

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Desa Rahayu adalah realitas yang unik. Di dalam nya terdapat banyak industri konveksi yang begitu banyak sehingga Desa Rahayu menjadi sangat berarti. Dan keberartian itu, bisa dilihat dari realitas kehidupan warga masyarakat Desa Rahayu yang tanpa gejolak, tanpa konflik-konflik krusial, dan pertikaian antar ras dan budaya. Inilah satu fakta yang harus disangga dan dijaga oleh seluruh warga masyarakat Desa Rahayu. Desa Rahayu tercatat memiliki luas wilayah 284,859 ha, yang terdiri dari 210,136 ha/m² pemukiman, 40 ha/m² persawahan, 0,051 ha/m² perkebunan, 0,25 ha/m² pemakaman, 30,801 ha/m² pekarangan, 2 ha/m² taman, 1,122 ha/m² perkantoran dan 0,499 ha/m² prasarana umum lainnya. Dengan orbitrasi ke ibu kota kecamatan 4 Km, ibu kota kabupaten 12 Km, ibu kota provinsi 20 Km dan ibu kota negara 60 Km.

Fenomena Rahayu sebagai wilayah yang berlatar belakang budaya dan industri mengundang mata publik untuk menengok dan menggali potensi-potensi yang tumbuh subur untuk dikembangkan. Kondisi seperti ini, ditunjang dengan arus roda ekonomi yang berkembang pesat memiliki imbas terhadap perubahan kesejahteraan masyarakat. Mengacu pada pola pembangunan yang berpijak pada penyertaan aspirasi publik, mengharuskan pemberdayaan sumber daya manusia menjadi prioritas utama agar mampu mengakses semua kegiatan pembangunan. Hal ini dapat dilihat dari kesadaran masyarakat untuk meningkatkan mutu

pendidikan yang berkualitas, hampir 34,72 % penduduk Desa Rahayu menyelesaikan pendidikan sampai jenjang SLTA, dan sekitar 20,35 % telah menyelesaikan pendidikan di Perguruan Tinggi. Ini berarti kualitas Sumber Daya Manusia Desa Rahayu sebagai agen perubahan (agent of change) dan pelaksana pembangunan memiliki kualitas yang cukup tinggi. Salah satu indikator kinerja pembangunan suatu daerah diukur melalui indikator-indikator makro ekonomi yang secara umum telah diakui dan diberlakukan. Pencapaian perekonomian suatu desa merupakan gambaran dari prestasi pemerintah desa dalam memanfaatkan potensi yang ada di desa tersebut, serta prestasi dalam mengatasi kendala-kendala yang ada di desa. (DesaRahayu.Wordpress)

Desa Rahayu bagi sebagian orang adalah tempat sandaran hidup. Sentra industri ini menawarkan banyak hal tentang berbagai ragam kehidupan. Potensi unggulan sektor industri kecil dan menengah di Desa Rahayu terdapat beberapa kelompok pengusaha yang membuka bisnis diberbagai bidang usaha, tercatat sebanyak 116 unit usaha yang terdiri dari 6 unit koperasi, 8 unit lembaga keuangan, 79 unit industri kecil dan menengah, 12 unit jasa hiburan dan 11 unit jasa hukum dan konsultasi. Para kelompok bidang kerajinan terdapat komoditas utama yang menjadi komoditas unggulan yaitu kerajinan topi, jaket/sweater, konfeksi rajut dan opak aci yang pemasarannya telah tersebar ke berbagai daerah yang ada di Indonesia, seperti Jawa, Bali, Sumatera, dll. (DesaRahayu.Wordpress)

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Tahap perencanaan

Perencanaan merupakan proses dimana manajemen merumuskan suatu tujuan dan bagaimana cara untuk dapat mencapainya, proses perencanaan terjadi disemua tipe. Jadi perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan keputusan selanjutnya tentang apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan oleh siapa. Adapun perencanaan merupakan proses yang tidak berakhir bila rencana tersebut telah ditetapkan bahkan disahkan dan rencana harus diimplementasikan.

Tahap- Tahap Perencanaan

Semua kegiatan perencanaan pada dasarnya melalui empat tahap, yaitu:

1. Tahap 1: Menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan.
2. Tahap 2: Merumuskan keadaan sekarang/saat ini.
3. Tahap 3: Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan yang dapat terjadi.
4. Tahap 4: Mengembangkan rencana ataupun serangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan.

4.2.1.1 Menetapkan target berbisnis

Berbisnis dengan target merupakan salah satu cara untuk mendorong pelaku bisnis agar terus mengembangkan dan mempertahankan bisnisnya. Menjalankan bisnis yang pastinya memiliki risiko tersendiri, baik adanya persaingan bisnis, lokasi yang kurang tepat, proses produksi yang salah, dan masih banyak lagi. Sehingga hal seperti itu menjadi suatu hal yang perlu

diperhatikan dan diwaspadai oleh pelaku bisnis. Dimana pelaku bisnis perlu membuat strategi atau tindakan untuk tetap dapat menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. Salah satunya yakni berbisnis dengan target, maksudnya adalah pelaku bisnis seharusnya memiliki dan menanamkan target-target jelas yang akan digunakan sebagai tujuan bisnis tersebut dijalankan. Selain itu, berbisnis dengan target juga membantu dalam melihat sebagaimana jauh yang telah dicapai oleh pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Kalo saya mah kan dasarnya pemasaran jadi kalo untuk menetapkan target biasanya memposting foto di sosial media, kemudian berlanjut dipersonal chat atau langsung jalur pribadi lewat kepada konsumen”

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang menetapkan target, bahwa :

“kalo untuk menetapkan target kita melihat pasarnya dulu, setelah itu kita lihat di materialnya serta sdm nya sendiri, karna target omset dan target pemasaran harus ada kestabilan”

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang menetapkan target bahwa :

“Saya menetapkan target dalam berbisnis topi mungkin lebih kepada omset, karna saya dasarnya penjahit jadi target saya sehari lima kodi bisa membuat topi, karna dalam membuat topi, waktu kerja sangat berpengaruh dalam penghasilan, mungkin itu target saya”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang menetapkan target bahwa :

“Menetapkan target mah paling saya lebih ke target omset yang harus lebih besar, karna dalam hal bisnis topi, apalagi produksi banyak di maklunkan oleh orang lain, karna banyak hal-hal yang belum tercapai, seperti hal nya target memiliki mesin bordel sendiri serta tempat sablon yang gede, sehingga kalo itu punya keuntungan bisa lebih besar, mungkin itu”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang menetapkan target bahwa :

“target omset dalam bisnis topi untuk membesar dan mempermudah keuntungan, ya pasti dengan memiliki segala macam peralatan yang dibutuhkan untuk pembuatan topi, karna dalam topi sendiri kan adu harga, jadi ketika peralatan topi kita punya sendiri dan tidak di maklunkan oleh orang lain, maka keuntungan akan lebih besar yang kita dapatkan, itu mungkin ya target omset dalam bisnis topi mah”.

Reduksi dari informan mengenai menetapkan target dalam berbisnis topi adalah bisa atau memiliki omset yang begitu banyak untuk memperlancar bisnis dalam topi, salah satu contohnya memiliki mesin bordir dan alat-alat produksi sendiri, ketika target omset sudah terpenuhi maka permintaan pasar akan mengikuti sesuai kemampuan yang kita bisa dan keuntungan akan lebih besar.

Makna dari menetapkan target dalam berbisnis topi adalah hal yang sangat penting untuk para pengusaha atau pun perusahaan, supaya menempatkan gagasan akan menjadi lebih baik, mengatur produk akan tetap konsisten dengan lebih baik, dan mencari kesempatan untuk menemukan keuntungan yang besar dengan produk yang bisa lebih murah, sehingga pengusaha ataupun perusahaan akan berada di posisi yang lebih baik.

4.2.1.2 Membuka komunikasi

Komunikasi dalam berbisnis menjadi hal yang penting dalam segala hal yang menyangkut segala sesuatu yang ada dalam bisnis untuk menghindari

kesalahpahaman. Hal itu pun juga didorong oleh kegiatan seperti misalnya pemasaran yang tentunya membutuhkan komunikasi yang baik mengingat hal ini akan menjadi penilaian terhadap kualitas bisnis baik itu oleh konsumen, rekan kerja, ataupun pihak investor. Sehingga ketika suatu perusahaan membuka lowongan pekerjaan tak jarang ditemui persyaratan yang harus dimiliki oleh calon karyawan yakni mampu berkomunikasi dengan baik. Komunikasi sendiri merupakan suatu proses penyampaian dan penerimaan informasi dari seseorang ke orang lain. Sehingga ketika komunikasi dapat dilakukan dengan tepat maka tidak akan menimbulkan persepsi yang berbeda antara pemberi informasi dengan penerima informasi. Komunikasi dalam berbisnis ini dibedakan menjadi dua macam yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal adalah proses penyampaian suatu informasi dari pihak pimpinan kepada pihak pegawai atau sebaliknya. Seperti misalnya pimpinan memberikan perintah atau petunjuk, dan pemberian laporan kinerja dari pihak pegawai terhadap pimpinan. Hal itu bertujuan untuk menjaga hubungan yang baik antara pimpinan dan pegawai dan untuk mengkoordinasi kegiatan-kegiatan pegawai agar fokus untuk merealisasikan tujuan bisnis yang dijalankan. Sedangkan komunikasi horizontal adalah cara komunikasi untuk menjamin hubungan baik antara pimpinan yang setingkat dan diwujudkan dengan mengadakan pertemuan secara berkala.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Membuka komunikasi ya paling, dimulai dari memberikan kerjaan dengan pesan supaya produk cepat selesai dan lebih rapih”.

