

**USAHA KONVEKSI “TANGKELEK” : PERKEMBANGAN SEBUAH
BRAND LOKAL DI KOTA PADANG
(2009-2014)**

SKRIPSI

***Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)***



Oleh:

**RANDY PRAYUDHA
2009/97130**

**JURUSAN SEJARAH
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : USAHA KONVEKSI “TANGKELEK” :
PERKEMBANGAN SEBUAH BRAND LOKAL DI
KOTA PADANG (2009-2014)

Nama : Randy Prayudha

NIM/BP : 97130/2009

Program Studi : Pendidikan Sejarah

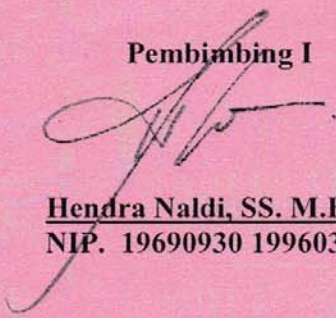
Jurusan : Sejarah

Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Agustus 2015

Disetujui oleh

Pembimbing I


Hendra Naldi, SS. M.Hum
NIP. 19690930 199603 1 001

Pembimbing II


Drs. Etmi Hardi, M.Hum
NIP. 19670304 199303 1 003

Ketua Jurusan


Hendra Naldi, SS. M.Hum
NIP. 19690930 199603 1 001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Sejarah Jurusan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang
Pada tanggal 07 Agustus 2015*

USAHA KONVEKSI “TANGKELEK” : PERKEMBANGAN SEBUAH BRAND LOKAL DI KOTA PADANG (2009-2014)

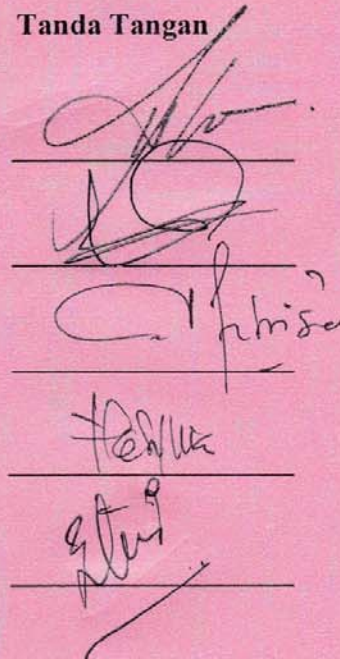
Nama : Randy Prayudha
NIM/BP : 97130/2009
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 07 Agustus 2015

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Hendra Naldi, SS, M.Hum
Sekretaris : Drs. Etmi Hardi, M.Hum
Anggota : Azmi Fitrisia, M.Hum, Ph.D
: Ike Sylvia, S.IP, M.Si
: Drs. Gusrareddi

Tanda Tangan



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Randy Prayudha
NIM/TM	: 97130/ 2009
Program Studi	: Pendidikan Sejarah
Jurusan	: Sejarah
Fakultas	: Ilmu Sosial

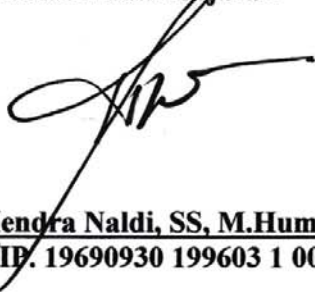
Dengan ini menyatakan bahwa, skripsi saya yang berjudul **Usaha Konveksi “Tangkelek” : Perkembangan Sebuah Brand Lokal Di Kota Padang (2009-2014)** adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil plagiat dari karya orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila suatu saat saya terbukti melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun masyarakat dan Negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, Agustus 2015

Diketahui oleh,

Ketua Jurusan Sejarah



Hendra Naldi, SS, M.Hum
NIP. 19690930 199603 1 001

Saya yang Menyatakan



Randy Prayudha
NIM. 97130

ABSTRAK

Randy Prayudha, 2009/97130. Usaha Konveksi “Tangkelek” : Perkembangan sebuah brand lokal di Kota Padang (2009-2014). ***Skripsi.*** Jurusan Sejarah. Fakultas Ilmu Sosial. UNP. 2014

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan secara pesat usaha dibidang konveksi yang sukses di Kota Padang yaitu “Tangkelek”, Penelitian ini termasuk ke dalam sejarah perusahaan. Tujuan Penelitian ini adalah menganalisis latar belakang berdiri dan mengetahui strategi Usaha Konveksi “Tangkelek” sehingga mampu bertahan dan berkembang dariselama lebih kurang 5 tahun.

Penelitian ini merupakan sejarah dengan menggunakan metode dasar sejarah, yang meliputi empat tahap yaitu: heuristik, kritik sumber, interpretasi serta historiografi (penulisan sejarah). *Pertama*, penulis mengumpulkan semua data yang berhubungan dengan topik penelitian yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber lebih banyak diperoleh melalui wawancara dengan narasumber dan pihak terkait lainnya dengan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan pokok yang sudah dirancang sebelumnya, penulis melakukan wawancara dengan 10 orang informan. *Kedua*, dilakukan kritik sumber terhadap data yang telah diperoleh. *Ketiga* interpretasi data yaitu bagaimana usaha konveksi “tangkelek” berkembang dalam usaha yang didirikannya dan mampu bersaing dengan produk-produk lokal lainnya di Kota Padang. *Keempat*, historiografi yaitu penulis memaparkan hasil penelitian dalam bentuk sebuah karya ilmiah berupa skripsi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang berdiri usaha Konveksi Tangkelek berawal dari kerjasama dua sahabat yang ingin mendirikan suatu usaha yang bergerak di bidang konveksi atau pakaian oleh Fefri Rusji dengan Khalid Arafah. Strategi yang diterapkan di usaha Konveksi Tangkelek milik Fefri Rusji dan Khalid Arafah dalam mencapai perkembangan di Kota Padang kurun waktu 2009 sampai 2014 adalah: *pertama*, pemilihan lokasi usaha yang strategis. *Kedua*, bersaing dalam harga untuk menarik minat pelanggan. *Ketiga*, desain kemasan sebagai alat komunikasi dan menarik konsumen. Keberhasilan yang diperoleh Fefri Rusji dan Khalid Arafah memiliki kemampuan untuk bertahan dalam waktu yang cukup panjang sehingga adanya cabang selain di Kota Padang, dengan manajemen yang rapi, juga bagaimana perkembangan modal dan model produknnya sehingga peningkatan usahanya penting diungkap dalam mencapai kesuksesan di ibukota propinsi yakni Padang.

