BAB II

KAJIAN TEORI

A. Manajemen Strategi

Manajemen strategi bisa diartikan sebagai suatu seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang merupakan tujuan dari sebuah organisasi. Manajemen strategi hanya berfokus dalam hal usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi, penelitian dan pengembangan, serta informasi komputer untuk keberhasilan organisasional. Tujuan manajemen strategi yaitu agar dapat mengeksploitasi serta menciptakan berbagai peluang baru.

Manajemen strategi berasal dari kata *to manage* yang mempunyai arti mengatur, mengelola atau mengurusi. Hal yang menarik mengenai manajemen yaitu manajemen sering kali diartikan sebagai ilmu, seni dan profesi. Menurut beberapa ahli manajemen dapat diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha dari anggota organisasi dan para pengguna sumber-sumber dari organisasi lainnya agar bisa mencapai tujuan organisasi yang sudah ditentukan.

Sedangkan strategi mempunyai arti yaitu usaha yang cermat mengenai kegiatan yang digunakan agar mencapai sasaran khusus. Kata strategi secara etimologi yaitu *"strato"* merupakan bahasa yang berasal dari Yunani yang berarti pasukan dan *"agenis"* yang berarti pimpinan. Jadi, pengertian strategi

dari pengertian diatas dapat disimpulkan adalah sesuatu hal yang berkaitan dengan pasukan perang.

Sehingga dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang sangat mendasar yang dibuat oleh seorang manajer puncak dan diimplementasikan oleh semua anggota organisasi dalam rangka untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Secara umum konsep-konsep strategi memperoleh perhatian serius dalam organisasi. Dalam sebuah organisasi lebih dari satu elemen pemebentuk keadaan internal dan berbagai penampilan organisasi sejenis lainnya sebagai kompetitor. [10]

B. Strategi Pengembangan

1. Pengertian Strategi

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Menurut Stephani K. Marrus, seperti yang dikutip Sukristono (1995), strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaiamana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selain definisi-definisi strategi yang sifatnya umum, ada juga yang lebih khusus, misalnya dua orang pakar strategi, Hamel dan Prahalad (1995), yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal yang

[10] Fred David, *Manajemen Strategi Konsep,* (Jakarta: Salemba Empat, 2011) hlm, 5

penting. Mereka berdua mendefinisikan strategi yang terjemahannya sebagai berikut:

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti *(core competencies).* Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan.[11]

Kata "Strategi" berasal dari bahasa Yunani, *strategos* (stratos = militer dan *og* = memimpin) yang berarti *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clausewitz. Maka tidak mengherankan apabila strategi yang sering digunakan dalam kancah peperangan. Apabila istilah strategi digunakan pertama kali dalam dunia militer.

Secara umum, kita mendefinisikan strategi sebagai suatu cara mencapai tujuan. Menurut Clausewitz (2013), strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan.

---

[11] Husein Umar, *Strategic Management in Action,* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001) hlm, 31

Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Jackson (2013) dalam bukunya yang berjudul *Human Resource Planning: Challenges for Industrial/Organization Psychologists* mengatakan bahwa kata strategi dapat digunakan dalam berbagai cara atau situasi.

a. *Strategy is a plan, a how, a mens of getting from here to there*
b. *Strategy is a pattern in actions over time.*
c. *Strategy is position, that is, reflects decisions to offer particular products or services in particular markets.*
d. *Strategy is perspektive, that is, vision and direction.*

Porter (2012), dalam artikelnya yang berjudul *Competive Strategy* dalam Harvard Business Review, mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik. Sedangkan ArthurA.J., (2007) mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target).

Pembentukan strategi adalah kombinasi dari tiga proses utama sebagai berikut:

a. Melakukan analisis situasi, evaluasi diri dan analisis pesaing, baik interval maupun eksternal, baik lingkungan mikro maupun makro.

b. Bersamaan dengan penaksiran tersebut, tujuan dirumuskan. Tujuan ini harus bersifat paralel dalam rentang jangka pendek dan juga jangka panjang. Maka disini juga termasuk di dalamnya penyusunan pernyataan visi (cara pandang jauh ke depan dari masa depan yang dimungkinkan), pernyataan misi (bagaimana peran organisasi terhadap lingkungan publik), tujuan perusahaan secara umum (baik finansial maupun stratetgis), tujuan unit bisnis strategis (baik finansial maupun strategis), dan tujuan taktis.[12]

Strategi dalam praktiknya memerlukan beberapa syarat yang perlu diperhatikan agar dalam menyusun strategi bisa berjalan dengan efektif. Maka terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan, menurut Siagian merumuskan strategi tersebut diantaranya:

a. Strategi yang disusun harus konsisten dengan situasi yang sedang dihadapi oleh suatu organisasi.
b. Strategi harus bisa memperhitungkan secara realistik kemampuan suatu organisasi dalam menyediakan berbagai daya, sarana, prasarana dan juga dana yang dibutuhkan untuk dapat menjalankan strategi tersebut.
c. Strategi yang sudah ditentukan dijalankan secara teliti.

Strategi apabila dilakukan dengan baik bisa menghasilkan kegunaan dan juga manfaat, manfaat yang dihasilkan oleh strategi ini

[12] Eddy Yunus, *Manajemen Strategis,* edisi pertama, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2016) hlm, 11 – 12

dapat membuat perusahaan yang dalam lingkup industri kecil mampu untuk menyusun pola pengembangan dengan cermat.[13]

2. Jenis-jenis Strategi

a. Strategi untuk pasar yang telah ada atau pasar lama.

1) Penetrasi pasar. Penetrasi pasar merupakan usaha perusahaan meningkatkan penjualan pada pasar yang telah ada melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh cepat, namun tidak tertutup kemungkinan untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban.

2) Pengembangan produk. Strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan penjualan dengan cara mengembangkan produk-produk baru yang ditujukan untuk pasar sekarang yang telah ada.

3) Pengembangan produk dan pasar.

4) Integrasi vertikal. Strategi ini disebut juga strategi peluangpertumbuhan terpadu, merupakan strategi untuk menambah efektivitas atau efisiensi perusahaan dalam melayani pasar yang sudah ada.

5) Integrasi horizontal. Pada strategi ini dilakukan kerjasama dengan para pesaing.