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang membuka komunikasi, bahwa :

“Masalah komunikasi itu penting, jadi disini saya menerapkan bukan bos dengan karyawan melainkan rekan kerja sehingga membuka peluang sebesar-besarnya untuk memberikan masukan atau keluhan-keluhan antar karyawan dan bosnya, sehingga terjalin komunikasi”

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang membuka komunikasi bahwa :

“Kalo membuka komunikasi mungkin saya tiga kali sehari melakukan pengontrolan pagi, siang, dan ketika mau pulang para karyawan, biasanya para pekerja selalu menanyakan hal apa yang harus dikerjakan, mana yang harus dikerjakan lebih dahulu dan model topi yang cocok untuk bahan yang mereka tidak tahu, sehingga komunikasi terus berjalan setiap hari nya karna selalu di kontrol.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang membuka komunikasi bahwa :

“Membuka komunikasi, biasanya saya langsung samperin para pelanggan atau orang-orang yang terlibat dalam bisnis topi, karna saya orang nya berani ya, jadi kalo kepada orang yang ga dikenal juga saya biasa langsung ajak kenalan serta menawarkan topi-topi saya, itu sih biasa yang saya lakukan”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang membuka komunikasi bahwa :

“Kalo awal-awal saya dalam berbisnis topi, karna saya turun menurun ya, mulai dari kakek saya, terus ke bapak saya, dan sekarang ke saya pribadi saya selalu dibimbing dan langsung terjun ke lapangan, dikasih tahu kain yang pas untuk topi itu apa, mulai dari menjahit, model dan desain topi serta menawarkan langsung barang saya ke pasar tanah abang, awal komunikasi mungkin seperti itu, dan lama kelamaan sudah hafal sekali

tentang bagaimana produksi dan mendapat keuntungan yang besar di bisnis topi ini”.

Reduksi dari informan mengenai membuka komunikasi dalam berbisnis topi adalah membuka komunikasi bisa dilakukan antara karyawan dan bosnya atau antara perusahaan dengan konsumen, berguna untuk membuka peluang sebesar-besarnya untuk memberikan masukan atau keluhan antara bos dengan karyawan atau konsumen dengan perusahaan.

Makna dari membuka komunikasi dalam berbisnis topi sangat berpengaruh terhadap hasil produk serta kualitas produk yang dihasilkan, produksi akan terus berjalan tanpa adanya banyak kendala, jika komunikasi antar rekan kerja dan rekan bisnis selalu berjalan lancar, sehingga pebisnis tersebut dituntut untuk selalu membuka komunikasi antar sesama supaya terciptanya komunikasi yang efektif mengurangi masalah yang terjadi.

4.2.1.3 Identifikasi masalah

Pebisnis dalam menjalankan bisnis, pasti adakalanya sebuah masalah datang menghampiri. Banyak pengusaha yang bertahan dan menghadapi masalah tersebut, ada juga yang memutuskan untuk berhenti atau beralih ke bisnis lainnya. Pengusaha yang bertahan dan mencoba mencari solusi biasanya akan meraih kesuksesan di depan. seorang pebisnis pemula kerap kali menemui beberapa kendala dalam mengembangkan bisnisnya. Masalah pengembangan produk, pebisnis pemula juga akan mengalami kendala pada pengembangan sumber daya manusia, perencanaan modal, hingga proses eksekusi.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Kalo masalah sendiri bisa di identifikasi ketika produk kurang peminat atau banyak peminat tapi pembayaran tidak lancar, itu sangat menghambat karena perusahaan saya minim modal”

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang Identifikasi masalah, bahwa :

“Identifikasi masalah yang akan datang harus diantisipasi, karna sekarang sudah banyak pesaing serta *kompetitor* juga sudah banyak memperbaiki sistem bisnisnya, maka dari itu caranya dengan menganalisis model dan jenis topi yang akan diproduksi serta meningkatkan kualitas produksinya itu sendiri”

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang identifikasi masalah bahwa :

topi “Untuk identifikasi masalah dalam bisnis topi itu ada masa-masa bisnis itu rame dan bisnis topi itu sepi, biasanya dalam satu tahun itu ada rame dan sepi setiap enam bulan sekali, nah dikala rame saya bisa meraut untuk banyak, nah saya selalu simpan modal tersebut untuk menghadapi masalah ketika bisnis topi sepi, sehingga perusahaan akan terus berjalan ketika orang lain berhenti karena sepi”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang identifikasi masalah bahwa :

“Masalah biasanya terjadi dengan rekan bisnis sih yang paling sering, tidak adanya kesempatan membuat jadi renggang atau produk yang kualitas jelek dan mungkin engga terima membuat masalah, terus juga keterlambatan ya, biasanya orang-orang produksi selalu menjanjikan beres pada hari ini, tapi buktinya engga, itu yang harus di perhatikan mungkin”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang identifikasi masalah bahwa :

“Kalo masalah mungkin kita harus siap sama barang yang gagal, terus kadang pesenan yang tidak di ambil, serta pasar yang sepi seperti musim korona sekarang, banyak sekali rekan bisnis gulung tikar karna tidak kuat modal, kalo saya allhamdulillah karna dikala topi rame selalu nabung ya, jadi masih bisa berjalan walaupun sedikit-sedikit”.

Reduksi dari informan mengenai identifikasi masalah dalam berbisnis topi adalah identifikasi masalah yang akan datang harus diantisipasi karna sekarang sudah banyak pesaing atau *komptitor* sudah banyak memperbaiki sistem bisnisnya, ketika masalah yang akan datang bisa diantisipasi dengan baik maka bisnis akan senantiasa lancar.

Makna dari Identifikasi masalah dalam bisnis topi adalah hal yang harus di perhatikan dalam bisnis topi, karna hal yang wajar ketika dalam berbisnis akan menemukan suatu masalah, dan yang harus dilakukan dalam bisnis kita harus senantiasa siap dalam perputaran ekonomi, ketika suatu pengusaha topi sedang mengalami kenaikan drastis maka dia juga harus siap mengalami penurunan, dan harus mempunyai cara agar bisnis bisa berjalan dengan lancar.

4.2.1.4 Mengembangkan rencana

Rencana bisnis merupakan suatu deskripsi rinci dari suatu usulan bisnis, termasuk di dalamnya deskripsi bisnis yang akan di geluti, jenis pelanggan yang ingin kita targetkan, persaingan antar perusahaan yang memproduksi barang sejenis, dan fasilitas yang diperlukan untuk produksi. Rencana bisnis mengutarakan bagaimana ide bisnis akan memanfaatkan karyawan, pemasok dan

kreditor dan bagaimana ia akan memuaskan pelanggan dan pemilik bisnis. Ide bisnis melibatkan pengelolaan sumber dana, ide pemasaran, ide pendanaan. rencana bisnis yang lengkap biasanya termasuk penaksiran lingkungan bisnis, rencana manajemen, rencana pemasaran, dan rencana keuangan.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Untuk mengembangkannya kalo saya pribadi dengan cara menambah pegawai, penjahit, memiliki anak perusahaan (seperti sablon, bordir, tiber, dll).

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang mengembangkan rencana, bahwa :

“kalo untuk mengembangkan rencana, saya tidak bisa sendiri, idealnya saya harus berkolaborasi bisnis dengan pihak pemasaran atau pihak-pihak pendukung seperti penyedia bahan, karna akan lebih cepat berkembang rencana untuk kedepannya”.

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang mengembangkan rencana bahwa :

“Mengembangkan rencana dalam bisnis topi mungkin lebih kepada mencari harga bahan, alat, serta keperluan-keperluan aksesoris topi dengan harga semurah mungkin, karna ketika harga murah produksi bisa tambah banyak dan keuntungan pun akan lebih besar”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang mengembangkan rencana bahwa :

“Ya, sama seperti yang tadi saya jawab, mungkin lebih memikirkan target omset supaya bisa berkembang lebih besar, seperti memiliki mesin bordir, jahit, serta tempat sablon sendiri, sehingga tidak harus oleh orang lain dikerjakan dan menghemat biaya, dan keuntungan pun bisa lebih besar”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang mengembangkan rencana bahwa :

“Rencana kedepan dalam berbisnis topi, yang pasti kalo rencana selalu ada tapi dalam berbisnis biasanya ngalir begitu saja, awalnya saja saya ga ada rencana ingin bisnis topi, tapi karna lingkungan sekitar banyak berbisnis di topi saya coba ikut, dari sedikit-sedikit sekarang sudah punya toko, dan rencana kedepan mungkin akan meningkatkan produksi dan peralatan sendiri supaya lengkap”.

Reduksi dari informan mengenai mengembangkan rencana dalam berbisnis topi adalah perlunya dilakukan kolaborasi dan tidak bisa dilakukan sendiri, pihak-pihak kelompok pendukung lainnya seperti halnya penyedia kain, sablon, bordir dan lainnya selalu dilibatkan untuk mempercepat produksi dan berkembangnya bisnis.

Makna dari mengembangkan rencana dalam bisnis topi merupakan sesuatu yang harus dilakukan ketika bisnisnya ingin bertambah besar dan keuntungan akan menjadi besar, hal itu biasa dilakukan oleh para pengusaha topi untuk meningkatkan keuntungan mereka, jadi ketika keuntungan ingin besar, pengembangan rencana pun harus dilakukan dengan besar dan serius.