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Usaha Konveksi “Tangkelek” : Perkembangan Sebuah Brand Lokal Di Kota Padang (2009 – 2014)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Sejarah, Jurusan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, Penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Hendra Naldi, SS, M.Hum selaku pembimbing I dan Bapak Drs. Etmi Hardi, M.Hum selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk berdiskusi dan memberikan bimbingan serta arahan yang sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Tim penguji ibu Azmi Fitrisia M.Hum, Ph.D Ibu Ike Sylvia, S.IP, M.SI dan Bapak Drs. Gusraredi yang telah bersedia menghadiri dan memberikan masukan ketika seminar dan sidang skripsi.
3. Bapak Drs, Wahidul Basri, M.Pd selaku pembimbing akademik
4. Kepada Bapak Fefri Rusji dan Bapak Khalid Arafah beserta karyawan yang telah memberikan informasi dan data – data mengenai skripsi penulis.

5. Bapak/Ibu Dosen Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang yang dengan ikhlas telah mengajarkan ilmunya dan nasehatnya kepada penulis.
6. Bapak Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Bapak Kepala Badan Pusat Statistik Kota dan Propinsi Padang beserta jajarannya yang dengan senang hati telah memberikan data-data penunjang penelitian.
7. Bapak/Ibu karyawan perpustakaan selingkungan UNP, Bapak/Ibu Tata Usaha Jurusan Sejarah dan Rekan-rekan Jurusan Sejarah Angkatan 2009 yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teristimewa penulis ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua dan keluargayang telah memberikan dukungan moril dan materil.

Sebagai seorang yang baru belajar menulis karya ilmiah, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekuarangan, oleh kerena itu kritik dan saran diperlukan untuk perbaikan dan bahkan pengembangan di masa datang. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
D. Tinjauan Pustaka	15
E. Metode Penelitian	27
 BAB II PRODUK LOKAL KONVEKSI DI KOTA PADANG	
A. Sekilas Kota Padang Dan Industri Kecil Menengah Kota Padang	29
B. Produk Lokal Konveksi di Kota Padang.....	36
 BAB III BISNIS KONVEKSI TANGKELEK DI KOTA PADANG	
A. Sejarah Berdiri Konveksi Tangkelek	42
B. Perkembangan Konveksi Tangkelek.....	46
BAB IV KESIMPULAN	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TabelHalaman

1. Distribusi Kegiatan Ekonomi kota Padang dari tahun 2009	30
2. Data sekolah yang ada di kota padang tahun 2013	31
3. Daftar usaha konveksi bersifat brand lokal di kota Padang	39
4. Daftar Harga Produk Konveksi Lokal di Kota Padang.....	60

DAFTAR GAMBAR

GambarHalaman

1. Struktur manajemen usaha Konveksi Tangkelek.....	50
2. Usaha Konveksi Tangkelek yang berlokasi di Kota Padang	54
3. Usaha Konveksi Tangkelek yang berlokasi di Kota Bukittinggi.....	55
4. Usaha Konveksi Tangkelek yang berlokasi di Kota Payakumbuh	56
5. Baju sebagai salah satu produksi Konveksi Tangkelek	63
6. Tas sebagai salah satu produksi Konveksi Tangkelek	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Pedoman wawancara
2. Produk-Produk Konveksi Tangkelek
3. Grafik Penjualan
4. Tempat Usaha
5. Endoser Brand Konveksi Tangkelek
6. Surat Tugas Pembimbing
7. Surat Izin Penelitian dari Fakultas Ilmu Sosial
8. Surat Izin Penelitian untuk Pimpinan Konveksi Tangkelek

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Untuk mencapai sasaran pembangunan bidang ekonomi dalam pembangunan nasional, industri memegang peranan yang menentukan. Penyelenggaraan industri merupakan salah satu pelaksanaan pembangunan ekonomi nasional untuk mengisi kemerdekaan RI. Industri adalah suatu usaha yang menyelenggarakan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan.¹ Untuk itu perlu dikembangkan secara seimbang dan berpadu dengan meningkatkan peran serta masyarakat secara aktif dan mendayagunakan secara optimal seluruh sumber daya alam, sumber daya manusia dan dana yang tersedia.²

Secara historis, Revolusi Industri (1750-1850) merupakan pionir bagi dunia industriliasasi dengan adanya tiga hal yang saling berkaitan yakni, (a) penggunaan mesin-mesin secara luas, (b) dasar bagi penemuan-penemuan baru, dan (c) tumbuhnya pasar dunia³. Dampaknya tentu saja lahirnya industri-industri dan perusahaan-perusahaan di setiap negara yang mana bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder.

¹Dewi Suswita, *Peranan Dan Kegiatan Kanwil Perindustrian Dalam Mengembangkan Industri Kecil Dan Informal*, laporan penelitian, (Pusat Penelitian Unand, 1990), hal. 1

²Sjamsir Jasin, *Industri kecil dan Pembangunan pemerataan*, Neraca 5/ Maret/ 1991, hal- 30

³Heidjrachman B, *Teori dan Konsep Manajemen*, Yogyakarta: Bpfe, 1987, hal. 22

Pengertian industri menurut UU RI No 5 Tahun 1984 tentang perindustrian adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya termasuk kegiatan rancangan bangun dan perekrutannya industri. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa industri adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah suatu barang sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai yang lebih tinggi.⁴ Industri juga dapat diartikan sebagai sebuah bidang usaha yang diajukan untuk mengolah bahan mentah menjadi bahan baku yang nantinya dapat digunakan oleh industri lainnya.⁵

Adapun jenis industri menurut Dinas Perindustrian (DP) Industri Nasional Indonesia dibagi menjadi tiga kelompok besar. *Pertama*, Industri dasar, yang meliputi Kelompok Industri Mesin dan Logam Dasar (KIMLD) dan Kelompok Kimia Dasar (IKD). Yang termasuk dalam IMLD antara lain: industri mesin pertanian, elektronika, kereta api, pesawat terbang, kendaraan bermotor, besi baja, aluminium, tembaga, dan sebagainya. Sedangkan yang termasuk dalam IKD antara lain: industri pengolahan kayu dan karet alam, industri pestisida, industri pupuk, industri semen, industri batubara, industri silikat, dan sebagainya.

Kedua, Industri Kecil, yang meliputi antara lain industri pangan (makanan, minuman, tembakau), industri sandang dan kulit (tekstil, pakaian jadi, serta

⁴Suhardjono. *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2003) hal 453

⁵Titik Suciati. *Ilmu ekonomi*, (Bandung: PT Ramadja Rosdakarya, 1996), hal. 36

barang dari kulit), industri kimia dan bahan bangunan (industri kertas, percetakan, penerbitan, barang-barang karet, plastik, dan lain-lain), industri galian bukan logam), dan industri logam (mesin-mesin listrik, alat-alat ilmu pengetahuan, barang dari logam, dan sebagainya).