---

[13] Bayu Gumelar, Ratih Nur Pratiwi dan Riyanto, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik Tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi (Study pada Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Kabupaten Ngawi)", *Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 3, No. 1, 2011, hal 57*

b. Strategi untuk pasar yang baru.

1) Pengembangan pasar. Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar yang baru. Manajemen menggunakan strategi ini bila pasar sudah macet, dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing sangat kuat. Strategi ini dapat digunakan untuk geografis baru dan distribusi baru.

2) Diversifikasi terpusat. Strategi ini dilakukan dalam usaha untuk mencari bentuk teknologi baru, distribusi, dan pelanggan baru dengan tetap pada produk lini.

3) Diversifikasi konglomerat. Mencari pasar baru dengan menerapkan teknologi baru, pada distribusi baru, langganan baru, tetapi menyimpang dari produk lini. Strategi pada pasar saai ini (pasar lama) dan strategi pasar baru di atas disebut juga strategi pertumbuhan intensif.

c. Strategi pemasaran pada berbagai daur hidup produk

1) Tahap perkenalan, ciri-cirinya:

a) Penjualan lambat karena produk baru saja diperkenalkan kepada konsumen.

b) Biaya tinggi.

c) Produk tidak menghasilkan keuntungan sama sekali.

2) Tahap pertumbuhan, ciri-cirinya:

a) Pasar dengan cepat menerima produk baru.

b) Penjualan melonjak.

c) Menghasilkan keuntungan besar.

3) Tahap kedewasaan, ciri-cirinya:

a) Penjual mulai menurun karena produk sudah bisa diterima oleh sebagian besar pembeli potensial.

b) Keuntungan mantap, bisa stabil dan juga bisa menurun yang disebabkan meningkatnya biaya pemasaran untuk melawan persaingan yang ketat.

4) Tahap kemunduran, ciri-cirinya:

a) Hampir semua bentuk produk dan merek akan bergerak menurun.

b) Penjualan jatuh atau merosot sekali bahkan timbul kejenuhan konsumen terhadap produk dan merek.

c) Perusahaan menderita kerugian besar, karena biaya tinggi sekali.

d. Strategi pemimpin pasar

1) Mengembangkan pasar keseluruhan.

2) Melindungi bagian pasar.

3) Mengembangkan bagian pasar.

e. Strategi penantang pasar.

1) Serangan frontal, yaitu menyerang kekuatan lawan dari titik kelemahan lawan, dengan menandingi produk dan harga.

2) Serangan mengepung, yaitu dengan menembus daerah pemasaran lawan.

3) Serangan melambung, yaitu perusahaan berusaha menutup rapat segmen pasar yang senjang, caranya dengan mengisi berbagai kebutuhan yang muncul dipasa.

4) Strategi lintas, yaitu strategi penyerangan secara tidak langsung serta menjauhkan diri dari setiap gerakan yang mengarah kedaerah pemasaran pesaing.

f. Strategi pengikut pasar *(market follower strategy)*

1) Mengikuti dari dekat.

2) Mengikuti dari jauh.

3) Mengikuti secara selektif.

g. Strategi penggarap relung pasar *(market nicher strategy)*

Relung pasar, yaitu perusahaan memilih untuk bergerak di beberapa bagian dalam pasar khusus dan yang tidak menarik minat perusahaan yang lebih besar.[14]

3. Pengembangan Industri Kecil

UU No. 9/1995 tentang Usaha Kecil Pasal 14 merumuskan bahwa "Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang: produksi dan pengolahan, pemasaran: sumber daya manusia, dan teknologi". Kemudian dalam Pasal 15 dan 16 UU tentang Usaha Kecil, bahwa "Pemerinta, dunia usaha, dan

[14] Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan,* edisi pertama (Jakarta: PRENAMEDIA GROUP, 2016) hlm, 130 – 138

masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan dengan meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan, memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan.

Pada tahap awal sebelum memulai membuat sebuah konsep perencanaan pengembangan usaha, baik para pemilik usaha kecil ini melakukan identifikasi terhadap usahanya, yang secara besar, meliputi:

a. Kekuatan apa yang dimiliki
b. Kelemahan atau kendala yang dihadapi
c. Peluang-peluang apa yang muncul yang bisa diamati
d. Ancaman apa yang bisa menghambat berkembangnya usaha.

Barulah setelah semua ini sudah dilakukan, dilanjutkan dengan membuat sebuah perencanaan tentang langkah apa yang perlu dipersiapkan pada masa yang akan datang agar usaha yang dijalankan dapat menjadi lebih besar lagi dan dikelola secara lebih tertib. Pada aspek perencanaan pengembangan usaha ini meliputi perencanaan di bidang pemasaran, sumber daya manusia, produksi, dan permodalan.

Di bidang pemasaran dirumuskan langkah pembinaan dan pengembangan baik di dalam maupun di luar negeri. Langkah tersebut dicapai lewat pelaksanaan penelitian dan pengkajian pemasaran, peningkatan kemampuan manajemen dan tehnik pemasaran serta menyediakan sarana atau dukungan promosi dan uji pasar bagi usaha

kecil. Selain itu juga dimaksudkan untuk mengembangkan lembaga pemasaran dan jaringan distribusi, serta memasarkan produk usaha kecil. langkah-langkahnya antara lain mencakup:

a. Pasar mana yang bisa dimasuki
b. Produk baru apa saja yang bisa dikembangkan
c. Cara apa yang bisa dilakukan untuk lebih mengenalkan produk.
d. Berapa harga yang seharusnya ditetapkan untuk dapat bersaing dengan usaha sejenis.
e. Pihak-pihak mana saja yang bisa diajak kerjasama untuk memsarkan produk.

Dari sudut manajemen, pembinaan dan pengembangan bidang produksi dan pemasaran diakui sebagai langkah strategis dalam usaha meningkatkan kinerja usaha kecil. dua unsur tersebut dilengkapi dengan pengembangan sumber daya manusia sebagai pelaksana dua unsur manajemen di atas. Dalam Pasal 17 UU tentang Usaha Kecil dirumuskan langkah-langkah tentang pembinaan dan pengembangan di bidang sumberdaya manusia dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan
b. Meningkatkan keterampilan teknis manajerial
c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, dan konsultan usaha kecil
d. Menyediakan tenaga penyuluhan dan konsultasi usaha kecil.