4.2.1.5 Mengembangkan Desain

Desain produk adalah suatu kreatifitas dalam memecahkan masalah dengan target yang jelas. Dalam hal ini, sebuah desain pada layanan atau barang produksi tidak hanya sebuah rancangan di atas kertas belaka namun lebih mengutamakan proses dari awal hingga akhir dengan melibatkan rancangan, gagasan yang harus terwujud serta memiliki nilai estetika yang tinggi. Desain produk menggambarkan proses membayangkan, menciptakan, dan mengulangi

produk yang memecahkan masalah pengguna atau memenuhi kebutuhan spesifik di pasar tertentu. Kunci dari desain produk yang sukses adalah pemahaman tentang pelanggan pengguna akhir, target kenapa produk tersebut dibuat. Desainer produk berusaha memecahkan masalah nyata bagi orang-orang nyata dengan menggunakan empati dan pengetahuan tentang kebiasaan, perilaku, frustrasi, kebutuhan, dan keinginan calon pelanggan mereka.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Kalo untuk urusan desain, kita lebih mengikuti apa yang sedang *trending* dalam market, apa yang sedang ramai di produk selain topi, kita buat desain topinya”

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang mengembangkan desain, bahwa :

“Untuk masalah desain kita melihat bahwa pasar Indonesia suka meniru tren-tren barat, sehingga desain kita biasanya melihat apa yang sedang ramai desain yang ada di dunia internasional”.

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang mengembangkan desain bahwa :

“Desain saya biasanya kerjasama dengan para ahlinya, misalnya dengan desain bordir atau dengan desain sablon, terus ada juga karna gambar yang sudah jadi karna produksinya pesanan dari orang lain jadi kita engga terlalu susah mendesain karna sudah ada”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang mengembangkan desain bahwa :

“Kalo desain mah biasanya apa yang sedang dibutuhkan pasar sih, karna namanya penjual supaya barang laku yang harus mengikuti

kebutuhan pasar, nah ini juga informasi, banyak sekali para pebisnis yang memproduksi barang tanpa melihat apa yang sedang pasar butuhkan, sehingga topinya lama keluarnya dan menghambat bisnis”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang mengembangkan desain bahwa :

“Desain sendiri gampang sih, mengikuti alur serta pesenan dari pasar saja, kadang lagi rame model gini, ya kita kembangkan, karna topi sendiri harus bisa mengikuti perkembangan pasar aja sih”.

Reduksi dari informan mengenai mengembangkan desain dalam berbisnis topi adalah apa yang sedang ramai di pasar, ketika dalam suatu momen ada yang ramai maka produksi pun akan mengikuti itu, atau melihat kepada pasar Indonesia yang suka meniru tren-tren barat sehingga desain juga mengikuti pasar internasional.

Makna dari mengembangkan desain dalam bisnis topi adalah tidak terlalu selalu memikirkan apa yang harus didesain untuk kedepannya, karna dalam berbisnis topi cukup untuk melihat kebutuhan pasar serta desain apa yang sedang ramai dan sedang di cari, jadi menunggu serta selalu update dalam kebutuhan pasar.

4.2.1.6 Monitoring

Monitoring merupakan salah satu aktifitas yang tidak boleh dilewatkan oleh pebisnis, karena hal ini sangatlah penting untuk bisa memantau bisnis Anda serta mengetahui perkembangan bisnis Anda secara berkala. Regular Monitoring atau regular meeting bukan hanya milik perusahaan raksasa. UKM pun perlu melakukan hal ini karena kondisi akan bisa berubah sewaktu waktu.

Regular monitoring perlu dilakukan agar kita bisa mengevaluasi target, hasil, serta strategi yang dilahirkan. Misalnya dari kegiatan monitoring ini kita akhirnya tahu beberapa bahan evaluasi apa yang harus dipertahakan, dikurangi, atau ditingkatkan dalam membangun bisnis kita.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Memonitoring turun langsung kelapangan, banyak aspek sih, mulai dari kualitas produk harus semakin bagus, dalam desain harus inovatif dan memproduksi yang dibutuhkan market”

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang monitoring, bahwa :

“Dalam memonitoring tentunya saya punya tim, yang mana salah satunya menghandle pekerjaan-pekerjaan para karyawan, tentang produksi tentang pembelanjaan bahan dan yang lainnya semuanya ada yang mengurus”.

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang monitoring bahwa :

“kalo memonitoring sendiri, saya ada tangan kanan yang selalu mengontrol dan melaporkan, saya biasanya hanya menanyakan kepada tangan kanan saya, tentang bagaimana kualitas kain, produksi topi, serta pesenan apa sudah beres atau tidak, mungkin seperti itu kalo monitoring”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang monitoring bahwa :

“Monitoring kalo saya terjun langsung mungkin ya, saya selalu terjun melihat apa yang kurang apa yang sedang dikerjakan, karna menurut saya kalo langsung saya yang memonitoring, orang yang kerja di saya atau menjahit barang saya bisa lebih merasa di awasi serta ada rasa tanggung jawab yang besar di merekanya gitu”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang monitoring bahwa :

“Monitoring biasanya langsung aja terjun ke tempat yang biasa saya kontrol, kebetulan saya punya karyawan penjahit lima orang dan tiga orang dalam mesin bordir tempatnya di belakang rumah, jadi ya langsung aja kontrol ke tempatnya”.

Reduksi dari informan mengenai memonitoring dalam berbisnis topi adalah dengan terjun langsung dan mempunyai tangan kanan yang selalu mengontrol dan melaporkan, untuk terjun langsung biasanya pebisnis ingin lebih puas bisa melihat langsung produksian, tetapi ada juga yang mempunyai tim yang sudah dipercayai sehingga hanya tinggal menanyakan saja.

Makna dari monitoring dalam berbisnis topi adalah mengontrol hasil produksi sampai sejauh mana produksi topi tersebut, monitoring biasa dilakukan untuk supaya produksi senantiasa selesai dengan cepat dan tepat waktu.

4.2.2 Tahap kemunculan

Tahap kemunculan merupakan tahap dimana suatu kelompok dalam bisnis sudah tidak adanya konflik atau perbedaan pendapat, karna sudah tercapai suatu visi dan misi atau satu tujuan antara kelompok satu dan kelompok lainnya, dari tahap inilah suatu ide, kerjasama, dan suatu kesepakatan di dalam suatu kelompok sudah terjalin dengan baik, sehingga suatu kelompok sudah berjalan dengan baik.

4.2.2.1 Munculnya ide

Kunci kesuksesan memulai suatu usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide atau gagasan cemerlang yang kreatif dan inovatif dan mempunyai nilai ekonomi tinggi. Banyak orang mengatakan bahwa “Ide atau gagasan” mahal harganya. Tentunya tidak sembarang ide, hanya ide yang mempunyai nilai komersial saja yang masuk dalam kategori mahal itu. Sebuah ide akan ditulis dalam suatu rencana usaha atau rencana bisnis yang merupakan langkah awal membangun sebuah usaha. Sebenarnya, banyak orang mempunyai ide cemerlang, ide yang hebat dan bernilai tinggi, namun ide itu akan tetap menjadi ide atau bahkan hanya sekadar impian yang numpang lewat, karena ide yang hebat tadi tidak pernah ditulis atau dikomunikasikan kepada pihak lain ataupun diimplementasikan. Ide merupakan konsep, pikiran dan pengetahuan, sebuah mental, pandangan, keyakinan atau rencana dari kegiatan-kegiatan usaha. Ide merupakan produk berfikir kreatif yang melibatkan penggunaan indra pendengar, penglihat dan perasa. Interaksi dari ketiga indera ini mendorong daya pikir seorang wirausahawan untuk menghasilkan ide. Sebuah ide bisnis harus rasional, artinya menurut pikiran yang sehat dan pertimbangan yang logis, serta masuk di akal. Wirausahawan yang sukses salah satunya mampu menemukan ide melalui berbagai teknik yang ada. Penemuan ide bisnis tersebut diperoleh dari pencarian ide bisnis melalui cara berfikir terhadap suatu hal. Ide akan tercipta jika seseorang memandang sesuatu sebagai hal yang positif sehingga dapat tercipta tujuan yang diinginkan. Harapan yang kuat terhadap suatu hal akan mempengaruhi otak seseorang untuk melihat apa yang seseorang harapkan untuk melahirkan suatu ide.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Ide juga berasal dari apa sedang ramai, mulai dari acara tv, olahraga, konten youtube, dan dari produk selain topi sendiri menjadi ide”

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang munculnya ide bahwa :

“Untuk ide sendiri mungkin karena condong ke budaya serta melihat orang sekitar, karena bisnis topi di daerah rahayu sendiri sudah terjadi sejak lama bahkan orang tua saya sendiri waktu dulu bisnis topi melihat sang kakek, begitupun saya juga, mungkin ide kedepannya tentang cara bisnisnya yang harus dengan secara digital karena mengikuti zaman.”

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang munculnya ide bahwa :

“Kalo saya pribadi orangnya kan update, jadi saya selalu mengikuti apa yang sedang ramai di pasaran, sehingga produksi juga selalu mengikuti apa kebutuhan pasar, ide didapat ketika apa yang sedang ramai di pasarnya, mungkin seperti itu”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang munculnya ide bahwa :

“Ide didapat dengan cara ngbrol dengan rekan bisnis, *sharing* gitu lah terus menanyakan apa sekarang yang sedang ramai, model atau desain yang rame yang seperti apa, nah disana biasanya langsung ada ide untuk membuat topi, biasanya gitu sih”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang munculnya ide bahwa :

“Munculnya ide ya paling dengan ngbrol gitulah dengan para rekan bisnis, terus mengikuti zaman juga, sekarang zamannya ramai penjualan online, ya saya coba kesitu gitu, ide-ide muncul dengan sendirinya dengan perkembangan zaman juga”.

Reduksi dari informan mengenai munculnya ide dalam berbisnis topi adalah karna condong ke budaya serta melihat orang sekitar, bisnis topi di desa rahayu sendiri sudah terjadi sejak lama bahkan orang tua terdahulu pun banyak berbisnis topi, sehingga ide untuk berbisnis topi sangat berpengaruh karna lingkungan sekitar.

Makna dari munculnya ide dalam berbisnis topi adalah kelompok pebisnis topi dituntut harus selalu mencari informasi dan selalu update terhadap lingkungan kerjanya hal ini supaya para kelompok pebisnis topi selalu mendapatkan informasi untuk membuat ide dalam perkembangan bisnisnya.

