

STRATEGI BERTAHAN BISNIS RUMAH POTONG UNGGAS DI KOTA PONTIANAK

Muhammad Cholil¹, Memet Agustiar²

¹Universitas Tanjungpura, Indonesia

²Universitas Tanjungpura, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang menghambat dan mendukung, serta strategi bertahan bisnis Rumah Potong Unggas (RPU) di Kota Pontianak. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian, faktor penghambat utama strategi bertahan bisnis RPU di Kota Pontianak adalah adanya pesaing yang berdekatan dan fluktuasi harga setiap harinya. Faktor pendukung utamanya adalah RPU di Kota Pontianak selalu memperkirakan biaya yang akan digunakan setiap bertransaksi, informasi, serta lokasi RPU yang strategis. Adapun strategi bertahan bisnis RPU di Kota Pontianak menunjukkan bahwa RPU di Kota Pontianak termasuk dalam tipe kuadran I (positif, positif). Hal ini mengindikasikan kondisi yang kuat dan memiliki peluang untuk melakukan ekspansi dan memperbesar RPU.

JEL: M21

Kata kunci: Strategi Jual Beli; Rumah Potong Unggas (RPU)

Abstract

This study aims to analyze the inhibiting and supporting factors, as well as the survival strategy of the Poultry Slaughterhouse (RPU) business in the city of Pontianak. The method used is SWOT analysis. Based on the results of the study, the main inhibiting factors for the survival strategy of the RPU business in the city of Pontianak are the presence of adjacent competitors and daily price fluctuations. The main supporting factor is that the RPU in Pontianak city always estimates the costs that will be used for each transaction, information and the strategic location of the RPU. The strategy for surviving the RPU business in the city of Pontianak shows that the RPU in the city of Pontianak is included in quadrant type I (positive, positive). This indicates a strong condition and has the opportunity to expand and enlarge the RPU.

JEL: M21

Keywords: *Buying and Selling Strategy; Poultry Slaughterhouse*

I. PENDAHULUAN

Manusia senantiasa bermuamalah untuk berhubungan dengan manusia lainnya (Anshori, 2010). Sebagai makhluk sosial, manusia harus selalu berinteraksi

¹ Email: muhcholilaschal@gmail.com

DOI: <http://dx.doi.org/10.26418/jmi.v2i2.57759>

satu sama lain, saling membantu dan saling bekerjasama untuk memenuhi kebutuhannya (Suhendi, 2008). Transaksi jual beli menjadi kebutuhan utama masyarakat sebagai produsen dan konsumen. Masyarakat harus melakukan transaksi tersebut dengan akad yang benar agar apa yang dilakukannya tidak sia-sia. Sebagaimana firman Allah pada surah Al-Baqarah: 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“...dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”

Pada prinsipnya, Islam menganjurkan perdagangan, kecuali terdapat ketidakadilan, penindasan, penipuan dan faktor-faktor tertentu yang menyebabkan larangan Islam (Qaradhawi, 2014). Kendala masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup adalah karena keterbatasan kemampuan dan kemauan mereka. Oleh karena itu, apabila suatu kebutuhan mendesak muncul sewaktu-waktu, seseorang harus melakukan transaksi hutang dengan orang lain dalam bentuk uang atau komoditas dan memberikan bantuan melalui pinjaman atau hutang yang bernilai baik dan substansial disisi Allah SWT.

Bentuk perdagangan yang biasa dilakukan masyarakat misalnya adalah jual beli ayam potong. Pedagang ayam potong di Kota Pontianak melakukan praktik jual beli hutang sudah berlangsung lama. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk saling membantu antar sesama manusia dalam mencukupi kebutuhan hidup. Perdagangan ini merupakan kegiatan ekonomi karena mereka menggunakan hutang tersebut untuk memperoleh dana yang akan digunakan untuk memenuhi keperluan hidup harian dan untuk memperoleh modal usaha.

Tabel 1: Rumah Potong Unggas Pontianak

NO	LOKASI	RUMAH POTONG UNGGAS
1	Pasar Mawar	8
2	Pasar Teratai	7
3	Pasar Nipah Kuning	4
4	Pasar Puring	12
5	Pasar Kemuning	2
6	Pasar Pagi Sepakat	2
7	Pasar Dahlia	4
8	Pasar Flamboyan	21
9	Pasar Kenanga	1
10	Diluar Pasar	10
JUMLAH		87

Sumber: Dinas Pangan, Pertanian dan Perikanan Kota Pontianak (2021)

Jual beli hutang yang diterapkan pedagang ayam kepada pembeli merupakan suatu kebiasaan yang masih sering terjadi dan bertujuan untuk menambah pelanggan. Akan tetapi terkadang ada masalah dalam memberikan hutang ini.