Ketiga, Industri Hilir, yaitu kelompok Aneka Industri (AI) yang meliputi antara lain: industri yang mengolah sumber daya hutan, industri yang mengolah sumber daya pertanian secara luas, dan lain-lain.⁶

Di Indonesia industri memiliki andil yang cukup kuat dalam perkembangan kehidupan ekonomi masyarakat. Hal ini terbukti dengan industri di bidang sektor jasa Indonesia berkontribusi 45% dari total perekonomian. perindustrian Indonesia memiliki persentase yang kuat dalam mengaplikasikan pembangunan nasional. Secara tidak langsung perkembangan perindustrian nasional juga di pengaruhi oleh tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi dan meningkatnya investasi di sektor industri secara signifikan sehingga menyebabkan tetap terjaganya kinerja di sektor industri ini.⁷ Hal lain yang tentu berdampak pada perekonomian daerah dalam bidang industri.⁸ Salah satu industri daerah yang memiliki andil yang cukup kuat dalam pertumbuhan perekonomian masyarakat adalah industri jasa yaitu bidang konveksi atau pakaian.

⁶Lincoln, Arsyad, *Ekonomi Pembangunan Edisi ke-4*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 1999), hal. 365-366

⁷Mari, Pangestu, *Industriliasasi Di Indonesia*, Jakarta: LP3ES hal. 84

⁸Lincoln, Arsyad, *Ekonomi Mikro*, Yogyakarta; BPFE, 1995, hal. 153

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi manusia, di mana sejak zaman purba manusia memerlukan pakaian untuk menutupi tubuh agar terlindung dari udara panas, dingin atau gangguan binatang. Mula-mula pakaian dibuat dari bahan yang sangat sederhana seperti kulit kayu, kulit binatang, daun-daunan, kerang-kerangan, dan sebagainya. Tetapi sesuai dengan perkembangan zaman, tuntutan terhadap pakaian juga semakin berkembang. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai penutup tubuh saja, tetapi berfungsi untuk memperindah diri. Dalam perkembangan selanjutnya pakaian dibuat dari bermacam-macam bahan seperti katun, rayon, nylon, polyester, sutera, silk, dan lain-lain dengan teknik jahit yang berbeda-beda pula.⁹

Industri konveksi atau pakaian jadi yang ada di Indonesia adalah industri yang relatif muda, yang baru muncul sebagai kegiatan fabrikasi pada akhir tahun 1970-an sebagai jawaban terhadap pasar domestik yang terus berkembang di samping juga semakin besarnya peluang ekspor.¹⁰ Persaingan kuat dari negara pengekspor pakaian jadi lainnya yang mempunyai daya saing sangat kuat di sisi penawaran dan di samping ekspor yang lebih dibatasi di sisi permintaan, berarti industri pakaian jadi di Indonesia harus ditingkatkan efisiensi dan daya saingnya di dunia internasional, di samping menganeekaragaman dan memperbaiki mutu output hasil produknya serta menerobos pasar internasional.¹¹

⁹Wildati, Zahri. *Teknologi Menjahit Pakaian*. Padang: UNP PRESS, 2002, hal.1

¹⁰Mari, Pangestu. *Industriliasasi Di Indonesia*. Jakarta: LP3ES, 1996, hal. 248

¹¹*Ibid*, hal. 256-257

Oleh karena itu perubahan fungsi pakaian yang sebelumnya sebagai penutup tubuh saja menjadi bagian dari gaya hidup dalam menghadapi perubahan zaman yang berindikasi dalam konteks gaya hidup, maka usaha konveksi memiliki peran yang besar dalam menyikapi perubahan tersebut. Usaha konveksi merupakan salah satu jenis bisnis yang menjanjikan. Karena konveksi merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat banyak yaitu sandang/pakaian. Oleh karena itu, meningkatnya kebutuhan terhadap konveksi inilah mengakibatkan banyaknya bermunculan usaha konveksi, baik dalam skala besar maupun kecil dan tidak hanya di kota-kota besar saja, usaha konveksi hampir dapat dijumpai di tiap daerah. Akan tetapi yang dilihat terlebih dahulu oleh para pengusaha adalah daerah tersebut memenuhi standar atau tidak jika usaha konveksi tersebut didirikan. Karena nanti apabila usaha tersebut sudah berdiri dan ternyata tidak ada pelanggan maka terjadi kerugian. Maka dari itulah para pemilik modal biasanya melihat bagaimana mobilitas masyarakat yang ada di daerah tersebut dan minat masyarakat terhadap konveksi tersebut.¹²

Tentu saja para pelaku yang berkecimpung di dunia konveksi akan saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan dengan berbagai cara dan strategi yang digunakan. Salah satu strategi yang digunakan beberapa usaha konveksi yang ada di Indonesia adalah menjadi original lokal brand. Dimana kategori ini mencakup merek-merek yang berasal dari negara setempat/ lokal dan dimiliki oleh

¹²[Http. Wwww. Konveksi Indonesia. Com](http://www.konveksiindonesia.com), diunduh pada tanggal 20 Maret 2015

orang/perusahaan lokal.¹³ Sesuai dengan perkembangan pasar dan target pemasaran adalah golongan muda-mudi maka usaha konveksi lokal mendirikan distro.¹⁴

Distro adalah singkatan dari *distribution store* atau *distribution outlet*, adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian atau diproduksi sendiri.¹⁵ Distro umumnya merupakan usaha kecil dan menengah (UKM). UKM sendiri adalah usaha yang dikelola secara mandiri, bisa dimiliki oleh perorangan atau kelompok kecil dengan ruang lingkup operasi terbatas.¹⁶ Produk yang dihasilkan oleh distro diusahakan tidak diproduksi secara massal, agar mempertahankan sifat eksklusif suatu produk dan hasil kerajinan.

Konsep distro sendiri berawal pada pertengahan 1990-an di Bandung. Saat itu *band-band independen* (indie) Bandung berusaha menjual cinderamata mereka seperti CD/Kaset, T-Shirt, dan Sticker selain ditempat mereka melakukan pertunjukan.¹⁷ Bentuk awal distro adalah usaha rumahan dan dibuat etalase dan rak untuk menjual *t-shirt*. Selain komunitas musik, akhirnya banyak komunitas lain seperti komunitas *punk* dan *skateboard* yang kemudian juga membuat toko-

¹³Tjiptono, Fandy. *Manajemen Dan Strategi Merek*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011, hal.35

¹⁴Http. Www. *Sejarah Distro Di Indonesia*. Com. Diunduh Pada Tanggal 29 Juni 2015

¹⁵*Ibid*

¹⁶Machfoedz, Mahmud. *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta, 2007, hal. 29

¹⁷Http. Www. *Sejarah Distro Di Indonesia*. Com. Op. Cit

toko kecil untuk menjual pakaian dan aksesoris mereka.¹⁸ Kini, industri distro sudah berkembang, bahkan dianggap menghasilkan produk-produk yang memiliki kualitas ekspor. Pada tahun 2007 diperkirakan ada sekitar 700 unit usaha distro di Indonesia, dan 300 diantaranya ada di Bandung.¹⁹

