiliki jam kerja selama 10 jam/hari.



Tabel 4.33. Biaya Produksi

No	Biaya Produksi (Rp)	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	8.000.000 – 10.000.000	28	52,83
2	> 10.000.000	25	47,17
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.33, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait biaya produksi yang dikeluarkan tiap minggunya. Dimulai dari 52,83% pengusaha konveksi yang memiliki biaya produksi tiap minggu berkisar Rp 8.000.000 – Rp 10.000, lalu terdapat 47,17% pengusaha konveksi yang memiliki biaya produksi > Rp 10.000.000.

Tabel 4.34. Jumlah Upah Tenaga Kerja

No	Jumlah Upah Tenaga Kerja (Rp)	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	501.000 – 750.000	22	41,51
2	> 750.000	31	58,49
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.34, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jumlah upah yang diberikan kepada para tenaga kerja. Dimulai dari 58,49% pengusaha konveksi yang memberikan upah lebih dari Rp 750.000/minggu, lalu terdapat 41,51% pengusaha konveksi yang memberikan upah berkisar Rp 501.000 – Rp 750.000.

Tabel 4.35. Catatan Administrasi

No	Catatan Administrasi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Buku Kas	30	56,60
2	Tidak mempunyai catatan administrasi	23	43,40
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.35, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait memiliki catatan administrasi. Dimulai dari 56,60% pengusaha konveksi yang hanya memiliki buku kas. Terdapat 43,40% pengusaha konveksi yang tidak mempunyai catatan administrasi.

Tabel 4.36. Proses Produksi

No	Proses Produksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pesanan Konsumen	28	52,83
2	Permintaan Toko	10	18,87
3	Ide dan Inisiatif Pengusaha	15	28,30
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.36, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait proses produksi. Dimulai dari 52,83% pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan pesanan konsumen, lalu terdapat 28,30% pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan ide dan gagasan yang dimiliki, hanya terdapat 18,87% pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan pesanan yang didapat dari toko.

Tabel 4.37. Kuantitas Produksi Konveksi

No	Kuantitas Produksi Konveksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	501 – 750 item	10	18,87
2	> 751 item	43	81,13
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.37, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait kuantitas hasil produksi konveksi. Dimulai dari 81,13% pengusaha konveksi yang mampu memproduksi lebih dari 751 item/minggu. Hanya terdapat 18,87% pengusaha konveksi yang mampu menghasilkan 501 – 750 item/minggu.

Tabel 4.38. Usaha Peningkatan Penjualan

No	Usaha Peningkatan Penjualan	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Menambah order toko	10	18,87
2	Membuka cabang baru	11	20,75
3	Menambah Modal	32	60,38
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.38, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait usaha untuk meningkatkan penjualan. Dimulai dari 60,38% pengusaha konveksi yang menyatakan usaha penjualan dapat ditingkatkan jika ada penambahan modal. Lalu terdapat 18,87% pengusaha konveksi yang melakukan peningkatan order toko, lalu terdapat 20,75% pengusaha konveksi yang akan meningkatkan penjualan dengan

membuka cabang baru sehingga jumlah produksi yang dihasilkan dapat meningkat.

Tabel 4.39. Luas Wilayah Pemasaran

No	Luas Wilayah Pemasaran	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Luar Kota	11	20,75
2	Antar Provinsi	42	79,25
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.39, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait luas wilayah pemasaran. Dimulai dari 79,25% pengusaha konveksi yang memiliki luas wilayah pemasaran mencapai antar provinsi di Indonesia, lalu terdapat 20,75% pengusaha konveksi yang memiliki luas wilayah pemasaran mencapai luar kota.

#### 4. Pengawasan

Pengawasan adalah proses untuk memastikan tujuan-tujuan organisasi tercapai. Pengawasan sangat membantu penilaian atas pelaksanaan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan. Didalam pengawasan terdiri dari beberapa kategori yaitu SDM, keuangan, produksi, dan pemasaran.

Tabel 4.40. Pelaksanaan *Quality Control*

No	Pelaksanaan <i>Quality Control</i>	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Sebelum dan sesudah proses produksi berlangsung	8	15,09
2	Sebelum, pada saat, dan sesudah proses produksi berlangsung	45	84,91
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.40, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait pelaksanaan *quality control*. Dimulai dari 84,91% pengusaha konveksi yang melaksanakan pengawasan dan pengecekan, dimulai dari sebelum produksi, pada saat, dan sesudah proses produksi berlangsung. Terdapat 15,09% pengusaha konveksi yang hanya melakukan pengawasan produksi sebelum dan setelah produk jadi.

Tabel 4.41. Pengawasan Produksi

No	Pengawasan Produksi	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Setiap hari	45	84,91
2	3 hari sekali	5	9,43
3	Seminggu sekali	3	5,66
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.52, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jadwal pengawasan produksi. Dimulai dari 84,91% pengusaha konveksi yang melakukan proses pengawasan produksi setiap hari, lalu terdapat 9,43% pengusaha konveksi yang melakukan 3 hari sekali, lalu terdapat 5,66% pengusaha konveksi yang melakukan pengawasan seminggu sekali.

Tabel 4.42. Langkah Penyelamatan Usaha

No	Langkah Penyelamatan Usaha	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Mengurangi Pegawai dan Memilih Jenis Pesanan Konsumen	3	5,66
2	Memeriksa Tren Dipasaran dan Mengandakan Perbaikan Produksi	13	24,53
3	Memeriksa Manajemen Usaha dan Memperbaharui Manajemen Usaha	37	69,81
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.42, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait langkah penyelamatan usaha ketika usaha mereka sedang mengalami kemunduran. Dimulai dari 69,81% pengusaha konveksi yang memilih untuk melakukan pemeriksaan pada manajemen usahanya dan memperbaharui manajemen usahanya agar industri konveksi yang dikelola kembali berjalan baik, lalu terdapat 24,53% pengusaha konveksi yang memilih untuk memeriksa tren model yang sedang diminati oleh konsumen dan melakukan perbaikan, hanya terdapat 5,66% pengusaha yang akan melakukan pengurangan pegawai dan memilih untuk memproduksi satu jenis produk.

Tabel 4.43. Jumlah Pelanggan Tetap

No	Pelanggan Tetap	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Tidak Memiliki	5	9,43
2	1 – 5 orang	16	30,19
3	6 – 10 orang	22	41,51
4	> 10 orang	10	18,87
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.43, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jumlah pelanggan tetap. Dimulai dari 41,51% pengusaha konveksi yang menjawab memiliki 6 – 10 orang pelanggan tetap, lalu terdapat 30,19% pengusaha konveksi yang memiliki 1 – 5 orang pelanggan tetap, lalu terdapat 18,87% pengusaha konveksi yang memiliki pelanggan tetap lebih dari 10 orang, dan hanya terdapat 9,43% pengusaha konveksi yang tidak memiliki pelanggan tetap.

Tabel 4.44. Jenis Keluhan Konsumen

No	Jenis Keluhan	Frekuensi	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Belum mendapatkan keluhan	30	56,60
2	Hasil jahitan kurang bagus	6	11,32
3	Jenis bahan berbeda tiap pesanan	5	9,43
4	Ketepatan waktu mengulur	12	22,64
<b>Total</b>		53	100,0

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

Berdasarkan tabel 4.44, terdapat 53 responden pengusaha konveksi memiliki jawaban yang berbeda terkait jenis keluhan yang diterima dari konsumen. Dimulai dari 56,60% pengusaha konveksi yang mengaku belum mendapatkan keluhan, lalu terdapat 22,64% pengusaha konveksi yang mendapatkan jenis keluhan berupa ketepatan waktu yang mengulur, lalu terdapat 11,32% pengusaha konveksi yang mendapatkan keluhan berupa hasil jahitan kurang bagus, hanya terdapat 9,43% pengusaha konveksi yang mendapatkan keluhan berupa jenis bahan yang berbeda di setiap pesanan.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian Terkait Pengelolaan Konveksi**

Sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, mampu berkembang dan menjadi magnet bagi para konsumen dikarenakan letaknya yang sangat strategis, hal ini dikarenakan letak sentra industri konveksi dilalui oleh jalan lokal K.H. Wahid Hasyim serta ketersediaan angkutan umum sehingga konsumen dapat dengan mudah datang dikarenakan faktor aksesibilitas yang memadai. Lokasi strategis juga dipengaruhi oleh tersedianya berbagai jenis bahan di Kelurahan Cipadu Jaya yang dijual oleh para pengusaha kain. Jenis jenis kain yang diperjualbelikan oleh para pengusaha mulai dari bahan jenis katun berbahan serat kapas 70 persen (katun caded) dan halus (*combed*), *viscose* (bahan kain halus, licin, dan lentur yang sering digunakan untuk busana pesta, *casual wear*, *lingerie*, *underwear*, sampai jaket), dan katun *viscose* (campuran katun dan *viscose*).