Dalam penjelasan Pasal 17 ini juga disebutkan “menanamkan dan mengembangkan jiwa, semangat, serta perilaku kewirausahaan”. Hal ini ditandai dengan:

a. Kemauan dan kemampuan untuk bekerja dengan semangat kemandirian.
b. Kemauan dan kemampuan memecahkan masalah dan mengambil keputusan secara sistematis, termasuk keberanian mengambil risiko usaha.
c. Kemauan dan kemampuan berpikir serta bertindak secara kreatif dan inovatif
d. Kemauan dan kemampuan untuk bekerja dalam kebersamaan dengan berlandaskan etika bisnis yang sehat.

Selain langkah-langkah di atas perlu dilakukan hal-hal berikut sehubungan dengan sumberdaya manusia yang dimiliki perusahaan:

a. Bekal keterampilan apa yang perlu dikembangkan
b. Pihak mana yang bisa diajak bekerja sama untuk menambah keterampilan, baik bagi karyawan maupun pimpinan (pemilik)
c. Berapa tambahan pegawai yang dibutuhkan
d. Upaya-upaya apa yang akan dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai.

Sedangkan bidang produksi, mencakup:

a. Dari bahan baku yang ada, bisakah dibuat produk yang lain, kapan akan dilaksanakan

b. Berapa banyak produksi yang akan dibuat di masa datang

c. Kapan dibutuhkan menambah pembelian peralatan produksi.

d. Berapa banyak persediaan yang mencukupi kebutuhan tanpa berlebihan.

Bidang permodalan, mencakup:

a. Kapan diperlukan tambahan modal dan seberapa besarnya.

b. Di mana akan dapat diperoleh tambahan modal tersebut

c. Siapa yang perlu dihubungi yang dapat membantu permodalan.[15]

Menurut Pamuji pengembangan didefinisikan sebagai suatu pembangunan yaitu merubah sesuatu hingga menjadi sesuatu yang baru dan memiliki nilai tinggi. Dengan demikian juga akan memiliki makna sebagai pembaharuan melalui usaha-usaha untuk dapat membuat sesuatu yang lebih sesuai atau cocok dengan kebutuhan, dan menjadi lebih baik dan bermanfaat.

Upaya pengembangan padat dilakukan dengan berbagai kegiatan baik berupa perangkat lunak ataupun perangkat keras. Menurut Syarif bentuk-bentuk dari pengembangan meliputi:

a. Perangkat lunak meliputi:

1) Penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.

2) Pembinaan usaha.

3) Bantuan promosi barang.

---

[15] Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan dalam Era Globalisasi*, cetakan kedua, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011) hlm, 63-65

4) Keringanan dan kemudahan yang diberikan kepada pengusaha kecil dalam rangka mendorong berkembangnya usaha.

b. Perangkat keras meliputi:

1) Menyediakan fasilitas bersama, misalnya koperasi sentra usaha pada sentra-sentra industri kecil.

2) Bantuan langsung pada pengusaha industri kecil seperti penyediaan tempat usaha dan bantuan permodalan.

Pengembangan industri ditujukan agar industri tersebut dapat selalu terjaga kelangsungan produksinya sehingga pengusaha akan tetap bertahan dalam industri tersebut. Menurut Dumairy pengembangan industri bertujuan untuk:

a. Sebagai argumentasi penciptaan lapangan pekerjaan.

b. Memiliki keunggulan komparatif dan mengembangkan persaingan yang baik dan sehat serta mencegah persaingan yang tidak jujur.

c. Sebagai loncatan dengan kata lain pengembangan industri akan menggunakan teknologi yang lebih canggih, niscaya akan memberikan nilai tambah yang sangat besar.

Industri kecil memiliki strategi-strategi dalam dirinya yang dapat menciptakan keunggulan-keunggulan kompetitif untuk bersaing dengan usaha lain. Menurut Hatten dalam Suseno T.W. Firma Sulistyowati dan Dionysius Desembriarto keunggulan kompetitif adalah aspek dari sesuatu usaha yang dilakukan secara lebih baikdibandingkan usaha lainnya.

Industri kecil memiliki faktor-faktor yang dapat digunakan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif industri kecil:

a. Fleksibilitas, artinya industri kecil memiliki kapasitas dan jumlah produksi yang kecil.
b. Inovasi, industri kecil lebih memiliki kesempatan besar untuk mengembangkan produk yang sudah ada.
c. Kedekatan dengan pelanggan, strategi yang dapat dilakukan oleh pemiliki industri untuk pengembangan usahanya.
d. Kualitas produk, cara lain untuk pengembangan industri adalah dari kualitas yaitu karakter dari suatu produk atau jasa.[16]

4. Strategi Pengembangan Industri Kecil Menurut Ekonomi Islam.[17]

Proses dalam penyusunan strategi pada masa Rosululloh juga sering digunakan untuk berdakwah dan memperluas kekuasaan atau bahkan berperang. Salah satu konsep strategi perang yaitu Khalid bin Walid Radhiyallahu'anhu yang pada saat itu sangat sadar, tidaklah mungkin menandingi pasukan sebesar pasukan Romawi tanpa menggunakan siasat yang ampuh. Ia kemudian menyusun strategi, yaitu menebarkan rasa takut ke dalam setiap musuh dengan selalu mengganti formasi pasukan setiap harinya. Pasukan yang berada didepan ditukar dengan pasukan yang berada dibelakang. Begitu juga pasukan sayap kanan ditukar dengan pasukan sayap bagian kiri. Hal ini memiliki tujuan tertentu

---

[16] Bayu Gumelar, Ratih Nur Pratiwi dan Riyanto, "Strategi Pengembangan Industri....., hal 57 – 58

[17] Muhammad Ismail Yusmanto, *Manajemen Strategis Perspektif Syariah,* (Jakarta: Khoirul Bayan, 2003) hlm 2 – 3

yaitu untuk membuat pasukan Romawi mengira bahwa pasukan Muslim menerima pasukan baru.

Selain hal itu, Khalid bin Walid juga mengulur-ulur waktu peperangan sampai sore hari karena menurut aturan yang berlaku pada saat itu peperangan tidak boleh dilaksanakan pada malam hari. Khalid memberikan perintah kepada beberapa kelompok prajurit kaum Muslim pada saat pagi hari agar berjalan dari arah kejauhan menuju ke tempat medan perang dengan menarik pelepah pohon sehingga dari kejauhan terlihat seperti pasukan bantuan yang datang dengan membuat debu berterbangan. Pasukan musuh yang menyaksikan hal tersebut mengira bahwa pasukan Muslimtelah mendapatkan bala bantuan.

