

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Strategi

Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategi terfokus pada upaya memadukan manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi, produksi, pengembangan untuk mencapai keberhasilan organisasi.¹ Menurut Pearce II & Robinson manajemen strategis adalah kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.² Sedangkan menurut Suwarsono Muhammad diartikan sebagai usaha manajerial menumbuh kembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sesuai dengan visi yang telah ditetapkan.³

Dari pengertian diatas tersebut menunjukkan bahwa manajemen strategis merupakan suatu rangkaian aktivitas terhadap pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif, dan disertai dengan penetapan cara aplikasinya yang dibuat oleh pimpinan dan juga

¹ Fred R. David, *Manajemen Strategis : Konsep-konsep*, (PT Indeks Kelompok Gramedia, 2014), hal. 5-6

² *Ibid*, hal. 5

³ Suwarsono Muhammad, *Manajemen Strategik, Konsep dan Kasus*, (Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2008), hal. 6

dilaksanakan oleh seluruh pihak-pihak yang terlibat di dalam suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Manajemen strategik ini juga merupakan suatu sistem yang digunakan sebagai satu kesatuan dalam memiliki beragam komponen saling berkaitan dan memengaruhi satu sama lain serta bergerak secara serentak menuju arah yang sama pula.

Adapun beberapa manfaat dalam manajemen strategi, yakni:

- 1) Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko.
- 2) Keterlibatan anggota organisasi dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya.
- 3) Aktifitas pembuatan strategi akan menaikkan kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya masalah di masa datang.
- 4) Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif.
- 5) Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
- 6) Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju.

Menurut ajaran Islam manajemen strategi diperbolehkan asalkan sesuai dengan syariat dan bukan karena nafsu. Hal ini sudah di jelaskan dalam firman Allah SWT pada QS. Al Jaasyah: 18.

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ﴿١٨﴾

Terjemahnya : “Kemudian Kami jadikan engkau mengikuti syariat (peraturan dari agama itu, maka ikutilah syariat itu dan janganlah engkau ikuti keinginan orang-orang yang tidak mengetahui.” (QS. Al Jaasyah: 18).⁴

B. Strategi Diversifikasi Produk

1. Pengertian Strategi

Strategi disebutkan dalam beberapa definisi sebagai berikut⁵ :

- a. Kamus saku oxford : strategi merupakan teori perang, khususnya perencanaan gerakan pasukan, kapal, dan sebagainya, menuju posisi yang layak, rencana tindakan atau kebijakan dalam bisnis atau politik dan sebagainya.
- b. Uswatun Zambroni : strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan tertentu.

⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*....hal. 720

⁵ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis :Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011) hal. 358

- c. M. Ridwan: strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan komitmen sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.

Strategi dalam penerapannya memerlukan syarat yang perlu diperhatikan agar penyusunan strategi dapat berjalan dengan efektif. Maka terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan, menurut Siagian merumuskan syarat tersebut antara lain:⁶

- a. Strategi yang dirumuskan harus konsisten dengan situasi yang dihadapi organisasi.
- b. Strategi harus memperhitungkan secara realistis kemampuan suatu organisasi dalam menyediakan berbagai daya, sarana, prasarana dan dana yang diperlukan untuk mengoperasikan strategi tersebut.
- c. Strategi yang telah ditentukan dioperasionalkan secara teliti.

Strategi jika dilaksanakan dengan baik akan mempunyai kegunaan atau manfaat. Manfaat dalam strategi ini akan membuat organisasi dalam hal ini industri kecil akan merencanakan pola pengembangan dengan cermat.

⁶ Bayu Gumelar, et. all, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Kripik Tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi (Studi pada Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Kabupaten Ngawi).", *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 3, No. 1, Hal. 55-60 .

2. Pengertian Diversifikasi Produk

Menurut Fandy Tjiptono⁷ strategi diversifikasi adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu :

a. Diversifikasi Konsentris

Dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran, teknologi dengan produk yang sudah ada.

b. Diversifikasi Horisontal

Dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.

c. Diversifikasi Konglomerat

Dimana produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

Secara garis besar, strategi diversifikasi dikembangkan dengan berbagai tujuan diantaranya yaitu :

⁷ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*.....hal. 132

- a. Meningkatkan pertumbuhan bila pasar atau produk yang ada telah mencapai tahap kedewasaan dalam *Product Life Cycle* (PLC).
- b. Menjaga stabilitas, dengan jalan menyebarkan fluktuasi laba.
- c. Meningkatkan kredibilitas di pasar modal.

Dari tujuan ini, juga dapat diketahui bahwa adanya strategi pengembangan diversifikasi produk pasti memberikan dampak. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dampak adalah suatu pengaruh kuat yang menimbulkan akibat yang positif maupun negatif⁸. Adapun dampak positifnya yaitu⁹ :

- a. Penyerapan tenaga kerja
- b. Peningkatan pendapatan masyarakat

Sedangkan dampak negatifnya yaitu :

- a. Dampak lingkungan daerah sekitar
- b. Adanya pola hidup masyarakat

⁸Dalam <http://kbbi.web.id>, diakses 8 Februari 2019, pukul 9.18

⁹ Imam Nawawi, dkk, "Pengaruh Keberadaan Industri Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi dan Budaya Masyarakat Desa Legandar Kecamatan Marga Asih Kabupaten Bandung, dalam *Jurnal Sosieta*, Vol. 5, No. 2

3. Tahap-tahap Diversifikasi Produk

Adapun tahap-tahap dalam pengembangan produk baru yaitu¹⁰ :

1) Tahap Penyaringan

Tahap penyaringan ini dilakukan setelah berbagai macam ide tentang produk itu tersedia. Pada tahap ini merupakan pemilihan sejumlah ide dari berbagai sumber.

2) Tahap Analisis Bisnis

Masing-masing ide perlu dianalisis dari segi bisnis untuk mengetahui sampai seberapa jauh kemampuan ide tersebut dalam menghasilkan laba.