Distro-distro yang berasal dari Jakarta dan Bandung menjadi raja di negeri sendiri. Hampir diseluruh wilayah Indonesia distro-distro dari dua kota tersebut mempunyai cabang, seperti *Skaters*, *Black Id*, *Lockers*, dll.²⁰ Produk-produk dari beberapa distro diatas begitu diminati oleh kawula muda, termasuk kawula muda yang ada di Sumatera Barat khususnya Kota Padang. Ini bisa dilihat dari banyaknya muda-mudi di Kota Padang memakai produk dari beberapa distro *original local brands* tersebut. Harganya yang ekonomis, bahan baju yang nyaman saat dipakai dan desain menarik menjadikan distro seperti *Skaters*, *Black Id*, *Lockers* pilihan utama kawula muda di Kota Padang.²¹

Ini menunjukkan bahwa *ekuitas* merek berhubungan dengan *preferensi* dan minat beli konsumen.²² Dengan demikian, semakin kuat sebuah merek lokal,

¹⁸*Ibid*

¹⁹*Ibid*

²⁰*Skaters* adalah Nama distro yang berasal dari Kota Bandung, *Black Id* yaitu adalah Nama distro yang berasal dari Kota Bandung dan *Lockers* adalah nama distro yang berasal dari Kota Jakarta

²¹Wawancara dengan konsumen distro *Skaters*, *Black Id* dan *Lockers*, Nino Hariadi di Padang tanggal 25 Mei 2015 pukul 16:30 wib.

²²Tjiptono, Fandy.. *Manajemen Dan Strategi Merek*, Yogyakarta, Penerbit Andi, 2011, hal 140

Ekuitas adalah istilah dalam penamaan merek atau desain kemasan yang mengacu pada elemen visual yang menanamkan merek dalam pikiran konsumen.

semakin besar pula kemungkinan konsumen membeli merek lokal tersebut dan pada gilirannya berkontribusi pada semakin kokohnya merek bersangkutan.²³

Hal ini yang mendasari bergeliatnya inovasi dan kreasi *brand lokal* atau brand daerah untuk ikut berkontribusi dalam bisnis konveksi. Salah satu strategi yang digunakan beberapa usaha konveksi yang ada di Kota Padang yaitu bersifat *lokal* atau menggunakan bahasa, kata-kata dan pepatah Minang dalam setiap produk yang mereka hasilkan. Ini berkaitan dengan indikator wirausahawan yang dijabarkan oleh Soeparman Soemahamidjaja yaitu dalam salah satu penjabarannya adalah:

“Kemampuan berinovasi yang melahirkan kreativitas (adanya cipta) dan setelah dibiasakan berulang-ulang akan melahirkan motivasi. Kebiasaan inovasi adalah desakan dalam diri untuk selalu mencari berbagai kemungkinan atau kombinasi baru yang tepat dijadikan perangkat dalam menyediakan barang dan jasa bagi kemakmuran masyarakat”.²⁴

Beberapa brand usaha konveksi yang bersifat lokal tersebut diantaranya:

Manguak, Kapuyuk, Tangkelek dan Semba Lakon.²⁵ Semua brand konveksi tersebut bersifat lokal, karena mulai dari pemilihan nama brand hingga hasil produk tiap-tiap brand tersebut menggunakan bahasa, kata-kata dan pepatah Minang sebagai salah satu nilai jual dalam menarik minat konsumen. Pada

²³Tjiptono, Fandy. *Manajemen dan Strategi Merek*, Yogyakarta, Penerbit Andi, 2011, hal. 145

²⁴Sunarya. Abas, Sudaryono, Saefullah. Asep. *Kewirausahaan*, Yogyakarta, Penerbit Andi, 2011, hal. 38

²⁵*Manguak* adalah: sejenis kue yang berbentuk seperti mangkuk, *Kapuyuk* sama dengan hewan kecoa, *Tangkelek* adalah: sejenis sandal tradisional yang terbuat dari kayu dan *Semba lakon* adalah: salah satu jenis permainan yang ada di daerah Minangkabau, dimana permainan tersebut berpola kelompok dan terbagi dua kelompok besar, disatu pihak menjadi pihak yang kalah dan harus menangkap pihak yang lain dengan cara memegang kepalanya sampai tertangkap.

hakikatnya sejarah keberadaan bisnis usaha konveksi yang bersifat lokal di Kota Padang tidak diketahui dengan pasti, akan tetapi permulaan perkembangan yang sangat drastis dan menarik perhatian adalah usaha konveksi yang bersifat lokal salah satunya Tangkelek. Tidak jauh berbeda dengan usaha konveksi sejenisnya, Tangkelek merupakan pelopor konveksi bersifat lokal.²⁶ Dapat dikatakan pelopor karena Tangkelek berani membuat terobosan baru, karena pada saat distro-distro Bandung dan Jakarta mendominasi pasar penjualan baju untuk kawula muda, Tangkelek hadir sebagai brand dengan citarasa lokal yang menggunakan bahasa, kata-kata dan pepatah Minang dalam setiap produknya.²⁷

Brand Tangkelek merupakan usaha konveksi yang berskala menengah kebawah, karena usaha ini digunakan sebagai kesempatan kerja untuk menunjang kehidupan.²⁸ dengan kata lain usaha ini merupakan Usaha Modal Bersama/*Partnership*. Suatu jenis usaha yang dikelola oleh dua orang atau lebih dengan tujuan mendapatkan laba²⁹.

Tangkelek didirikan dan dikelola oleh Fefri Rusji dan sahabatnya Khalid Arafah.³⁰ Usaha konveksi Tangkelek ini berdiri pada awal bulan Februari tahun 2009 di jalan Pemuda, Padang atau lebih tepatnya di lantai 3 Plaza Andalas

²⁶Wawancara dengan Fefri Rusji di Padang pada tanggal 21 juli 2014 pukul 14:00 Wib

²⁷*Ibid*

²⁸Suparyanto, R. *Kewirausahaan Konsep Dan Realita Pada Usaha Kecil*. Bandung, Alfabeta, 2013, hal. 29-30

²⁹Mahmud Machfoedz. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta, Andi, 2005, hal. 17

³⁰Wawancara dengan Pemilik Tangkelek Fefri Rusji dan Khalid Arafah di Padang pada 21 Juli 2014 pukul 14:00 wib

Padang dengan modal awal Rp. 75.000.000,-. Namun setelah gempa Sumbar Tahun 2009, Tangkelek pindah dan menetap di jalan S.Parman no. 171 Ulak Karang, Padang.³¹

Konveksi yang baru beroperasi samapai saat ini mampu melewati dunia persaingan bisnis konveksi, terus berkembang dan bersaing sehingga mampu dikatakan sukses dengan para pesaingnya dalam usaha sejenis yang telah ada di Sumbar dan Kota Padang khususnya. Hal ini dapat dilihat dari kesuksesannya dalam membangun cabang di luar Kota Padang. Seperti dua cabang di Kota Bukittinggi, tepatnya di jalan Sudirman dan jalan Yos Sudarso, Bukittinggi. Satu cabang di Kota Payakumbuh, tepatnya di jalan Soekarno Hatta no. 89 di daerah Koto Nan Ampek, Payakumbuh.³² Produk yang dihasilkan oleh konveksi Tangkelek adalah jasa sandang atau pakaian seperti: pembuatan sablon baju, pembuatan jaket atau sweater dan penjualan kaos atau t-shirt, tentunya bermotif atau mengandung unsur-unsur budaya Minangkabau yang unik dan menjadi daya tarik konsumen dari berbagai usia.³³