Kebanyakan pelanggan tidak tepat waktu membayar pinjaman yang sudah disepakati kedua belah pihak. Kejadian seperti inilah yang menimbulkan permasalahan dimana pedagang ayam justru dirugikan dan berpengaruh terhadap ekonomi mereka.

II. LANDASAN TEORI

Jual beli dalam pengertian bahasa menurut Al-Sayyid Sabiq yaitu tukar-menukar. Arti jual (*al- bai'*) dan beli (*al-syira'*) dalam pengertian yang sama dan masing- masing kata ini mempunyai dua makna dimana satu sama lainnya saling bertolak belakang. Adapun menurut istilah jual beli yaitu menukar harta dimana dapat dimanfaatkan atas dasar saling rela dan hartanya dapat dimiliki (Sabiq, 2009). Allah berfirman dalam Qur'an Surah Al-baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

"...dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."

Strategi merupakan sebuah rencana dalam jangka panjang mengenai langkah yang perlu dilakukan untuk meraih tujuan. Ketika berbicara tentang masa depan, orang sering menggunakan kata taktik. Ahli teori militer, Carl von Clausewitz mengatakan "*taktik adalah seni menggunakan pasukan dalam pertempuran; strategi adalah seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan perang*" (Hasan, 2010).

Adapun strategi yang diterapkan pada penelitian ini ialah pendekatan analisis SWOT (*Strong, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi berbagai aspek organisasi atau perusahaan dengan tujuan menguraikan tantangan yang akan dihadapi. Analisis ini melibatkan identifikasi aspek internal (*strong* dan *weaknesses*) dan aspek eksternal (*opportunities* dan *threats*) dalam menunjukkan kinerja organisasi ataupun perusahaan, yang selanjutnya digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. IFAS (*Internal Strategic Factors Anaysis Summary*) adalah beberapa faktor strategis internal perusahaan yang disusun guna merumuskan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan sedangkan EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) adalah beberapa faktor strategis eksternal perusahaan untuk merumuskan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman (Rangkuti, 2016).

Menurut bahasa, jual beli disebut juga *mutlaq al-mubadalah* yakni tukar menukar barang dengan seutuhnya. Sedangkan menurut etimologi, jual beli berarti menukar sesuatu dengan yang lain. Jual beli disyariatkan berdasarkan pada Al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma', dalilnya yakni:

- a. Al-Qur'an,
Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba .(QS. Al-Baqarah: 275)

b. As-Sunnah

Rasulullah SAW ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik. Beliau menjawab, seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur (HR. Bajjar). Mabrur pada hadits ini berarti jual beli tersebut terhindar dari usaha penipuan atau usaha merugikan orang lain, karena jual beli harus memiliki keridhaan satu sama lain (HR. Baihaqi dan Ibnu Majjah).

c. Ijma'

Para ulama sepakat memperbolehkan jual beli dengan maksud bahwa manusia tidak bisa mencukupi kebutuhan dirinya sendiri tanpa bantuan orang lain. Tetapi, bantuan tersebut harus diganti dengan sesuatu atau barang lain yang sesuai.

Jamaludin (2019), mengatakan bahwa jual beli merupakan perbuatan hukum terjadi peralihan hak atas suatu barang dari pihak yang menjual kepada pihak yang membeli. Sebab itu, perlu memperhatikan beberapa syarat berikut supaya kegiatan jual beli tersebut menjadi sah.

a. *Akid ba'i* (penjual) dan *musytari* (pembeli)

Syarat yang dipandang perlu dilakukan oleh pihak yang mengadakan akad diantaranya:

1. Berakal. Maksudnya ialah dapat membedakan atau memilih yang baik dan mana yang buruk. Apabila satu pihak tidak memiliki akal maka jual beli yang dilakukan menjadi tidak sah. Firman Allah Al-Qur'an surah An-Nisa': 5, yang artinya: "Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akalnya, harta yang kamu jadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik".
2. Kehendak sendiri. Tidak ada pihak lain yang memaksa dalam kegiatan jual beli.
3. Keduanya tidak mubazir. Pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli bukanlah seseorang yang boros. Sebab di dalam hukum, orang yang memiliki sifat boros dianggap tidak dapat melakukan sendiri suatu perbuatan hukum meskipun kepentingan tersebut menyangkut urusan dirinya sendiri.
4. Baligh. Orang yang sudah dewasa, menurut hukum Islam ialah apabila telah berusia 15 tahun dan sudah paham maksud jual beli.

b. Harga dan barang (*ma`qud alaih*)

Ma`qud alaih ialah salah satu rukun jual beli dengan maksud agar pembeli maupun penjual mengetahui bentuk barang, sifatnya, dan harga barangnya. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW yang melarang jual beli dengan menipu, yang artinya: "Dari Abu Hurairah ra. Ia berkata: Rasulullah SAW. melarang jual beli dengan cara melempar bahu dan jual beli gharar" (HR.Muslim).