3) Tahap Pengembangan

Dari ide yang telah dianalisis terdapat satu ide yang perlu dikembangkan yang dianggap lebih menguntungkan dibandingkan dengan yang lain.

4) Tahap Pengujian

Merupakan kelanjutan dari tahap pengembangan termasuk pengujian konsep produk, kesukaan konsumen, penilaian laboratoris, dan tes penggunaan.

5) Tahap Komersialisasi

Pada tahap ini semua fasilitas sudah disiapkan sedemikian rupa, baik fasilitas produksi maupun pemasaran sehingga siap untuk di komersialkan.

¹⁰ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty Offset, 2008), hal. 184-186

4. Strategi dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, nilai-nilai Islam merupakan nilai utama dalam organisasi yang menjadi payung strategis hingga taktis seluruh aktivitas perusahaan. Nilai-nilai Islam yang membuat orientasi strategis perusahaan tidak melulu mengejar keuntungan duniawi saja serta abai pada pencapaian keberkahan Allah SWT. Dengan perspektif Islam, orientasi strategis sebuah perusahaan tidak lain adalah pencapaian empat hal utama sebagai sasaran jangka panjang, yakni :¹¹

a. Target Hasil : profit-materi dan benefit non materi

Perusahaan tidak hanya untuk mencari profit (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya. Namun juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan maupun lingkungan sekitar., seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

b. Pertumbuhan

Jika profit dan benefit nonmateri sudah dirai secusai target, maka perusahaan akan mengupayakan pertumbuhan atau kenaikan terus menerus dari setiap profit dan benefitnya itu. Hasilnya akan terus diupayakan agar tumbuh meningkat setiap tahunnya yang tentu saja tetap dijalankan sesuai koridor syariah. Seperti: meningkatkan jumlah produksi seiring dengan perluasan

¹¹ Gumbira Sa'id, *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*, (Jakarta : Khairul Bayan, 2003), hal. 52-55

pasar, peningkatan inovasi sehingga bisa menghasilkan produk baru.

c. Keberlangsungan

Perlu adanya pengupayaan agar pertumbuhan target hasil dan pertumbuhan target yang telah diraih dapat dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama. Sebagaimana upaya pertumbuhan, setiap aktivitas untuk menjaga keberlangsungan tersebut perlu dijalankan sesuai koridor syariah.

d. Keberkahan

Faktor keberkahan untuk menggapai ridla Allah SWT merupakan puncak kebahagiaan hidup manusia muslim. Bila ini tercapai, menandakan terpenuhinya dua syarat diterimanya amal manusia, yakni adanya niat ikhlas dan cara yang sesuai dengan ketentuan syariah. Krenannya, para pengelola bisnis perlu membuat orientasi keberkahan yang dimaksud agar pencapaian segala orientasi diatas senantiasa berada pada koridor syariah yang menjamin diraihnya keridhoan Allah SWT.

C. Produk

1. Pengertian Produk

Menurut Fandy Tjiptono¹² yang menyatakan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah suatu pemahaman yang subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Setiap produk berkaitan secara hirarki dengan produk-produk lainnya. Hirarki produk ini dimulai dari kebutuhan dasar sampai dengan item tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut hirarki produk terdiri atas tujuh tingkatan yaitu :

- a. *Need family*, yaitu kebutuhan inti atau dasar yang membentuk product family, seperti rasa aman.
- b. *Product family*, yaitu seluruh kelas produk yang dapat memuaskan suatu kebutuhan inti atau dasar dengan tingkat efektifitas yang memadai, seperti tabungan dan penghasilan.

¹² Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran.....*hal. 95-97

- c. Kelas produk (*product class*), yaitu sekumpulan produk di dalam product family yang dianggap memiliki hubungan fungsional tertentu, seperti instrumen finansial.
- d. *Lini product (product line)*, yaitu sekumpulan produk didalam kelas produk yang berhubungan erat. Hubungan yang erat ini bisa dikarenakan salah satu dari empat faktor berikut, yaitu :
 - 1) Fungsinya sama.
 - 2) Dijual pada kelompok konsumen yang sama.
 - 3) Dipasarkan melalui saluran distribusi yang sama.
 - 4) Harganya berada dalam skala yang sama.
- e. Tipe produk (*product type*), yaitu item-item dalam suatu lini produk yang memiliki bentuk tertentu dari sekian banyak kemungkinan bentuk produk.
- f. Merek (*brand*), yaitu nama yang dapat dihubungkan atau diasosiasikan dengan satu atau lebih item dalam lini produk yang digunakan untuk mengidentifikasi sumber atau karakter item tersebut.
- g. Item yaitu suatu unit khusus dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau atribut yang lainnya.

2. Klasifikasi Produk

Klasifikasi Produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan wujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama¹³ :

a. Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/ disentuh, dirasa dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu :

1) Barang Tidak Tahan Lama

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun.

2) Barang Tahan Lama

Barang tidak tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal lebih dari satu tahun).

¹³ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran.....*hal. 98

b. Jasa (*Service*)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

3. Atribut Produk

Menurut Fandy Tjiptono¹⁴ Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk meliputi :

a. Merek

Merek merupakan sebuah nama, istilah, simbol atau lambang, desain, warna, gerak atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas terhadap produk pesaing. Pada dasarnya suatu merek juga merupakan janji penjual untuk secara konsisten menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat, dan jasa tertentu kepada para pembeli. Merek yang baik juga menyampaikan jaminan tambahan berupa jaminan kualitas. Merek sendiri digunakan untuk beberapa tujuan yaitu :

- 1) Sebagai identitas, yang bermanfaat dalam diferensiasi atau membedakan produk suatu perusahaan dengan produk pesaingnya. Ini akan memudahkan konsumen untuk mengenalinya saat berbelanja dan saat melakukan pembelian ulang.