Kesuksesan dalam membuka usaha ini, *tangkelek* tidak hanya memperhitungkan untung semata, seperti halnya bisnis ekonomi. Akan tetapi tidak luput dari penambahan modal sebagai alat ukur keberhasilan suatu usaha.³⁴

Dalam hal ini, *tangkelek* yang memulai dengan modal Rp. 75.000.000,- pada awal

³¹Wawancara dengan Fefri Rusji di Padang pada 21 Juli 2014 pukul 14:00 wib

³²*Ibid*

³³*Ibid*

³⁴Mahmud Machfoedz. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta, Andi, 2005, hal. 24

februari 2009, kemudian setelah berpindah ke jalan S.Parman No. 171 Ulak Karang, Padang *tangkelek* mengalami penambahan modal sebesar Rp. 90.000.000,- hingga berkembang dan mampu membuka cabang di luar Kota Padang, yaitu Kota Bukittinggi dan Kota Payakumbuh.³⁵ Setelah membuka cabang di Kota Bukittinggi, tangkelek kembali mengalami penambahan modal sebesar Rp. 120.000.000,- hingga kembali membuka cabang di Kota Payakumbuh. Tangkelek terus mengalami penambahan modal hingga Rp. 150.000.000,-.³⁶

Sehingga

penulistertarikuntukmengkajiusahakonveksiTangkelekinikarenabeberapapertimbangan.**Pertama**,Tangkelekmerupakanseuatubisnis yang bersifat UKM atau Usaha Kecil Menengah yang bergerak di bidangusahakonveksi yang tergolongsukses di kota Padang hinggadiluar kota Padang karena berhasil membuka cabang di luar Kota Padang, yaitu Kota Bukittinggi dan Kota Payakumbuh.³⁷Bertahannya usaha konveksi ini dalamwaktu yang cukuplama dalam berbagai kondisi ekonomi yang terjadi di Indonesia, Tangkelek memiliki cara dalam menghadapi tantangan gejolak perekonomian yang secara tidak langsung melanda setiap usaha yang ada di Indonesia, khususnya di Kota Padang. Dalam hal ini Tangkelek menerapkan sistemmanajemen yang rapi, dandinamikausaha peningkatan bisnis konveksi yang khas.

³⁵Wawancara dengan Fefri Rusji di Padang pada 21 Juli 2014 pukul 14:00 wib

³⁶*Ibid*

³⁷*Ibid*

Kedua, bisnis konveksi Tangkelek ini telah mempekerjakan lima belaskaryawan/karyawati. Ini tentu saja membuka lapangan pekerjaan bagi pemuda-pemudi yang ada di Kota Padang dan Sumbar serta membuka jiwa usaha mereka. Di bidang ekonomi, perluasan tenaga kerja dianggap sebagai faktor yang menguntungkan dan merupakan investasi.³⁸ Oleh karena itu, penting mengungkap strategi konveksi Tangkelek dalam memberdayakan karyawan sehingga nantinya memajukan bisnis konveksi tersebut.

Ketiga, bisnis konveksi akan selalu dituntut dari waktu ke waktu bisa menghasilkan produk dan jasa yang kreatif untuk membedakanya dari konveksi lain. Kreativitas tersebut pasti mempengaruhi kemajuan perusahaan karena berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen. Usaha untuk mencapai mutu yang baik dan daya kreativitas, menyebabkan seseorang akan memperbaiki hasil karyanya dan didalam usaha tersebut pada suatu waktu akan mencapai hasil yang tidak pernah dicapai oleh orang lain.

Ini sama dengan inovasi dan inovasi tersebut adalah kemajuan.³⁹ Usaha konveksi Tangkelek tentunya memiliki kreativitas tertentu untuk mencapai kesuksesan dan terpenting mereka bekerja untuk meraih pendapatan serta mengenalkan budaya Minang kepada khalayak umum melalui produk-produk yang mereka hasilkan.

³⁸Kuntowijoyo. *Metodologi Sejarah*. Yogyakarta, Tiara Wacana, 2003,.hal. 96

³⁹Mestika Zed & Emrizal Amri (kompilasi). *Sejarah Sosial Dan Ekonomi Jilid II*. Padang, MRC FPTK IKIP, 1994, hal. 413

Melihat realitas industri konveksi Tangkelek antara tahun 2009 sampai tahun 2014, usaha konveksi Tangkelek telah mengalami perkembangan dan membawaperubahanke dalam kehidupan social-ekonomi bagi karyawan serta masyarakat sekitarnya. Dari tiga sistim usaha konveksi Tangkelek dalam menyikapi keadaan ekonomi bangsa yang pasang surut tersebut serta proses perkembanganyatersebut peneliti tertarik untuk mengkajinya secara ilmiah berbentuk skripsi.

Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul ***Usaha Konveksi “Tangkelek” : Perkembangan Sebuah Brand Lokal Di Kota Padang (2009-2014).***

B. Batasan Dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Kajian ini dibatasi dengan batasan temporal (waktu) dan fokusnya. Batasan *temporal* peneliti yaitu dari tahun 2009 hingga 2014. Alasan penulis mengambil batasan waktu tersebut karena pada tahun 2009 merupakan awal berdirinya usaha konveksi Tangkelek di Kota Padang, perubahan dan perkembangan usaha konveksi ini dalam kurun waktu tersebut. Sedangkan batas akhir waktunya adalah tahun 2014 karena Tangkelek mengalami perkembangan dengan adanya cabang di luar perusahaan induk serta mempertahankan

eksistensinya dalam pasar sehingga mampu menghadapi brand-brand lokal lain yang sejenis.

Batasan spasialnya peneliti membatasi pada Kota Padang, karena fokus penelitian berpusat dalam Kota Padang.

2. Rumusan Masalah

Agar penelitian ini tidak keluar dari inti masalah, maka perlu dirumuskan pembahasan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana proses awal berdirinya Usaha Konveksi Tangkelek?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan konveksi Tangkelek untuk mempertahankan eksistensinya dalam menghadapi pasar dan bersaing dengan produk lokal lainnya?

C. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan:

- a. Mendeskripsikan dinamika perkembangan usaha konveksi Tangkelek di kota Padang,
- b. Menjelaskan pengaruh usaha konveksi Tangkelek dalam kancah persaingan bisnis konveksi di kota Padang.

- c. Mendeskripsikan strategi yang dilakukan konveksi Tangkelek sehingga dalam rentang lima tahun berhasil mempunyai tiga cabang diluar Kota Padang.