1. Suci, yakni barangnya bersih, apabila mengandung najis maka tidak sah untuk diperjualbelikan (tetapi sah dihibahkan) juga tidak boleh menggunakan uang untuk menukarnya, misalnya kulit bangkai yang belum disamak. Sesuai sabda Rasulullah SAW, yang berarti: “Dari padanya ra. Bahwasanya Rasulullah SAW. Melarang jual beli wala’i dan melarang menghibahkannya” (H.R.Muttafaq’alaih)
2. Barangnya bermanfaat, tidak diperbolehkan menjual barang atau sesuatu yang tidak memiliki nilai manfaat. Mengambil tukarnya juga dilarang dianggap menyiakan harta, hal ini dijelaskan dalam Al-Qur’an surah Al-Isra’:27 yang artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang menyiakan harta (pemborosan) adalah teman setan...”.
3. Barangnya dapat diserahkan dan diterima. Keadaan barang bisa diserahkan dan diterima, tidak sah suatu kegiatan jual beli apabila barangnya tidak bisa diserahkan atau diterima, umpama membeli ikan yang ada di laut dan harta hasil rampasan yang masih ditunda, sebab yang demikian itu dianggap menipu. “Dari Abu Hurairah ra. Ia berkata: Rasulullah SAW. Melarang jual beli dengan cara melempar bahu dan jual beli yang mengandung tipu daya” (HR. Muslim).
4. Barang dalam kekuasaan (milik). Pelaku perjanjian jual beli ialah pemilik sah barang tersebut dan sudah memiliki izin dari pemilik sah barang itu, jual beli yang dilakukan bukan oleh pemilik sah barang tersebut berhak berdasarkan kuasa dari pemilik barang. Jual beli yang dilakukan bukan oleh pemilik barang atau tanpa kuasa pemilik barang dianggap batal. “Dari Hakim bin Hizam, Ia berkata : aku pernah bertanya kepada Rasulullah SAW. Ya Rasulullah (bagaimana) tentang seseorang yang datang kepadaku lalu meminta kepadaku supaya aku menjual sesuatu yang aku tidak memilikinya untuk dijual? Ia menjawab: ”Janganlah engkau menjual sesuatu yang bukan milikmu” (HR. Imam yang lima).
5. Jelas barang, ukuran, zat, dan sifatnya. Barang tersebut diketahui dengan terang dan jelas oleh yang menjual dan yang membeli mengenai banyaknya takaran, berat, maupun ukurannya. Sehingga kedua pihak tidak bertentangan. Sabda Rasulullah SAW: “Barang siapa yang memberi makanan, janganlah ia menjualnya sehingga ia menerima akan takarannya itu” (HR. Muslim).

c. *Sighat akad*

Sighat akad ialah ijab qabul atau serah terima antara penjual dan pembeli. Dimana menurut bahasa, akad berarti perjanjian atau perikatan. Ulama fiqh sepakat bahwa urusan utama dalam jual beli adalah kerelaan dua belah pihak pada saat berlangsungnya akad. Apabila ijab qabul telah diucapkan dalam akad jual beli maka kepemilikan barang dan uang akan berpindah tangan. Syarat-syarat ijab qabul menurut ulama fiqh, yaitu:

1. Adanya penjual dan pembeli yang sudah mukallaf (*aqil baligh*). Jual beli yang dilakukan akan mengikat apabila seorang anak kecil mewakili orang yang sudah mukallaf
2. Qabul sesuai ijab, artinya pembeli menerima apa yang diterapkan oleh penjual dalam ijabnya. Misalnya: "Saya jual sepeda ini dengan harga sepuluh ribu", kemudian pembeli menjawab, "Saya beli dengan harga sepuluh ribu".
3. Ijab dan qabul, yang berarti adanya pihak yang melakukan akad jual beli dan membahas perkara yang sama. Apabila ketika penjual mengucap ijab, lalu pembeli beranjak sebelum mengucap qabul atau melakukan kegiatan lain yang tidak berkaitan dengan akad lalu setelah itu mengucap qabul, yang demikian jual beli dianggap batal menurut ulama fiqh, meskipun berpendirian bahwa ijab tidak harus dijawab langsung dengan qabul.
4. (Arisson, 2016), melakukan penelitian dampak dari jual beli hutang pengaruhnya terhadap kehidupan ekonomi pedagang ayam di kecamatan Kelayang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa jawaban responden berpengaruh karena berdampak terhadap penurunan pendapatan yang mengakibatkan kerugian pedagang ayam. Ditinjau dari sudut pandang ekonomi Islam, praktek jual beli ini diperbolehkan dengan ketentuan tidak merugikan pihak manapun, apabila ada pihak yang merasa dirugikan maka yang demikian berbanding dengan kaidah ekonomi Islam, terkecuali adanya kerelaan dari pihak yang memberi hutang.