Tersedia juga bahan kain *spandex* (elastis/sebagai pengganti karet untuk bahan pakaian renang, olahraga, dan tari), *cashmere* (bahan kain tergolong mewah), *jersey* (kain yang sering digunakan untuk seragam klub bola), *denim* (bahan jins), serta *rayon* (mirip dengan katun, bahan yang terbuat dari polimer organik). Terdapat pula bahan kain *sifon* (bahan dasar kapas, sutra, dan serat sintetis), *hycon* (mirip sifon), *voile* (mirip dengan rayon), brukat, *twistcone* (mirip sifon tetapi lebih tebal), dan *wedges* (bahan tebal dan kaku biasanya



digunakan untuk blazer, pakaian kerja, dan formal). Sebagian besar kain kain tersebut didatangkan dari pabrik yang ada di Bandung.

Jasa reparasi alat produksi serta penjual aksesoris pakaian juga tersedia di Kelurahan Cipadu Jaya. Jarak yang dekat antara pengusaha konveksi dengan sumber bahan memudahkan proses produksi para pengusaha. Dilihat dari pola persebarannya, lokasi para pengusaha dapat dikategorikan memanjang mengikuti jalan. Berpusatnya para pengusaha konveksi di sentra industri konveksi menyebabkan konsumen tidak mengalami kendala dalam menemukan atau mencari konveksi. Berbagai hal tersebut telah menjadikan Kelurahan Cipadu Jaya sebagai sentra industri konveksi yang ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai dengan hasil produksinya berupa pakain dan spreii.

Walaupun sebagian besar para pengusaha bertamatkan SMP, akan tetapi mereka mampu menjalankan usaha dengan baik. Hal ini dikarenakan, para pengusaha memiliki orangtua yang pernah berprofesi di industri konfeksi atau para pengusaha pernah membuka usaha di lokasi lain. Adapun dalam pengelolaan yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi, maka dapat diamati dalam bidang perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

1. Tahap Perencanaan dalam Pengelolaan Konveksi
  - a. Perencanaan SDM

Proses perekrutan yang didasarkan pada keahlian dianggap penting oleh para pengusaha agar tidak perlu diadakan pelatihan bagi para tenaga kerja.

Tenaga berasal dari rekan tenaga kerja, Tenaga kerja memberikan saran kepada pengusaha untuk dapat menerima rekan mereka bekerja di industri konveksi. Rekan yang diajak sudah memiliki keterampilan dalam menjahit sehingga membuat para pengusaha tertarik untuk menggunakan jasa mereka, seluruh rekan tenaga kerja yang diajak berasal dari luar Kelurahan Cipadu Jaya, dan tidak memiliki KTP daerah Kelurahan Cipadu Jaya. Lalu terdapat tenaga kerja yang berasal dari luar kota hal ini dikarenakan para tenaga kerja tersebut datang untuk melamar pekerjaan dan mereka juga sudah memiliki kemampuan menjahit. Terdapat pula tenaga kerja yang berasal dari masyarakat sekitar hal ini dikarenakan para tenaga kerja datang untuk melamar pekerjaan. Para pekerja yang berasal dari masyarakat sekitar merupakan warga di Kelurahan Cipadu Jaya yang sudah memiliki KTP Kelurahan Cipadu Jaya. Selanjutnya terdapat beberapa tenaga kerja yang berasal dari luar provinsi, mereka datang ke tanpa ada rekan yang merekomendasikan dan langsung meminta ikut dipekerjakan ke pengusaha.

Rencana jumlah tenaga kerja yang mereka rencanakan adalah kurang dari 10 orang. Hal ini dikarenakan modal yang dimiliki oleh para pengusaha masih relatif kecil sehingga mereka membaginya untuk pembelian alat produksi dan bahan baku. Seluruh responden pengusaha menyatakan bahwa penambahan tenaga kerja yang mereka lakukan adalah menyesuaikan dengan kebutuhan, yaitu disaat akan menambah jumlah produksi. Mereka akan mulai melakukan perekrutan. Perekrutan juga didasarkan pada modal dan keuntungan yang

mereka dapat, saat keuntungan sudah cukup untuk menambah alat produksi dan tenaga kerja maka mereka akan mulai merekrut tenaga kerja.

b. Perencanaan Keuangan

Sebagian besar pengusaha menggunakan modal awal yang berasal dari dana pribadi. Para pengusaha konveksi banyak yang tidak menggunakan pinjaman bank dikarenakan mereka khawatir saat usaha mereka sedang redup atau tidak berjalan lancar, maka mereka akan kesulitan untuk membayar ke bank. Sebagian besar bentuk modal yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi adalah uang. Hal ini dikarenakan sebelum memulai usahanya para pengusaha hanya memiliki uang. Sebagian besar para pengusaha memulai usaha dengan modal dana < Rp 5.000.000 hal ini dikarenakan uang tersebut dipergunakan untuk membeli 1-2 alat produksi dan bahan yang dibutuhkan.

c. Perencanaan Produksi

Dalam memulai usaha konveksi, para pengusaha lebih banyak yang menggunakan rumahnya sendiri untuk tempat produksi hal ini dikarenakan untuk mengurangi ongkos menyewa. Luas bangunan usaha yang dimiliki oleh para pengusaha didominasi luas  $50\text{m}^2 - 100\text{m}^2$ . Kondisi ruang usaha yang dimiliki oleh para pengusaha dapat dikatakan sederhana hal ini dapat dilihat jika pengusaha hanya memiliki kondisi ruang usaha dengan ventilasi terbatas, ruang yang tidak luas dan WC. Pengusaha yang menggunakan rumahnya pribadi banyak yang memiliki rumah tidak luas. Hal itu akan semakin mudah ditemukan jika pengusaha mengkontrak rumah untuk dijadikan ruang usaha.

Bagi pengusaha yang memiliki modal dan rumah cukup besar maka akan memiliki kamar inap bagi para tenaga kerjanya, ruang yang luas, ventilasi yang memadai dan MCK.

Sebagian besar para pengusaha memiliki alat produksi dengan cara membeli baru. Harga perunit alat produksi berkisar 2 juta dan jika mereka membeli secara paket yang berisi 5 mesin berkisar 10 juta yaitu 3 mesin jahit dan 1 mesin bordir. Jumlah alat produksi yang dimiliki oleh para pengusaha yaitu 1 – 5 mesin, hal ini disesuaikan dengan modal yang mereka miliki. Jika mereka memiliki modal besar maka jumlah alat produksi akan meningkat mencapai 6 – 10 mesin. Bahan baku yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi didapatkan dengan cara membeli di Toko Kain yang berada di Kelurahan Cipadu Jaya. Hal ini mereka gunakan untuk mempermudah dalam distribusi bahan baku dan tidak menghambat proses produksi. Lalu terdapat pengusaha yang membeli di pabrik kain, hal ini dilakukan oleh para pengusaha migran yang memiliki modal besar dan mempunyai produksi besar. Terdapat pengusaha konveksi yang mendapatkan bahan baku berasal dari bahan titipin konsumen yang meminta mereka untuk membuatkan bahan sesuai dengan model yang mereka inginkan dan bahan yang sudah konsumen tentukan.

Desain produk yang dimiliki oleh para pengusaha konveksi sebagian besar disesuaikan oleh pesanan dari konsumen. Para pengusaha hanya akan membuat desain sesuai dengan pesanan yang didapatnya. Walaupun begitu terdapat pengusaha yang melakukan desain berdasarkan ide pribadi sehingga

mereka dapat membuat tren dari desain yang para pengusaha konveksi buat. Perencanaan proses produksi yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi berdasarkan pesanan yang diterima hal ini juga sesuai dengan desain produk yang mereka dapatkan dari para konsumen. Terdapat pengusaha konveksi yang melakukan produksi berdasarkan inisiatif pengusaha. Mereka berani mengambil resiko dalam memproduksi dan berinisiatif membuat produk-produk yang bisa disukai oleh para konsumen. Mereka melakukan produksi setiap hari dan para pengusaha konveksi yakin jika hasil produksinya akan ada yang membeli.

d. Perencanaan Pemasaran

Bentuk promosi yang sebagian besar dilakukan oleh para pengusaha konveksi adalah menyebarkan informasi dari mulut ke mulut, hal ini dilakukan karena pada saat mereka memulai usaha, media sosial belum berkembang dan dengan menggunakan metode dari mulut ke mulut maka akan mengekonomiskan biaya pemasaran. Terdapat pengusaha yang melakukan promosi hasil produksi dengan melalui iklan di media sosial dan kartu nama. Lalu beberapa konsumen melakukan promosi dengan memenuhi order toko sehingga hasil produksinya akan berada ditoko dan pihak toko akan mempercayakan produksinya kepada pengusaha konveksi.

Strategi keunggulan bersaing yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi berdasarkan pengusaha konveksi memberikan kualitas barang yang bagus dengan harga yang disesuaikan dengan kualitas barang yang diberikan. Lalu terdapat pengusaha memberikan pelayanan prima kepada konsumen yaitu

dengan menyelesaikan pesanan tepat waktu, dan bersikap ramah. Terdapat pengusaha konveksi memberikan pemenuhan bagi selera konsumen, hal ini dilakukan karena memang tidak semua usaha konveksi mampu memproduksi berbagai jenis barang sesuai keinginan konsumen. Hanya terdapat sedikit pengusaha konveksi yang memberikan harga termurah, hal ini memang dipergunakan untuk memikat konsumen.