¹⁴ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran.....*hal.103-108

- 2) Alat promosi, yaitu sebagai daya tarik produk.
- 3) Untuk membina citra, yaitu dengan memberikan keyakinan, jaminan kualitas, serta prestise tertentu kepada konsumen.
- 4) Untuk mengendalikan pasar.

b. Kemasan

Pengemasan (*packaging*) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk. Tujuan penggunaan kemasan antara lain meliputi:

- 1) Sebagai pelindung isi (*protection*), misalnya dari kerusakan, kehilangan, berkurangnya kadar atau isi, dan sebagainya.
- 2) Untuk memberikan kemudahan dalam penggunaan (*operating*), misalnya supaya tidak tumpah.
- 3) Bermanfaat dalam pemakaian ulang (*reusable*), misalnya untuk diisi kembali atau untuk wadah lain.
- 4) Memberikan daya tarik (*promotion*), yaitu aspek artistik, warna, bentuk, maupun desainnya.
- 5) Sebagai identitas (*image*) produk, misalnya berkesan kokoh atau awet, lembut, dan mewah.
- 6) Distribusi (*shipping*), misalnya mudah disusun, dihitung, dan ditangani.

7) Informasi (*labeling*), yaitu menyangkut isi, pemakaian dan kualitas.

8) Sebagai cermin inovasi produk, yang berkaitan dengan kemajuan teknologi dan daur ulang.

c. Pemberian Label (*Labeling*)

Labeling berkaitan erat dengan pengemasan. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label bisa juga bagian dari kemasan, atau bisa juga etiket (tanda pengenal) yang disertakan pada produk.

d. Layanan Pelengkap (*Supplementary Services*)

Dewasa ini produk apapun tidak terlepas dari unsur jasa atau layanan, baik itu jasa sebagai produk inti (jasa murni) maupun jasa sebagai pelengkap. Produk inti umumnya sangat bervariasi antara tipe bisnis yang satu dengan tipe yang lain, tetapi layanan pelengkapnya memiliki kesamaan.

e. Jaminan (Garansi)

Jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, di mana para konsumen akan diberi ganti rugi bila produk ternyata tidak bisa berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan. Jaminan bisa meliputi kualitas produk, reparasi, ganti rugi (uang kembali atau produk ditukar).

4. Daur Hidup Produk

Konsep daur hidup produk adalah suatu upaya untuk mengenali berbagai tahap yang berbeda dalam sejarah penjualan suatu produk. Adapun tahapan daur hidup produk yaitu¹⁵ :

- a. Perkenalan, periode pertumbuhan penjualan lambat karena produk baru saja diperkenalkan di masyarakat konsumen.
- b. Pertumbuhan (*growth*), periode dengan cepat menerima produk baru sehingga penjualan melonjak dan menghasilkan laba yang besar.
- c. Kedewasaan (*maturity*), periode dimana pertumbuhan penjualan mulai menurun karena produk sudah bisa diterima oleh sebagian pembeli potensial.
- d. Penurunan (*decline*), periode ini penjualan menurun dengan tajam diikuti dengan menyusutnya laba.

D. Industri Kecil

1. Pengertian Industri

Menurut Kuncoro dalam konteks mikro dan organisasi, industri adalah sekelompok perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa yang relative sejenis atau mempunyai sifat saling mengganti yang erat.¹⁶ Menurut Biro Pusat Statistik industri kecil adalah sebuah industry yang mempunyai tenaga kerja 5 (lima) sampai 19 (Sembilan

¹⁵ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis....* hal. 191

¹⁶ Rahel Widiawati Kimbal, *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil.....* hal. 38

belas) orang tenaga kerja yang terdiri dari pekerja kasar yang dibayar, pekerja pemilik dan pekerja keluarga yang tidak dibayar. Selanjutnya menurut Tohar mendefinisikan usaha kecil sebagai kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang – undang.¹⁷

Industri kecil dalam perkembangannya membawa misi pemerataan yaitu dengan penyebaran kegiatan usaha, peningkatan partisipasi bagi golongan ekonomi lemah, perluasan kesempatan kerja dan dengan pemanfaatan potensi ekonomi terbatas. dalam rangka menunjang pembangunan daerah, maka pembangunan industry kecil, seperti sentra industry, lingkungan industry mempunyai fungsi yang sangat penting sebagai pusat-pusat pertumbuhan industry yaitu :

- 1) Sebagai pusat pembinaan dan penyuluhan termasuk bantuan bahan baku dan pemasaran;
- 2) Sebagai tempat pelengkap peralatan yang dapat dipergunakan bersama untuk suatu wilayah guna menyempurnakan produk;
- 3) Sebagai sarana kerja untuk sejumlah terbatas pengusaha industri kecil.

Adanya pusat perumbuhan industri ini diharapkan hasil produksi daripada pengusaha dapat lebih meningkat yang disertai

¹⁷Rahel Widiawati Kimbal, *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil.....* hal. 38

dengan peningkatan dari mutu produksi dengan daya jual yang tinggi. Sedangkan ketrampilan yang dimiliki bersifat turun menurun serta dengan penggunaan teknologi yang masih sederhana. Dewasa ini dirasa kita sudah untuk memperluas perhatian tidak hanya kepada industri yang berinvestasi besar tetapi juga industri yang berinvestasi kecil dan padat karya.

2. Macam-macam Industri

Di Indonesia industri diklasifikasikan menjadi tiga tingkatan dalam skala usahanya menurut Keputusan Menteri Perindustrian Nomor 590 tahun 1999 yaitu industri berskala besar, sedang dan kecil dengan melihat besarnya investasi mesin atau peralatan yang ditanamkan pada perusahaannya dengan klasifikasi sebagai berikut :¹⁸

- 1) industri besar diatas : Rp. 5.000.000.000
- 2) industri sedang : Rp. 200.000.000 sampai Rp. 5.000.000.000
- 3) industri kecil dibawah : Rp. 200.000.000

Sedangkan menurut kantor Biro Pusat Statistik bahwa klasifikasi industri didasarkan atas jumlah karyawan yang dipekerjakan, dengan klasifikasi sebagai berikut :

- 1) Industri besar, yaitu industri yang memiliki jumlah karyawan lebih dari 100 orang.