Demi mendukung keabsahan penelitian, berikut penelitian terdahulu yang diambil dari beberapa jurnal. Hasil penelitian Sonafist (2015), menunjukkan krisis ekonomi yang kadang terjadi dapat mempengaruhi krisis keuangan secara global dan menyebabkan keadaan keuangan individu maupun keluarga mengalami ketidakstabilan. Banyak dari mereka yang tiba-tiba menjadi miskin atau menjadi kaya. Jual beli dalam istilah *fiqhiyyah* disebut *bai'uddain*, misalnya si A berhutang dengan si B. Perjanjian hutang dagang telah diperkuat dalam perjanjian hutang dagang. Akta kepemilikan kontrak yang harus dibayar karena kebutuhan mendesak dijual dari si B ke si C dan, sesuai dengan akta hak, si C menerima pinjaman dari si A. Si A dalam kesulitan ekonomi dan membutuhkan uang tunai, maka dia menjual piutangnya kepada si C dengan keuntungan kecil. Seorang muslim yang berbisnis harus mematuhi norma hukum Islam untuk memperoleh hikmah, diantaranya:

- (a) Jual beli Islam (bisnis) bisa memiliki nilai sosial, atau bisa juga tolong menolong orang lain dan akan memperoleh pahala;
- (b) Berbisnis dalam Islam merupakan salah satu usaha memperoleh rezeki yang halal dan baik untuk diri sendiri maupun keluarga;
- (c) Berbisnis dalam Islam merupakan cara memberantas pengangguran,

kemalasan, dan pemerasan lainnya;
(d) Memiliki sikap jujur, sabar, ramah dan berdedikasi dalam berbisnis (Shobirin, 2015).

Penelitian Wati Susiawati (2017) bertujuan untuk melihat pilar dan ketentuan transaksi jual beli online yang biasa terjadi saat ini. Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif-analitik, terdiri dari pengumpulan dan pendeskripsian hasil dari masalah pokok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi online saat ini memungkinkan terjadinya jual beli produk antara penjual dan pembeli. Model transaksi jual beli yang banyak digunakan di jaman sekarang mengharuskan kita untuk lebih berhati-hati terhadap pelaksanaan kontrak jual beli dengan tidak mengurangi esensi pilar dan persyaratan pembelian dan penjualan yang sesuai dengan hukum Islam.

Hidayat & Rahmaniah (2019) meneliti tentang masalah- masalah yang berkaitan dengan etika bisnis Perdagangan Islam di pasar Sentra Antasari, Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Penelitian ini mengaplikasikan metode kualitatif studi lapangan (penelitian lapangan) melalui analisis deskriptif. Hasilnya diketahui bahwa para pedagang di pasar tradisional Sentra Antasari telah menerapkan sebagian etika bisnis Islam dalam kegiatan berdagang. Tidak ada paksaan kepada pembeli oleh pedagang untuk membeli barang dagangan, tidak ada larangan bagi pedagang lain untuk berjualan bersebelahan, menepati janji, bertanggung jawab atas kualitas barang, dan memberikan kelonggaran kepada pelanggan ketika berhutang. Selain itu, ditemukan juga beberapa pengusaha yang tidak ramah dan pedagang yang mengabaikan ibadah sembahyang wajib.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan metode analisis SWOT. Analisis SWOT terbagi menjadi aspek internal (*strongs* dan *weaknesses*) dan aspek eksternal (*opportunities* dan *threats*) dalam menunjukkan kinerja organisasi ataupun perusahaan (Astuti & Ratnawati, 2020; Eandarwita, 2021). Aspek tersebut selanjutnya digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. IFAS (*Internal Strategic Factors Anaysis Summary*) adalah beberapa faktor strategis internal perusahaan yang disusun guna merumuskan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan sedangkan EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) adalah beberapa faktor strategis eksternal perusahaan untuk merumuskan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman (Rangkuti, 2016).