Mereka akan mengira, bahwa kemarin dengan 300 pasukan saja mereka sudah mengalami kekalahan, bagaimana jika mereka mendapat pasukan bantuan. Karena hal tersebut, pasukan musuh akan merasa takut dan pada akhirnya mengundurkan diri dari medan pertempuran. Kemudian, pasukan Islam kembali ke Madinah dan tidak melakukan pengejaran terhadap pasukan Romawi. Karena dengan mundurnya pasukan Romawi, Islam telah menang.

Dari kisah tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa secara tidak langsung Islam telah memberikan pengajaran untuk umatnya agar dapat merangkai dan menjalankan sebuah organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai. Begitu juga strategi dalam sebuah organisasi pada dasarnya dimaksudkan sebagai suatu roses (aktivitas) penentuan dan pencapaian

tujuan organisasi melalui pelaksanaan empat fungsi dasar, yaitu *planning, organizing, actuating,* dan *controlling* dalam penggunaan sumberdaya organisasi. Karena itulah, aplikasi manajemen organisasi hakikatnya adalah juga amal perbuatan SDM organisasi yang bersangkutan.

Berkenaan dengan hal tersebut, Islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan haruslah berorientasi bagi pencapaian ridho Allah SWT. Hal ini seperti yang dikatakan Allah Qur'an surat Al-Mulk ayat 2 – 3

الَّذِيْ خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَوةَ لِيَبْلُوَكُمْ اَيُّكُمْ اَحْسَنُ عَمَلاً،وَهُوَالْعَزِيْزُالْغَفُوْرُ(2)
الَّذِيْ خَلَقَ سَبْعَ سَمَوَتٍ طِبَاقًا, مَاتَرَى فِيْ خَلْقِ الرَّحْمَنِ مِنْ تَفَوُتٍ , فَارْجِعِ الْبَصَرَ ۙ هَلْ تَرَى مِنْ فُطُوْرٍ (3)

Artinya: *Yang menciptakan mati dan hidup, untuk menguji kamu, siap diantara kamu yang lebih baik amalnya. Dan dia Maha Perkasa, Maha Pengampun. Yang menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. Tidak akan kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pengasih. Maka lihatlah sekali lagi, apakah kamu lihat sesuatu yang cacat?*

Didalam ayat ini menjelaskan bahwa wajib dipenuhinya dua syarat sekaligus, yaitu niat yang ikhlas dan cara yang harus sesuai dengan hukum syariat Islam. Bila perbuatan manusia memenuhi dua syarat itu sekaligus, maka amal itu tergolong *ahsan (ahsanul amal)* yaitu amal terbaik disisi Allah SWT. Dengan demikian, keberadaan manajemen organisasi dipandang pula sebagai suatu sarana untuk memudahkan implementasi Islam dalam kegiatan organisasi tersebut. Implementasi nilai-nilai Islam berwujud pada difungsikannya Islam sebagai kaidah berpikir dan kaidah amal dalam seluruh kegiatan organisasi.

Dalam menyusun strategi jika dilihat dari perspektif Islam menekankan pada wilayah halal dan haram. Hal tersebut dapat dilihat pada prinsip-prinsip Islam mengenai hal dan haram, prinsip-prinsip tersebut diantaranya yaitu:

1. Segala sesuatu pada dasarnya itu boleh.
2. Untuk membuat absah dan untuk melarang adalah hak Allah semata.
3. Melarang yang halal dan memperbolehkan yang haram sama saja dengan syirik.
4. Larangan atas segala sesuatu didasarkan pada sifat najis dan melukai.
5. Apa yang halal adalah yang diperbolehkan, dan yang haram adalah yang dilarang.
6. Apa yang mendorong pada yang haram adalah juga haram.
7. Menganggap yang haram sebagai halal adalah hal yang dilarang.
8. Niat yang baik tidak membuat yang haram bisa diterima.
9. Hal-hal yang meragukan sebaiknya dihindari.
10. Yang haram terlarang bagi siapapun.
11. Keharusan menentukan adanya pengecualian.

Hal tersebut selaras dengan sabda Rasululloh SAW yang diriwayatkan oleh Imam Muslim yang menekankan bahwa tolak ukur strategi adalah hukum syara’ tentang halal haram, hadits tersebut berbunyi:

Tinggalkan olehmu sekalian apa saja yang telah kutinggalkan. Sesungguhnya yang menyebabkan kebinasaan umat-umat sebelum adalah banyaknya pertanyaan mereka dan mereka bertindak tidak sesuai dengan

apa yang disampaikan oleh nabi-nabi mereka. Oleh karena itu, bila aku melarang sesuatu kepada kamu sekalian maka jauhilah, dan bila aku memerintahkan sesuatu maka kerjakanlah sekuat tenaga."

Begitu pula dengan apa yang difirmankan oleh Allah SWT pada Qur'an surat Al-Hasyr ayat 7 yang berbunyi:

مَاافَاءَاللهُ عَلَى رَسُوْلِهِ مِنْ اَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِرَّسُوْلِ وَلِذِى الْقُرْبَى وَا لْيَتَمَى
وَا لْمَسَكِيْنِ وَابْنِ السَّبِيْلِ ۙ كَيْ لاَ يَكُوْنَ دُوْلَةً ۢ بَيْنَ الْاَ غْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۗ وَمَا
اَتَكُمُ الرَّسُوْلُ فَخُذُوْهُ وَمَا نَهَكُمْ عَنْهُ فَا نْتَهُوْا ۚ وَاتَّقُوااللهَ ۗ
اِنَّ اللهَ شَدِيْدُالْعِقَا بِ۝

Artinya: *Harta rampasan Fa'i yang diberikan oleh Allah kepada Rasul-Nya (berasal dari) penduduk beberapa negeri, adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, untuk orang-orang miskin dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya beredar diantara orang-orang kaya saja diantara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimumaka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh Allah sangat keras hukuman-Nya.*

Jadi, Islam telah menetapkan bagi manusia suatu tolak ukur untuk menilai segala sesuatu, sehingga dapat diketahui mana perbuatan yang terpuji (baik) yang harus segera dilaksanakan dan mana perbuatan tercela (buruk) yang harus segera ditinggalkan. Tolak ukur ini adalah hukum syara' yakni aturan-aturan Allah SWT yang dibawa oleh Rosul. Bukan akal dan nafsu manusia. Sehingga apabila syara' menilai perbuatan tersebut terpuji (baik), maka itulah terpuji (baik), sedangkan apabila syara' menilai suatu perbuatan tercela (buruk) maka itulah tercela (buruk).