¹⁸ Rahel Widiawati Kimbal, *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil.....* hal 39-40

- 2) Industri sedang, yaitu industri yang memiliki jumlah karyawan 20 orang sampai 100 orang.
- 3) Industri kecil, yaitu industri yang memiliki jumlah karyawan 5 orang sampai 19 orang.

Sedangkan menurut Soedjito industri di daerah pedesaan mempunyai dua kategori yakni :¹⁹

- 1) industri *labour intensive*, yakni modal utamanya adalah tenaga kerja dan bahan mentahnya diperoleh dari pekarangan sendiri atau tempat yang berdekatan. Meskipun di sini uang ikut menentukan tetapi dibandingkan dengan kedua macam modal tadi, modal uang sangat terbatas jumlahnya, kecenderungan yang tampak pada industri ini adalah berada dalam suatu kawasan yang berdekatan, mengerjakan pekerjaan yang sama secara bersama-sama, serta tidak mengenal spesialisasi.
- 2) industri *capital intensive*, yakni memerlukan bahan baku dari luar negeri ataupun luar daerah . satu hal yang menarik dari jenis industri di pedesaan adalah industri-industri ini terkumpul dan terpusat disuatu dusun atau bagian dari pedusunan.

¹⁹ Rahel Widiawati Kimbal, *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil.....* hal 42

3. Industri Tahu

Tahu merupakan produk olahan kedelai lainnya yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tahu adalah kata serapan dari bahasa Hokkian yaitu *tauhu*. Tahu pertama kali muncul di Tiongkok sejak zaman Dinasti Han sekitar 2200 tahun lalu. Penemunya adalah Liu An yang merupakan seorang bangsawan, cucu dari Kaisar Han Gaozu, Liu Bang yang mendirikan Dinasti Han. Di Jepang, tahu dikenal dengan nama *tofu*. Tofu dibawa oleh para perantau Cina sehingga makanan ini menyebar ke Asia Timur dan Asia Tenggara.²⁰ Industri tahu telah menyebar ke seluruh dunia termasuk di Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar yang menghasilkan produk olahan tahu.

Tahu merupakan salah satu makanan tradisional yang populer. Selain rasanya enak, harganya murah dan nilai gizinya pun tinggi. Bahan makanan ini diolah dari kacang-kacangan khususnya kacang kedelai, meskipun berharga murah dan bentuknya sederhana, ternyata tahu mempunyai mutu yang istimewa dilihat dari segi gizi. Tahu adalah makanan yang dibuat dari kacang kedelai yang difermentasikan dan diambil sarinya. Tahu merupakan komoditas yang disenangi karena terjangkau, salah satu jenis panganan murah dan enak. Tahu berasal dari Cina,

²⁰ Gustina Siregar, et, all, “*Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga*”, dalam *Jurnal Agribisnis*, Vol. 19 No. 1, Oktober 2014, ISSN 2442-7306. hal. 173-182

dan telah menjadi makanan populer masyarakat Indonesia. Kepopuleran tahu ini tidak terbatas karena rasanya yang enak, tetapi juga mudah dibuat dan dapat diolah menjadi berbagai bentuk masakan serta harganya relatif terjangkau.

4. Industri Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut para ulama, Islam menawarkan sebuah semangat dan sikap mental agar setiap muslim selalu berpandangan bahwa kehidupan hari esok harus lebih baik daripada hari ini dengan melalui aktivitas berkarya.²¹ Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam QS. At-Taubah: 105

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّوْنَ اِلَىٰ عَالَمٍ الْعَلِيْبِ وَالشَّهَادَةِ

فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُوْنَ ﴿١٠٥﴾

Terjemahnya : Dan katakanlah : "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat perkerjaanmu, begitu juga Rosul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang ghaib dan yang nyata, lalu diberikan-Nya kepada kamu apa yang kamu kerjakan". (QS. At-Taubah: 105)²²

Usaha industri adalah salah satu bentuk pekerjaan yang sangat dihormati dalam Islam. Namun dalam berindustri, seorang

²¹ Imam Kamaluddin, "Perindustrian Dalam Pandangan Islam", *Jurnal Perindustrian Dalam Pandangan Islam*, Vol. 7 No. 2, (Dosen Institut Studi Islam Darussalam: 2013) hal. 247

²² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, hal. 273

muslim harus menepati aturan-aturan Islam, agar tidak menyimpang dari tujuan Islam. Lima prinsip seorang muslim dalam aktifitas ekonominya, yaitu *tauhid uluhiyyah*, *tauhid rububiyah*, *istikhlaf*, *tazkiyatul nafs* dan *al-falah*. Maka aspek utama motivasi berindustri dalam Islam adalah:

- 1) Berdasarkan ide keadilan Islam sepenuhnya. Seorang pengusaha Islam tidak diizinkan untuk senantiasa mengejar keuntungan semata-mata dengan alasan bahwa ia memiliki kemampuan untuk menegakkan keadilan dan kebajikan yang diinginkan oleh agama Islam. Permasalahan yang dihadapi pengusaha sehubungan dengan rasionalitas ekonomi dan kehendak Islam adalah bahwa ia diharapkan akan bertindak untuk mendukung dan menguntungkan para konsumen disamping keuntungannya sendiri.
- 2) Berusaha membantu masyarakat dengan cara mempertimbangkan kemaslahatn orang lain pada saat seorang pengusaha membuat keputusan yang berkaitan dengan kebijaksanaan perusahaan.
- 3) Membatasi pemaksimalan keuntungan sesuai dengan batas-batas yang telah ditetapkan oleh prinsip diatas.