Lokasi penelitian yang dipilih yaitu Kecamatan Pontianak Barat, Kecamatan Pontianak Kota, Kecamatan Pontianak Selatan, Kecamatan Pontianak Tenggara, Kecamatan Pontianak Timur, dan Kecamatan Pontianak Utara. Proses penelitian dilakukan dengan cara mewawancarai pihak Rumah Potong Unggas menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Sampel penelitian berjumlah 87 Rumah potong unggas dan sampel penelitian sebanyak 7 Rumah Potong Unggas. Variabel

penelitiannya adalah *strength, weakness, opportunity, dan threat*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran terkait hasil analisis SWOT dan pembahasan hasil dalam penelitian akan dipaparkan secara mendetail sebagai berikut:

1. IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary)

Tabel 2 IFAS RPU Kota Pontianak

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Strengths				
1	Saya selalu memperkirakan biaya yang hendak digunakan setiap bertransaksi	0,11	3,90	0,44
2	Produk dengan kualitas baik	0,11	3,77	0,41
3	Saya menyediakan harga khusus bagi pelanggan	0,10	3,50	0,35
4	Ditangani oleh tenaga kerja yang berpengalaman	0,11	3,80	0,42
5	Rumah Potong Unggas kami bergerak cepat dan baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	0,11	3,87	0,43
Jumlah Strengths		0,54		2,05
Weaknesses				
1	Saya tidak membuat laporan keuangan secara terperinci	0,09	3,07	0,27
2	Saya tidak beternak ayam secara mandiri	0,10	3,60	0,37
3	Saya tidak bisa menentukan harga sendiri	0,09	3,13	0,28
4	Tempat pemotongan ayam memiliki jumlah tenaga kerja terbatas	0,07	2,27	0,15
5	Adanya pesaing yang berdekatan	0,11	3,80	0,42
Jumlah Weaknesses		0,46		1,49
Total IFAS		1,00		3,54

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Data pada Tabel 2 menjelaskan bahwa pada aspek *strengths*, pedagang memperkirakan biaya yang hendak digunakan setiap bertransaksi memiliki bobot tertinggi yakni sebesar 0,11 dan faktor ini mendapatkan rating 3,90. RPU bergerak cepat dan baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan bobot sebesar 0,11 dan mendapatkan rating sebesar 3,87. Ditangani oleh tenaga kerja yang berpengalaman memiliki bobot nilai 0,11 dan memperoleh rating sebesar 3,80. Produk yang dijual memiliki kualitas yang baik memiliki bobot nilai 0,11 dan memperoleh rating sebesar 3,77. Sedangkan penyediaan harga khusus bagi pelanggan memiliki bobot nilai 0,10 dan memperoleh rating sebesar 3,50.

Pada aspek *weaknesses*, adanya pesaing yang berdekatan memiliki bobot nilai 0,11 dan memperoleh rating nilai 3,80. Para pedagang tidak beternak ayam secara mandiri bobotnya sebesar 0,10 dan memperoleh rating sebesar 3,60. Para pedagang tidak bisa menentukan harga sendiri memiliki bobot sebesar 0,09 dan faktor ini memperoleh rating sebesar 3,13. Para pedagang tidak membuat laporan keuangan secara terperinci memiliki bobot sebesar 0,09 dan faktor ini memperoleh

rating sebesar 3,07. RPU di Kota Pontianak memiliki keterbatasan jumlah tenaga kerja memiliki bobot sebesar 0,07 dan faktor ini memperoleh rating sebesar 2,27.

Berdasarkan data pada Tabel 2, diketahui bahwa total skor bobot *strengths* bernilai 2,05 dan total skor bobot *weaknesses* bernilai 1,49. Total skor IFAS sebesar 3,54 yang diperoleh dari penjumlahan total skor bobot *strengths* dan *weaknesses*. Angka tersebut telah melebihi dari total skor rata-rata yaitu 2,5. Hal demikian mengindikasikan bahwa strategi bertahan bisnis RPU di Kota Pontianak telah dirancang dengan sangat baik, sehingga mampu memahami situasi internal.

2. EFAS (Eksternal Strategic Factor Analysis Summary)

Tabel 3 EFAS RPU Kota Pontianak

No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Opportunities				
1	Lembaga keuangan syariah mendukung dalam pembiayaan usaha pemotongan ayam/RPU	0,12	3,60	0,42
2	Ayam potong merupakan produk yang diminati masyarakat umum	0,12	3,80	0,47
3	Perubahan harga produk dapat diketahui dan dipahami dengan jelas oleh konsumen	0,11	3,40	0,38
4	Ada tenaga kerja tambahan yang dapat membantu disaat jumlah pembeli meningkat	0,07	2,03	0,13
5	Informasi dan lokasi mudah didapat	0,12	3,83	0,48
Jumlah Opportunities		0,54		1,88
Threats				
1	Konsumen diperbolehkan berhutang dalam setiap transaksi	0,10	2,97	0,29
2	Bahan baku produk tergantung pada hasil ternak	0,11	3,43	0,38
3	Harga mengalami perubahan setiap harinya	0,11	3,50	0,40
4	Ada tenaga kerja yang kurang teliti	0,07	2,07	0,14
5	Beralihnya pelanggan ke rumah potong unggas lain	0,07	2,07	0,14
Jumlah Threats		0,46		1,35
Total EFAS		1,00		3,23