Tolak ukur ini bersifat abadi dan tidak berubah selama-lamanya. Karena itu perbuatan terpuji (baik) menurut syara' seperti shalat, berakhlak mulia, menepati janji, berbuat baik kepada orang tua, melaksanakan jual beli dengan jalan yang halal, dan lain-lain tidak akan berubah menjadi

perbuatan yang tercela (buruk). Hal tersebut dapat digunakan dalam menyusun strategi yang bertujuan untuk menggapai visi, misi, dan tujuan organisasi harus melihat prinsip-prinsip halal haram tersebut agar tujuan organisasi tidak hanya demi menggapai orientasi materi juga demi menggapai ridho Allah pada setiap prosesnya.

C. Industri Kecil

1. Pengertian Industri Kecil

Ada dua definisi usaha kecil yang dikenal di Indonesia. Pertama, definisi usaha kecil menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 1 milyar dan memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, paling banyak Rp 200 juta. Kedua, menurut kategori *Biro Pusat Statistik (BPS),* usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga. BPS mengklasifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjanya, yaitu: (1) industri rumah tangga pekerja 1 – 4 orang, (2) industri kecil dengan pekerja 5 – 9 orang, (3) industri menengah dengan pekerja 20 – 99 orang, (4) industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih.[18]

Industri 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

[18] Fafurida dan Dyah Maya Nihayah, "Pengembangan Unit Usaha Industri Kecil Melalui Metode Pemerataan dan *Need Assessment", JEJAK, Volume. 5, Nomor. 1 Maret 2012,* hal 2

industri kecil, seperti sentra industri, lingkungan industri, mempunyai fungsi yang sangat penting sebagai pusat-pusat pertumbuhan industri yaitu:

a. Sebagai pusat pembinaan dan penyuluhan termasuk bantuan bahan baku dan pemasaran.
b. Sebagai tempat pelengkap peralatan yang dapat dipergunakan bersama untuk suatu wilayah guna menyempurnakan produk.
c. Sebagai sarana kerja untuk sejumlah terbatas pengusaha industri kecil.[19]

2. Kategori Industri Kecil

a. Industri lokal adalah kelompok industri yang menggantungkan kelangsungan hidupnya kepada pasar setempat yang terbatas serta relatif tersebar dari segi lokasinya. Skala usaha kelompok ini umumnya terbatas sehingga sarana transportasinya juga sangat sederhana, seperti sepeda, gerobak atau pikulan.
b. Industri sentra adalah kelompok jenis industri yang dari segi satuan usaha mempunyai skala kecil, tetapi membentuk suatu pengelompokkan atau kawasan industri yang terdiri dari kumpulan unit-unit yang menghasilkan barang sejenis. Ditinjau dari segi tempat pemasarannya, kategori jenis industri sentra ini umumnya menjangkau pasar yang lebih luas dari jenis industri lokal.

[19] Rahel Widiawati Kimbal, *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif",* cetakan 1, (Yogyakarta:Deepublish, 2015) hlm, 39

c. Industri mandiri adalah kelompok jenis industri yang masih tergolong industri kecil namun dalam pengolahan produknya mampu mengadaptasikan teknologi yang cukup canggih. Sedangkan target pemasarannya lebih luas dibandingkan dengan kedua industri kecil tersebut.[20]

3. Penggolongan Industri Kecil Berdasarkan Barang yang Dihasilkan

a. Industri kecil yang mempunyai kaitan dengan industri menengah dan besar seperti industri-industri di bawah ini:

1) Industri kecil yang menghasilkan barang-barang yang diperlukan oleh industri menengah dan besar.

2) Industri kecil yang memerlukan produk-produk dari industri memengah dan besar baik sebagai bahan baku, maupun sebagai bahan-bahan limbah dari industri menengah dan besar untuk dipergunakan sebagai bahan baku.

b. Industri kecil yang berdiri sendiri ialah industri kecil yang menghasilkan barang-barang langsung dipakai oleh konsumen *(consumen's goods)*. Industri kecil ini tidak mempunyai kaitan dengan industri lain, misalnya industri kecil dibidang pembuatan kompor, pompa air, kran saluran air minum, tegel, genteng, semen rakyat dan sebagainya.

[20] Rahel Widiawati Kimbal, Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil....., hal 41

c. Industri kecil penghasil barang-barang seni adalah:

1) Industri yang menghasilkan barang-barang seni yang disebut *art products*, misalnya kegiatan yang menghasilkan lukisan, patung, pembuatan keris, dan lain sebagainya.

2) Industri yang menghasilkan barang-barang atas dasar keterampilan yang berkembang dalam masyarakat yang *art craft products*, seperti industri kecil yang menghasilkan kain batik, tenun ikat, kerajinan perak, kuningan, batu tabduk, anyaman rotan, anyaman bambu, dan lain-lain.

d. Industri kecil mempunyai pasaran lokal serta bersifat pedesaan adalah industri yang menghasilkan barang-barang yang jangkauan pemasarannya bersifat pedesaan dan masih terbatas, misalnya:

1) Industri kecil dibidang makanan, pada umumnya masih dalam rangka pemenuhan kebutuhan lokal, antara lain: tahu, krupuk, roti dan lain sebagainya.