## 2. Tahap Pengorganisasian dalam Pengelolaan Konveksi

### a. Pengorganisasian SDM

Seluruh responden pengusaha konveksi menyatakan bahwa mereka tidak mempunyai struktur organisasi, hal ini dikarenakan usaha konveksi dijalankan sendiri oleh para pengusaha dan tidak menggunakan oranglain untuk membantu mengurus usaha konveksi. Para pengusaha hanya memiliki para pekerja untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh pengusaha untuk menjahit dan mengepak.

### b. Pengorganisasian Keuangan

Para pengusaha konveksi lebih memilih menepati janji dan memberi upah yang layak agar mendapatkan simpati dari para karyawan hal ini dikarenakan jika para karyawan merasa diberikan upah yang layak maka kerja mereka akan bersemangat dan dapat melakukan produksi dengan baik serta ucapan dari pengusaha yang dapat menepati janji disaat menjanjikan sesuatu kepada karyawan akan menambah nilai wibawa sang pengusaha konveksi, lalu terdapat

pengusaha konveksi yang memilih mampu memberikan arahan, jujur dan demokratis dalam memimpin para tenaga kerja hal ini dikarenakan arahan produksi yang jelas, jujur dalam bersikap dan bertutur kata serta mampu mendengarkan saran dari para tenaga kerja yang akan membuat pengusaha memiliki wibawa.

Para pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000/ minggu hal ini dikarenakan para pengusaha konveksi mampu melakukan pengelolaan uang dengan baik. Terdapat pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan < Rp 5.000.000/minggu hal ini terjadi karena memang produksi mereka yang belum besar dan jumlah pelanggan yang dimiliki juga belum banyak, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan Rp11.000.000 – Rp 15.000.000, hanya terdapat sebagian kecil pengusaha konveksi yang memiliki keuntungan >Rp 15.000.000/minggu, hal ini terjadi karena hanya beberapa pengusaha yang memiliki modal besar dan mampu memproduksi dalam jumlah besar sehingga keuntungan yang diperoleh juga besar. Seluruh responden pengusaha konveksi, menyatakan bahwa sistem evaluasi yang mereka lakukan adalah mingguan. Mereka melakukan pengecekan produksi yang dibuat dan yang mereka jual dalam tiap minggunya. Hal ini juga berkaitan dengan sistem upah yang mereka terapkan yaitu tiap minggu kepada seluruh tenaga kerja.

c. Pengorganisasian Produksi

Seluruh responden pengusaha konveksi, menyatakan bahwa sistem kerja tenaga kerja yang mereka terapkan adalah menyesuaikan dengan keahlian dan kemampuan para tenaga kerja dalam melakukan produksi tiap minggunya. Seluruh responden pengusaha konveksi, menyatakan bahwa dalam penempatan dan pembagian tugas tenaga kerja disesuaikan dengan keahlian yang dimiliki, jika tenaga kerja memiliki keahlian menjahit maka akan ditaruh pada bagian produksi, jika pekerja tidak memiliki kemampuan menjahit maka akan ditaruh pada bagian pengepakan. Seluruh responden pengusaha konveksi menyatakan bahwa dalam melakukan pemilihan bahan didasarkan pada jenis dan kualitas bahan. Jika mereka ingin memproduksi maka jenis dan kualitas bahan yang sudah dikonsultasikan dengan konsumen akan mereka cari. Hal serupa terjadi pada pengusaha konveksi yang melakukan produksi berdasarkan ide yang dimilikinya maka pengusaha tersebut akan memilih bahan yang sesuai dengan kehendaknya, jika melakukan produksi dengan bahan yang tidak sesuai maka konsumen jarang yang akan meminatinya bahkan tidak ingin membelinya.

Para pengusaha konveksi yang membeli bahan sesuai jumlah pesanan hal ini dikarenakan para pengusaha tidak ingin membeli secara berlebihan agar pengeluaran untuk pembelian bahan dapat dilakukan secara efektif dan efisien, lalu terdapat pengusaha konveksi yang membeli dalam jumlah sedikit hal ini dikarenakan untuk menyesuaikan modal yang mereka miliki, lalu terdapat pengusaha konveksi yang membeli dalam satuan yang sudah ditentukan oleh



pabrik hal ini dikarenakan saat membeli di pabrik maka tidak dapat membeli dalam satuan kecil dan harus mengikuti standar ukuran minimal pembelian yang diterapkan oleh pabrik kain, dan hanya sebagian kecil pengusaha konveksi yang membeli dalam jumlah banyak, hal ini dikarenakan mereka adalah pengusaha yang memproduksi atas dasar gagasan mereka dan menyetok di gudangnya dalam jumlah besar atau pengusaha konveksi yang memiliki jumlah pesanan produksi yang banyak sehingga mereka mempersiapkan bahan baku dalam jumlah banyak.

d. Pengorganisasian Pemasaran

Para pengusaha konveksi yang menggunakan dana pribadi untuk mengembangkan usahanya hal ini dikarenakan pengusaha memang menghindari pinjaman dari bank, lalu terdapat pengusaha konveksi yang menggunakan dana pinjaman bank, hal ini dikarenakan modal yang berasal dari dana pribadi belum mencukupi modal untuk mengembangkan usaha, berkaitan dengan resiko yang akan dihadapi nanti jika melakukan peminjaman dari bank. Beberapa pengusaha melakukan peminjaman ke Bank adapun bank yang dipilih adalah BRI, BNI atau Bank Mandiri. Dengan adanya peminjaman, para pengusaha tersebut sudah memperhitungkan dengan benar akan kebutuhan yang diperlukan sehingga proses pengembalian tidak akan memberatkan.

### 3. Tahap Pelaksanaan dalam Pengelolaan Konveksi

#### a. Pelaksanaan SDM

Para pengusaha konveksi yang memiliki jumlah tenaga kerja 1 – 5 orang dalam industri mereka hal ini dikarenakan para pengusaha konveksi menyesuaikan dengan produksi dan perkembangan usaha yang dimilikinya, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memiliki jumlah tenaga kerja 6 – 10 orang , dan hanya ada sebagian kecil pengusaha konveksi yang memiliki tenaga kerja lebih dari 15 orang. Hal ini dikarenakan industri konveksinya sudah berkembang pesat dan banyak memiliki pelanggan sehingga proses produksi memerlukan jumlah tenaga yang banyak. Para pengusaha konveksi yang memiliki jumlah jam kerja 12 jam sehari. Standar bekerja adalah 8 jam/hari akan tetapi pada pekerjaan ini lebih dikususkan pada keahlian dan kesanggupan tenaga kerja dalam menyelesaikan pekerjaannya sehingga para pekerja mampu bekerja 12 jam/hari. Adapun pembagian jam kerja meliputi jam kerja pagi mulai dari jam 08.00 – 12.00, lalu istirahat selama 2 jam lalu dilanjutkan mulai jam 14.00– 18.00, lalu isitirahat dan kembali bekerja jam 19.00 – 23.00. hal ini disesuaikan dengan kebiasaan dan kemampuan kerja para tenaga kerja dalam sehari.

#### b. Pelaksanaan Keuangan

Para pengusaha konveksi yang memiliki biaya produksi tiap minggu berkisar Rp 8.000.000 – Rp 10.000.000 hal ini dikarenakan disesuaikan dengan

pesanan yang didapat, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memiliki biaya produksi > Rp 10.000.000, hal ini dikarenakan jumlah produksi yang harus dilakukan memang dalam jumlah besar. Para pengusaha konveksi yang memberikan upah lebih dari Rp 750.000/ minggu hal ini disesuaikan dengan jumlah produksi yang berhasil diselesaikan oleh tiap tenaga kerja perminggunya., lalu terdapat pengusaha konveksi yang memberikan upah berkisar Rp 501.000 – Rp 750.000. Hal ini disesuaikan dengan kebijakan upah yang diberikan tiap pengusaha kepada para tenaga kerja yang bekerja di industri konveksinya.

Para pengusaha konveksi yang hanya memiliki buku kas walaupun mereka memiliki buku kas akan tetapi tetap jarang mereka pergunakan. Buku kas hanya dipakai sewaktu-waktu sesuai keinginan pengusaha. Terdapat pengusaha konveksi yang tidak mempunyai catatan administrasi hal ini dikarenakan mereka sudah memiliki ketentuan pengeluaran dalam seminggu, sehingga pemilikan catatan administrasi akan menyusahkan dan membuat mereka bingung. Alasan lainnya para pengusaha tidak ingin terlalu perhitungan dengan dana yang mereka pergunakan, karena jika terlalu perhitungan akan menyusahkan mereka dalam menikmati hasil kerja yang sudah dilakukan.

c. Pelaksanaan produksi

Seluruh responden pengusaha konveksi menyatakan bahwa mereka selalu memberikan pelumas ke mesin setiap akan digunakan hal ini bertujuan untuk

mencegah alat produksi menjadi rusak dan memperlancar proses produksi yang rata-rata berlangsung 12 jam/hari. Para pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan pesanan konsumen hal ini dikarenakan agar proses produksi dapat efektif dan efisien, lalu terdapat pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan ide dan gagasan yang dimiliki, hanya terdapat beberapa pengusaha konveksi yang melakukan proses produksi berdasarkan pesanan yang didapat dari toko. Terkait kuantitas hasil produksi konveksi, para pengusaha konveksi yang mampu memproduksi lebih dari 751 item/minggu. Rata-rata para pengusaha mampu memproduksi sebanyak 1000 item/minggu hal ini dikarenakan pesanan yang mereka dapatkan berjumlah banyak. Hanya terdapat beberapa pengusaha konveksi yang mampu menghasilkan 501 – 750 item/minggu.

d. Pelaksanaan Pemasaran

Terkait usaha untuk meningkatkan penjualan. terdapat pengusaha konveksi yang menyatakan usaha penjualan dapat ditingkatkan jika ada penambahan modal. Penambahan modal akan mereka gunakan untuk menambah jumlah mesin produksi, membeli bahan, dan memperkerjakan tenaga kerja, lalu terdapat pengusaha konveksi yang melakukan peningkatan order toko hal ini dikarenakan banyak pengusaha yang menyediakan jasa penjahitan sehingga memperbanyak pesanan akan memperbanyak keuntungan yang mereka miliki, lalu terdapat pengusaha konveksi yang akan meningkatkan

penjualan dengan membuka cabang baru sehingga jumlah produksi yang dihasilkan dapat meningkat.