4.2.2.2 Kesepakatan

Kesepakatan merupakan suatu hal yang terbentuk dari rangkain proses - proses. yang bisa saja termasuk ke dalam suatu perundingan maupun suatu pemikiran - pemikiran yang matang terhadap suatu hal hal yang berkaitan. dan hal tersebut telah direncanakan serta disetujui oleh beberapa orang yang terkait. untuk memperoleh hasil yang ingin dicapai. Kesepakatan merupakan persesuaian pernyataan kehendak antara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya yang mengadakan perjanjian. Apa yang dikendaki oleh pihak yang satu juga dikehendaki oleh pihak yang lain (para pihak menghendaki sesuatu yang sama secara bertimbal balik). Kata sepakat dalam suatu perjanjian dapat diperoleh melalui suatu proses penawaran (*offerte*) dan penerimaan (*acceptatie*). Istilah penawaran (*offerte*) merupakan suatu pernyataan kehendak yang mengandung usul untuk mengadakan perjanjian, yang tentunya dalam penawaran tersebut telah terkandung unsur esensialia dari perjanjian yang akan dibuat. Penerimaan

(acceptatie) sendiri merupakan pernyataan kehendak tanpa syarat untuk menerima penawaran tersebut.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Kalo kesepakatan terjadi biasanya dengan negosiasi harga yang lancar mempercepat kesepakatan”

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang kesepakatan bahwa :

“Munculnya kesepakatan tidak terlepas dari kebutuhan satu sama lain, konsumen membutuhkan barang produsen membutuhkan pekerjaan, jadi kita mempunyai keahlian untuk membuat mereka mempunyai keahlian untuk menjual sehingga terjadi kesepakatan”.

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang kesepakatan bahwa :

“Menurut saya kesepakatan dalam berbisnis topi mungkin karna sama-sama diuntungkan kali ya, karna ketika saya ahli dalam produksi terus pasar membutuhkan jasa saya dan saling menguntungkan terjadilah kesepakatan”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang kesepakatan bahwa :

“kesepakatan mah, mungkin mereka butuh terus untuk harga dan kualitas tidak ada masalah biasanya engga terlalu ribet, saya sih pemasok pasar sehingga yang dengan harga semurah mungkin dan keuntungan lumayan biasanya ga terlalu susah untuk membuat kesepakatan”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang kesepakatan bahwa :

“Kesepakatan biasanya diawali dengan konsumen membutuhkan barang atau suka kepada barang yang saya buat, lalu dia menanyakan harga setelah itu mereka menawarkan harga yang sebelumnya saya patok, dan saya kurangi dikit supaya kesepakatan bisa terjadi, mungkin ya sewajarnya saja pedagang sama pembeli seperti itu”.

Reduksi dari informan mengenai kesepakatan dalam berbisnis topi adalah dari kebutuhan satu sama lain, konsumen membutuhkan barang, produsen membutuhkan pekerjaan, harga dan kualitas barang yang ada pun membuat kesepakatan dalam berbisnis topi mempercepat kesepakatan yang terjadi.

Makna dari kesepakatan dalam berbisnis topi adalah karna satu sama lain saling membutuhkan, ketika harga yang ditawarkan pas dan barang dengan kualitas bagus dan tentunya saling menguntungkan, maka kesepakatan akan terjalin dengan sendirinya.

4.2.2.3 Kerjasama

Kerjasama adalah sebuah usaha yang dilakukan oleh beberapa orang atau kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama merupakan interaksi yang sangat penting bagi kehidupan manusia karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan. Kerjasama bisa terjadi ketika individu-individu yang bersangkutan mempunyai kepentingan dan kesadaran yang sama untuk bekerjasama untuk mencapai tujuan dan kepentingan bersama.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“kerja sama dalam suatu bisnis biasanya dengan kedisiplinan , terus saling support satu sama lain antar bagian”.

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang kerja sama bahwa :

“Kalo menurut saya yang paling utama yaitu dengan komunikasi, dengan komunikasi kita tentunya mengetahui akan kebutuhan mereka dan mereka mengetahui apa yang saya inginkan sehingga terjalin lah suatu kerja sama yang baik antar kelompok pebisnis topi”.

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang kerja sama bahwa :

“Pertama mungkin karna saling percaya dan saling jujur antara suatu rekan bisnis, saya sendiri sudah lumayan lama dalam berbisnis topi dengan modal kejujuran akhirnya banyak pelanggan saya yang dari Padang, Jakarta dan Pontianak yang percaya kepada saya selalu membeli topi-topi saya, dan tak jarang mereka mengirim uang dulu sebelum topi saya kirim kesana, mungkin seperti itu”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang kerja sama bahwa :

“Kalo kerja sama mah, biasanya orang-orang para penjual kain, alat-alat topi sampai jasa bordir dan sablon suka menawarkan langsung untuk bisa kerja sama, saya sendiri memilih kerjasama, sama orang yang enak dalam bisnis, mulai dari pembayaran, ketersediaan barang, dan kualitas, sehingga bisnis dapat berjalan dengan lancar”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang kerjasama bahwa :

“Kerja sama antar pebisnis topi biasanya ada dua, antara produksi dan pemasok ke pasar, biasanya si pemasok mencari tim produksi, lalu menyuruh membuat atau memesan topi, lalu nego harga dan target waktu yang di tentukan sanggup biasanya terjalin lah kerja sama atau rekan kerja di kedua pebisnis topi tersebut”.

Reduksi dari informan mengenai kerja sama dalam berbisnis topi adalah dengan komunikasi, saling percaya dan jujur dengan seperti itu para kelompok

pebisnis topi akan saling mengetahui kebutuhan masing-masing para kelompok, sehingga terjalin lah suatu kerja sama antar kelompok pebisnis topi

Makna dari kerja sama dalam berbisnis topi adalah hal yang tidak bisa hindarkan dalam berbisnis topi, para kelompok pebisnis topi tidak akan bisa sendirian dalam melakukan bisnisnya, perlu adanya rekan kerja yang senantiasa mendukung seperti halnya penyedia bahan dan dengan orang-orang jasa penjahit, ini membuktikan bahwa kerja sama merupakan interaksi yang sangat penting bagi kehidupan manusia karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan.

4.2.2.4 Rasa memiliki

Rasa memiliki merupakan ekspresi jiwa yang penting dalam kehidupan seseorang. Rasa memiliki juga akan memiliki dampak yang nyata terlihat dalam perilaku seseorang. Seseorang yang memiliki rasa memiliki akan bertindak peduli, terikat, memiliki empati, termotivasi bahkan mampu memberdayakan dirinya sendiri meskipun tidak ada pendorong atau stimulan. Karyawan perlu menumbuhkan rasa memiliki dalam rangka untuk menemukan makna dengan melibatkan kekuatan emosinya dalam pekerjaan. Semakin banyak karyawan menemukan hubungan antara cita-cita pribadi, misi organisasi, dan nilai-nilai sosial yang lebih besar, maka semakin besar komitmen mereka untuk mencapai tujuan bersama.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara

mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Menyadari bahwa rekan kerja bukanlah lawan, support sistem harus menjadi tanggung jawab dalam bekerja sama”

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang rasa memiliki bahwa :

“Untuk rasa memiliki sendiri biasanya didapat melalui sebuah pengertian, ketika kita memperhatikan mereka dengan cara atau memposisikan mereka tidak sebagai karyawan melainkan sebagai rekan kerja, maka mereka pun akan memposisikan bahwa kita juga saudara serta rekan kerja, sehingga rasa memiliki karena perhatian satu sama lain akan timbul dengan sendirinya”.

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang rasa memiliki bahwa :

“Saya berpikirkannya gini kalo untuk rasa memiliki, ini adalah perusahaan saya dan dalam bisnis ini saya mencari uang, makanya saya selalu menjaga kualitas barang, waktu telat dan tidak nya barang, karna apa, karna kalo ketika kualitas barang jelek kita juga akan kena dampak karna si pelanggan tidak akan membeli produk saya lagi”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang rasa memiliki bahwa :

“Rasa memiliki sih kalo saya kan pemasok pasar, untuk rasa memiliki yang mungkin dengan menjaga kualitas barang, kerapian dan desain-desain yang selalu baru, itu mungkin ya”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang rasa memiliki bahwa :

“Karna kebutuhan sih, rasa memiliki akan timbul, ketika pesenan barang pengen beres cepet, dan karyawan juga butuh uang, sehingga ketika ada barang yang belum beres mereka dengan sendirinya akan membereskan barang tersebut supaya tepat waktu, itu contoh rasa memiliki dalam karyawan sih”.

Reduksi dari informan mengenai rasa memiliki dalam berbisnis topi adalah rasa memiliki dalam berbisnis topi melalui sebuah pengertian ketika rekan kerja atau karyawan kita perhatikan dengan memposisikan mereka seperti saudara, sehingga rasa memiliki karna perhatian satu sama lain akan timbul dengan sendirinya.

Makna dari rasa memiliki dalam berbisnis topi adalah rasa kebutuhan seseorang terhadap apa yang dia cari, para kelompok pebisnis topi senantiasa kan menjaga kualitas barang, mulai dari penyedia kain, sampai jasa menjahit yang selalu rapih dan kelompok pemasok kepasar yang menjaga barang supaya tetap bagus.