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan data pada Tabel 3, diketahui bahwa dari aspek *opportunities*, Informasi dan lokasi yang mudah didapat memiliki bobot nilai 0,12 dan mempunyai rating sebesar 3,83. Ayam potong merupakan produk yang diminati oleh masyarakat umum mempunyai bobot nilai 0,12 dan rating 3,80. Lembaga keuangan syariah mendukung dalam pembiayaan usaha pemotongan ayam mempunyai bobot nilai 0,12 dan memiliki rating 3,60. Perubahan harga produk dapat diketahui dan dipahami dengan jelas oleh konsumen memiliki bobot dengan nilai 0,11 dan memiliki rating 3,40. Sedangkan ada tenaga kerja tambahan yang dapat membantu disaat jumlah pembeli meningkat mempunyai bobot nilai 0,07 dengan rating 2,03.

Pada aspek threats, harga mengalami perubahan setiap harinya memiliki bobot dengan nilai 0,11 dan mempunyai rating bernilai 3,50. Bahan baku produk tergantung pada hasil peternak memiliki bobot dengan nilai 0,11 dan mempunyai rating sebesar 3,43. Konsumen diperbolehkan berhutang dalam setiap transaksi mempunyai bobot nilai 0,10 dan mempunyai rating sebesar 2,97. Ada tenaga kerja yang kurang teliti mempunyai bobot nilai 0,07 dan rating sebesar 2,07. Sedangkan Beralihnya pelanggan ke rumah potong unggas lain memiliki bobot nilai 0,07 dan rating sebesar 2,07.

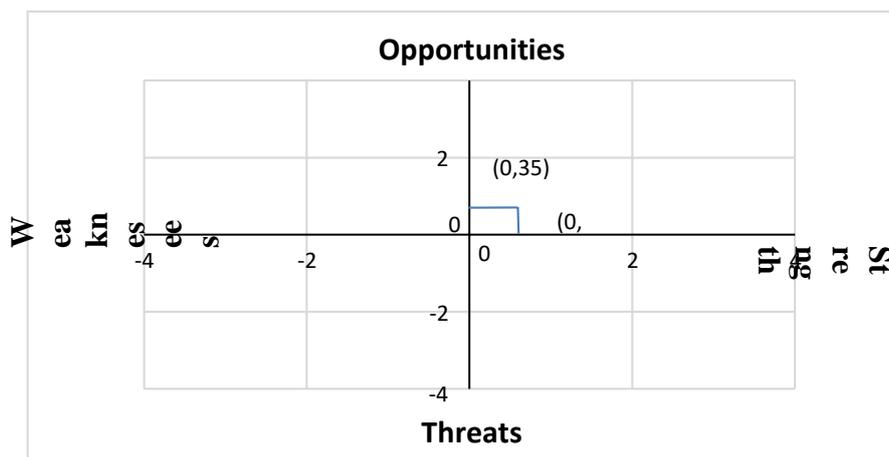
Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 3, dapat dilihat bahwa total skor bobot *opportunities* sebesar 1,88 dan total skor bobot *threats* sebesar 1,35. Total skor EFAS sebesar 3,23 yang didapatkan dari penjumlahan total skor bobot *opportunities* dan *threats*. Angka tersebut telah melebihi dari total skor rata-rata yaitu 2,5. Hal ini mengindikasikan bahwa RPU di Kota Pontianak dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang ada. Pada analisis SWOT didapatkan total skor IFAS sebesar 3,54 dan total skor EFAS sebesar 3,23. Dari total skor IFAS dan EFAS terbentuk titik acuan matriks kuadran SWOT guna mengetahui posisi RPU di Kota Pontianak sehingga dapat dibuat rekomendasi strategi dari posisi RPU di Kota Pontianak tersebut.