2) Industri yang bersifat pelayanan di masyarakat, antara lain: pandai besi, pertukangan dan lain sebagainya.[21]

4. Kekuatan Industri Kecil

a. Sangat padat karya, dan persediaan tenaga kerja di Indonesia masih sangat banyak, mengikuti laju pertumbuhan penduduk dan angkatan kerja yang rata-rata per tahun masih sangat tinggi, sehingga upah nominal tenaga kerja, khususnya dari kelompok berpendidikan rendah

[21] Rahel Widiawati Kimbal, Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil....., hal 42 – 44

di Indonesia masih relatif murah dibandingkan di negara-negara lain di Asia dengan jumlah penduduk atau angkatan kerja yang lebih sedikit,

b. Industri skala kecil di Indonesia masih lebih banyak membuat produk-produk sederhana yang tidak terlalu membutuhkan pendidikan formal yang tinggi, melainkan keahlian khusus yang dapat dimiliki warga setempat lewat sumber-sumber informasi *(tradisional skills).* Selain itu, berbeda dengan industri skala kecil di Taiwan, Jepang dan Korea Selatan, misalnya kebanyakan produk-produk yang dihasilkan oleh industri skala kecil di Indonesia masih lebih banyak yang berbobot teknologi sederhana yang dapat diperoleh di dalam negeri dan harganya murah.

c. Banyak industri skala kecil yang mebuat produk-produk yang bernuansa kultur seperti kerajinan dari bambu atau rotan atau ukir-ukiran dari kayu yang pada dasarnya merupakan keahlian tersendiri dari masyarakat di masing-masing daerah. Hanya saja kelemahan pengusaha-pengusaha kecil tersebut selama ini tidak membuat hak cipta terhadap produk-produk mereka, dan tidak melakukan banyak inovasi baik dalam proses pembuatan maupun dalam desain, sehingga produk-produk mereka akan mudah ditiru oleh orang asing dengan kualitas dan desain yang lebih baik dan memiliki hak cipta.

d. Secara umum, kegiatan industri skala kecil di Indonesia masih secara *agricultural based*, karena memang banyak komoditas-komoditas

pertanian yang dapat diolah dalam skala kecil. Karena sektor pertanian, paling tidak secara potensial merupakan sektor terbesar di Indonesia, maka sebenarnya perkembangan industri skala kecil yang bergerak dibidang agroindustri, maka pada umumnya kelompok industri tersebut lebih banyak menggunakan bahan baku dan bahan penolong lokal, atau tingkat ketergantungan terhadap impor jauh lebih rendah dibandingkan intensitas impor industri skala menengah terlebih lagi industri skala besar yang lebih banyak membuat produk-produk industri non pertanian.

e. Pengusaha-pengusaha kecil dan rumah tangga lebih banyak mengganungkan diri pada uang sendiri, investasi atau pinjaman dari sumber informal, untuk modal kerja investasi mereka, walaupun banyak juga yang memakai fsilitas-fasilitas kredit khusus dari pemerintah. Nilai investasi tetap industri kecil, terutama industri rumah tangga rata-rata jauh lebih rendah daripada industri besar yang bukan hanya skala usahanya lebih besar tetapi proses produksinya lebih kompleks dan padat modal.[22]

5. Kelemahan Industri Kecil

Kelemahan industri kecil terutama dalam hal kemampuannya untuk bersaing masih sangat lemah, tidak hanya dipasar domestik terhadap produk-produk dari industri besar atau impor tetapi juga dipasar ekspor. Tidak hanya tingkat daya saing globalnya, tetapi tingkat diversifikasinya

[22] Rahel Widiawati Kimbal, Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil....., hal 46 – 48

produk dari industri kecil di Indonesia juga rendah. Kelemahan ini disebabkan oleh banyak masalah-masalah yang dihadapi kelompok industri tersebut, yang menjadi suatu kendala bagi perkembangan serta pertumbuhannya. Walaupun data tidak ada, tetapi dapat diperkirakan tahun 1990-an, jumlah industri kecil di Indonesiayang gugur atau mengalami stagnasi akibat *growth constrains* tersebut cukup banyak (meskipun jumlah unit-unit baru masuk ke pasar diperkirakan juga cukup besar) dan persentase ini dapat berbeda antara subsektor.[23]

6. Industri Kecil Menurut Islam

Didalam Islam, hukum asal industri adalah kepemilikan individu *(private proverty)* sehingga setiap individu boleh memiliki industri. Meskipun demikian boleh tidaknya seseorang memiliki dan mengembangkan industri tergantung pada produk yang dihasilkannya. Jika suatu industri menghasilkan suatu industri menghasilkan produk yang hukumnya haram, seperti industri minuman keras, maka industri tersebut tidak boleh dimiliki dan dikembangkan.

Demikian pula dari sisi kepemilikan terhadap industri tergantung pada produk yang dihasilkannya. Jika produk yang dihasilkan termasuk kategori kepemilikan umum *(collective proverty),* maka industri tersebut tidak boleh dimiliki dan dikembangkan oleh individu atau swasta, karena status kepemilikan dalam industri tersebut berubah menjadi industri milik umum sehingga harus dikelola oleh negara.

[23] Rahel Widiawati Kimbal, Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil....., hal 49

Sedangkan yang dimaksud dengan kepemilikan umum adalah harta yang ditetapkan Allah untuk dimiliki secara bersama oleh umat sehingga setiap individu boleh mengambil manfaat dari harta tersebut tetapi dilarang untuk memilikinya. Negara sebagai pengelola kepemilikan umum sifatnya sebagai wakil umat bukan sebagai milik negara, agar dengan pengelolaan tersebut umat dapat mendapatkan manfaat yang sebaik-baiknya.[24]

D. Perekonomian Masyarakat

1. Pengertian Ekonomi

Para ahli ekonomi neo klasik mengajukan pengertian lain bahwa inti kegiatan ekonomi itu adalah aspek pilihan dalam penggunaan sumberdaya yang langka. Dengan demikian, sasaran pertanyaan ilmu ekonomi adalah bagaimana mengatasi kelangkaan itu. Definisi ini mengandung arti bahwa segala perilaku manusia mengandung konsekuensi. Ia dituntut untuk memilih satu dari berbagai pilihan yang ia hadapi.

Walaupun pada akhirnya pilihannya bukan yang terbaik baginya tetapi usaha untuk memilih merupakan bagian usaha yang harus dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, ekonomi dalam definisi ini dianggap mempengaruhi sikap manusia untuk lebih memperhatikan kepentingan pribadi daripada sesamanya.