4.2.2.5 Saling menghargai

Sikap saling menghargai bisa juga disebut sebagai sikap toleransi. Sikap saling menghargai sangat perlu diterapkan dalam berbagai lingkungan, baik itu di rumah, tempat kerja dan lingkungan sosial lainnya. Ketika masuk ke dalam dunia bisnis atau dunia kerja, sikap saling menghargai sangat penting kita terapkan karena di dalam lingkungan kantor kita akan bertemu dengan orang yang berbeda-beda. Terlebih lagi, setiap orang memiliki gaya bekerja dan kepribadian yang berbeda-beda. Ada yang sangat percaya diri dalam berbicara di depan publik, ada yang suka bekerja dari pagi hari, ada yang bekerja dengan lambat namun teliti, dan lain sebagainya.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara

mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Kalo untuk saling menghargai sendiri biasanya pebisnis topi saling menghargai dalam peminjaman produk/penukaran produk dengan para rekan bisnisnya”.

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang saling menghargai bahwa :

“Menghargai dalam berbisnis topi yang paling penting kita tidak punya niatan untuk menjatuhkan orang lain, yang kedua yaitu tidak meniru hasil produk orang lain, sehingga bisa saling menghargai dan bisa berjalan masing-masing”.

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang membuka komunikasi bahwa :

“Pertama mungkin kita antar pebisnis topi tidak selalu menjatuhkan harga barang bahkan tak jarang kita selalu tukar barang antara jasa produksi topi, ketika saya pribadi membutuhkan topi dengan model ini dan saya ga ada, saya bisa membeli di rekan produksi topi dengan harga produksi dan bisa dikirim dengan harga pas, seperti itu”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang saling menghargai bahwa :

“Saling menghargai mah paling, tidak merebut pelanggan orang lain, tidak menjatuhkan harga, tidak membuat janji-janji palsu, karna sangat banyak yang sering begitu dan bisnis nya tidak lancar dan saling menjatuhkan akhirnya”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang saling menghargai bahwa :

“Saling menghargai dengan cara tidak menjatuhkan harga, karna banyak banget pesaing bisnis yang menjatuhkan harga membuat harga menjadi tidak normal di pasaran”

Reduksi dari informan mengenai saling menghargai dalam berbisnis topi adalah menghargai dalam berbisnis topi yang paling utama yaitu tidak ada niat untuk menjatuhkan orang lain dan yang kedua yaitu tidak meniru hasil produk orang lain.

Makna dari saling menghargai dalam berbisnis topi adalah kelompok pebisnis topi senantiasa untuk melakukan transaksi peminjaman atau penukaran produk dengan bisnisnya, tidak merebut konsumen antar sesama pebisnis dan menjaga harga atau tidak menjatuhkan harga dari harga pasaran di pasar.

4.2.3 Tahap Penguatan

Tahap penguatan tahapan ini akan melibatkan keputusan kelompok menjadi lebih menguat dan keputusan juga akan menerima penguatan dari kelompok lainnya. Pada tahapan ini, situasi komentar yang tidak jelas dan situasi ambigu akan cenderung hilang sehingga adanya penegasan didalam persetujuan untuk mengambil keputusan yang diambil, dan anggota-anggota sudah mulai menerima tugas dan berinteraksi satu dengan lainnya.

4.2.3.1 Kebersamaan

Bisnis atau pekerjaan jenis apa pun itu peningnya kebersamaan dan kekompakan supaya mendapatkan keberhasilan dan menguntungkan,tapi yang paling penting adalah kebersamaan dan kekompakan Kalau seorang pengusaha yang sukses itu yaitu memiliki kesabaran dan keuletan dan selalu dekat kepada karyawan-karyawan agar seorang pengusaha membuahakan hasil yang baik dan keuntungan. Seorang pengusaha yang sukses itu memiliki wawasan luas dan tidak mementingkan keuntungan yang besar bagi pengusaha yang penting hasilnya dan

kwalitasnya tidak mengecewakan. Pentingnya kebersamaan dan kekompakan dalam menjalankan suatu bisnis dan pekerjaan karena itu adalah kunci keberhasilan dan kesuksesan anda dan bisa membuat kamu jadi pengusaha yang tangguh. Banyak para pengusaha yang gagal dalam menjalankan bisnisnya karena dia tidak ada kekompakan dan kebersamaan dalam melaksanakan pekerjaan sehingga dia tidak membuahkan hasil malahan rugi besar. itu sangat banyak terjadi pada para pengusaha-pengusaha perdana dia hanya tergiur dari nilai-nilai keuntungan yang besar, padahal semuanya akan merugikan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Kebersamaan diibangun dengan rasa saling percaya, saling menghargai, dan komunikasi yang efektif”

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang kebersamaan bahwa :

“Untuk poin ini biasanya kebersamaan dalam suatu bisnis timbul karna sering nya komunikasi, setelah itu biasanya juga untuk menjalin silaturahmi kita mengadakan liburan serta nongkrong bareng, sehingga kebersamaan akan selalu terjalin”.

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang kebersamaan bahwa :

“kebersamaan biasanya terjalin dengan sendirinya, karna suatu pebisnis topi tidak pernah bisa melakukan dengan sendirian pasti membutuhkan rekan kerja dan ketika rekan kerja sudah terjalin lama, kebersamaan pun akan selalu terjaga”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang kebersamaan bahwa :

“Kebersamaan biasanya dilakukan dengan ngumpul bareng, *sharing* antar rekan bisnis, terus yang paling sering sih nanya antar sesama jadi ketika butuh sesuatu informasi, contohnya seperti dalam hal menanyakan model, dan mereka juga seperti jadi timbul kebersamaan”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang kebersamaan bahwa :

“Kebersamaan antar karyawan mungkin ya, dengan cara makan bareng, kalo dalam bahasa sunda sering disebut *ngaliwet*, ngaliwet bareng hampir seminggu sekali sehingga terjalin kebersamaan, dan saya sebagai owner sangat di hormati karna mereka juga saya hormati”.

Reduksi dari informan mengenai kebersamaan dalam berbisnis topi biasanya kebersamaan dalam suatu bisnis timbul karena adanya komunikasi yang baik, setelah itu menjalin silaturahmi dengan mengadakan liburan bareng, sehingga kebersamaan akan selalu terjalin.

Makna dari kebersamaan dalam berbisnis topi adalah suatu hal yang selalu dilakukan kepada rekan kerja dan rekan bisnis dalam berbisnis topi, hal ini sangat sering dilakukan oleh para pengusaha kepada bawahannya untuk bisa terjalinnya hubungan yang baik antar rekan kerja dan rekan bisnis dalam berbisnis topi.

4.2.3.2 Kekompakan

Kekompakan adalah bekerja sama secara teratur dan rapi, bersatu padu dalam menghadapi suatu pekerjaan yang biasanya ditandai adanya saling ketergantungan. Selanjutnya Mangkuprawira (2009) menyatakan bahwa Kekompakan (*cohesiveness*) adalah tingkat solidaritas dan perasaan positif yang ada dalam diri seseorang terhadap kelompoknya. Kekompakan kelompok

bukanlah senjata rahasia dalam pencarian untuk peningkatan kinerja kelompok atau tim. Caranya agar berhasil adalah dengan menjaga agar ukuran kelompok-kelompok tugas tetap kecil, menyakinkan standarstandar kinerja dan sasaran-sasaran harus jelas dan dapat diterima, mencapai beberapa keberhasilan awal dan mengikuti petunjuk-petunjuk praktis. Tim kerja yang dipilih sendiri di mana orang-orang mengangkat teman satu timnya sendiri dan cara-cara sosial selepas kerja dapat merangsang kekompakan sosio-emosional. Membantu perkembangan kekompakan sosio-emosional perlu diseimbangkan dengan kekompakan tim.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Kekompakan biasanya dibangun dengan menanam visi dan misi kepada anggota, menghargai pendapat, dan mengadakan kegiatan bersama.

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang kekompakan bahwa :

“Kalo untuk kekompakan pertama kita harus mempunyai goal atau tujuan serta visi dan misi bisnis itu sendiri, misalkan dalam satu tahun kita harus mendapat omset sekian, ketika suatu visi dan misi sudah terjalinkan bersama, kekompakan akan tercipta karna satu tujuan”.

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang membangun kekompakan bahwa :

“Mungkin lebih kepada si pemimpin nya, bagaimana dia memimpin perusahaan, karna saya sendiri biasanya kita makan bareng dengan karyawan dan rekan kerja, terus juga mengadakan liburan bareng biar selalu kompak, dan allhamdulillah setiap tahun selalu saja kompak”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang kekompakan bahwa :

“Mungkin karna sama-sama satu tujuan, kompak mah biasanya ketika seorang satu visi dan misi dan saling mempunyai target akan terjalin dengan sendirinya, contoh nya komunikasi antar penjahit dan pemasok bahan, ketika pemasok bahan datang telat produksinya juga telat, tetapi karna mungkin sama-sama tujuan dan mempunyai target mereka kompak dan tidak membuat masalah yang akan menyebabkan produksi telat”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang kekompakan bahwa :

“Kompak mah antar rekan bisnis tidak saling membuat masalah, diproduksi lancar, dan di pemasaran juga lancar, dan ketika masalah uang tidak telat pasti keduanya saling diuntungkan”.

Reduksi dari informan mengenai kekompakan dalam berbisnis topi adalah harus mempunyai goal atau tujuan serta visi misi dalam berbisnis, ketika suatu visi dan misi sudah terjalin bersama, kekompakan akan tercipta karena satu tujuan.

Makna dari kekompakan dalam berbisnis topi adalah ketika antar rekan kerja dan rekan bisnis sudah dalam satu tujuan kekompakan dalam bisnis akan sedikit sekali menemukan masalah, produksi barang pun akan lancar serta masalah keuangan tidak akan ada masalah dan senantiasa lancar.