Dengan demikian, dalam Islam, membangun semangat nasionalisme dapat berjalan bersama dengan pembangunan industry. Karena Islam menjamin industry yang melayani hajat

hidup orang banyak akan dikuasai Negara atau diberikan haknya kepada swasta yang diyakini tidak akan merugikan rakyat. Begitu juga bidang pertanian yang melayani hajat hidup orang banyak dalam bidang pangan. Negara wajib menjamin keberlangsungan dan keberhasilan bidang pertanian. Sehingga perindustrian terus maju, sementara bidang-bidang lain, termasuk pertanian, tidak dirugikan bahkan bisa berjalan bersama-sama dan saling mendukung.

E. Kesejahteraan Masyarakat

1. Pengertian Kesejahteraan Masyarakat

Dalam penelitian Rosni²³, menurut BKKBN keluarga sejahtera merupakan keluarga yang dibentuk berdasarkan atas perkawinan yang sah, mampu memenuhi kebutuhan hidup spiritual dan material yang layak, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki hubungan yang selaras, serasi, dan seimbang antara anggota dan antar keluarga dengan masyarakat dan lingkungan. Menurut Fahrudin kesejahteraan adalah sebuah kondisi dimana seorang dapat memenuhi kebutuhan pokok, baik itu kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal, air minum yang bersih serta kesempatan untuk melanjutkan pendidikan dan memiliki pekerjaan yang memadai yang dapat menunjang kualitas

²³ Rosni, "Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara", *Jurnal Geografi*, Vol 9 No. 1 – 2017, hal. 53-66

hidupnya sehingga hidupnya bebas dari kemiskinan, kebodohan, ketakutan, atau kekhawatiran sehingga hidupnya aman tentram, baik lahir maupun batin.

Menurut Prabawa kesejahteraan sering diartikan secara luas yaitu sebagai kemakmuran, kebahagiaan, dan kualitas hidup manusia baik pada tingkat individu atau kelompok keluarga dan masyarakat. Keadaan sejahtera dapat ditunjukkan oleh kemampuan mengupayakan sumber daya keluarga untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang dianggap penting dalam kehidupan berkeluarga. Dengan demikian kesejahteraan adalah terpenuhinya seluruh kebutuhan baik barang maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Menurut Kolle kesejahteraan dapat diukur dari beberapa aspek kehidupan :

- a. Dengan melihat kualitas hidup dari segi materi, seperti kualitas rumah, bahan pangan dan sebagainya.;
- b. Dengan melihat kualitas hidup dari segi fisik, seperti kesehatan tubuh, lingkungan alam, dan sebagainya;
- c. Dengan melihat kualitas hidup dari segi mental, seperti fasilitas pendidikan, lingkungan budaya, dan sebagainya;
- d. Dengan melihat kualitas hidup dari segi spiritual, seperti moral, etika, keserasian penyesuaian, dan sebagainya.

Sedangkan konsep kesejahteraan menurut Nasikun dapat dirumuskan sebagai padanan makna dari konsep martabat manusia yang dapat dilihat dari empat indikator yaitu:

- a. Rasa aman (*security*)
- b. Kesejahteraan (*welfare*)
- c. Kebebasan (*freedom*)
- d. Jati diri (*identity*).

Indikator tersebut merupakan hal yang digunakan untuk melihat tingkat kesejahteraan yang mana terciptanya rasa aman, kesejahteraan, kebebasan dan jati diri seseorang dalam memenuhi kebutuhannya.

2. Kesejahteraan Dalam Ekonomi Islam

Tujuan hidup setiap manusia pada dasarnya adalah untuk mencapai kesejahteraan meskipun manusia memaknai kesejahteraan dengan perspektif yang berbeda. Sebagian besar paham ekonomi yang memaknai kesejahteraan materi semata. Dalam upaya mencapai kesejahteraan manusia menghadapi masalah, yaitu kesenjangan antara sumber daya yang ada dengan kebutuhan manusia. Allah menciptakan alam semesta ini dengan berbagai sumber daya yang memadai untuk mencukupi kebutuhan manusia.²⁴

Kesejahteraan dalam Ekonomi Islam adalah kesejahteraan secara menyeluruh, yaitu kesejahteraan secara material maupun secara spiritual. Konsep kesejahteraan dalam ekonomi Islam tidak hanya diukur berdasarkan nilai ekonomi saja, tetapi juga mencakup nilai

²⁴ Rokhmat Subagiyo,, *Ekonomi Mikro Islam* , (Jakarta : Alim's Publishing, 2016), hal 28

moral, spiritual, dan juga nilai sosial. Sehingga kesejahteraan berdasarkan Islam mempunyai konsep yang lebih mendalam.

Menurut Al-Ghazali,²⁵ kesejahteraan dari suatu masyarakat tergantung pada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar yaitu: 1) agama, 2) hidup atau jiwa, 3) keluarga atau keturunan, 4) harta atau kekayaan, 5) intelektual atau akal. Ia menitik beratkan bahwa sesuai tuntunan wahyu, kebaikan didunia dan diakhirat merupakan tujuan utamanya. Ia mendefinisikan aspek ekonomi dari fungsi kesejahteraan sosialnya dalam kerangka sebuah individu dan sosial yang meliputi kebutuhan pokok, kesenangan dan kenyamanan, serta kemewahan. Kunci pemeliharaan dari kelima tujuan tersebut terletak pada penyediaan tingkat pertama, yaitu kebutuhan seperti makanan, pakaian dan perumahan. Kebutuhan kedua, *“terdiri dari semua kegiatan dan hal-hal yang tidak vital bagi lima fondasi tersebut, tetapi dibutuhkan untuk menghilangkan rintangan dan kesukaran dalam hidup”*. Dan kelompok ketiga *“mencakup kegiatan dan hal-hal yang lebih jauh dari sekadar kenyamanan saja, meliputi hal-hal yang melengkapi, menrangi atau menghiasi hidup”*.