2. Manfaat:

- a. Manfaat akademis

Tulisan ini diharapkan dapat menambahkan literatur kajian tentang perusahaan yang bergerak dibidang konveksi di Kota Padang khususnya mengenai usaha konveksi Tangkelek. Bagi mahasiswa sejarah, penelitian dapat bermanfaat sebagai referensi dalam mata kuliah sejarah perekonomian atau sejarah perusahaan.

- b. Manfaat praktis

Tulisan ini juga diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi penelitian lebih lanjut tentang sejarah perusahaan yang bergerak dibidang konveksi di kota padang.

D. Tinjauan Pustaka

1. Studi Relevan:

Beberapa tulisan mengenai sejarah perusahaan yang bergerak dibidang konveksi di Kota Padang yaitu: *Yang pertama*, Usaha Kerajinan Sandal Kulit Khas Minangkabau Kiki Surya Di Kota Bukittinggi. Skripsi pada jurusan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang, 2008 oleh Firdaus. Tulisan ini

melihat perkembangan kerajinan bersifat lokal dengan strateginya menembus pasar internasional.⁴⁰Yang kedua, Yoesani Shoes: Dari Sehelai Kulit Menjadi Industri Menengah, oleh Muhammad Anhar. Skripsi pada jurusan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang, tahun 2013. Tulisan ini juga melihat perkembangan sebuah brand lokal yang bergerak di bidang usaha industri pembuatan sepatu beserta dinamika perkembangannya.⁴¹

1. Kerangka Konseptual

a. Sejarah Perusahaan

Secara umum tulisan ini termasuk kedalam kajian sejarah perusahaan. Menurut Taufik Abdullah sejarah perusahaan adalah mencakup semua aktivitas para pengusaha di masa lampau, sebagai disiplin ilmu dan mempunyai sifat-sifat yang khusus terutama menyangkut hal-hal yang berupa catatan-catatan keputusan orang yang mencari keuntungan pribadi dari keuntungan barang dan jasa.⁴² Selain itu menurut Ralph W. Hiddy, sejarah perusahaan memusatkan perhatiannya kepada pengusaha sebagai pembuat keputusan, sebagai pembangun dan penghancur lembaga, juga termasuk di sini memberikan ide-ide akumulasi pengetahuan yang mempengaruhi tempat, waktu dan sikap aktivitas

⁴⁰Firdsaus.2008 *Usaha Kerajinan Sandal Kulit Khas Minangkabau Kiki Surya Di Kota Bukittinggi*. Skripsi. Padang: Fis Unp

⁴¹Muhammad Anhar. 2013. *Yoesani Shoes: Dari Sehelai Kulit Menjadi Industri Menengah*. Skripsi. Padang, Fis: Unp

⁴²TaufikAbullah,*IlmuSejarahdanHistoriografiArahdanPerspektif*,Jakarta: Gramedia,1980, hal. 186-187

perdagangan.⁴³Perusahaan adalah salah satu bentuk lembaga ekonomi yang berkembang luas di Indonesia. Perusahaan dapat didefinisikan sebagai suatu lembaga yang diorganisir dan dijalankan guna menyediakan barang dan jasa untuk masyarakat dengan motif mencari keuntungan (profit oriented).⁴⁴

b. Perusahaan

Perusahaan adalah suatu lembaga yang diorganisir dan dijalankan untuk menyediakan barang dan jasa untuk masyarakat dengan motif (incentive) keuntungan. Sebagai suatu lembaga, perusahaan merupakan suatu wadah yang terorganisir, yang betul-betul didirikan dan diterima dalam tata kehidupan masyarakat. Karena itu perusahaan merupakan lembaga sosial, yang tak ubahnya dengan lembaga-lembaga sosial yang lain seperti pemerintah, pertanian, kehidupan keluarga dan kegiatan-kegiatan perseorangan, golongan untuk mencapai tujuan yang sama.⁴⁵

Perusahaan sendiri juga memiliki beberapa bentuk antara lain : Perusahaan Perseorangan, Persekutuan dengan Firma, Persekutuan Komanditer, Perseroan Terbatas, Koperasi, Perusahaan Negara, dan Perusahaan Daerah.⁴⁶ Perseroan Terbatas atau dalam bahasa Belanda disebut *Naamloze Vennootschap* (N.V) adalah suatu usaha persekutuan yang modalnya dari para sekutu atau

⁴³*Ibid*

⁴⁴ Heidjrahcman Ranu Pandojo, et all, *Pengantar Ekonomi Perusahaan Buku I*, Yogyakarta, BPFE, 1982, hal.3

⁴⁵ Sukanto Reksohadiprodjo, *Pengantar Ekonomi Perusahaan I*, Yogyakarta: BPFE, 1982, hal. 3

⁴⁶ Manullang, M. 1995. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Liberty, hal.13

Persero untuk menjalankan usaha yang memiliki modal yang terdiri dari saham yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak atau sesuai dengan saham yang dimilikinya.⁴⁷

Dalam Pasal 33 UU 1945 wadah kegiatan ekonomi meliputi : Perusahaan negara, Perusahaan swasta yang berbentuk koperasi, yang berbentuk perorangan atau badan hukum CV, PT, Kongsi, dll.⁴⁸ Definisi perusahaan sendiri tertuang dalam Undang – Undang No. 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan pasal 1b yang berbunyi:

“Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.”

Selain definisi yang tertuang dalam Undang – Undang Republik Indonesia tersebut, terdapat beberapa pengertian perusahaan menurut para ahli hukum: Menurut Molengraaff, Perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus menerus, bertindak ke luar untuk memperoleh penghasilan, dengan cara memperdagangkan atau menyerahkan barang atau mengadakan perjanjian perdagangan. Menurut Polak, suatu usaha untuk dapat dimasukkan dalam pengertian perusahaan harus mengadakan pembukuan, yaitu perhitungan

⁴⁷ Hatta, M. *Pengantar Ke Jalan Ekonomi Perusahaan*. Jakarta, Mutiara, 1981, hal. 99

⁴⁸ HIPKI. *Pengembangan dan Perlindungan Pengusaha Kecil*. Jakarta: Mutiara, 1978, hal.78

mengenai laba dan rugi. Menurut Komar Andasasmita, perusahaan adalah mereka yang secara teratur, berkesinambungan dan terbuka bertindak dalam kualitas tertentu (pasti) mencapai atau memperoleh (dengan susah payah) keuntungan bagi diri mereka.⁴⁹

Melihat isi Undang – Undang No. 3 Tahun 1982 yang telah disebutkan diatas, definisi perusahaan mengandung dua unsur pokok, yaitu bentuk usaha (company) yang berupa organisasi atau badan usaha yang didirikan, bekerja dan berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia, yang kedua yaitu jenis usaha (business) yang berupa kegiatan dalam bidang perekonomian (perindustrian, perdagangan, perjasaaan, pembiayaan) dijalankan oleh badan usaha secara terus menerus⁵⁰.