4.2.3.4 Kedewasaan

Kedewasaan adalah saat seseorang tetap bisa bersikap tenang dan bijaksana dalam menyelesaikan sebuah situasi atau masalah seberat apapun. Banyak orang yang menganggap dirinya dewasa tetapi tidak memperhatikan perasaan orang lain. Karena sifat kekanak – kanakannya tidak dapat dikalahkan,

mereka hanya dapat melihat suatu masalah dari satu sudut pandang saja dan orang itu tidak pernah merasakan apa yang orang lain rasakan. Kedewasaan seseorang dapat di ukur dari sudut pandang pemikiran, cara berfikir dan cara menyikapi suatu masalah bukan dari umur seseorang. Dalam sebuah lingkungan kerja, pasti ada seorang pemimpin yang tentunya akan menentukan arah kepada bawahannya untuk memajukan sebuah perusahaan. Di saat Anda berada pada sebuah posisi sebagai seorang pemimpin, kedewasaan merupakan sebuah titik penentu apakah Anda mampu memimpin bawahan Anda atau tidak. Tidak jarang sebagai seorang pemimpin kita menemukan bawahan yang sulit untuk diatur baik dalam hal kinerja maupun sikap. Dalam hal ini, kedewasaan seorang pemimpin sangat dibutuhkan.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Saling disiplin, tidak banyak mengeluh, open minded sehingga dapat menyatukan perbedaan pendapat”.

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang kedewasaan bahwa :

“Kalo untuk kedewasaan mah biasana lebih kepada masing-masing orang, tapi kalo diperusahaan kita sudah membuat suatu visi misi agar semua bisa satu tujuan, mungkin seperti itu”.

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang kedewasaan bahwa :

“Kalo untuk kedewasaan sendiri, mungkin lebih menanamkan rasa tanggung jawab kali ya, ketika karyawan dikasih tugas kita selalu memberi

perhatian terus ketika mereka membutuhkan ketika kesulitan kita selalu bantu karna kita diposisi owner dan selalu bantu misalnya ketika karyawan meminjam uang kita bantu”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang kedewasaan bahwa :

“Kedewasaan akan diuji ketika suatu masalah datang, seperti halnya contoh ketika rekan kerja melakukan kesalahan seperti kualitas jahitan yang jelek, yang membuat kita selaku pemilik barang membuat pusing gitu, kan pasar tidak mau barang ketika barang tersebut dibawah kualitas standar, nah disana mungkin kedewasaan diuji dengan tidak gampang marah, yang membuat putus kerja dengan rekan kerja kita”.

Reduksi dari informan mengenai kedewasaan dalam berbisnis topi adalah dengan cara saling disiplin, tidak banyak mengeluh dan selalu memperhatikan ketika suatu bawahan atau karyawan.

Makna dari kedewasaan dalam berbisnis topi adalah selalu menerima ketika dalam situasi para kelompok pebisnis topi sedang menghadapi masalah, karna senantiasa sudah biasa menghadapi masalah para kelompok pebisnis akan cenderung sabar, ulet dalam menghadapinya.

4.2.3.5 Tanggung jawab

Rasa tanggung jawab merupakan sebuah sikap yang selalu diajarkan oleh orang tua kepada anak-anaknya semenjak kecil. Setiap orang memang perlu memiliki sikap tanggung jawab terhadap apapun, seperti pekerjaan dan juga pilihan hidupnya sendiri. Saat masih kecil, seorang anak cenderung untuk belum memiliki rasa tanggung jawab. tanggung jawab adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatunya. Jika terjadi sesuatu yang tidak sesuai dengan

harapan, maka seorang penanggung jawab dapat dituntut, dipersalahkan, diperkarakan, dan sebagainya.

Pada dasarnya, rasa tanggung jawab merupakan sebuah pengertian untuk memahami tinggi rendahnya akhlak seorang manusia. Seiring dengan perkembangannya, rasa tanggung jawab kemudian berkembang bukan hanya dalam tataran personal, namun juga terkait hubungan dengan orang lain. Artinya, seseorang yang berhubungan dengan pihak-pihak lain tidak bias lepas dari rasa tanggung jawab yang melekat pada dirinya.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti bahas, maka peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan dengan cara wawancara mendalam. Informan pertama yang peneliti wawancara yaitu Muhammad Hafizh (12/07/2020, jam 14.00). Hafizh mengatakan bahwa :

“Kalo untuk tanggung jawab biasanya muncul sendiri karna kebutuhan, karna loyalitas dan solid di suatu bisnis”

Muhammad Niam Abdul Haris (19/08/2020, jam 19.30) memberikan jawabannya tentang membangun rasa tanggung jawab bahwa :

“Dengan komitmen antara perusahaan dan konsumen, komitmen antara owner dan karyawan, dengan seperti itu kita akan mempunyai tanggung jawab tentang tugas apa saja yang harus dikerjakan oleh kita, perusahaan mempunyai tugas kepada konsumen melayani dengan sepenuh hati, memberikan pelayanan terbaik, karyawan bertanggung jawab dengan memaksimalkan kerja”.

Irwan Paqot (02/08/2020, jam 13.00) memberikan jawabannya tentang tanggung jawab bahwa :

“Menanamkan visi misi, ketika karyawan sudah satu tujuan, selanjutnya kita yang bertanggung jawab dengan selalu memberi kerjaan, gaji tidak telat dan mungkin rasa perhatian dengan menganggap karyawan seperti keluarga kita”.

Muhammad Gunawan (05/08/2020, jam 16.00) memberikan jawabannya tentang tanggung jawab bahwa :

“Tanggung jawab kalo saya pribadi mungkin ya dengan cara melaksanakan pesanan pelanggan secara maksimal lah, ketika saya kalo dikasih order, pesenan topi dengan seribu pcs contoh nya, dan mereka ingin beres dalam waktu seminggu, saya siap maka barang tersebut harus beres dalam seminggu, jangan ketika di kasih waktu seminggu jadinya melebihi, itu salah satu contoh orang yang tidak bertanggung jawab, dan banyak banget hal seperti itu dalam dunia bisnis, seperti itulah”.

Muhammad Haedar (06/08/2020, jam 11.00) memberikan jawabannya tentang tanggung jawab bahwa :

“Ketika ada pesenan kita semaksimal mungkin mengerjakan pesenan tersebut dengan kualitas yang bagus dan waktu yang tepat”.

Reduksi dari informan mengenai tanggung jawab dalam berbisnis topi adalah dengan komitmen antara perusahaan dan konsumen, komitmen antara owner dan karyawan, perusahaan mempunyai tugas memberikan pelayanan terbaik dan karyawan memaksimalkan kerja.

Makna dari tanggung jawab dalam berbisnis topi adalah para kelompok pebisnis topi selalu memaksimalkan hasil pesenan produk setiap apa yang dikerjakan dengan waktu yang tepat waktu.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Tahap Perencanaan Komunikasi kelompok Pebisnis Topi Studi Deskriptif Kualitatif di Desa Rahayu Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung

Menetapkan target dalam bisnis topi sangat berpengaruh, agar para kelompok pebisnis topi terus mengembangkan dan mempertahankan bisnisnya. Menurut Teori Interaksi kelompok mengemukakan bahwa adanya tahap –tahap yang harus dilakukan suatu kelompok sebelum mereka mengambil keputusan. Teori ini berhubungan dengan jawaban dari empat informan yang mengatakan bahwa menetapkan target dalam berbisnis topi itu sangat penting untuk

menanamkan target-target jelas yang akan digunakan sebagai tujuan bisnis tersebut dijalankan dan melihat sebagaimana jauh yang telah dicapai oleh pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya. Sedangkan Teori Interaksi kelompok tidak berhubungan dengan jawaban dari satu informan yang mengatakan dalam bisnis topik target tidak begitu penting, dan yang penting itu adalah bagaimana kita rajin tidaknya untuk berusaha.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari salah satu informan berhubungan dengan teori tersebut, karena satu sama lain antar kelompok pebisnis sama-sama mempunyai target dan tujuan mencari keuntungan. Sedangkan jawaban dari empat informan lainnya tidak berhubungan karena tidak satupun jawaban dari mereka yang memiliki karakteristik atau pun ciri-ciri yang sama dengan teori komunikasi kelompok.

Komunikasi dalam berbisnis menjadi hal yang penting dalam segala hal yang menyangkut segala sesuatu yang ada dalam bisnis untuk menghindari kesalahpahaman. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu dengan komunikasi. Teori ini berhubungan dengan jawaban dari empat informan yang mengatakan bahwa komunikasi dalam bisnis itu sangat penting karena dengan membuka komunikasi kita bisa peluang sebesar-besarnya untuk memberikan masukan atau keluhan-keluhan antar karyawan dan bosnya, sehingga terjalin komunikasi bisa memperlancar dalam hal berbisnis. Sedangkan Teori Interaksi kelompok tidak berhubungan dengan jawaban dari satu informan yang mengatakan dalam bisnis

hal yang harus diperhatikan keinginan yang kuat bagi seseorang, percuma bisa komunikasi tapi dalam hal praktek dia tidak bisa.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari lima informan berhubungan dengan teori tersebut, karna satu sama lain antar kelompok pebisnis sama-sama membuka komunikasi dalam melakukan bisnisnya dan sama satu tujuan mencari keuntungan.

Kelompok pebisnis topi dalam dalam menjalankan bisnis, pasti adakalanya sebuah masalah datang menghampiri. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu dengan cara mengidentifikasi masalah yang akan datang. Teori ini berhubungan dengan jawaban dari lima informan yang mengatakan bahwa dalam berbisnis topi itu kita harus senantiasa memikirkan apa yang akan terjadi kedepannya, karna dalam berbisnis kita pasti kan mengalami surut atau bisnis kita sepi, identifikasi masalah menjadi sangat penting ketika kita siap dalam menghadapi masalah yang akan yang akan terjadi.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari lima informan berhubungan dengan teori tersebut, karna satu sama lain antar kelompok pebisnis sama-sama berkomunikasi ketika dalam berbisnis menghadapi masalah dan sama-sama melakukan cara agar masalah itu cepat selesai dan kelompok pebisnis topi bisa menjalankan bisnisnya dengan lancar kembali.