²⁵ Adiwarmman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam (Edisi Ketiga)*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal 62

Adapun ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang indikator kesejahteraan yakni dalam Surat Al-Quraisy ayat 3-4 :

فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَأَمَّنَّهُمْ مِنْ خَوْفٍ

Terjemahnya : "Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan (pemilik) rumah ini (Ka'bah) yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari rasa ketakutan." (QS Al- Quraisy ayat 3-4).

Berdasarkan ayat di atas, maka kita dapat melihat bahwa indikator kesejahteraan dalam Al-Qur'an tiga²⁶, yaitu indikator pertama adalah ketergantungan penuh manusia kepada Tuhan pemilik Ka'bah, indikator ini merupakan representasi dari pembangunan mental, hal ini menunjukkan bahwa jika seluruh indikator kesejahteraan yang berpijak pada aspek materi telah terpenuhi, hal itu tidak menjamin bahwa pemiliknya akan mengalami kebahagiaan. Indikator kedua adalah hilangnya rasa lapar (terpenuhinya kebutuhan konsumsi), hal tersebut menunjukkan bahwa dalam ekonomi Islam terpenuhinya kebutuhan konsumsi manusia yang merupakan salah satu indikator kesejahteraan hendaknya bersifat secukupnya (hanya untuk menghilangkan rasa lapar) dan tidak boleh berlebih-lebihan apalagi sampai melakukan penimbunan demi mengeruk kekayaan yang

²⁶ Amirus Sodik, Konsep Kesejahteraan dalam Islam, *jurnal EQUILIBRIUM*, Vol. 3, No. 2, Desember 2015.

maksimal, terlebih lagi jika harus menggunakan cara-cara yang dilarang oleh agama.

Sedangkan indikator yang ketiga adalah hilangnya rasa takut, yang merupakan representasi dari terciptanya rasa aman, nyaman, dan damai. Jika berbagai macam kriminalitas hal itu menunjukkan bahwa masyarakat tidak mendapatkan ketenangan, kenyamanan dan kedamaian dalam kehidupan, atau dengan kata lain masyarakat belum mendapatkan kesejahteraan. Selanjutnya Al-Ghazali mengidentifikasi tiga alasan mengapa seseorang harus melakukan aktivitas-aktivitas ekonomi : mencukupi kebutuhan hidup yang bersangkutan, mensejahterakan keluarga, membantu orang lain yang membutuhkan.²⁷

Menurut P3EI kesejahteraan menurut Islam mencakup dua pengertian, yaitu :²⁸

- a. Kesejahteraan holistic dan seimbang, yaitu kecukupan materi yang didukung oleh terpenuhinya kebutuhan spiritual serta mencakup individu dan sosial. Sosok manusia terdiri atas unsur fisik dan jiwa, karenanya kebahagiaan haruslah menyeluruh dan seimbang diantara keduanya. Demikian pula manusia memiliki dimensi individual sekaligus sosial.

²⁷ *Ibid*, hal 63

²⁸ Ziauddin Sardar, *Kesejahteraan Dalam Perspektif Islam Pada Karyawan Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 3 No. 5 Mei 2016.

Manusia akan merasa bahagia jika terdapat keseimbangan diantara dirinya dengan lingkungan sosialnya.

- b. Kesejahteraan di dunia dan akhirat (*falah*), sebab manusia tidak hanya hidup di alam dunia saja, tetapi juga di alam setelah kematian/kemusnahan dunia (akhirat). Kecukupan materi di dunia ditunjukkan dalam rangka untuk memperoleh kecukupan di akhirat. Jika kondisi ideal ini tidak tercapai maka kesejahteraan di akhirat tentu lebih diutamakan, sebab ini merupakan sesuatu yang abadi dan lebih bernilai (*valuable*) dibanding kehidupan dunia.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian Lucius Hermawan²⁹ yang bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi diversifikasi produk pangan olahan tahu khas Kota Kediri pada IKM di Kota Kediri. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peneliti menemukan fenomena-fenomena yang mempengaruhi kedua partisipan untuk menerapkan strategi diversifikasi produk dalam usahanya. Kemudian diklasifikasi sehingga peneliti menemukan tiga identifikasi tema, yaitu alasan penerapan strategi diversifikasi produk, penerapan strategi diversifikasi produk dan dampak penerapan strategi diversifikasi produk. Selanjutnya dari ketiga identifikasi tema tersebut,

²⁹ Lucius Hermawan , “Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahan Tahu Khas Kota Kediri”, dalam *Jurnal JIBEKA*, Vol. 9 No. 2 Agustus 2015, hal: 26 - 32

peneliti melakukan pembahasan dan menemukan hasil dari setiap identifikasi tema tersebut. Persamaan jurnal dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian. Perbedaan antara jurnal dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Bayu Gumelar³⁰, bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan industri kecil kripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan analisis data model interaktif dari Miles dan Huberman. Hasil analisis menunjukkan bahwa, strategi Dinas Koperasi, UMKM dan perindustrian dalam mengembangkan industri kripik tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi ini berjalan dengan baik dengan berbagai strategi diantaranya dalam Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), Fasilitas Permodalan, peningkatan Kemudahan layanan perijinan dan Menjalinkan kemitraan dan peningkatan pengembangan produksi. Faktor pendukung dan penghambat dalam mengembangkan industri kripik tempe terdiri atas faktor pendukung meliputi: Lokasi Industri yang strategis dan dukungan Pemerintah Kabupaten Ngawi untuk Mejadikan kripik tempe sebagai produk unggulan. Sedangkan faktor penghambat meliputi: Pengelolaan Manajemen Kurang Profesional, kurangnya Modal Usaha, Lemahnya peran kelembagaan dan kurangnya sarana dan Prasarana

³⁰ Bayu Gumelar, et. all, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Kripik Tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi (Studi pada Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Kabupaten Ngawi).", *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 3, No. 1, Hal. 55-60 .