Perusahaan Perorangan yaitu Seluruh modal dari perusahaan jenis ini hanya dimiliki oleh satu orang saja, sehingga tanggung jawabnya pun dibebankan kepada satu orang saja, yaitu pemilik modal selaku pengusaha tunggal. Adapun orang lain yang terlibat dalam perusahaan ini hanya sebatas membantu pengusaha berdasarkan perjanjian kerja atau pemberian kuasa. Dalam hukum positif di Indonesia, tidak ditemukan satu pun aturan hukum yang mengatur secara khusus tentang perusahaan perseorangan ini. Menurut H.M.N. Purwosutjipto, bentuk perusahaan perseorangan secara resmi tidak ada. Namun dalam dunia bisnis,

⁴⁹Wibowo, Tunardy. 2012. “*Pengertian Perusahaan dan Unsur Perusahaan*”. (www.jurnalhukum.com), diunduh pada tanggal 25 Maret 2015

⁵⁰*Ibid*

masyarakat telah mengenal dan menerima bentuk perusahaan perseorangan ini. Pada umumnya masyarakat yang ingin menjalankan usahanya dalam bentuk perusahaan perseorangan ini menggunakan bentuk Perusahaan Dagang (PD) atau Usaha Dagang (UD).⁵¹ Adapun ciri-ciri perusahaan perseorangan antara lain :

1. Dimiliki perseorangan (individu atau perusahaan keluarga)
2. Pengelolaannya sederhana
3. Modalnya relatif tidak terlalu besar
4. Kelangsungan usahanya tergantung pada para pemiliknya
5. Nilai penjualannya dan nilai tambah yang diciptakan relative kecil

Perseroan Terbatas atau dalam bahasa Belanda disebut *Naamloze Vennootschap (N.V)* adalah suatu usaha persekutuan yang modalnya dari para sekutu atau Persero untuk menjalankan usaha yang memiliki modal yang terdiri dari saham yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak atau sesuai dengan saham yang dimilikinya.⁵² Perseroan Terbatas (PT) adalah suatu persekutuan untuk menjalankan perusahaan yang mempunyai modal usaha yang terbagi atas beberapa saham yang mana tiap sekutu (disebut juga persero) turut mengambil bagian sebanyak satu atau lebih saham. Undang-undang tidak menetapkan berapa orang minimal dengan sah dapat mendirikan suatu Perseroan Terbatas. Hanya dua orang saja sudah dapat mendirikan sebuah Perseroan Terbatas. Mereka yang

⁵¹ *Ibid*

⁵² Hatta, M. *Pengantar Ke Jalan Ekonomi Perusahaan*. Jakarta, Mutiara, 1981, hal. 99

mendirikan sebuah PT, harus membuat suatu akte resmi yang dibuat oleh notaries dan merupakan akte pendirian yang memuat antara lain: nama Perseroan Terbatas, modal Perseroan Terbatas dan lain-lain⁵³.

c. Usaha Kecil Menengah

Usaha kecil dan menengah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil, menengah dan besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.⁵⁴

Dalam perpektif perkembanganya, Usaha Kecil Dan Menengah dapat diklarifikasikan dalam empat kelompok yaitu:

1. *Livelihood Activites*, Merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima,
2. *Micro Enterprise*, Merupakan UKM yang memilki sifat pengrajin tetapi belum memilki sifat kewirausahaan,

⁵³Manullang, M. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Jakarta, 1995,hal. 21

⁵⁴Suparyanto, R.. *Kewirausahaan Konsep Dan Realita Pada Usaha Kecil*. Bandung, Alfabeta, 2013, hal.32

3. *Small Dynamic Enterprise*, Merupakan UKM yang telah memiliki sifat kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor,
4. *Fast Moving Enterprise*, Merupakan UKM yang telah memiliki sifat kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).
5. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang juga mengandalkan Industri sebagai sektor unggulan dalam menaikkan pendapatan Negara, walaupun pada saat krisis ekonomi moneter akhir tahun 1997 banyak usaha besar yang gulung tikar, namun sebaliknya ternyata usaha kecil mampu bertahan di tengah-tengah situasi yang sangat tidak kondusif. usaha kecil tidak boleh dipandang sebelah mata dalam menopang perekonomian Indonesia walaupun krisis moneter memporak-porandakan seluruh kehidupan usaha nasional, ternyata usaha kecil masih tetap kokoh berdiri.⁵⁵

Usaha kecil dan menengah tidak bisa dipungkiri memiliki peranan yang sangat penting dalam laju perekonomian masyarakat. Usaha Kecil dan Menengah sangat membantu Negara dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UKM juga tercipta unit kerja baru yang menggunakan tenaga kerja baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. UKM perlu perhatian yang khusus

⁵⁵Suparyanto R. *Kewirausahaan Konsep Dan Realita Pada Usaha Kecil*. Bandung, Alfabeta, 2013, hal. 29-30

dan di dukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.⁵⁶ Menurut UU. No.9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan Menengah, pada pasal 5 ayat 1 dinyatakan bahwa:

Usaha kecil dan menengah di Indonesia adalah usaha yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha tersebut memiliki kekayaan bersih paling banyak RP 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak sebesar RP 1.000.000.000,-
- c. Milik warga Negara Indonesia,
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha besar,
- e. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.⁵⁷

Sektor bisnis merupakan sektor yang sangat berperan bagi negara kita sebagai negara yang sedang berkembang. Usaha kecil dan menengah merupakan sektor usaha yang banyak mendapatkan perhatian dari berbagai kalangan. Hal ini

⁵⁶Sudarman, Ali, *Teori Ekonomi Mikro Buku 1*. Yogyakarta, BPFE, 1980, hal.7

⁵⁷Suparyanto, R.W. Op. Cit. hal.30

layak diterima usaha kecil dan menengah karena peranannya yang sangat dominan dalam pembangunan nasional Indonesia.

Beberapa peranan usaha kecil dan menengah dalam pembangunan nasional Indonesia antara lain:

1. Menyerap tenaga kerja
2. Penyedia barang dan jasa bagi masyarakat
3. Penyedia suku cadang bagi usaha skala menengah dan besar
4. Mengurangi urbanisasi
5. Mendayagunakan sumber ekonomi daerah⁵⁸

d. Teori Yang Dipakai

Teori ekonomi perusahaan adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tindakan-tindakan ekonomi rumah tangga perusahaan. Teori ekonomi perusahaan memenuhi dua macam fungsi. Pertama-tama terdapat fungsi menerangkan dan fungsi kedua normatif. Antara obyek ekonomi perusahaan dan sosiologi perusahaan serta psikologi perusahaan terdapat perbedaan yang asasi.⁵⁹

Dalam literatur ekonomi perusahaan Jerman menjelaskan bahwa: rumah tangga perusahaan bagi sosiologi perusahaan merupakan sebuah *datum*, sedangkan hubungan manusia-manusia didalam lingkungan merupakan sebuah permasalahan baginya. Bagi ekonomi perusahaan faktor manusia dapat dianggap

⁵⁸*Ibid* hal. 32-36

⁵⁹Sudarman, Ali. *Teori Ekonomi Mikro Buku 1*, Yogyakarta, BPFE, 1984, hal. 5

sebagai sebuah *datum* yang sangat penting, sedangkan pembentukan pendapatan bruto rumah tangga perusahaan merupakan sebuah problem baginya. Untuk mempelajari relasi-relasi manusia didalam lingkungan perusahaan maka sosiologi perusahaan dan psikologi perusahaan bertolak dari gejala sosial yang bersifat: individual psikologik, dinamika kelompok dan organisatoris.