Rencana bisnis merupakan suatu deskripsi rinci dari suatu usulan bisnis, termasuk di dalamnya deskripsi bisnis yang akan di geluti, jenis pelanggan yang

ingin kita targetkan, persaingan antar perusahaan yang memproduksi barang sejenis, dan fasilitas yang diperlukan untuk produksi. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu dengan cara perencanaan dalam pengembangan bisnis. Teori ini berhubungan dengan jawaban dari empat informan yang mengatakan, karna para kelompok pebisnis topi senantiasa selalu ingin mengembangkan rencana bisnisnya supaya menjadi besar dengan cara menambah alat-alat produksi untuk memperlancar dalam bisnisnya.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari tiga empat informan berhubungan dengan teori tersebut, karna dalam mengembangkan rencana bisnis perlu adanya kerja sama yang baik antar rekan bisnis sehingga menjadikan kelompok pebisnis menjadi satu tujuan dalam melakukan bisnisnya. Sedangkan jawaban dari ke dua informan lainnya tidak berhubungan karena tidak satupun jawaban dari mereka yang memiliki karakteristik atau pun ciri-ciri yang sama dengan teori komunikasi kelompok.

Desain produk adalah suatu kreatifitas dalam memecahkan masalah dengan target yang jelas. Dalam hal ini, sebuah desain pada layanan atau barang produksi tidak hanya sebuah rancangan di atas kertas belaka namun lebih mengutamakan proses dari awal hingga akhir dengan melibatkan rancangan, gagasan yang harus terwujud serta memiliki nilai estetika yang tinggi. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu dengan cara mengembangkan desain. . Teori ini berhubungan dengan jawaban dari satu informan yang mengatakan,

pengembangkan desain dalam berbisnis merupakan hal yang perlu dilakukan untuk bisa memperbaharui produk supaya tidak ketinggalan zaman, pengembangkan produk dengan cara melihat tren-tren barat dan apa yang sedang ramai yang dibutuhkan oleh pasar. Sedangkan Teori Interaksi kelompok tidak berhubungan dengan jawaban dari empat informan yang mengatakan bahwa dalam berbisnis topi itu kita hanya perlu menunggu pesanan apa yang mereka butuhkan dan para kelompok pebisnis topi langsung dibuatkan.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari kelima informan tidak berhubungan karena tidak satupun jawaban dari mereka yang memiliki karakteristik atau pun ciri-ciri yang sama dengan teori komunikasi kelompok.

Monitoring merupakan salah aktifitas yang tidak boleh dilewatkan oleh pebisnis, karena hal ini sangatlah penting untuk bisa memantau bisnis, Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu salah satunya tahap perencanaan dalam mengontrol bisnis. Teori ini berhubungan dengan jawaban dari lima informan yang mengatakan, mengontrol atau mengawasi pekerjaan supaya tidak ada hambatan dalam produksi topi, dengan cara terjun langsung atau menanyakan langsung tentang kualitas bahan, apa yang sedang dikerjakan dan apa yang kurang, sehingga bisa selalu terpenuhi dalam produksi topi.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari lima informan berhubungan dengan teori tersebut, karna dalam monitoring karyawan bisnis mereka adalah sekumpulan orang-orang yang mempunyai tujuan bersama untuk bisa mendapatkan uang dengan cara bekerja sesuai arahan apa yang di arahkan.

4.3.2 Tahap Kemuncukan Komunikasi kelompok Pebisnis Topi Studi Deskriptif Kualitatif di Desa Rahayu Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung

kunci kesuksesan memulai suatu usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide atau gagasan cemerlang yang kreatif dan inovatif dan mempunyai nilai ekonomi tinggi. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu salah

satunya tahap kemunculan, Teori ini berhubungan dengan jawaban dari empat informan yang mengatakan kelompok pebisnis topi dengan adanya ide-ide untuk perkembangan bisnisnya. Jawaban dari tiga informan berhubungan dengan teori tersebut, kelompok pebisnis topi dituntut harus selalu mencari informasi dan selalu update terhadap lingkungan kerjanya hal ini supaya para kelompok pebisnis topi selalu mendapatkan informasi untuk membuat ide dalam perkembangan bisnisnya.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari dua informan berhubungan dengan teori tersebut, karna menurut mereka munculnya ide karna banyak nya kita berkomunikasi dengan rekan bisnis, pelaku usaha, serta lingkungan yang selalu *update* setiap harinya sehingga memungkinkan kelompok pebisnis topi selalu membuat ide dengan adanya komunikasi antar kelompok pebisnis. Sedangkan jawaban dari ke ketiga informan lainnya tidak berhubungan karena tidak satupun jawaban dari mereka yang memiliki karakteristik atau pun ciri-ciri yang sama dengan teori komunikasi kelompok.

Kesepakatan merupakan suatu hal yang terbentuk dari rangkain proses - proses. yang bisa saja termasuk ke dalam suatu perundingan maupun suatu pemikiran - pemikiran yang matang terhadap suatu hal hal yang berkaitan. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu salah satunya tahap kemunculan. Teori ini berhubungan dengan jawaban dari empat informan yang mengatakan munculnya kesepakatan tidak terlepas dari kebutuhan satu sama lain, konsumen membutuhkan barang produsen membutuhkan pekerjaan, jadi kita mempunyai

keahlian untuk membuat mereka mempunyai keahlian untuk menjual sehingga terjadi kesepakatan. Sedangkan Teori Interaksi kelompok tidak berhubungan dengan jawaban dari satu informan yang mengatakan dalam bisnis topi itu kesepakatan akan sering terjadi karna harga yang di tawarkan sangat murah dan bisa menjadi keuntungan yang besar ketika dijual kembali.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari lima informan berhubungan dengan teori tersebut, karna satu sama lain antar kelompok pebisnis topi akan senantiasa membuat kesepakatan terlebih dahulu sebelum melakukan kerja sama bisnisnya dan karna sama-sama satu tujuan mencari keuntungan dalam hal bisnis.

Kerjasama adalah sebuah usaha yang dilakukan oleh beberapa orang atau kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu salah satunya tahap kemunculan. Teori ini berhubungan dengan lima informan yang mengatakan para kelompok pebisnis topi tidak akan bisa sendirian dalam melakukan bisnisnya, perlu adanya rekan kerja yang senantiasa mendukung seperti halnya penyedia bahan dan dengan orang-orang jasa penjahit

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari lima informan berhubungan dengan teori tersebut. Hal ini membuktikan bahwa kerja sama merupakan interaksi yang sangat penting bagi kehidupan manusia, dalam melakukan bisnis topi kerja sama selalu dibutuhkan untuk mempermudah dalam

melakukan bisnis karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan.\

Rasa memiliki merupakan ekspresi jiwa yang penting dalam kehidupan seseorang. Rasa memiliki juga akan memiliki dampak yang nyata terlihat dalam perilaku seseorang. . Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu salah satunya tahap kemunculan. Teori ini berhubungan dengan dua informan yang mengatakan rasa memiliki sendiri biasanya didapat melalui sebuah pengertian, ketika kita memperhatikan mereka dengan cara atau memposisikan mereka tidak sebagai karyawan melainkan sebagai rekan kerja, maka mereka pun akan memposisikan bahwa kita juga sodara serta rekan kerja, sehingga rasa memiliki karna perhatian satu sama lain akan timbul dengan sendirinya. Sedangkan Teori Interaksi kelompok tidak berhubungan dengan jawaban dari tiga informan yang mengatakan rasa memiliki timbul karna kebutuhan yang dia cari, ketika mereka dapat mereka akan seperti biasa sebatas karyawan dan bosnya.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari dua informan berhubungan dengan teori tersebut. yang mengatakan karna kebutuhan bersama jadi setiap pengusaha produksi akan senantiasa menjaga kualitas barang sehingga adanya rasa memiliki terhadap produk tersebut, beigtu juga penjual akan senantiasa menjual sebanyak mungkin untuk mencari keuntungan. Sedangkan jawaban dari ke ketiga informan lainnya tidak berhubungan karena tidak satupun jawaban dari mereka yang memiliki karakteristik atau pun ciri-ciri yang sama dengan teori komunikasi kelompok.

Sikap saling menghargai bisa juga disebut sebagai sikap toleransi. Sikap saling menghargai sangat perlu diterapkan dalam berbagai lingkungan, baik itu di rumah, tempat kerja dan lingkungan sosial lainnya. Ketika masuk ke dalam dunia bisnis atau dunia kerja, sikap saling menghargai sangat penting kita terapkan karena di dalam lingkungan kantor kita akan bertemu dengan orang yang berbeda-beda. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu salah satunya tahap kemunculan. Teori ini berhubungan dengan lima informan yang mengatakan kelompok pebisnis topi senantiasa saling menghargai untuk melakukan transaksi peminjaman atau penukaran produk dengan rekan bisnisnya, tidak merebut konsumen antar sesama pebisnis dan menjaga harga atau tidak menjatuhkan harga dari harga pasaran di pasar.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari dua informan berhubungan dengan teori tersebut, yang mengatakan kelompok pebisnis topi akan senantiasa saling menghargai dengan rekan bisnisnya dengan cara selalu melakukan penukaran barang atau membeli barang antar sesama pemasok pasar, itu terjadi karena permintaan yang berbeda-beda tetapi para kelompok pebisnis topi akan selalu mengeluarkan barang kepada rekan bisnisnya walaupun harga barang tersebut murah, tapi masih terdapat keuntungan kedua belah pihak. Sedangkan jawaban dari ke ketiga informan lainnya tidak berhubungan karena tidak satupun jawaban dari mereka yang memiliki karakteristik atau pun ciri-ciri yang sama dengan teori komunikasi kelompok.