Terkait luas wilayah pemasaran, terdapat pengusaha konveksi yang memiliki luas wilayah pemasaran mencapai antar provinsi di Indonesia hal ini dikarenakan hubungan dan kepercayaan yang terjalin antar pengusaha dan pelanggan terjalin kuat sehingga pelanggan tak segan merekomendasikan pengusahanya ke konsumen lain untuk menggunakan jasa konveksi dari pengusaha yang dipercayainya, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memiliki luas wilayah pemasaran mencapai luar kota, hal ini dapat disebabkan karena mereka tidak ingin terlalu banyak membuka peluang dan ingin mempertahankan dengan baik pelanggan yang sudah dimiliki saat ini.

#### 4. Tahap Pengawasan dalam Pengelolaan Konveksi

##### a. Pengawasan SDM

Terkait pelaksanaan *quality control*, terdapat pengusaha konveksi yang melaksanakan pengawasan dan pengecekan, dimulai dari sebelum produksi yaitu pembelian bahan, lalu saat produksi yang berlangsung setiap hari dan setelah produk selesai dibuat maka para pengusaha akan mengecek kualitas hasil jahitan agar konsumen puas akan hasil produksinya. Terdapat juga pengusaha konveksi yang hanya melakukan pengawasan produksi sebelum dan setelah produk jadi, hal ini dikarenakan mereka sudah mempercayai para pekerjanya dan beberapa pengusaha ada yang menungaskan tenaga kerjanya

untuk melaporkan hal hal yang terjadi selama proses produksi berlangsung sehingga para pengusaha tidak perlu setiap hari mengecek proses produksi.

Terkait jadwal pengawasan produksi terdapat pengusaha konveksi yang melakukan proses pengawasan produksi setiap hari hal ini dikarenakan rumah mereka dijadikan ruang produksi, lalu terdapat pengusaha konveksi yang melakukan 3 hari sekali, hal ini terjadi dikarenakan produksi dilakukan tidak dirumahnya dan mengotrak sebuah rumah untuk dijadikan lokasi usaha konveksi, lalu terdapat juga pengusaha konveksi yang melakukan pengawasan seminggu sekali, hal ini terjadi dikarenakan rumah dan tempat usaha konveksi yang cukup jauh walaupun masih dalam satu kelurahan sehingga para pengusaha tersebut menugaskan seseorang tenaga kerja yang dipercayai untuk melaporkan hal-hal yang terjadi di konveksi.

b. Pengawasan Keuangan

Seluruh responden pengusaha konveksi menyatakan bahwa sistem pengupahan yang dilakukan adalah menurut waktu yaitu tiap minggu. Tiap minggu dipilih dikarenakan jika harus menunggu satu bulan dirasa cukup lama dan akan menjadikan pengawasan produksi dan pengupahan tidak maksimal.

c. Pengawasan Produksi

Seluruh responden pengusaha konveksi menyatakan bahwa kelebihan usaha konveksi yang mereka miliki dikhususkan pada hasil jahitan yang bagus dan jenis bahan yang berkualitas. Hal ini mereka jaga agar konsumen tidak

beralih dan tetap mempercayai mereka. Selain itu mereka menyadari jika hasil jahitan dan jenis bahan tidak bagus. Maka, produksi yang para pengusaha lakukan akan terbuang sia-sia dikarenakan konsumen tidak menaruh minat untuk membeli produk mereka. Seluruh responden pengusaha konveksi, menyatakan bahwa kendala yang sering mereka jumpai adalah bahan yang susah didapatkan.

Hal ini dapat terjadi karena kebutuhan bahan yang tinggi di setiap konveksi dan para pengusaha tak jarang harus berebut mendapatkan bahan yang mereka inginkan dari tiap toko kain. Prinsip siapa cepat dia yang dapat, selalu terjadi di setiap pengusaha konveksi sehingga jika mereka tak mendapatkan di toko kain, para pengusaha akan mulai pergi ke pabrik kain yang tentu saja jika membeli di pabrik harus sesuai dengan jumlah minimal pembelian di pabrik. Di pabrik kain para pengusaha konveksi konveksi juga harus bersaing mendapatkan bahan yang diinginkan dengan para pengusaha konveksi lain dan para pengusaha kain. Tak dapat dipungkiri, jika proses mendapatkan bahan tersendat maka proses produksi juga akan mengulur yang berdampak pada waktu penyelesaian dan pemberian ke konsumen.

d. Pengawasan pemasaran

Terkait langkah penyelamatan usaha ketika usaha mereka sedang mengalami kemunduran. Sebagian besar pengusaha konveksi yang memilih untuk melakukan pemeriksaan pada manajemen usahanya dan memperaharui manajemen usahanya agar industri konveksi yang dikelola kembali berjalan

baik hal ini dapat terjadi dikarenakan para pengusaha tidak akan mau melakukan pemecatan kepada para tenaga kerjanya, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memilih untuk memeriksa tren model yang sedang diminati oleh konsumen dan melakukan perbaikan, hanya terdapat beberapa pengusaha konveksi yang akan melakukan pengurangan pegawai dan memilih untuk memproduksi satu jenis produk. Pengurangan pegawai yang dilakukan pada dasarnya disadari oleh para tenaga kerja, saat dirasa produksi sedang menurun maka mereka akan langsung mengundurkan diri sembari terus melihat kondisi perkembangan industri konveksi tersebut. Saat dirasa industri konveksi tersebut sudah kembali membaik maka mereka akan kembali bekerja di industri tersebut dan pengusaha akan menerima mereka kembali.

Terkait jumlah pelanggan tetap. Para pengusaha konveksi memiliki 6-10 orang pelanggan tetap hal ini dikarenakan usaha mereka sudah tumbuh dan berkembang sehingga pelanggan yang dimiliki juga bertambah, lalu terdapat pengusaha konveksi yang memiliki 1-5 orang pelanggan tetap, lalu terdapat juga pengusaha konveksi yang memiliki pelanggan tetap lebih dari 10 orang, dan hanya terdapat beberapa pengusaha konveksi yang tidak memiliki pelanggan tetap, hal ini disebabkan usaha mereka yang baru dirintis dan jenis konsumen yang datang tidak dapat dikategorikan pelanggan tetap.

Terkait jenis keluhan yang diterima dari konsumen. Terdapat pengusaha konveksi yang mengaku belum mendapatkan keluhan hal ini dikarenakan para



pengusaha konveksi berfokus pada kualitas bahan dan hasil jahitan sehingga konsumen menyukai dan terus datang untuk membeli, lalu terdapat pengusaha konveksi yang mendapatkan jenis keluhan berupa ketepatan waktu yang mengulur hal ini disebabkan karena sulitnya mendapatkan bahan baku yang diinginkan sehingga memperlambat proses produksi, lalu terdapat pengusaha konveksi yang mendapatkan keluhan berupa hasil jahitan kurang bagus, hal ini dapat terjadi karena terselip satu barang yang kurang bagus pada saat pemberian ke konsumen, hanya terdapat pengusaha konveksi yang mendapatkan keluhan berupa jenis bahan yang berbeda di setiap pesanan, hal ini dikarenakan proses mendapatkan bahan yang cukup sulit, sehingga para konsumen yang akan memesan disarankan untuk langsung membeli dalam jumlah besar dan tidak bergelombang. Hal ini diperlukan agar jenis bahan dan warna yang didapatkan sama dan tidak berbeda-beda.