Pemasaran. Persamaan jurnal dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian. Perbedaan antara jurnal dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian.

Penelitian Dhanang & Andi³¹, yang bertujuan untuk mengajarkan kepada petani lele untuk membuat produk olahan lele yang dapat meningkatkan kesejahteraan dari pendapatan yang diperolehnya. Metode yang dilakukan dengan pengabdian serta mengajarkan keterampilan mengolah lele menjadi bakso dan nugget kepada para petani lele. Selain itu juga diajarkan mengenai dasar-dasar manajemen bisnis dan pemasaran sebagai pengetahuan pendukung dalam mengembangkan suatu bisnis. Hasil penelitian menunjukkan kegiatan penyuluhan dan pelatihan membuat olahan pangan dari ikan lele telah berhasil dilaksanakan dan dengan cepat dapat diadopsi oleh para peserta pelatihan dalam hal ini adalah petani lele Desa Gunungsari Kecamatan Umbulsari. Produk olahan ikan lele yang telah di produksi terbukti mampu meningkatkan nilai tambah (value added) pada ikan lele mentah yang sebelumnya dihargai murah oleh tengkulak. Persamaan jurnal dengan penelitian ini terletak pada diversifikasi. Perbedaan antara jurnal dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian.

³¹ Dhanang Eka Putra, et. all, "Diversifikasi Ikan Lele Menjadi Produk Olahan Pangan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Lele", dalam *Jurnal University Research Colloquium*, 2018. Hal: 385-391

Penelitian Rosni³², bertujuan untuk mengetahui Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat nelayan yaitu 42 responden (63,63%) tergolong dalam prasejahtera, 21 responden (31,81%) tergolong dalam sejahtera I, dan 3 responden (4,56%) tergolong dalam sejahtera II. Jika dikaitkan dengan Upah Minimum Kabupaten Batubara tahun 2016 yaitu sebesar Rp.2.313.625 maka seluruh responden masuk dalam kategori miskin, masyarakat prasejahtera pendapatannya Rp 897.000, masyarakat sejahtera I Rp 1.149.000, dan masyarakat sejahtera II Rp 1.470.000. Persamaan jurnal dengan penelitian ini terletak pada metode dan variabel kesejahteraan. Perbedaan antara jurnal dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian.

Penelitian Puspitasari & Widiyanto³³, yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi produksi, pemasaran, sumber daya manusia (tenaga kerja) dan modal. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, angket dan triangulasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (purposive sampling). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produksi dengan

³² Rosni, "Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara", dalam *Jurnal Geografi*, Vol 9 No. 1, 2017. Hal: 53-66

³³ Atika Tri Puspitasari & Widiyanto, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Lanting Di Kabupaten Kebumen", dalam *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, Vol. X, No. 2 Desember 2015, Hal: 117 - 135

cara bahan baku terbaik berasal dari daerah Kebumen melalui pemasok bahan baku, penambahan tepung untuk mengatasi bahan baku yang langka, cara produksi tradisional dan penggunaan teknologi tepat guna, produksi Tempatnya terletak di dekat rumah pabrikan, penggunaan tenaga kerja yang memiliki keterampilan, pengemasan produk inovasi dan penambahan jenis produk. Strategi pemasaran dengan cara peningkatan pesanan ditambah dengan pameran merek dagang serta berbagai rasa pengembangan inovasi, penyesuaian harga jual dengan harga produksi bahan baku, kerja sama produsen dan pemasok dalam distribusi lanting, kegiatan promosi dengan cara kerjasama dengan agen dan layanan perdagangan terkait off produk online. Strategi sumber daya manusia dengan kelompok-kelompok pembentuk industri di desa lemahduwur (tetapi tidak berjalan dengan lancar), mengikuti dan memanfaatkan peluang pendidikan dan pelatihan dari pemerintah, pembagian kerja, penambahan sejumlah tenaga kerja, pemberian tambahan upah untuk sisa tenaga kerja. Modal strategi dengan modal awal berasal dari modal sendiri dan laba sebagai akumulasi modal, modal tambahan ketika banyak pesta dan pada hari raya; peningkatan akses ke modal, administrasi keuangan dan terhadap akuntansi secara sederhana dan rutin. Persamaan pada penelitian ini yakni terkait dengan strategi yang digunakan dan perbedaannya yakni jenis produksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Miftakhurrizal³⁴, yang bertujuan untuk mengembangkan usaha agar operasional industri dapat berjalan efektif dan efisien serta mampu bertahan dalam persaingan bisnis. Metode yang digunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan bantuan analisis SWOT. Hasil penelitian dari jurnal ini adalah berdasarkan analisis SWOT, formulasi strategi yang cocok digunakan adalah strategi pengembangan pasar untuk menambah jumlah konsumen. Persamaan antara jurnal dengan penelitian ini terletak pada jenis penelitian yakni penelitian deksriptif.. Perbedaan antara jurnal dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan teknik analisa data.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Akbar³⁵, bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan industri di Kota Pekanbaru (studi kasus bisnis Manufaktur jamur tiram jamur kerang). Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian dari jurnal ini adalah usaha jamur pada Industri Pengolahan di Kota Pekanbaru memiliki strategi dalam mengembangkan usaha, serta dalam masalah di lingkungan internal dan eksternal industri. Dimana strategi ini berada di kuadran 1. Strategi yang harus diretapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif. Strategi agresif ini lebih fokus pada strategi SO (kekuatan-peluang),

³⁴ Miftakhurrizal Kurniawan, et, all. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak", *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, Volume 6 No 2, Tahun 2017, hal: 97-102

³⁵ Muhammad Akbar Fatria, "Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Jamur Crispy Industri Pengolahan Jamur Tiram)", *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi (JOM Fekon)*, Vol.4 No.1 (Februari) 2017, hal : 283-297

dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO (kekuatan-peluang) adalah: (1) Meningkatkan keahlian sumber daya manusia, (2) Peningkatan Kegiatan Promosi, (3) Diversifikasi produk. Persamaan antara jurnal dengan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif. Perbedaan antara jurnal dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan teknik analisis.