Pada analisis SWOT di atas selanjutnya dicari nilai kuadran matriks dengan asumsi: untuk nilai X yaitu selisih total kekuatan dikurangi total kelemahan = $S - W = X$ sedangkan untuk nilai Y yaitu selisih total peluang - total ancaman = $O - T = Y$. Diperoleh hasil matriks nilai X dan nilai Y yakni :

$$X = 2,05 - 1,49 = 0,56$$

$$Y = 1,88 - 1,35 = 0,35$$

Hasil identifikasi faktor tersebut dapat diperhatikan pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1 Diagram Kuadran Analisis SWOT RPU Kota Pontianak

Sumber: Data diolah 2022

Gambar 1 menunjukkan bahwa RPU di Kota Pontianak masuk pada tipe kuadran I (positif, positif / Strategi Agresif). Posisi ini menunjukkan RPU di Kota Pontianak berada pada kondisi kuat dan memiliki peluang yang besar. Rekomendasi strategi yang disarankan berupa progresif, yakni perusahaan dalam keadaan prima (Wibowo, Suharno, & Estriyanto, 2021). Hal ini sangat memungkinkan untuk meluaskan pertumbuhan usaha guna kemajuan perusahaan yang berkelanjutan.

Tabel 4 Matriks SWOT RPU Kota Pontianak

IFAS EFAS		Strengths	Weaknesses
		Strategi (S-O) (agresif) = 2,05 + 1,88 = 3,93	Strategi (W-O) (turn-around) = 1,49 + 1,88 = 3,37
Opportunities		Strategi (S-T) (diversifikasi) = 2,05 + 1,35 = 3,40	Strategi (W-T) (defensive) = 1,49 + 1,35 = 2,84
		Threats	

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 4 menjelaskan bahwa kekuatan + peluang (SO) = 3,93. Kelemahan + peluang (WO) = 3,37. Kekuatan + ancaman (ST) = 3,40 dan kelemahan + ancaman (WT) = 2,84. Dalam perencanaan strategi ini yang harus dilakukan RPU di Kota Pontianak adalah memanfaatkan strategi SO yang nilainya 3,93, kemudian ST, WO dan terakhir WT.

Hasil analisis SWOT menjelaskan bahwa faktor kekuatan dan peluang lebih kuat jika dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman. Oleh karena itu, sebaiknya RPU di Kota Pontianak menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif karena berada pada posisi yang sangat menguntungkan dan dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal.

3. Faktor Penghambat Strategi Bertahan Bisnis Rumah Potong Unggas di Kota Pontianak

Faktor-faktor penghambat dalam strategi bertahan rumah potong unggas Kota Pontianak jika dilihat dari segi faktor internal yang paling utama adalah adanya pesaing yang berdekatan, tidak beternak ayam secara mandiri, rumah potong unggas di Kota Pontianak tidak bisa menentukan harga sendiri, tidak membuat laporan keuangan secara terperinci dan tempat pemotongan ayam memiliki keterbatasan tenaga kerja. Sedangkan faktor-faktor penghambat dalam

strategi bertahan rumah potong unggas di Kota Pontianak jika dilihat dari segi faktor eksternal adalah harga yang mengalami perubahan setiap harinya, bahan baku produk tergantung dari hasil ternak, konsumen diperbolehkan berhutang setiap harinya, ada tenaga kerja yang kurang teliti dan beralihnya pelanggan ke rumah potong ayam lain.

4. Faktor Pendukung Strategi Bertahan Bisnis Rumah Potong Unggas di Kota Pontianak

Faktor-faktor pendukung dalam strategi bertahan RPU di Kota Pontianak jika dilihat dari segi faktor internal yang paling utama adalah RPU di Kota Pontianak selalu memperkirakan biaya yang hendak digunakan setiap bertransaksi, RPU di Kota Pontianak bergerak cepat dan baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, RPU di Kota Pontianak ditangani oleh tenaga kerja yang berpengalaman, produk yang dijual memiliki kualitas yang baik, kemudian RPU di Kota Pontianak menyediakan harga khusus bagi pelanggan.

Sedangkan faktor-faktor pendukung dalam strategi bertahan RPU di Kota Pontianak jika dilihat dari segi faktor eksternal adalah informasi dan lokasi tentang RPU mudah didapatkan ayam potong merupakan produk yang diminati oleh masyarakat umum, lembaga keuangan syariah mendukung pembiayaan usaha pemotongan ayam RPU, perubahan harga produk dapat diketahui dan dipahami dengan jelas oleh konsumen, dan ada tenaga kerja tambahan yang dapat membantu disaat jumlah pembeli meningkat.

5. Strategi Bertahan Rumah Potong Unggas Kota Pontianak

Dua faktor yang ditemukan pada penelitian ini dan dijadikan sebagai dasar dalam merumuskan strategi bertahan bisnis RPU di Kota Pontianak, yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), diperoleh juga lima faktor kekuatan, yaitu: Saya selalu memperkirakan biaya yang hendak digunakan setiap bertransaksi; Produk yang saya jual berkualitas baik; Saya menyediakan harga khusus bagi pelanggan; Ditangani oleh tenaga kerja yang berpengalaman; RPU kami bergerak cepat dan baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Selain itu, terdapat lima faktor yang menjadi kelemahan, yakni; Saya tidak membuat laporan keuangan secara terperinci; Saya tidak beternak ayam secara mandiri; Saya tidak bisa menentukan harga sendiri; Tempat pemotongan ayam ini memiliki keterbatasan jumlah tenaga kerja; Adanya pesaing yang berdekatan.