## 5. Rangkuman

Tabel. 4.45 Rangkuman Hasil Penelitian

<b>PENGELOLAAN</b>	<b>ASPEK</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>
<b>PERENCANAAN</b>	SDM	Perekrutan berdasarkan keahlian tenaga kerja
		Asal tenaga kerja : Rekan tenaga kerja
		Rencana jumlah tenaga kerja < 10 orang
		Penambahan dilakukan Saat Diperlukan
	Keuangan	Dana modal : Dana pribadi
		Bentuk Modal : Uang
		Modal < Rp 5.000.000
Produksi	Status bangunan usaha milik pribadi	

		Luas rumah : 50m <sup>2</sup> – 100m <sup>2</sup>
		Ventilasi terbatas, tidak ada kamar inap & WC
		Alat produksi milik sendiri
		Jumlah alat produksi : 1-5 mesin
		Bahan baku berasal dari toko kain
		Desain produk sesuai pesanan konsumen
		Perencanaan produksi sesuai pesanan konsumen
	Pemasaran	Strategi pemasaran : Mulut ke mulut
		Keunggulan bersaing : Kualitas produk setara harga
<b>PENGORGANISASIAN</b>	SDM	Tidak memiliki struktur organisasi
		Kepemimpinan : Menepati janji & memberikan upah layak
	Keuangan	Keuntungan : Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
		Sistem Evaluasi Administrasi : Waktu/Mingguan
	Produksi	Sistem Kerja : Keahlian & kemampuan penyelesaian
		Penempatan tugas: keahlian tenaga kerja
		Bahan baku : Jenis & kualitas bahan baku
		Jumlah pembelian : Sesuai pesanan konsumen
	Pemasaran	Pengembangan usaha : Dana Pribadi
	<b>PELAKSANAAN</b>	SDM
Jam kerja 12 jam/hari		
Keuangan		Biaya produksi : Rp 8.000.000 – Rp 10.000.000
		Upah tenaga kerja > Rp 750.000 / minggu
		Catatan administrasi : Buku kas

		Pengusaha jarang melakukan pencatatan administrasi
	Produksi	Perawatan dilakukan saat akan dipergunakan
		Proses produksi : Pesanan konsumen
		Kuantitas produksi : 751 item/minggu
	Pemasaran	Peningkatan penjualan : Penambahan modal
		Luas wilayah pemasaran : Antar provinsi
<b>PENGAWASAN</b>	SDM	Pengawasan : Sebelum, pada saat & sesudah produksi
		Pengawasan : Setiap hari
	Keuangan	Sistem pengupahan : Mingguan
	Produksi	Kelebihan usaha konveksi : Hasil jahitan & bahan berkualitas
		Kendala produksi : Bahan susah didapatkan
	Pemasaran	Penyelamatan usaha : Pemeriksaan & pembaharuan manajemen usaha
		Jumlah pelanggan tetap > 10 orang
		Pengusaha sebagian besar belum mendapatkan keluhan

*Sumber : Hasil Penelitian, Januari 2017*

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara garis besar pengelolaan sentra industri konveksi yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang Provinsi Banten dapat dikatakan baik. Hal ini dapat dilihat dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang terjadi di sentra industri konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya. Pada tahap perencanaan, para pengusaha mempekerjakan tenaga kerja berjumlah < 10 orang yang didapat dari rekan tenaga kerja, modal pribadi yang digunakan < Rp 5.000.000. Bangunan rumah pribadi dipergunakan sebagai ruang produksi. Mesin yang direncanakan dimiliki oleh pengusaha berjumlah 1-5 mesin.

Pada tahap pengelolaan yang dilakukan oleh para pengusaha dilakukan secara pribadi, para tenaga kerja melakukan proses produksi selama 6 hari, dimulai dari hari senin-sabtu. Dalam sehari mereka mampu bekerja selama 12 jam, mereka dibebaskan oleh pengusaha konveksi untuk mampu menyelesaikan proses produksi. Rata-rata para tenaga kerja memiliki upah sebesar > Rp 750.000 tiap minggunya. Keuntungan yang diperoleh oleh pengusaha konveksi dalam seminggu dapat mencapai kisaran > Rp 10.000.000. Pengusaha konveksi selalu menjaga kualitas dan jenis bahan yang digunakan agar tetap dapat

menarik minat konsumen. Bahkan tak jarang dari mereka melakukan produksi atas ide dan inisiatif sendiri agar dapat lebih mengembangkan usaha mereka.

Pada tahap pelaksanaan para pengusaha konveksi melakukan produksi tiap minggunya dengan mengeluarkan dana berkisar Rp 8.000.000 – Rp 10.000.000. Produksi diusaha mereka rata-rata dilakukan oleh 6 – 10 orang tenaga kerja. Dalam seminggu para pengusaha konveksi mampu menyelesaikan >1000 produk/item, hal ini dapat terjadi karena konsumen yang membeli sudah mencapai wilayah antar provinsi. Para pengusaha jarang melakukan pencatatan administrasi akan tetapi mereka memiliki ukuran standar dalam mengeluarkan dana setiap minggunya.

Pada tahap pengawasan dilakukan sebagian besar pada sebelum, pada saat dan setelah proses produksi dan dilakukan setiap hari dikarenakan rumah pengusaha yang dijadikan lokasi usaha. Dalam pengawasan produksi, para pengusaha menyatakan bahwa kelebihan usaha konveksi yang mereka miliki dikhususkan pada hasil jahitan yang bagus dan jenis bahan yang berkualitas. Hal ini mereka jaga agar konsumen tidak beralih dan tetap mempercayai mereka. Kendala yang sering mereka jumpai adalah bahan yang susah didapatkan. Saat produksi sedang turun para pengusaha lebih memilih untuk melakukan pemeriksaan pada manajemen usahanya dan memperaharui manajemen usahanya agar industri konveksi yang dikelola kembali berjalan baik. Beberapa jenis keluhan yang pernah dialami diantaranya jahitan kurang bagus, bahan yang tidak sama, dan keterlambatan penyerahan ke konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis mengajukan saran-saran yang berguna bagi pihak yang terkait dalam pembahasan tersebut:

1. Bagi masyarakat yang merupakan penduduk asli di Kelurahan Cipadu Jaya, agar mau kembali melaksanakan usaha yang pernah dikerjakan. Hal ini didasarkan peran para penduduk asli yang pada mulanya memperkenalkan wilayah Kelurahan Cipadu Jaya sebagai sentra industri tekstil dan konveksi. Kemunduran dan tidak berlanjutnya usaha yang pernah dilakukan oleh penduduk asli atau pengusaha asli Kelurahan Cipadu Jaya diharapkan mampu kembali bangkit dan diteruskan kepada anak-cucunya agar kontribusi penduduk asli mampu tetap ada dan tidak hilang begitu saja.
2. Penelitian ini juga perlu dikembangkan untuk ilmu pengetahuan bidang geografi.
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan agar memperluas objek penelitian, menambah variabel, serta menambah jumlah responden agar mendapatkan hasil yang signifikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Muhammad. 2011. *Manajemen Operasi dan Produksi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Anonim. 2010. *Pengembangan Sentra dan Produk Unggulan UMKM*, [pdf], (<http://tasrifin.dosen.narotama.ac.id>, diakses tanggal 6 Desember 2016)
- Badrudin.2015. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- BPS. 2012. *Analisis Mobilitas Tenaga Kerja Hasil Survei Angkatan Kerja Nasional*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- \_\_\_\_\_. 2012. *Statistik Migrasi Banten*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- \_\_\_\_\_. 2013. *Penduduk Indonesia*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- \_\_\_\_\_. 2013. *Profil Migran Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- \_\_\_\_\_. 2013. *Statistik Mobilitas Penduduk dan Tenaga Kerja*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- \_\_\_\_\_. 2015. *Statistik Mobilitas Penduduk dan Tenaga Kerja*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup
- \_\_\_\_\_. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup
- Dalyono.2008.*Dasar-dasar perancangan produk tekstil*.Bandung:Graha ilmu
- Dewi, Surya. 2014. *Studi Terhadap Mobilitas Pekerja Industri Kecil Sepatu di Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur*. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta
- Gunadhi, Erwin. 2006. *Kewirausahaan*. Garut : STT Garut
- Handoko, T. Hani, 2016. *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA
- Hanafi, Mamduh. M. 2016. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA
- Hasibuan, Malayu S. P. 2004. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara
- \_\_\_\_\_. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Hosnan. 2016. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Indriastuti, Betty. 2009. *Kajian Tentang Pengelolaan Usaha pada Industri Kecil Konveksi di Desa Tempursari Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten*. Semarang : Universitas Negeri Semarang
- Kamaludin dan Rini Indriani. 2012. *Manajemen Keuangan Konsep Dasar dan Penerapannya*. Bandung : CV. Mandar Maju
- Kasfy, Nurrolich El. 2012. *Mobilitas Penduduk Tenaga Kerja Perempuan ke Kabupaten Bekasi Jawa Barat*. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta

- Kusriyanti.2001.*Karakteristik Migran Dalam Memasuki Sektor Informal (Studi Deskriptif Pedagang Kakilima di Kelurahan Balimester Kecamatan Jatinegara Jakarta Timur)*. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta
- Lindhawati, Erny.2008. *Pengelolaan Usaha Konveksi di Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta
- Maniar Berliana, Sarni.dkk. 2016.*Official Statistics Sosial – Kependudukan Dasar*. Bogor: IN MEDIA
- Republik Indonesia. 2005. *Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia No:23/PER/M.KUKM/XI/2005 tentang Pedoman Penumbuhan dan Pengembangan Sentra Usaha Kecil dan Menengah*. Sekretariat Negara. Jakarta
- Morissan.2015. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Grup
- Purwanto. 2006. *Diktat Pengantar Kewirausahaan*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Samosir, Omas Bulan.2011. *Dasar-Dasar Demografi*. Jakarta: Salemba Empat
- Santoso, Iman. 2014. *Perspektif imigrasi dalam migrasi manusia*. Jakarta: Pustaka Reka Cipta
- Santoso, Rokhedi Priyo. 2012. *Ekonomi Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Sjafrizal. 2014. *Ekonomi Wilayah dan Perkotaan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustakabarupress
- Sumanto. 2014. *Hubungan Industrial Memahami dan Mengatasi Potensi Konflik-Kepentingan Pengusaha-Pekerja Pada Era Modal Global*. Yogyakarta : CAPS
- Sule, Ernie Trisnawati dan Kurniawan Saefullah. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Grup
- Tim Penulis. 2010. *Konsep Dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Kementrian Pendidikan Nasional
- Yusuf, A. Muri. 2015. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Grup
- Zakiyudin, Ali. 2016. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media



## **Lampiran 1 Kuesioner**

No. Responden :

### **INSTRUMEN PENELITIAN**

**Kepada Yth.**

**Bapak/Ibu/Saudara/i**

**Dengan Hormat,**

Saya, mahasiswa Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta, bermaksud mengadakan penelitian di wilayah ini untuk memperoleh data yang digunakan untuk kepentingan skripsi, dengan judul “Studi Terhadap Pengelolaan Konveksi Pada Sentra Industri Konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang”.