Penelitian Hadinata³⁶, yang bertujuan untuk menganalisis strategi pengrajin kulit dalam pengembangan usaha. Metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi sentra industri kerajinan kulit mengalami perkembangan dari tahun ke tahun meskipun peningkatan itu kecil. Terjadinya perkembangan yang relatif kecil dilingkungan sentra disebabkan SDM yang masih rendah. Hal ini menjadi kendala pengrajin kulit Magetan dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin kulit di Magetan yaitu masalah sumber daya manusia seperti halnya masih rendahnya kualitas skill yang dimiliki pengrajin sehingga berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam menyediakan barang hasil produksi. Pengrajin memiliki strategi dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha. Strategi yang digunakan oleh pengrajin kulit antara lain: a) menjaga mutu kualitas barang untuk menjaga kepercayaan konsumen; b)

³⁶ Rudini Hadinata, "Analisis Strategi Pengrajin Kulit Dalam Mengembangkan Usaha (Studi Kasus di Sentra Industri Kerajinan Kulit Kelurahan Selosari Magetan)", dalam *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, Vol. 6, No. 2, Nopember 2014, hal: 173-182

Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen c) Dalam memasarkan produk pengrajin memanfaatkan saudara atau teman yang ada diberbagai wilayah bekerja-sama untuk memasarkan produk yang dihasilkan; d) Kemudian melakukan promosi kepada calon konsumen menggunakan katalog dan brosur serta mengikuti event-event pameran. Persamaan dengan penelitian ini adalah menganalisa pengembangan usaha pada industry kecil dan juga strategi yang dilakukan, sedangkan perbedaannya yakni objek dan subjek jenis kerajinan.

Penelitian yang dilakukan oleh Deny Utomo, Rekna & Cahyuni³⁷, bertujuan untuk pembuatan diversifikasi olahan apel manalagi kualitas afkir menjadi selai dan dodol pada masyarakat desa Duwet Krajan. Metode penelitian yang digunakan dengan survei lapangan dengan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelatihan pembuatan diversifikasi olahan apel manalagi kualitas afkir menjadi selai dan dodol sangatlah tepat untuk kondisi masyarakat desa Duwet Krajan. Pembuatan selai dan dodol apel difokuskan pada penanganan bahan baku dengan menggunakan Natrium bisulfit, pengukusan dan mengatur tingkat penggunaan api pada proses pemasakan. Capaian pada pelatihan pembuatan selai dan dodol apel manalagi kualitas afkir adalah seluruh peserta mitra kerja dapat membuat selai dan dodol apel manalagi kualitas afkir dengan baik beserta pengemasannya. Persamaan antara jurnal dengan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel diversifikasi .

³⁷ Deny Utomo, et. all, "Diversifikasi Produk Olahan Apel Manalagi Kualitas Afkir Menjadi Selai Dan Dodol", dalam Jurnal Cendekia, Hal: 211-218

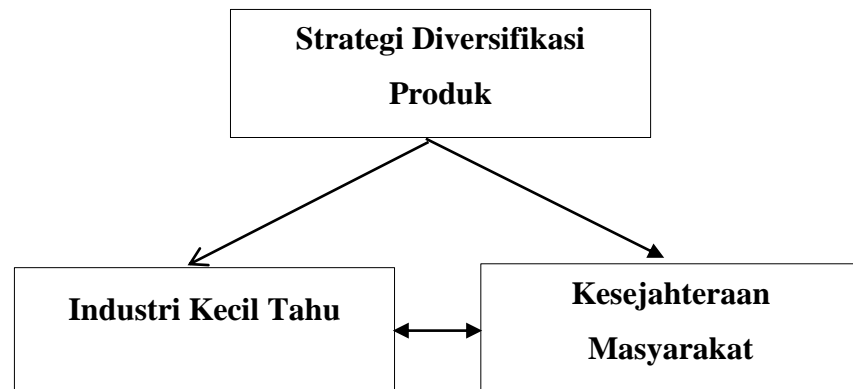
Perbedaan antara jurnal dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian.

Penelitian Githa Dharma, Suwondo dan Sumartono³⁸, yang bertujuan untuk mengetahui pembangunan industri kecil di Desa Kekeran, Kecamatan Mengwi yang mempunyai potensi untuk dikembangkan seperti sumberdaya alam lokal dan kreativitas masyarakat pada bidang seni ataupun kerajinan cukup memberikan kontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat serta dapat mendukung program pembangunan daerah. Metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif dengan validitas data yang bersandar pada derajat kepercayaan, keteralihan, ketergantungan, dan kepastian yang dilandasi obyektivitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Usaha industri kecil kerajinan ukir kayu telah lama dikenal sebagai kerajinan rakyat yang sebagian besar dikelola oleh rakyat dapat berperan serta dalam pembangunan pedesaan dalam menciptakan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat Desa Kekeran beserta masyarakat disekitarnya sehingga dengan demikian dapat lebih mewujudkan pemerataan pembangunan. Persamaan dengan penelitian ini yakni terkait dengan industry kecil kerajinan ukir kayu mempunyai peran dalam peningkatan pendapatan masyarakat.

³⁸ Gita Dharma, et, all, "Industri Kecil Dalam Pembangunan Pedesaan (Kajian Kelompok Pengusaha Kerajinan Ukir Kayu di Desa Kekeran, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Propinsi Bali), dalam *Jurnal Wacana*, Vol. 12 No. 2 April 2009, hal:402-416

G. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa strategi diversifikasi produk atau pengembangan produk baru yang dilakukan pada industri kecil tahu di Kelurahan Pakunden kota Blitar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.