Memilih tidak lepas dari kepentingan yang memilih, sehingga apa yang kita pilih belum tentu pilihan terbaik bagi orang lain. Tetapi dengan

---

[24] M. Arif Hakim, “Industrialisasi di Indonesia: Menuju Kemitraan yang Islami”, *Jurnal STAIN Kudus, 2010,* hal 6

konsep ini orang bisa saja bertahan pada anggapan individu, sampai akhirnya orang mendefinisikan ekonomi adalah upaya manusia dalam memenuhi pilihan kebutuhan yang tidak terbatas dan pilihan sumberdaya yang terbatas.[25]

2. Ekonomi Menurut Islam

Ditinjau dari aspek antropologi, ekonomi konvensional menggunakan landasan filsafat **positivism** yang berlandaskan pada pengalaman dan kajian **empiris** (hanya mengandalkan ayat-ayat kauniyah saja), dan tidak percaya pada petunjuk Tuhan (sekuler). Dalam ekonomi sekuler, kesenangan atau kebahagiaan yang dikejar adalah semata-mata kebahagiaan didunia saja dan sangat materialistik. Mereka tidak memandang bahwa apa-apa yang dikerjakan mempunyai dampak diakhirat.

Sedangkan ekonomi Islam, yang menjadi pedoman utama adalah petunjuk Allah berupa wahyu (Alquran), As-sunah, Qiyas, Ijma', dan Ijtihad, serta ayat-ayat kauniyah yang bertebaran di jagat raya. Dalam hal penggunaan ayat-ayat kauniyah, umat Islam harus hati-hati, karena dorongan hawa nafsu, sering kali manusia banyak tertipu oleh penglihatan, pendengaran dan akal sehingga melenceng dari kebenaran wahyu.

Dengan demikian, dalam ilmu ekonomi konvensional yang mendorong untuk melakukan kegiatan ekonomi adalah *self-Intererst.* Artinya, apa yang dilakukan semata-mata untuk kepentingan pribadi. Sedangkan dalam Islam yang menjadi pendorong adalah kehendak Allah

---

[25] Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar,* cetakan kelima (Yogyakarta: **EKONISIA,** 2007) hlm, 10

(God-Interest) yaitu dalam rangka mengabdi dan mencari ridha Allah SWT.[26]

3. Industri Kecil untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Peningkatan berarti kemajuan, perubahan, perbaikan. Sedangkan perekonomian yang mempunyai kata dasar ekonomi berarti ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti halnya keuangan, perindustrian dan perdagangan). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan perekonomian adalah suatu perubahan jenjang atau perbaikan kondisi yang lemah kearah perekonomian kearah yang lebih baik atau mengalami kemajuan dari sebelumnya.

Ekonomi kerakyatan adalah sebuah perekonomian yang dimiliki oleh rakyat kecil dan didominasi oleh sebagian besar bangsa Indonesia. Mengembangkan ekonomi kerakyatan berati mengembangkan sistem ekonomi yang berasal dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Membangun ekonomi rakyat berati harus meningkatkan kemampuan masyarakat dengan cara mengembangkan dan mendominasikan potensinya, atau dengan kata lain memberdayakannya.

Upaya pengerahan sumberdaya untuk mengembangkan potensi ekonomi rakyat ini akan meningkatkan produktivitas masyarakat, sehingga baik sumberdaya manusia maupun sumberdaya alam di sekitar masyarakat dapat digali dan dimanfaatkan. Dengan demikian masyarakat dan

---

[26] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam,* edisi satu, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), hlm, 9 – 10

lingkungannya mampu secara partisipasif menghasilkan dan menumbuhkan nilai tambah yang meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan mereka.

Menurut Mubyarto, pengembangan ekonomi rakyat dapat dilihat dari tiga segi, yaitu:

1. Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Titik tolak pemikirannya adalah pengenalan bahwa setiap manusia memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya.
2. Memperkuat potensi ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat itu. Dalam rangka memperkuat potensi ekonomi rakyat ini, upaya yang amat pokok adalah peningkatan taraf pendidikan dan derajad kesehatan serta terbukanya kesempatan untuk memanfaatkan peluang-peluang ekonomi.
3. Mengembangkan ekonomi rakyat juga mengandung arti melindungi masyarakat dan mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta mencegah eksploitasi golongan ekonomi yang kuat atas yang lemah. Upaya melindungi masyarakat tersebut tetap dalam rangka proses pemberdayaan dan pengembangan prakarsanya.[27]

E. Penelitian Terdahulu

Jurnal yang diterbitkan oleh Hikmah bertujuan untuk mengkaji tentang potensi dan peluang, permasalahan serta pengembagan industri rumput laut dan merumuskan strategi kebijakan pengembagan industri

[27] Ismail Humaidi, "Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Industri Kecil: Studi Terhadap Masyarakat di Sentra Industri Kecil di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember Jawa Timur", *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, 2015*

pengolahan rumput laut *E. cotonii* untuk peningkatan nilai tambah di sentra kawasan industrialisasi. Strategi yang digunakan untuk pengembangan industri pengolahan rumput laut melalui peningkatan produktivitas dan kualitas rumput laut. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Persamaan dengan penelitian ini adalah strategi yang digunakan sama yaitu peningkatan kualitas serta metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu fokus penelitian dan objek penelitian serta tidak menggunakan deskriptif kuantitatif.[28]

Jurnal yang diterbitkan oleh Atika Tri Puspitasari dan Widiyanto tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dari produksi, pemasaran, tenaga kerja dan permodalan. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kualitatif. Fokus penelitian ini pada strategi produksi, pemasaran, SDM (Tenaga Kerja) dan permodalan. Jenis data yang dibutuhkan berdasarkan sumbernya adalah data primer (hasil angket dan wawancara) dan data sekunder (dari instansi atau dinas terkait Kabupaten Kebumen). Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif dan menggunakan metode wawancara. Perbedaan dengan penelitian ini adalah fokus penelitian dan objek penelitian.[29]

---

[28] Hikmah, "Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Komoditas Rumput Laut *E.Cottoni* untuk Peningkatan Nilai Tambah di Sentra Kawasan Industrialisasi", *Jurnal Kebijakan Sasek KP Vol. 5 No. 1 Tahun 2015*

[29] Atika Tri Puspitasari dan Widiyanto, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Lanting di Kabupaten Kebumen", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan, Vol. X, No. 2, Desember 2015*

Jurnal yang diterbitkan oleh Bayu Gumelar, Ratih Nur Pratiwi dan Riyanto untuk mengetahui 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 laya-nan perijinan dan Menjalin kemitraan dan peningkatan pengembangan produksi. Jenis penelitian yang dipakai di dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, pengamatan *(observasi)* dan dokumentasi. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan deskriptif kualitatif dengan metode wawancara dan observasi serta dokumentasi. Perbedaan dengan penelitian ini adalah fokus penelitian serta objek penelitian.[30]