Untuk itu, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi dan menjawab kuisisioner ini dengan baik, dan sejujur-jujurnya, demi terwujudnya informasi yang valid dan terpercaya. Atas segala bantuannya, Peneliti mengucapkan banyak terimakasih.

Peneliti,

Luhung Priambodo

#### **A. Identitas Responden**

Nama Responden :  
Jenis Kelamin :  
Umur :  
Alamat :  
Asal Daerah :  
Pendidikan Terakhir :

**B. Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberi tanda (x) pada huruf a, b, c, atau d!**

1. Apa status bangunan usaha industri konveksi anda?
  - a. Milik Pribadi
  - b. Kontrak
  - c. Milik Saudara
  - d. Milik Orangtua
2. Berapa luas bangunan usaha industri konveksi anda?
  - a.  $50\text{m}^2 - 100\text{m}^2$
  - b.  $101\text{m}^2 - 150\text{m}^2$
  - c.  $151\text{m}^2 - 200\text{m}^2$
  - d.  $201\text{m}^2 - 250\text{m}^2$
3. Bagaimana keadaan ruang kerja usaha industri konveksi anda?
  - a. Ruang luas, ventilasi memadai, ada kamar inap karyawan, ada kamar mandi dan WC
  - b. Ventilasi tiap ruang ada, ruang cukup luas, ada kamar mandi dan WC
  - c. Ventilasi terbatas hanya didepan, ruang tidak luas, ada WC
  - d. Ventilasi terbatas hanya didepan, ruang tidak luas, tidak ada WC
4. Darimana anda mendapatkan modal untuk mendirikan usaha konveksi?
  - a. Pribadi
  - b. Keluarga
  - c. Pinjaman Bank
  - d. Pinjaman Koperasi
5. Apa bentuk modal untuk usaha konveksi anda?
  - a. Uang
  - b. Uang dan alat produksi
  - c. Uang, alat produksi dan bangunan
  - d. Uang dan bangunan
6. Berapa modal yang anda butuhkan untuk mendirikan usaha konveksi?
  - a. Kurang dari Rp 5.000.000
  - b. Rp 5.000.000 – Rp 15.000.000
  - c. Rp 15.001.000 – Rp 25.000.000
  - d. Lebih dari Rp 25.000.000
7. Bagaimana status kepemilikan mesin dan alat produksi yang anda miliki?
  - a. Milik sendiri, turun temurun
  - b. Miliki sendiri, membeli baru
  - c. Milik sendiri, membeli bekas
  - d. Menyewa / Kontrak
8. Berapa jumlah mesin yang anda rencanakan untuk mendirikan usaha konveksi?
  - a. 1 – 5 mesin
  - b. 6 – 10 mesin
  - c. 11 – 15 mesin
  - d. Lebih dari 15 mesin
9. Bagaimana cara anda untuk mendapatkan bahan baku untuk memproduksi pakaian?
  - a. Membeli dari toko kain
  - b. Membeli dari pabrik kain
  - c. Titipan konsumen
  - d. Membeli produk sisa ekspor
10. Apa yang menjadi ketentuan perusahaan dalam merencanakan tenaga kerja?
  - a. Posisi dan jumlah karyawan yang dibutuhkan
  - b. Produksi konveksi dan keahlian pekerja
  - c. Kesamaan etnis dan kedekatan personal
  - d. Usia dan pendidikan

11. Darimana tenaga kerja usaha konveksi anda berasal?
  - a. Masyarakat sekitar
  - b. Rekan tenaga kerja
  - c. Luar kota, tidak rekan tenaga kerja
  - d. Luar provinsi, tidak rekan tenaga kerja
12. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda rencanakan sebagai tenaga kerja?
  - a. Kurang dari 10 orang
  - b. Antara 11 – 15 orang
  - c. 16 – 20 orang
  - d. 21 – 25 orang
13. Kapan anda melakukan penambahan karyawan?
  - a. Setiap dibutuhkan
  - b. Setiap enam bulan sekali
  - c. Setiap sebulan sekali
  - d. Setiap setahun sekali
14. Dalam merencanakan proses produksi desain pakaian/sprei dibuat?
  - a. Sesuai produk
  - b. Sesuai trend
  - c. Sesuai pesanan
  - d. Sesuai inisiatif pengusaha
15. Berapa rencana biaya produksi yang dibutuhkan untuk pembuatan pakaian setiap minggunya?
  - a. Kurang dari Rp 5.000.000
  - b. Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000
  - c. Rp 8.000.000 – Rp 10.000.000
  - d. Lebih dari Rp 10.000.000
16. Apa yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam merencanakan proses produksi sehingga menghasilkan laba yang besar dan produk yang berkualitas?
  - a. Memproduksi sesuai ide dan inisiatif pengusaha
  - b. Konsumen yang dituju dan pesanan dari konsumen
  - c. Kualitas bahan dan hasil jahitan
  - d. Jumlah tenaga kerja dan trend yang berlaku dipasaran
17. Bagaimana usaha anda dalam mempromosikan hasil produksi?
  - a. Melalui iklan
  - b. Melalui tenaga penjual
  - c. Melalui mulut ke mulut
  - d. Melalui perantara toko
18. Bagaimana strategi pemasaran yang anda lakukan untuk menghadapi persaingan?
  - a. Memberikan pelayanan prima
  - b. Memberikan harga termurah dibandingkan tempat lain
  - c. Memberikan kualitas tinggi dengan harga yang sesuai dengan hasil produk
  - d. Memenuhi selera konsumen
19. Apakah usaha konveksi anda mempunyai struktur organisasi?
  - a. Mempunyai struktur organisasi tetapi belum dijalankan
  - b. Mempunyai struktur organisasi tetapi berjalan sebagian
  - c. Mempunyai struktur organisasi yang berjalan dengan baik
  - d. Tidak mempunyai struktur organisasi

20. Bagaimana sistem kerja karyawan di usaha konveksi anda?
- Ada pembagian waktu atau shift
  - Mengerjakan sesuai keahlian yang dapat dikerjakan oleh karyawan
  - Bekerja sesuai waktu yang ditentukan pengusaha
  - Karyawan bekerja sesuai keahlian dan sebanyak hasil yang mampu diambilnya
21. Menurut anda hal apa yang dapat menarik simpati karyawan?
- Mampu memberikan arahan, jujur, dan demokratis
  - Mampu menepati janji dan memberikan upah layak
  - Mampu memfasilitasi setiap karyawan dengan baik
  - Mampu mengerti jerih payah tenaga kerja dan sikap memimpin yang baik
22. Bagaimana cara anda menempatkan karyawan dan memberikan pembagian tugas?
- Dipilih berdasarkan keahlian tenaga kerja
  - Dipilih berdasarkan pengalaman tenaga kerja
  - Dipilih berdasarkan kemauan bekerja dan kedisiplinan pekerja
  - Dipilih berdasarkan kedekatan personal
23. Berapa keuntungan yang anda peroleh dalam seminggu?
- < Rp 5.000.000
  - 5.000.000 – Rp 10.000.000
  - Rp 11.000.000 – Rp 15.000.000
  - > Rp 15.000.000
24. Apa yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam memilih bahan?
- Jenis pesanan yang diterima
  - Trend yang sedang populer
  - Ketersediaan bahan
  - Jenis dan kualitas bahan
25. Usaha apa yang dilakukan perusahaan agar mesin dan peralatan tetap bisa berfungsi dengan baik?
- Memberikan pelumasan setiap digunakan
  - Memberikan pelumasan setiap hari
  - Memberikan pelumasan setiap minggu
  - Memberikan pelumasan setiap bulan
26. Bagaimana cara anda membeli bahan baku?
- Membeli dalam jumlah banyak agar cukup untuk persediaan
  - Membeli sesuai jumlah pesanan
  - Membeli dalam satuan yang sudah ditentukan pabrik
  - Membeli dalam jumlah sedikit
27. Berapa jumlah karyawan yang anda miliki saat ini?
- 1 – 5 orang
  - 6 – 10 orang
  - 11 – 15 orang
  - Lebih dari 15 orang
28. Bagaimana sistem pengupahan yang anda terapkan?
- Sistem upah menurut waktu
  - Sistem upah premi (tambahan)
  - Sistem upah menurut kesatuan hasil
  - Sistem upah menurut pengalaman