4.3.3 Tahap Penguatan Komunikasi kelompok Pebisnis Topi Studi Deskriptif Kualitatif di Desa Rahayu Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung

Bisnis atau pekerjaan jenis apa pun itu peningnya kebersamaan dan kekompakan supaya mendapatkan keberhasilan dan menguntungkan,tapi yang paling penting adalah kebersamaan dan kekompakan kalau seorang pengusaha yang sukses itu yaitu memiliki kesabaran dan keuletan dan selalu dekat kepada

karyawan-karyawan agar seorang pengusaha membuahakan hasil yang baik dan keuntungan. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu salah satunya tahap penguatan. Teori ini berhubungan dengan 3 informan yang mengatakan dalam kelompok pebisnis topi akan ada rasa kebersamaan yang kuat antar sesama rekan bisnis atau rekan kerja karna seiring dengan berjalannya waktu, akan timbul dengan sendirinya, hal merupakan suatu yang baik untuk bisa terjalinnya hubungan yang baik antar rekan kerja dan rekan bisnis dalam berbisnis topi. Sedangkan Teori Interaksi kelompok tidak berhubungan dengan jawaban dari dua informan yang mengatakan kelompok pebisnis topi hanya menguatamakan saling membutuhkan, ketika kedua belah pihak sudah mendapat kebutuhannya maka komunikasi sudah cukup sampai disitu tanpa adanya kebersamaan atau kekompakan yang lainnya.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari lima informan berhubungan dengan teori tersebut, kebersamaan suatu hal yang selalu dilakukan kepada rekan kerja dan rekan bisnis dalam berbisnis topi, hal ini sangat sering dilakukan oleh para pengusaha kepada bawahan nya untuk bisa terjalinnya hubungan yang baik antar rekan kerja dan rekan bisnis dalam berbisnis topi, dengan kebersamaan pemilik dan bawahan akan selalu satu tujuan, bawahan membutuhkan uang atau gaji sedangkan pemilik membutuhkan jasa dari bawahan untuk bisa memproduksi barang.

Kekompakan adalah bekerja sama secara teratur dan rapi, bersatu padu dalam menghadapi suatu pekerjaan yang biasanya ditandai adanya saling ketergantungan. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok

harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu salah satunya tahap penguatan. Teori ini berhubungan dengan 3 informan yang mengatakan dalam kelompok pebisnis topi kekompakan akan terjalin ketika antar rekan kerja dan rekan bisnis sudah dalam satu tujuan kekompakan dalam bisnis akan sedikit sekali menemukan masalah, produksi barang pun akan lancar serta masalah keuangan tidak akan ada masalah dan senantiasa lancar. Sedangkan Teori Interaksi kelompok tidak berhubungan dengan jawaban dari dua informan yang mengatakan kelompok pebisnis topi akan senantiasa menghadapi masalah dan kekompakan susah terjalin karna kesalahan satu sama lain, produksi telat atau keuangan yang sedikit telat akan membuat sulitnya kekompakan itu dibuat.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari lima informan berhubungan dengan teori tersebut, karna kekompakan timbul karna adanya satu tujuan antar sesama dan dalam bisnis topi mereka saling membutuhkan sehingga tujuan mereka bisnis itu sama-sama mencari uang.

Kedewasaan adalah saat seseorang tetap bisa bersikap tenang dan bijaksana dalam menyelesaikan sebuah situasi atau masalah seberat apapun. Banyak orang yang menganggap dirinya dewasa tetapi tidak memperhatikan perasaan orang lain. Karena sifat kekanak – kanakannya tidak dapat dikalahkan, mereka hanya dapat melihat suatu masalah dari satu sudut pandang saja dan orang itu tidak pernah merasakan apa yang orang lain rasakan. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu salah satunya tahap penguatan. Teori ini berhubungan dengan 1 informan yang mengatakan kelompok pebisnis topi selalu menerima ketika dalam

situasi para kelompok pebisnis topi sedang menghadapi masalah, karna senantiasa sudah biasa menghadapi masalah para kelompok pebisnis akan cenderung sabar, ulet dalam menghadapinya. Sedangkan jawaban dari ke keempat informan lainnya tidak berhubungan karena tidak satupun jawaban dari mereka yang memiliki karakteristik atau pun ciri-ciri yang sama dengan teori interaksi kelompok.

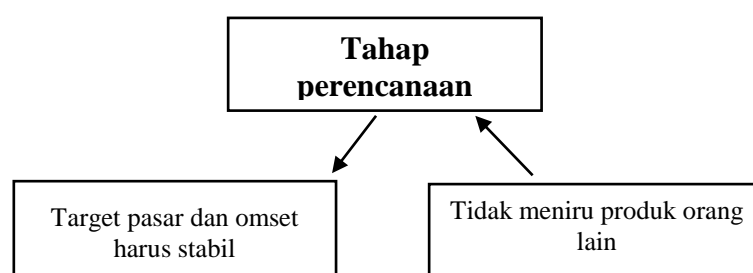
Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari lima informan tidak berhubungan dengan teori tersebut, karena tidak satupun jawaban dari mereka yang memiliki karakteristik atau pun ciri-ciri yang sama dengan teori komunikasi kelompok.

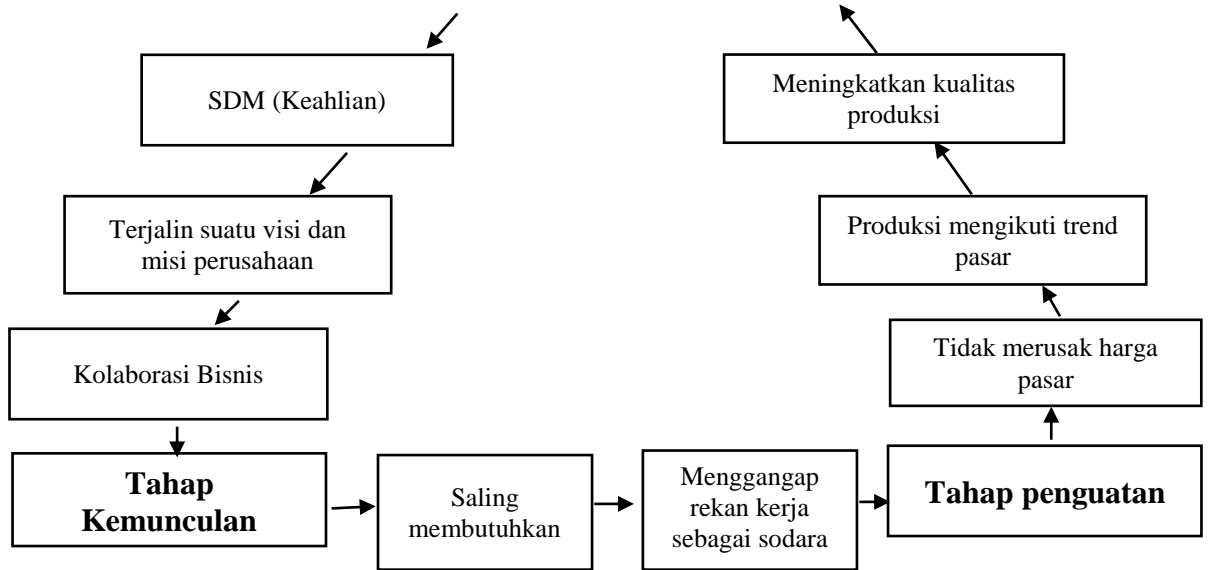
Tanggung jawab adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatunya. Jika terjadi sesuatu yang tidak sesuai dengan harapan, maka seorang penanggung jawab dapat dituntut, dipersalahkan, diperkarakan, dan sebagainya. Menurut teori interaksi kelompok yaitu dalam suatu kelompok harus ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu salah satunya tahap penguatan. Teori ini berhubungan dengan lima informan yang mengatakan tanggung jawab dalam berbisnis itu sangat perlu diperlukan karna tanggung jawab adalah salah satu yang harus dipegang dalam berbisnis, pelaku bisnis senantiasa berkomitmen dengan komitmen antara perusahaan dan konsumen, komitmen antara owner dan karyawan, dengan seperti itu kita akan mempunyai tanggung jawab tentang tugas apa saja yang harus dikerjakan oleh kita, perusahaan mempunyai tugas kepada konsumen melayani dengan sepenuh hati, memberikan pelayanan terbaik, karyawan bertanggung jawab dengan memaksimal kan kerja.

Menurut teori komunikasi kelompok bahwa sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain. Jawaban dari lima informan berhubungan dengan teori tersebut, karena dalam bertanggung jawab suatu kelompok akan saling bekerja sama antar satu sama lain karena mereka saling membutuhkan, para kelompok pebisnis topi selalu memaksimalkan hasil pesenan produk setiap apa yang dikerjakan dengan waktu yang tepat waktu.

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa para kelompok pebisnis topi di Desa Rahayu Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung menerapkan tiga tahapan untuk kesuksesan bisnisnya dengan cara tahapan yang pertama adalah tahapan perencanaan yang meliputi tentang kestabilan target omset dan target pasar dalam berbisnis serta sdm yang merupakan suatu hal yang sangat penting dan harus dimiliki dalam upaya mencapai tujuan visi misi perusahaan, Tahapan yang kedua yaitu tahap kemunculan dalam komunikasi kelompok pebisnis topi para informan sudah mulai tercapai suatu visi dan misi atau satu tujuan antara kelompok satu dan kelompok lainnya, dari tahap inilah suatu ide, kerjasama, dan suatu kesepakatan di dalam suatu kelompok sudah terjalin dengan baik, sehingga suatu kelompok pebisnis topi sudah berjalan dengan baik. Dan yang terakhir adalah tahapan penguatan, di tahap ini para pebisnis senantiasa dituntut untuk bisa memperbarui produk, kualitas dan mengikuti kebutuhan pasar dan tidak meniru produk orang lain.

Gambar 4.1 Model Temuan Penelitian





Sumber : Hasil penemuan peneliti 2020