Adapun teori harga menjelaskan dan menaruh perhatian kepada aliran barang dan jasa dari sektor perusahaan ke sektor rumah tangga, aliran faktor produksi dan sektor rumah tangga ke sektor perusahaan, komposisi dari aliran-aliran tersebut dan bagaimana terciptanya harga. Dapat disimpulkan, bahwa teori harga mempelajari alokasi sumber daya yang terbatas jumlahnya untuk tujuan yang sifatnya alternatif.⁶⁰

Dalam menjelaskan tentang bisnis konveksi yang bersifat Usaha Menengah Kecil (UKM) dalam penelitian ini penulis menggunakan teori Hisrich yang menjelaskan bahwa terdapat empat hal yang dimiliki oleh *Enterpeneur* yakni: 1) dikreasikan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Pertumbuhan nilai ini tidak hanya diakui oleh wirausahawan semata, namun juga *audiens* yang akan menggunakan kreasi tersebut. 2) komitmen yang tinggi terhadap penggunaan waktu dan usaha yang diberikan. Semakin besar fokus dan perhatian yang diberikan dalam usaha ini maka akan mendukung proses kreasi yang akan ditimbulkan dalam kewirausahaan. 3) memperkirakan resiko yang mungkin

⁶⁰*Ibid*, hal. 4

timbul. Dalam hal ini resiko keuangan, fisik, dan resiko sosial, dan 4) memperoleh *reward*. Dalam hal ini *reward* yang terpenting adalah independensi yang diikuti dengan kepuasan pribadi. Sedangkan *reward* berupa uang biasanya dianggap sebagai suatu bentuk derajat kesuksesan usahanya⁶¹

Teori ini cocok untuk penelitian penulis karena bicara tentang usaha Konveksi Tangkelek yang didirikan oleh Fefri Rusji dan Khalid Arafah yang umumnya berada di pusat lalu lintas penduduk tidak cukup dengan hanya cara-cara yang konvensional. Oleh karena itu, dapat dipastikan Fefri Rusji yang mengembangkan usaha bisnisnya di Kota Padang memiliki jiwa entrepreneur hingga bisa mendirikan perusahaan Konveksi Tangkelek dan mampu mengembangkannya dengan membuka cabang diberbagai tempat, dan bertahan sampai sekarang.

Kemudian ujung tombak untuk kesuksesan suatu usaha adalah tergantung kepada strategi. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dilakukan oleh suatu usaha atau pengusaha untuk mencapai suatu tujuan. Berbagai strategi untuk dapat menarik pelanggan, antara lain: 1) melakukan inovasi produk baru atau tampil beda, mengikuti tren, 2) desain yang menarik, menamahi kesan mewah, 3) harga yang terjangkau sehingga dapat dibeli oleh semua kalangan, 4) berikan potongan dengan minimum pembelian dengan jumlah tertentu, 5) berikan layanan sesuai janji atau sesuai keinginan pelanggan, 6) lakukan penjualan yang tingkat keramaian tinggi, 7) ikuti beberapa pameran untuk memperluas jaringan atau

⁶¹*Ibid*, hal. 55

komunitas. Selain itu, Strategi yang harus dipakai yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat atau distribusi, dan strategi promosi.⁶² Semua ini juga berlaku dan dipakai oleh usaha Konveksi Tangkelek untuk berkompetisi dengan para pesaingnya di Kota Padang.

E. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan metode dasar penelitian sejarah yang meliputi empat tahapan, yaitu *heuristik*, kritik sumber, analisis sintesis dan interpretasi serta historiografi atau penulisan.⁶³ Heuristik yaitu teknik pengumpulan data baik bersifat primer maupun sekunder. Sumber *primer* adalah kesaksian saksi dengan mata kepala saksi sendiri atau saksi dengan panca indera yang lain atau dengan alat mekanis yang hadir pada peristiwa yang diceritakannya atau yang berhubungan dengan objek penelitian.⁶⁴ Pada tahap ini digunakan dua jenis data yaitu data tulisan dan lisan. Data lisan dapat dilakukan dengan cara melakukan teknik wawancara dengan pemilik industri konveksi Tangkelek (Fefri Rusji & Khalid Arafah) serta beberapa pegawai yang bekerja di konveksi Tangkelek tersebut.

Wawancara hendaknya dilakukan dengan menyiapkan pokok-pokok pertanyaan yang telah dirancang sebelumnya. Wawancara juga dilakukan dengan masyarakat sekitar dan konsumen. Sedangkan data tulisan yang digunakan yaitu

⁶² Abas Sunarya, dkk. *Kewirausahaan*. Yogyakarta, Penerbit Andi, 2011, hal. 236-246

⁶³ Mestika Zed. *Metodologi Sejarah*. Padang, UNP, 2000, hal. 5

⁶⁴ Gottschalk, Louis. *Mengerti Sejarah*. Jakarta, UIP Press, 1997, hal. 43

arsip-arsip industri konveksi Tangkelek seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) kecil, daftar pegawai, nota penjualan dan media massa. Dari hasil wawancara dapat diperoleh informasi, baik berupa internal maupun eksternal. Jadi penulis langsung melakukan observasi ke lapangan untuk mencari dan menemukan data yang akurat. Sumber-sumber lainya yang menunjang penelitian ini yaitu buku-buku, majalah, jurnal, artikel dan internet.

Data ini dapat diperoleh melalui studi pustaka yang ada di ruang baca Sejarah, ruang baca Fis, Pustaka Pusat UNP, Pustaka Pusat UNAND dan Pustaka Daerah. Kritik sumber yaitu seleksi data yang dikumpulkan untuk melihat tingkat keaslian data, tetapi terbatas pada pengujian yang kasat mata. Kritik internal dilakukan dengan menguji kebenaran informasi dalam dokumen yang dimaksud dengan cara membandingkan dokumen dengan data yang di dapat pada sumber-sumber lainya.

Analisis sintesis dan interprestasi yaitu pengelompokan sumber berdasarkan objek yang di teliti yaitu mengenai perkembangan industri konveksi tangkelek yang berpusat di kota Padang. Setelah melalui tahap analisis maka dilanjutkan dengan tahap sintesis, yaitu merangkai atau menghubungkan fakta dari informasi yang melibatkan interprestasi guna merekontruksi peristiwa-peristiwa yang kemudian di tulis atau di paparkan dalam sebuah tulisan.