29. Berapa upah yang diterima oleh karyawan dalam seminggu?
- Rp 1.000 – Rp 250.000
  - Rp 251.000 – Rp 500.000
  - Rp 501.000 – Rp 750.000
  - > Rp 750.000
30. Apakah anda mempunyai catatan administrasi?
- Ya, meliputi buku pesanan, buku kas, buku inventaris, dan buku catatan pegawai
  - Ya, meliputi buku pesanan dan buku kas
  - Ya, meliputi buku kas saja
  - Tidak mempunyai catatan administrasi
31. Bagaimana sistem evaluasi pembukuan di usaha konveksi anda?
- Harian
  - Mingguan
  - Bulanan
  - Tahunan
32. Bagaimana pelaksanaan administrasi pada usaha konveksi anda?
- Tidak pernah dicatat dalam pembukuan
  - Tidak semua kegiatan dicatat dalam pembukuan
  - Semua kegiatan dicatat dalam pembukuan
  - Kadang dicatat dalam pembukuan
33. Bagaimana cara anda mengembangkan usaha?
- Menggunakan dana pribadi
  - Meminjam dari bank
  - Meminjam dari koperasi
  - Meminjam pada kerabat dekat
34. Berdasarkan apakah anda dalam melakukan proses produksi?
- Berdasarkan pesanan individu konsumen
  - Berdasarkan permintaan toko
  - Berdasarkan permintaan rekan kerja
  - Berdasarkan ide dan inisiatif pribadi pengusaha
35. Berapa lama jam kerja para karyawan pada industri konveksi anda?
- 6 jam/ hari
  - 8 jam / hari
  - 10 jam/hari
  - 12 jam/hari
36. Kapan pelaksanaan quality control hasil produk pada usaha konveksi anda?
- Sebelum proses produksi berlangsung
  - Sebelum dan sesudah proses produksi berlangsung
  - Sebelum, pada saat, dan sesudah proses produksi berlangsung
  - Sesempat pengusaha mengunjungi para pekerja
37. Berapa kali anda berkunjung untuk mengecek produksi?
- Setiap hari
  - 3 hari sekali
  - Seminggu sekali
  - 2 minggu sekali

38. Usaha apa yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan?
- Memperbanyak jenis pemasaran seperti brosur, medsos, pamflet, kartu nama
  - Menambah jumlah rekan kerja pengusaha dan order toko
  - Membuka cabang baru / konveksi
  - Menambah Modal
39. Seberapa jauh wilayah pemasaran usaha konveksi anda?
- Dalam kota
  - Luar kota
  - Antar provinsi
  - Luar negeri
40. Langkah apa yang dilakukan jika konveksi mengalami pemunduran?
- Memproduksi dengan menggunakan ide dan kreativitas pengusaha
  - Mengurangi pegawai dan memilih jenis pesanan konsumen
  - Memeriksa tren dipasaran, dan mengadakan perbaikan produksi
  - Memeriksa manajemen usaha dan memperbaharui manajemen usaha
41. Apakah aspek yang dinilai dari produk usaha konveksi anda?
- Harga perunit produksi
  - Ketepatan waktu penyelesaian
  - Minimum order
  - Hasil jahitan dan jenis bahan
42. Berapa jumlah pelanggan tetap yang ada miliki?
- Tidak memiliki
  - Antara 1 – 5 orang
  - Antara 6 – 10 orang
  - Lebih dari 10 orang
43. Apa jenis keluhan yang pernah anda dapatkan dari konsumen?
- Belum Mendapatkan Keluhan
  - Hasil jahitan kurang bagus
  - Jenis bahan berbeda tiap pemesanan
  - Ketepatan waktu mengulur
44. Berapa jumlah produksi anda dalam seminggu?
- 1 – 250 produk
  - 251 – 500 produk
  - 501 – 750 produk
  - > 751 produk
45. Jenis kendala apa yang ada hadapi saat memproduksi?
- Bahan susah didapatkan
  - Mesin produksi rusak
  - Tenaga kerja kurang
  - Pesanan sedikit

## Lampiran 2 Gambar Hasil Penelitian



Wawancara dengan Pengusaha konveksi



Bahan Katun Sebagai Bahan Produksi



Mesin Jahit Sebagai Alat Produksi



Proses Produksi oleh Para Tenaga Kerja Dalam Membuat Baju

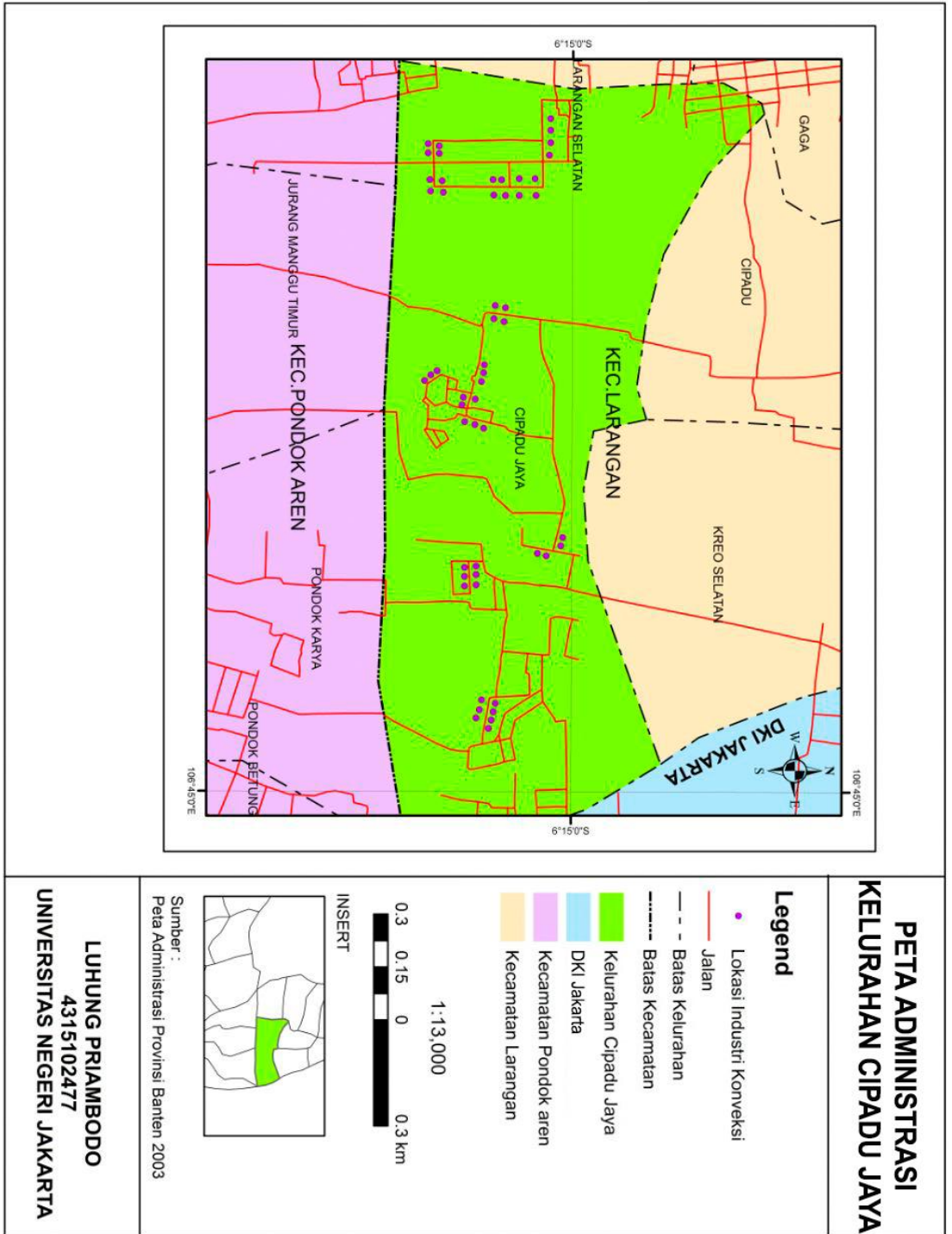


Produk Jadi Berupa Baju yang Belum dikemas



Produk Jadi Baju Berbahan Katun yang Siap di Pasarkan

Lampiran 3 Peta Administrasi Kelurahan Cipadu Jaya







KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982  
BAUK : 4750930, BAAK : 4759081, BAPSI : 4752180  
Bagian UHTP : Telepon. 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian HUMAS : 4898486  
Laman : [www.unj.ac.id](http://www.unj.ac.id)

---

Nomor : **4048A/UN39. 12/KM/2016**  
Lamp : -  
Hal : **Permohonan Izin Mengadakan Penelitian  
untuk Penulisan Skripsi**

**28 Desember 2016**

Yth. **Lurah Cipadu Jaya**  
**Jl. Perkutut No. 17A Kel. Cipadu Jaya**  
**Tangerang**

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta:

Nama : **Luhung Priambodo**  
Nomor Registrasi : 4315102477  
Program Studi : Pendidikan Geografi  
Fakultas : Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta  
No. Telp/HP : 089629749598

Dengan ini kami mohon diberikan ijin mahasiswa tersebut untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul :

**“Studi Terhadap Pengusaha Migran Dalam Pengelolaan Sentra Industri Konveksi di Kelurahan Cipadu Jaya Kecamatan Larangan. Kota Tangerang”**

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.



Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat

Woro Sasmoyo, SH  
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan:  
1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
2. Kaprodi Pendidikan Geografi



**PEMERINTAH KOTA TANGERANG  
KECAMATAN LARANGAN  
KELURAHAN CIPADU JAYA**

Jl. Perkutut No. 17A Kode Pos 15155 Telp. (021) 732 1518

Cipadu Jaya, 06 Januari 2017

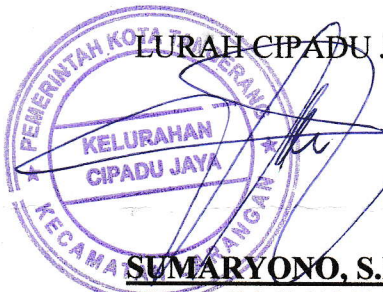
Nomor : 050 / 01 -CipJay/2017  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian  
Untuk Skripsi.

Menindaklanjuti surat dari UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA Nomor : 4048A/UN39.12/KM/2016 Tanggal 28 Desember 2016 tentang Permohonan Izin Mengadakan Penelitian Skripsi, dengan ini kami memberikan izin kepada saudara :

Nama : **Luhung Priambodo**  
Nomor Registrasi : 4315102477  
Program Studi : Pendidikan Geografi  
Fakultas : Ilmu Sosial

Untuk mengadakan Penelitian Skripsi di wilayah Kelurahan Cipadu Jaya Kecamatan Larangan Kota Tangerang.

Demikian surat izin ini kami berikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.


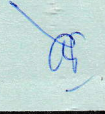
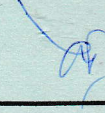
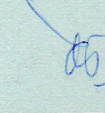

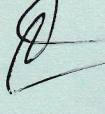
  
**LURAH CIPADU JAYA**  
**SUMARYONO, S.Ip MM**  
NIP.196206061983031014



## KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Luhung Priambudo  
Nomor Registrasi : 4315102477  
Dosen Pembimbing I : Drs. Warnadi, M. Si  
Dosen Pembimbing II : Dra. Dwi Sukarti L, M. Si

Tgl	Catatan dari Pembimbing	Paraf Dosen
10/11 2015	Home industri $\leftrightarrow$ Sentra Industri Bab II $\rightarrow$ Teori belum kuat dan judul penelitian terlalu luas permasalahan yang ada di Kelurahan Cipadu Jaya	
14/12 2015	Cipadu Jaya - pasar - sentra Cara penulisan pendapat di landasan teori Teknik analisa data tidak jelas Daftar pustaka tidak konsisten	
10/8 2016	Sampel dan populasi harus jelas Dibedakan menjadi 2 sampel yaitu pemilik usaha dan pekerja	
15/8 2016	Perbaiki beberapa kata Pengecekan bab 3 untuk populasi dan sampel	
30/8 2016	Bab 3 mengenai populasi sugiyono Data tiap RW mengenai persebaran garmen	
6/9 2016	Peta Penelitian Populasi dan sampel di Bab 3	
19/9 2016	Kerangka berfikir Populasi sampel Sentra Industri perkembangan dan sentra industri	
19/9 2016	Kuesioner	
20/9 2016	Melakukan review dan diskusi terkait permasalahan melakukan perbaikan dan dosen-dosen	

Tgl	Catatan dari Pembimbing	Paraf Dosen
17/10 2016	Bimbingan skripsi setelah revisi	
8/11 2016	Bimbingan kuesioner	
9/1 2017	Bimbingan setelah turun lapangan	
9/1 2017	Memberikan hasil kepada dosen	
13/1 2017	Bimbingan dengan dosen untuk memperbaiki hasil terlap	
17/1 2017	Bimbingan terkait peta kelurahan Cipadu Jaya	



*Building  
Future  
Leaders*

**KARTU SEMINAR SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Luhung Priambodo

Nomor Registrasi : 4315102477

No	Tgl Seminar	Judul Skripsi	Nama Penyaji	P H	Paraf Koord
1.	26/6 2013	Penambangan Bahan Galian Gol C di Desa Agromulyo Kecamatan cangkring	Nomarilah Genisa	H	}
2	26/6 2013	Studi faktor yang mempengaruhi pertumbuhan pembangunan pusat perbelanjaan di kota Bekasi	Mogie	H	
3	26/6 2013	Pengaruh di banggunnya jembatan Batujaya terhadap interaksi sosial antar wilayah kec <sup>Cabangbungur</sup> dan kec. batujaya kab.karawang	Filsup Hidayanto	H	
4	26/6 2013	Dampak dbangunnya jalan Tol Jakarta Outer, Ring Road West I (JORR WI) thdp tingkat kjshtan penduduk	Sentanu Wibowo	H	
5	26/6 2013	Dampak pengembangan objek wisata candi Borobudur terhadap perubahan	Tri Buana	H	
6	25/9 2013	Faktor-faktor yang mempengaruhi aglomerasi lembaga bimbel di kecamatan Duren Sawit, JakTim	Tiyas Nur Sayani	P	}
7	25/9 2013	Studi migrasi sirkular pedagang babako musiman asal desa Trajaya kec. Dakson	Prianto	P	
8	25/9 2013	Pengaruh perubahan ruang terbuka hijau (RTH) terhadap kandungan Diomassa	Rosmi Dinda	P	}
9	25/9 2013	Pemanfaatan objek wisata Situ Cipondoh sebagai tempat rekreasi masyarakat sekitar di kec.Cipondoh	Muna Mistri	P	
10	2/10 2013	Pembeladayaan masyarakat pada objek wisata air Panas	Andika Ratz	P	
11	2/10 2013	Abgn antar pengetahuan lingkungan hidup dengan perilaku masy dlm mengelola sampah rumah tangga	Adithia P.F	A	}
12	2/10 2013	Dmpk keberadaan pembangkit listrik tenaga gas uap (PLTGU) thdp Krisis fisosek nelayan di desa Sarangan	Piqih Z	A	
13	2/10 2013	Studi tingkat kebersihan di permukiman desa Suka danau kec. Cikarang barat kab. bekas	Lusi Siluani	P	}
14	30/10 2013	Hub. Persepsi wilayah nelayan tentang migrasi dengan perilaku dlm memelihara ling. migrasi di Tangerang	Ahmad Syukron	H	
15	30/10 2013	Pengaruh kebanyakan pengelola thdp objek wisata berbung geok waitun di desa gampeng, kediri jatin	Dina	P	}
16	30/10 2013	Analisis aksesibilitas di desa pekarum kecamatan sukadiri kab.upaten tangerang.	Selvia	P	
17	30/10 2013	Analisis kemacetan di kecamatan kelapa dua ( studi kasus di Jln kelapa dua dan Jln danau	Septiana	H	}
18	27/11 2013	Analisis bil. fawan penyakit malaria di kab. Lebak, Prov. Banten	Ajeng Wahyu E	H	
19	27/11 2013	Kesaprasanaan komunitas sekolah terhadap bencana alam gempa bumi dan tsunami di kab. Cilacap	Priyanka Pajne	H	}
20	27/11 2013	Pembahan kerapatan vegetasi dalam kaitannya dengan suhu permukaan di kota Tangerang	Tirani Luh Rizky	H	

## RIWAYAT HIDUP



**Luhung Priambodo**, Anak Pertama dari 2 pasangan Bapak Sudibyo dan Ibu Karmi. Penulis lahir di Jakarta, 08 Juli 1992, saat ini penulis berdomisili di Jl. Pesantren Rt 03 Rw 03 No.8b, Kelurahan Kreo Selatan, Kecamatan Larangan, Kota Tangerang, 15156. Penulis dapat di hubungi melalui email [priambodo.luhung@gmail.com](mailto:priambodo.luhung@gmail.com).

Penulis menamatkan pendidikan Sekolah Dasar di SDN Ulujami 04 pagi pada tahun 2004, Sekolah Menengah Pertama di SMPN 110 Jakarta pada tahun 2007, Sekolah Menengah Atas di SMAN 63 Jakarta pada tahun 2010, melanjutkan kuliah Jurusan Geografi Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta melalui jalur SNMPTN Tulis pada tahun 2010. Aktif di beberapa organisasi kampus yaitu BEMP Pendidikan Geografi sebagai Kepala Departemen Edukasi tahun (2011-2012), BSO ICA (2012-2013), KPM UNJ (2010-2012). Pengalaman Praktek Keterampilan Mengajar (PKM/PPL) di SMAN 63 Jakarta, penulis pernah bekerja di Homeschooling Kak Seto sebagai staff ahli IPS dan Editor, serta pernah menjadi guru bimbil dan saat ini mengajar mata pelajaran geografi di SMA Islam Terpadu Asy Syukriyyah. Penulis pernah menjadi Moderator Mario Teguh untuk Media Sosial Facebook tahun 2016.