Faktor eksternal RPU di Kota Pontianak terdiri atas dua faktor utama, yakni faktor peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Faktor peluang ini meliputi; Lembaga keuangan syariah mendukung pembiayaan usaha pemotongan ayam/RPU; Ayam potong merupakan produk yang diminati oleh masyarakat umum; Perubahan harga produk dapat diketahui dan dipahami dengan jelas oleh konsumen; Ada tenaga kerja tambahan yang membantu disaat jumlah pembeli meningkat; Informasi dan lokasi mudah didapat. Sedangkan faktor ancaman

berupa; konsumen diperbolehkan berhutang dalam setiap transaksi; Bahan baku produk tergantung pada hasil ternak; Harga mengalami perubahan setiap harinya; Ada tenaga kerja yang kurang teliti; dan Beralihnya pelanggan ke RPU lain.

Hasil keempat faktor IFAS maupun EFAS kemudian dianalisis dengan membandingkan jumlah selisih nilai skor tiap faktor sehingga diketahui posisi RPU di Kota Pontianak saat ini. Selanjutnya, penjumlahan selisih nilai faktor harus dilakukan untuk mengetahui posisi RPU di Kota Pontianak. Langkah berikutnya, kelima faktor dianalisis menggunakan matriks SWOT untuk menemukan alternatif strategi yang sebaiknya diterapkan RPU di Kota Pontianak. Strategi yang diperoleh dari perbandingan berbagai faktor internal maupun eksternal berdasarkan asumsi bahwa RPU di Kota Pontianak perlu menggunakan kekuatan guna memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman serta meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman. Dari analisis berbagai faktor yang ada, alternatif strategi dapat dirangkum dalam empat alternatif utama, yaitu:

1. Membuat laporan keuangan dengan terperinci dan secara berkala agar dapat mengetahui kondisi keuangan, termasuk pemasukan dan pengeluaran setiap hari.
2. Menentukan harga jual ayam sesuai dengan harga pasar yang berlaku.
3. Memaksimalkan tenaga kerja yang ada.
4. Tidak menerima pembayaran dengan sistem hutang agar memudahkan pencatatan laporan keuangan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini, yaitu :

1. Faktor penghambat utama strategi bertahan bisnis RPU di Kota Pontianak adalah adanya pesaing yang berdekatan dan harga mengalami perubahan setiap harinya.
2. Faktor pendukung utama strategi bertahan bisnis RPU di Kota Pontianak adalah RPU di Kota Pontianak selalu memperkirakan biaya yang akan digunakan setiap bertransaksi dan informasi dan lokasi RPU mudah didapat.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa RPU di Kota Pontianak masuk dalam tipe kuadran I (positif, positif) yang mana posisi ini menandakan bahwa RPU di Kota Pontianak berada dalam kondisi yang kuat dan memiliki peluang besar untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar dan meningkatkan RPU secara maksimal.

Beberapa saran dan rekomendasi terkait penelitian ini telah disusun. Saran dan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memvalidasi faktor-faktor penghambat maupun pendukung strategi bertahan bisnis RPU di Kota Pontianak melalui metode analisis statistik yang lebih komprehensif. Untuk

pemerintah Kota Pontianak, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dalam mengambil keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, A. G. (2010). *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58-70.
- Endarwita, E. (2021). Strategi Pengembangan objek Wisata Linjuang melalui Pendekatan Analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 641-652. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i1.2133>
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syari'ah*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hidayat, M. R., & Rahmaniah, A. (2019). Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Journal Of Islamic And Law Studies*, 92-107.
- Jamaludin. (2019). Kontrak Jual Beli Dalam Islam. *Muamalatuna Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 73-100.
- Qaradhawi, D. Y. (2014). *Halal dan Haram*. Bandung: Penerbit Jabal.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sabiq, S. (2009). *Fikih Sunnah*. Jakarta: Cakrawala.
- Sonafist, Y. (2015). Utang Piutang dalam Perspektif Fiqih. *Jurnal Islamika*, 15(1).
- Suhendi, H. (2008). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wati Susiawati, M. A. (2017). Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 171-184.
- Wibowo, A. P., Suharno, S., & Estriyanto, Y. (2021). Integrasi Swot Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Menyusun Perencanaan Strategis Bidang Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknik Dan Kejuruan*, 14(2), 99-106. <https://doi.org/10.20961/jiptek.v14i2.48463>