Jurnal yang diterbitkan oleh Usman dan Piji Pakarti menyimpulkan terdapat 4 usaha/industri kecil utama yang layak dikembangkan di Desa Vokasi Sojokerto yaitu Industri Konveksi, Industri Boga/Makanan Ringan, Usaha Penggemukan Ternak, dan Usaha Pertanian. Studi ini dilakukan melalui wawancara mendalam (indepth interview) dengan orang-orang kunci (key person) di desa vokasi meliputi aparat desa vokasi, ketua pokja desa vokasi, ketua kelompok tani, dan para pelaku usaha. Selain itu juga dilakukan survey untuk keperluan penilaian (assessment) terhadap

[30] Bayu Gumelar, Ratih Nur Pratiwi dan Riyanto, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik 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, 2011*

alternatif-alternatif yang tersedia berdasarkan kriteria-kriteria dan sejumlah sub kriteria yang telah ditetapkan. Persamaan dengan penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu wawancara mendalam. Perbedaan dengan penelitian ini adalah objek wawancara serta fokus penelitian.[31]

Jurnal yang diterbitkan oleh Khairul Ihwan, Nilda Tri Putri, Jonrinaldi bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan industri pengolahan kelapa skala IKM yang mampu meningkatkan pendapatan petani kelapa di Kabupaten Inhil. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka, studi lapangan seperti wawancara dan pengamatan langsung. Persamaan dengan penelitian ini yaitu metode yang digunakan. Perbedaan dengan penelitian ini adalah fokus penelitian serta objek penelitian.[32]

Jurnal yang diterbitkan oleh Wipandaya Yuwono bertujuan untuk menganalisis strategi yang tepat untuk diterapkan pada industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen Jawa Tengah. Dalam penelitian ini dilakukan pada sentra industri genteng di Kabupaten Kebumen. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan sumber data adalah data primer dan sekunder. Metode lain yang digunakan adalah wawancara dan angket. Persamaan dengan penelitian ini adalah jenis penelitian dan metode yang

---

[31] Usman dan Piji Pakarti, "Potensi Pengembangan Industri Kecil Desa Vokasi (Study pada Desa Vokasi Sojokerto Kecamatan Leksono Kabupaten Wonosobo)", *INFOKAM, Nomor 1Th. XII/MARET/2016*

[32] Khairul Ihwan, Nilda Tri Putri, Jonrinaldi, "Usulan Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Kelapa Skala IKM di Kabupaten Indragiri Hilir", *Jurnal Optimasi Sistem Industri, Vol. 14, No. 2, Oktober 2015*

digunakan sama. Perbedaan dengan penelitian ini adalah tidak menggunakan angket dan lokasi serta fokus penelitian.[33]

Jurnal yang diterbitkan oleh Andi Fadhilah, Rahim Darma dan A. Amrullah bertujuan untuk menganalisis permasalahan yang dimiliki oleh agrosistem kasus, menganalisis solusi dari berbagai permasalahan dalam rangka pengembangan usaha, merumuskan tindakan dalam mencapai sasaran, mengimplementasikan tindakan-tindakan yang terpilih. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dengan penelitian ini adalah tidak menggunakan pendekatan kuantitatif serta fokus dan objek penelitian berbeda.[34]

Jurnal yang diterbitkan oleh Liana Mangifera bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan industri lurik sebagai produk unggulan daerah di Kabupaten Klaten. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan *Focus Group Discusion (FGD)*. Persamaan dengan penelitian ini yaitu pendekatan serta metode yang digunakan sama yaitu deskriptif kualitatif dan wawancara. Perbedaan dengan penelitian ini adalah fokus penelitian dan objek penelitian serta tidak menggunakan metode FGD.[35]

---

[33] Wipandaya Yuwono, "Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen", *Jurnal Ilmu Ekonomi, 2017*

[34] Andi Fadhilah, Rahim Darma, A. Amrullah, "Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga", *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, Vol 14, No. 3, Oktober 2018*

[35] Liana Mangifera, "Strategi Pengembangan Industri Lurik Sebagai Produk Unggulan Daerah Klaten", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2016*

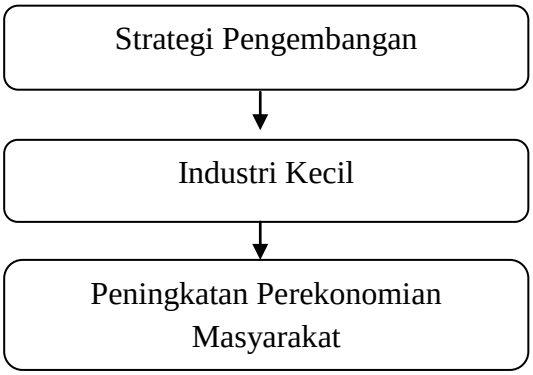
Jurnal yang diterbitkan oleh Imron Rosyadi bertujuan menyusun model strategi pengembangan usaha mikro dan kecil milik mahasiswa berbasis peranan strategis perguruan tinggi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dalam kerangkan pendekatan situasi, struktur, perilaku dan performa. Persamaan dengan penelitian ini adalah jenis data yang digunakan serta metode yang digunakan sama yaitu data primer dan sekunder serta deskriptif kualitatif. Perbedaan dengan penelitian ini adalah fokus penelitian serta objek penelitian.[36]

Jurnal yang diterbitkan oleh Alyas dan Muhammad Rakib bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Mikro, kecil dan menengah dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada usaha roti Maros di Kabupaten Maros. Sumber data berupa hasil wawancara. Tehnik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah analisis kualitatif dan analisis SWOT. Persamaan dengan penelitian ini adalah tehnik pengumpulan data dan juga analisis kualitatif. Perbedaan dengan penelitian ini adalah tidak menggunakan analisis SWOT serta objek dan fokus penelitian berbeda.[37]

---

[36] Imron Rosyadi, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Milik Mahasiswa", *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume. 17, Nomor 2, Desember 2013*

[37] Alyas dan Muhammad Rakib, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Study Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)", *Jurnal Sosiohumaniora, Volume. 19, No.2 Juli 2017*

F. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran teoritis pola penelitian ini dapat dijelaskan pada bagan berikut: