

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Manajemen Strategi

1. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah sebagai seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya.³ Seperti tersirat dalam definisi, manajemen strategis berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produk, penelitian, pengembangan, dan sistem informasi komputer untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan menurut Wheelen and Hunger manajemen strategi adalah sekumpulan keputusan manajerial dan aksi pengambilan keputusan jangka panjang didalam perusahaan.⁴ Hal ini termasuk analisis lingkungan (lingkungan eksternal dan internal), formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi dan kontrol.

2. Proses Manajemen Strategi

Proses pembelajaran tentang ekonomi manajerial sangat bermanfaat karena dapat membantu para manajer untuk menganalisis bagaimana kekuatan ekonomi yang mempengaruhi organisasi dari

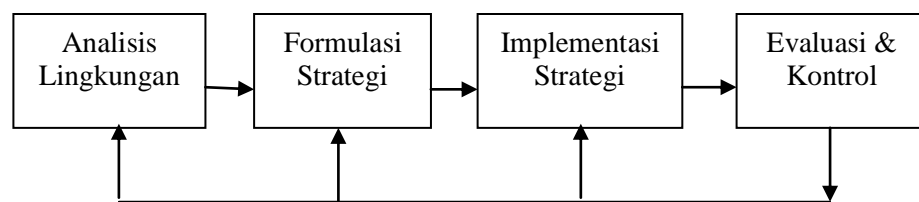
³ Fred R. David, *Manajemen Strategis Edisi 10*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 6

⁴ Thomas L Wheelen dan J. David Hunger, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Andi, 2012), hal. 53

peraturan-peraturan, solusi-solusi untuk memperbaiki keputusan manajerial untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien, dan memberikan aturan penetapan harga serta kekuatan yang menginginkan perusahaan mencapai tujuan pertumbuhannya.⁵

Berikut adalah gambaran proses manajemen strategi:

Gambar 2.1 Proses Tahapan Manajemen Strategik



Dari gambar diatas, dapat dilihat bahwa dalam tahapan manajemen strategik saling memiliki interaksi dan timbal balik dari tahap pertama hingga akhir. Manajemen strategik ini dapat dilihat sebagai suatu proses yang meliputi sejumlah tahapan yang saling berkaitan dan berurutan. Proses manajemen strategik bersifat dinamis dan merupakan sekumpulan komitmen, keputusan, dan aksi yang diperlukan suatu perusahaan atau organisasi untuk mencapai *strategic competitiveness* dan menghasilkan keuntungan diatas rata-rata. Dari tahapan proses manajemen strategik tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen strategik merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan implementasi rencana yang didesain untuk mencapai tujuan suatu perusahaan.

⁵ Usep Sudrajat dan Suwaji, *Buku Ajar Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 4

a. Analisis lingkungan

Analisis lingkungan ini meliputi dari kegiatan memonitor, evaluasi, dan mengumpulkan informasi dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Tujuannya yaitu untuk mengidentifikasi faktor strategis, elemen eksternal dan internal akan memutuskan strategi dimasa yang akan datang bagi perusahaan. Untuk melakukan analisis lingkungan ini memerlukan suatu alat analisis yang dinamakan analisis SWOT. SWOT merupakan akronim yang digunakan untuk mendeskripsikan *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) yang merupakan faktor strategis bagi perusahaan spesifik.

1) Analisis lingkungan internal

Menurut Lestari analisis lingkungan internal adalah proses mengidentifikasi dan mengevaluasi karakteristik perusahaan seperti sumber-sumber, kapabilitas, dan kompetensi inti.⁶ Melalui analisis lingkungan internal akan diketahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengetahui kinerja masa lalu dan dapat memproyeksi kondisi masa depan. Manajemen harus mampu mengelola faktor internalnya dan beradaptasi dengan faktor eksternalnya.

⁶ Endah Prapti Lestari, *Pemasaran Strategik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hal. 45

Adapun tahapan proses analisis internal menurut Nilasari antara lain:⁷

- a) Melakukan indentifikasi faktor-faktor internal yang strategis.
 - b) Melakukan perbandingan informasi masa lalu dengan standar perusahaan.
 - c) Profil perusahaan selanjutnya akan menjadi input dalam perumusan strategi.
- 2) Analisis lingkungan eksternal

Menurut Lestari analisis lingkungan eksternal merupakan proses mengidentifikasi dan mengevaluasi informasi-informasi dari luar perusahaan, sehingga dapat mengetahui peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang dihadapi perusahaan. Ada 4 (empat) komponen lingkungan eksternal, yaitu *Scanning*, *Monitoring*, *Forecasting*, dan *Assessing*.

Kemudian masih menurut Lestari lingkungan eksternal dibagi dalam 3 (tiga) macam, yaitu lingkungan umum atau makro, lingkungan industri dan lingkungan pesaing.

Menurut David kekuatan eksternal (*exsternal forces*) dapat dibagi menjadi lima kategori besar: kekuatan ekonomi, kekuatan sosial, budaya, demografi dan lingkungan, kekuatan politik, hukum, pemerintah, kekuatan teknologi dan persaingan

⁷ Senja Nilasari, *Manajemen Strategi*, (Jakarta Timur: Dunia Cerdas, 2014), hal. 70

atau kompetitif. Perubahan dalam kekuatan eksternal mengakibatkan perubahan dalam permintaan konsumen untuk barang industri dan konsumsi serta jasa. Kekuatan eksternal mempengaruhi tipe produk yang dikembangkan, karakteristik dari strategi segmentasi pasar dan *positioning*, tipe jasa yang ditawarkan, dan pilihan bisnis yang ingin diakuisi atau dijual. Kekuatan eksternal secara langsung mempengaruhi pemasok serta distributor.

3. Pengertian Strategi

Strategi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan secara berbeda atau lebih baik dari kompetitor (atau masa lalu) untuk memberi nilai tambah kepada pelanggan sehingga mampu mencapai sasaran jangka menengah atau jangka panjang perusahaan.

4. Tipe-tipe strategi

Menurut tipikal bisnis perusahaan biasanya mempertimbangkan tiga tipe strategi yaitu strategi korporat, strategi bisnis, dan strategi fungsional.⁸

Sedangkan Tipe – tipe strategi menurut David sebagai berikut:

a. Strategi Integrasi

- 1) Integrasi ke Depan (*forward integration*). Integrasi ke depan (*forward integration*) adalah upaya memiliki atau meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer.

⁸ Fred R. David, *Manajemen Strategis: Konsep*, (Jakarta: Gramedia, 2009), hal. 252-272

- 2) Integrasi ke Belakang (*Backward integration*). Integrasi ke belakang (*backward integration*) adalah strategi untuk mencoba memiliki atau meningkatkan kontrol terhadap perusahaan pemasok.
 - 3) Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration*). Strategi pertumbuhan integrasi horizontal dilakukan melalui akuisisi perusahaan pesaing yang memiliki *line of business* yang sama.
- b. Strategi Intensif⁹
- 1) Penetrasi Pasar (*Market Penetration*).
Strategi penetrasi pasar berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk dan jasa yang sudah ada di pasar melalui usaha pemasaran yang gencar.
 - 2) Pengembangan Pasar (*Market Development*).
Pengembangan pasar terdiri dari upaya memperkenalkan produk atau jasa yang ada ke wilayah geografis baru.
 - 3) Pengembangan Produk (*Product Development*).
Pengembangan produk adalah strategi yang berupaya meningkatkan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk/jasa yang sudah ada. Pengembangan produk biasanya memerlukan biaya yang besar untuk penelitian dan pengembangan.

⁹ Fred R. David, *Manajemen...*, hal. 252-272

- 4) Strategi Diversifikasi
 - a) Diversifikasi *konsentris*
 - b) Diversifikasi horisontal (*Horizontal Diversification*)
 - c) Diversifikasi konglomerat (*Conglomerate Diversification*)
- 5) Strategi Defensif
 - a) Rasionalisasi biaya (*Retrenchment*)
 - b) Divestasi (*Divestiture*)
 - c) Likuidasi (*liquidation*)

B. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.¹⁰ Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Oportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Menurut David semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis.¹¹ Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan atau kelemahan internal digabungkan dengan peluang atau ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

¹⁰ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 18

¹¹ Usep Sudrajat dan Suwaji, *Buku Ajar Ekonomi...*, hal. 4

1. Unsur-unsur analisis SWOT

SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan untuk membuat evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam bisnis. Umumnya SWOT digambarkan dengan tabel pada ukuran kertas yang besar untuk memudahkan analisis hubungan antar aspeknya. Pembuatan analisis SWOT melibatkan tujuan bisnis yang spesifik dan identifikasi faktor internal-eksternal untuk mencapai tujuan tersebut. Berikut ini merupakan unsur-unsur dari analisis SWOT yaitu:¹²

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen, dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

¹² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT...*, hal. 18

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan–kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.¹³

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT

Secara garis besar terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi analisa SWOT, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Untuk lebih memahami kedua faktor tersebut , berikut ini adalah penjelasannya menurut Fred R. David:¹⁴

a. Faktor internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam suatu perusahaan, yaitu kekuatan dan kelemahan dari perusahaan

¹³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT...*, hal. 18

¹⁴ Fred R. David, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hal. 11

itu sendiri. Adapun beberapa hal yang merupakan bagian dari faktor internal adalah: Sumber daya keuangan yang memadai

- 1) Sumber daya manusia yang kompeten
- 2) Properti teknologi terkini
- 3) Kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan
- 4) Kemampuan pemasaran yang baik
- 5) Kemampuan distribusi yang baik

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah semua faktor yang berasal dari luar perusahaan (ancaman dan peluang) dan berpengaruh terhadap performa perusahaan tersebut. Adapun beberapa hal yang merupakan bagian faktor eksternal adalah:¹⁵

- 1) Tren bisnis
- 2) Budaya masyarakat
- 3) Sosial politik dan ideologi
- 4) Kondisi perekonomian suatu negara
- 5) Peraturan dan kebijakan pemerintah
- 6) Perkembangan teknologi

3. Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi perusahaan matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman

¹⁵ Fred R. David, *Manajemen Strategi...*, hal. 12

eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Menurut David faktor-faktor kunci eksternal dan internal merupakan pembentuk matriks SWOT yang menghasilkan empat tipe strategi, yaitu sebagai berikut :¹⁶

- a. Strategi SO yakni strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal
- b. Strategi WO yakni mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan keunggulan peluang eksternal.
- c. Strategi ST yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari pengaruh dari ancaman eksternal.
- d. Strategi WT adalah strategi bertahan dengan meminimalkan kelemahan dan mengantisipasi ancaman lingkungan.

Matriks SWOT akan mempermudah perumusan strategi yang perlu dilakukan oleh suatu kegiatan usaha. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang dan mengantisipasi ancaman.

Sehingga matriks SWOT tersebut akan diperoleh empat kelompok alternatif yang disebut dengan strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT. Matriks analisis SWOT dapat dilihat pada Tabel 2.1 dibawah ini:

¹⁶ Fred R. David, *Manajemen...*, hal. 47

Tabel 2.1 Matriks SWOT

	<i>STRENGTH (S)</i>	<i>WEAKNESSES (W)</i>
<i>OPPORTUNITIES (O)</i>	Strategi SO : Menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Strategi WO: Mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada.
<i>THREATS (T)</i>	Strategi ST: Menggunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT: Menekan semua kelemahan-kelemahan dan mencegah ancaman

Menurut Rangkuti apabila strategi dalam Gambar 1 dikaitkan dengan strategi bisnis, maka pilihan-pilihan strategi bisnis yang perlu dilakukan sebagai berikut :¹⁷

- a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan pengembangan bisnis yang agresif, yaitu memanfaatkan kekuatan yang substansial untuk menciptakan bisnis baru atau mengembangkan bisnis yang ada. Strategi dalam kuadran SO disebut sebagai strategi agresif.
- b. Strategi ST (*Strengths-Threats*), dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan diversifikasi produk atau bisnis, melalui mengembangkan produk-produk unggul. Strategi dalam kuadran ST disebut sebagai strategi diversifikasi.
- c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan

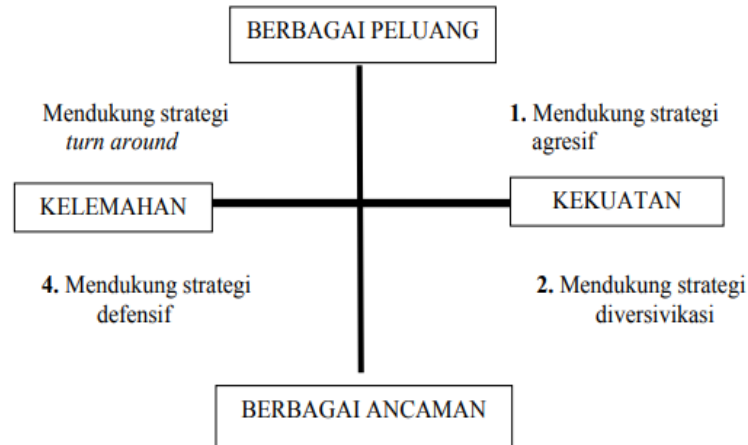
¹⁷Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT...*, hal. 168

sehingga mampu menghilangkan kelemahan utama itu. Strategi dalam kuadran WO disebut sebagai strategi balik arah.

- d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan utama yang ada sekaligus menghindari ancaman. Strategi pada kuadran WT disebut sebagai strategi bertahan.

Setelah menganalisis keseluruhan variabel di atas, kemudian faktor strategi internal dan strategi faktor eksternal dituangkan dalam diagram analisis SWOT seperti disajikan pada Gambar 2.1¹⁸

Gambar 2.2 Diagram Analisis SWOT



Keterangan gambar:

Kuadran I

Merupakan situasi menguntungkan karena perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat

¹⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT...*, hal. 174

memanfaatkan peluang secara maksimal sehingga mampu menerapkan kebijakan pertumbuhan yang agresif.¹⁹

Kuadran II

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan pada situasi seperti ini menggunakan kekuatan dari segi internal untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara pemanfaatan diversifikasi produk.

Kuadran III

Merupakan situasi dimana perusahaan menghadapi peluang besar tetapi menghadapi kendala internal. Fokus strategi perusahaan pada posisi seperti inilah dapat meminimalkan kendala-kendala internal perusahaan.

Kuadran IV

Merupakan posisi yang tidak menguntungkan. Perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kendala internal.

C. Pengembangan Usaha

1. Pengertian Usaha

Usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah atau laba usaha, secara sederhana arti wirausaha (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri, tanpa diliputi

¹⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT...*, hal. 174

rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seseorang diri atau berkelompok.²⁰

Ada empat konsep pemberdayaan usaha secara ringkas dapat dikemukakan sebagai berikut:²¹

- a. Perekonomian rakyat
- b. Pemberdayaan usaha
- c. Perubahan struktural

Pemberdayaan usaha, tidak cukup hanya dengan peningkatan produktivitas dan hanya memberikan suntikan modal sebagai stimulan, tetapi harus dijamin adanya kerja sama dan kemitraan yang erat antara yang telah maju dengan yang masih lemah dan belum berkembang.

2. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan secara etimologis berarti membina dan meningkatkan kualitas.²² Menurut Iskandar Wiryokusumo pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuannya, meningkatkan dan

²⁰ Kasmir, *Kewirausaha*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 19

²¹ Sumidingrat Gunawan, *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial* (Jakarta: Gramedia, 2002), hal.36

²² Supriyani Istiqomah, *Dasar-dasar PMI*, (Fakultas Dakwah, IAIN Raden Intan Lampung, Cet 1, 2007)

mengembangkan dirinya, sesama, maupun lingkungan ke arah tercapainya martabat, mutu kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi yang mandiri.

3. Langkah-langkah Pengembangan Usaha

Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah dengan jalan memberikan pelatihan-pelatihan sebagai bekal yang amat penting ketika mereka memasuki dunia wirausaha, program pembinaan berkelanjutan itu, dilakukan melalui beberapa tahap kegiatan yaitu:²³

- a. Pelatihan usaha
- b. Pemagangan
- c. Penyusunan proposal
- d. Permodalan permodalan dalam bentuk uang
- e. Pendampingan
- f. Jejaring bisnis

4. Faktor-Faktor Pengembangan Usaha

Dalam melaksanakan usaha, pasti memiliki keinginan untuk mencapai keberhasilan. Berikut ini adalah faktor-faktor pokok yang menyebabkan suatu industri/perindustrian dapat berkembang dengan baik apabila dimiliki.

- a. Faktor Pokok, berupa modal, tenaga kerja, bahan mentah atau bahan baku, transportasi, sumber energi, dan marketing pemasaran.

²³ Fitri Agustina Mayasari, S.P., *Panduan Belajar Mandiri Kewirausahaan*, (Jakarta: CV Arya Duta 2006), hal. 12

- b. Faktor Pendukung, berupa kebudayaan masyarakat, teknologi, pemerintah, dukungan masyarakat, kondisi alam, dan kondisi perekonomian.

5. Model-model Pengembangan Usaha

Berdasarkan pendapat Jevlec, mengemukakan beberapa modal dalam pengembangan ekonomi sebagai berikut:²⁴

a. Peningkatan Akses

Program ini ditujukan untuk mengurangi keterbatasan akses masyarakat yang mencakup akses pendanaan, informasi pasar dan pengembangan bisnis masyarakat.

b. Peningkatan kapasitas

Program ini ditunjukan untuk peningkatan kapasitas baik personal maupun organisasi dalam rangka pengembangan usaha ekonomi masyarakat. Beberapa program yang akan dilakukan dalam lingkup fokus program ini adalah:

- 1) Fasilitas peningkatan SDM, kelembagaan CBO dan BSO dalam pengelolaan dan peningkatan kinerja usaha ekonomi masyarakat.
- 2) Fasilitas peningkatan kapasitas dalam pengusahaa teknologi dan ketrampilan.

²⁴ Saparudin, *Usaha kecil Mandiri*, dikutip dari: <http://saparudin/index.php/isu/usaha-kecil-mandiri.htm>, diakses pada 28 September 2018

c. Peningkatan produktifitas usaha masyarakat

Program ini ditunjukkan untuk meningkatkan produktifitas usaha ekonomi masyarakat sekaligus perluasan skala usahannya. Beberapa program yang akan dilakukan dalam lingkup fokus program ini adalah:

- 1) Fasilitas pengembangan usaha mikro
- 2) Fasilitas berbagai upaya peningkatan produktifitas usaha ekonomi masyarakat.

6. Pengembangan Wirausaha dalam Pengembangan Ekonomi

Untuk mengetahui urgensi wirausaha dalam pengetahuan ekonomi masyarakat, akan lebih mudah kita cermati setelah kita melihat terlebih dahulu tujuan dari pengembangan ekonomi masyarakat (*Community Economic development*) itu sendiri. Tujuan antara lain :²⁵

- a. Meningkatkan kapasitas masyarakat baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Dengan adanya peningkatan kapasitas tersebut diharapkan akan memicu peningkatan kesejahteraan masyarakat.
- b. Mendorong dan pengembangan potensi berwirausaha yang didasarkan pada sumber daya lokal.
- c. Memperkuat partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan yang kuat berbasis masyarakat.
- d. Mengoptimalkan pembangunan kearah yang mandiri dan berkelanjutan.

²⁵ Bambang Rudito, *Akses Peran Serta masyarakat: lebih Jauh Memahami Community development*, (Jakarta: ICDS, 2003) hal. 194

Sementara Baihaki A.Majdid, sebagaimana yang telah dikutipkan oleh Lili Bariadi dan kawan-kawan merumuskan tujuan pengembangan ekonomi masyarakat sebagai berikut:²⁶

- a. Menciptakan pemerataan asset ekonomi produktif
- b. Menciptakan kemandirian dan mengurangi ketergantungan masyarakat.
- c. Menciptakan lapangan kerja sekaligus mengurangi pengangguran
- d. Menciptakan daya saing dalam menghadapi era globalisasi.

Konsep pemberdayaan yang menekan pada kemandirian ini perlu adanya interaksi yang harmonis antara masyarakat, pemerintah, dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) sebagai agen perubahan bagi masyarakat.

Program pengembangan ekonomi masyarakat dalam bentuk wirausaha kegiatan yang diarahkan untuk memperbesar akses pendapatan masyarakat lebih baik, adil dan merata. Dengan adanya peningkatan pendapatan tersebut diharapkan akan tercapai pula kemandirian masyarakat yang turut mempengaruhi pada stabilitas ekonomi secara makro, sehingga cita-cita Negara sejahtera dapat terwujud di Negara ini.

Pengembangan ekonomi masyarakat merupakan modal pengembangan ekonomi mikro alternatif yang berorientasi pada partisipan masyarakat yang mengedepankan azas musyawarah,

²⁶ Lili Bariadi, *Zakat dan Wirausaha dan Pengembangan Masyarakat Islam: dari Ideologi, Strategi Sampai Tradisi*, (Bandung: Rosda, 2002) Cet ke II, hal. 63-64

keadilan (equity) yang dalam prosesnya memberikan akses yang lebih besar kepada masyarakat, sehingga tercapai kesejahteraan dan kemandirian yang berdampak pada perbaikan ekonomi makro.

Karena itu program-program pengembangan ekonomi masyarakat seharusnya lebih ditekankan pada upaya penyadaran terhadap pentingnya sikap-sikap wirausaha sekaligus menggali potensi yang bertujuan pada peningkatan etos kewirausahaan. Etos kewirausahaan ini merupakan kunci dari keberhasilan suatu usaha, meskipun dukungan permodalan juga tidak begitu saja kita abaikan prinsip-prinsip kewirausahaan sangatlah di butuhkan dalam program pengembangan usaha masyarakat.²⁷

Selain hal tersebut, upaya pengembangan ekonomi masyarakat juga berhubungan dengan usaha-usaha kecil. Tanpa menggururkan usaha-usaha besar. Yang harus dijadikan persoalan adalah bagaimana terciptanya pemerataan aset-aset ekonomi ketangan masyarakat pada umumnya.

D. Produksi

1. Pengertian Produksi dalam Prespektif Islam

Kegiatan produksi merupakan salah satu aktifitas ekonomi yang sangat menunjang kegiatan konsumsi, tanpa kegiatan produksi maka konsumen tidak akan dapat mengkonsumsi barang dan jasa yang

²⁷ Lili Bariadi, *Zakat dan Wirausaha...*, hal. 63-64

dibutuhkan.²⁸ Pada prinsipnya kegiatan produksi terkait seluruhnya dengan syariat Islam, dimana kegiatan produksi harus sejalan dengan tujuan konsumsi itu sendiri. Seorang muslim melakukan konsumsi untuk mencari kebahagiaan, demikian pula kegiatan produksi dilakukan untuk menyediakan barang dan jasa untuk kebahagiaan.

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan suatu produk, baik barang atau jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Secara teknis produksi adalah proses mentransformasi input menjadi output, tetapi definisi produksi dalam Islam jauh lebih luas.

Dalam sistem ekonomi Islam produksi merupakan salah satu hal yang sangat penting. Dari konsep dan gagasan produksi ditekankan bahwa tujuan utama yang ingin dicapai oleh kegiatan ekonomi yang diteorisasikan sistem ekonomi Islam adalah untuk kemaslahatan individu, kemaslahatan secara seimbang.²⁹

2. Tujuan Produksi

Menurut Chapra tujuan produksi adalah memenuhi kebutuhan pokok setiap individu dan menjamin setiap orang mempunyai standar hidup manusiawi, terhormat dan sesuai dengan martabat manusia sebagai khalifah. Tidak terpenuhinya kebutuhan tersebut dapat menimbulkan masalah mendasar bagi manusia. Oleh sebab itu, setiap muslim juga harus berusaha meningkatkan pendapatan agar menjadi mustahiq yang

²⁸ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal. 147

²⁹ Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekabaru: Alfa Riau Graha Uni Press, 2007), hal. 65

dapat membantu kaum lemah melalui pembayaran zakat, infaq, sedekah dan wakaf. Dengan keyakinan akan peran dan kepemilikan absolut dari Allah Rabb semesta alam, maka konsep produksi didalam ekonomi Islam tidak semata-mata bermotif maksimalisasi keuntungan dunia, tetapi lebih penting mencapai maksimalisasi keuntungan akhirat. Pada ayat 77 surah al-Qashash berbunyi:³⁰

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ وَأَحْسِنُ ۚ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَتَّبِعِ
الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Inti dari surat tersebut yaitu mengingatkan manusia untuk mencari kesejahteraan akhirat tanpa melupakan urusan dunia. Artinya, urusan dunia merupakan sarana untuk memperoleh kesejahteraan akhirat. Ajaran Islam yang mengaitkan tujuan produksi dengan kemaslahatan. Apabila produksi basic need atau dharuriyah menjadi suatu prioritas, maka kesejahteraan masyarakat akan meningkat karena segala macam

³⁰ Surat Al-Qashash, Al-Qur'an dan Terjemahnya

kebutuhan pokok mereka telah terpenuhi. Adapun tujuan produksi menurut Monzer Kahf antara lain:

- a. Upaya manusia untuk meningkatkan tidak hanya kondisi materialnya. Akan tetapi juga moralnya untuk kemudian menjadi sarana mencapai tujuannya kelak di akhirat. Sehingga produk-produk yang menjauhkan manusia dari nilai-nilai moralnya akan dilarang dalam Islam.
- b. Aspek sosial dalam produksi, yaitu distribusi keuntungan dari produksi itu sendiri diantara sebagian besar orang dengan cara seadil-adilnya. Hal tersebut merupakan tujuan utama ekonomi masyarakat. Sistem ekonomi Islam lebih terkait dengan kesejahteraan masyarakat dibandingkan dengan sistem yang lainnya.
- c. Masalah ekonomi bukanlah masalah yang jarang berkaitan dengan kebutuhan hidup, akan tetapi permasalahan tersebut timbul karena kemalasan dan kealpaan manusia dalam usahanya untuk mengambil manfaat sebesar-besarnya dari anugerah Allah.

3. Faktor-Faktor Produksi

a. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan human capital bagi suatu perusahaan.³¹ Di berbagai jenis produksi, tenaga kerja merupakan

³¹ Mawardi, *Ekonomi Islam*....hlm. 73

asset bagi keberhasilan suatu perusahaan.³² Kesuksesan suatu produksi terletak pada kinerja sumber daya manusia yang ada di dalamnya, termasuk di dalamnya kinerja para tenaga kerja. Tenaga kerja yang memiliki skill dan integritas yang baik merupakan modal utama perusahaan, selain modal-modal yang lain. Karena secara umum, banyak para ahli ekonomi yang menyatakan bahwa tenaga kerja adalah satu-satunya produsen dan pangkal produktivitas dari semua faktor produksi yang lainnya.

Dalam Al-Quran menyerukan kepada setiap muslim agar menginvestasikan tenaga, pikiran, dan waktu melakukan amal shaleh, amal yang produktif dan sangat merugi orang-orang yang menyia-nyiakan waktu, yang malas dan berpangku tangan, dan orang yang bekerja tapi tidak menghasilkan manfaat.³³

b. Modal

Modal merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu produksi. Tanpa adanya modal, produsen tidak akan bisa menghasilkan suatu barang atau jasa. Modal adalah sejumlah kekayaan yang bisa saja berupa assets ataupun intangible assets, yang bisa digunakan untuk menghasilkan suatu kekayaan.

Dalam Islam, modal suatu usaha harus terbebas dari riba. Beberapa cara memperoleh modal, Islam mengatur suatu sistem

³² Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam dalam Perspektif Maqashid al-Shariah*, (Surabaya: Kencana Prenada Media, 2014), hal. 119

³³ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi..., hal. 119

yang baik, dengan cara kerja sama mudharabah atau musyarakah. Hal ini untuk menjaga hak pemilik modal agar tercapai suatu kebaikan dalam suatu aktivitas produksi yang akhirnya akan berimplikasi pada adanya suatu masalah dalam suatu kerjasama yang dilakukan oleh masing-masing pihak.³⁴

c. Bahan Baku

Ketika seorang produsen akan memproduksi suatu barang/jasa, maka salah satu yang harus dipikirkan adalah bahan baku. Karena jikalau bahan baku tersedia dengan baik, maka produksi akan berjalan dengan lancar. Jika sebaliknya maka akan menghambat jalannya suatu produksi.

d. Manajemen

Manajemen adalah seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain, definisi Mary P.Follet ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.³⁵ Sedangkan menurut Stoner mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, secara efektif dan efisien.

³⁴ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi...*, hal. 120

³⁵ Richard Barret, *Vocation Bussiness: Training, Developing, and Motivating People, Bussiness Economics*, (2003), hal. 51

Sedangkan manajemen dalam industri kecil terdapat beberapa yang perlu diperhatikan, yaitu:³⁶

1) Manajemen Permodalan

Manajemen permodalan adalah proses bagaimana mengelola modal untuk biaya operasional perusahaan. Modal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berupa uang yang digunakan pengusaha home industri kerupuk goreng pasir di Desa Pacitan untuk membeli perlengkapan dan peralatan usaha.

2) Manajemen Persediaan

Persediaan adalah sejumlah material yang meliputi bahan baku, bahan pembantu dan barang jadi yang belum sempat dikirim kepada pelanggan. Ketersediaan persediaan menentukan terhadap kelangsungan proses produksi. Keterlambatan atas persediaan juga akan mengganggu proses produksi, dan apabila tidak segera diatasi akan berpengaruh terhadap pemasaran perusahaan.³⁷ Jumlah persediaan yang terlalu besar tidak selalu menguntungkan, bahkan bisa sangat merugikan.

3) Manajemen produksi

Manajemen produksi tetap memberlakukan fungsi kontrol (*controlling*) atau pengendalian. Mekanisme pelaksanaan fungsi kontrol dapat dilakukan pada saat proses

³⁶ Richard Barret, *Vocation Bussiness...*, hal. 51

³⁷ Richard Barret, *Vocation Bussiness...*, hal. 51

produksi berlangsung maupun saat produk telah jadi. Dalam manajemen produksi tahap pelaksanaan kontrol dapat dilakukan dengan cara inspeksi, inspeksi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan bentuk meneliti setiap bagian dari barang jadi dan inspektor berhak menentukan apakah barang tersebut baik atau buruk.

4) Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran membahas tentang seluruh usaha guna menggerakkan produk barang dan jasa dari produsen ke konsumen atau pengguna akhir. Di dalam pemasaran ada beberapa tahap yang harus diperhatikan, diantaranya adalah memilih tujuan penetapan harga, menentukan permintaan dan memperkirakan biaya.³⁸

E. Home Industri

1. Pengertian Home Industri

Istilah Home industri atau usaha di rumah adalah tempat tinggal yang merangkap tempat usaha, baik itu berupa usaha jasa, kantor hingga perdagangan. Semula pelaku home industri yang memiliki desain ini adalah kalangan *entrepreneur* dan profesional, yang sekarang mulai meluas pada kalangan umum, untuk memiliki lokasi yang strategis untuk tempat berkembangnya usaha jenis perumahan ini

³⁸ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2007), hal. 84

tidak bisa terlepas dari berkembangnya virus (*entrepreneur*) kewirausahaan yang berperan membuka pola pikir ke depan masyarakat bahwa rumah bukan hanya sebagai tempat tinggal namun dapat digunakan juga sebagai tempat mencari penghasilan.³⁹

Menurut Mudrajat Kuncoro, Industri Kecil dan Rumah Tangga (IKRT) memiliki peranan yang cukup besar dalam sector manufaktur dilihat dari sisi jumlah unit usaha dan daya serapnya terhadap tenaga kerja, namun lemah dalam menyumbang nilai tambah.⁴⁰

2. Peran dan Fungsi Home Industri

a. Peran ialah sesuatu yang diharapkan dimiliki oleh yang memiliki kedudukan dalam masyarakat. Peranan ialah bagian dari tugas utama yang harus dilakukan. Pemeranan ialah proses cara atau perbuatan memahami perilaku yang diharapkan dan dikaitkan dengan kedudukan seseorang. Peranan (*role*) merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan (*status*). Artinya seseorang telah menjalankan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka orang tersebut telah melaksanakan sesuatu peran. Keduanya tak dapat dipisahkan karena satu dengan yang lain saling tergantung, artinya tidak ada peran tanpa status dan tidak ada status tanpa peran. Sebagaimana kedudukan, maka setiap orang pun dapat mempunyai macam-macam peran yang berasal dari pola pergaulan

³⁹ Alkim, *Pemberdayaan Home Industri Terhadap Masyarakat Pesisir*, (Jakarta: Gramedia, 2005), hal. 3

⁴⁰ RD. Jatmiko, *Pengantar Bisnis*, (Malang: UMM Press, 2004), hal. 62

hidupnya. Hal tersebut berarti pula bahwa peran tersebut menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan masyarakat kepadanya. Peran sangat penting karena dapat mengatur perikelakuan seseorang, di samping itu peran menyebabkan seseorang dapat meramalkan perbuatan orang lain pada batas-batas tertentu, sehingga seseorang dapat menyesuaikan perilakunya sendiri dengan perilaku orang-orang sekelompoknya.⁴¹

Adapun peran home industri di antaranya:

- 1) Memiliki potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Tiap unit investasi pada sektor Industri Kecil dapat menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar maupun menengah. Pada tahun 2003, ternyata Industri Kecil menyerap 99,4 % dari seluruh tenaga kerja.
- 2) Memiliki kemampuan untuk memanfaatkan bahan baku lokal, memegang peranan utama dalam pengadaan produk dan jasa bagi masyarakat, dan secara langsung menunjang kegiatan usaha yang berskala lebih besar.
- 3) Industri Kecil relatif tidak memiliki utang dalam jumlah besar.
- 4) Industri Kecil memberikan sumbangan sebesar 58,30% dari PDB nasional pada tahun 2003, karena masalah yang dihadapi

⁴¹ J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*, (Jakarta: Kencana, 2007), Cet ke-3, hal. 158-159

bangsa Indonesia saat ini adalah tingginya tingkat pengangguran.

- 5) Dapat menumbuhkan usaha di daerah, yang mampu menyerap tenaga kerja.
- 6) Akhir-akhir ini peran Industri Kecil diharapkan sebagai salah satu sumber peningkatan ekspor non migas.

b. Fungsi Home Industri

- 1) Usaha kecil dapat memperkokoh perekonomian nasional melalui berbagai keterkaitan usaha, seperti fungsi pemasok, produksi, penyalur, dan pemasaran bagi hasil produk-produk industri besar. Usaha kecil berfungsi sebagai transformator antar sektor yang mempunyai kaitan ke depan maupun ke belakang.
- 2) Usaha kecil dapat meningkatkan efisiensi ekonomi, khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada. Usaha kecil sangat fleksibel karena dapat menyerap tenaga kerja dan sumber daya lokal serta meningkatkan sumber daya manusia agar dapat menjadi wirausaha yang tangguh.
- 3) Usaha kecil dipandang sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan berusaha dan pendapatan, karena jumlahnya tersebar diperkotaan maupun pedesaan.⁴²

⁴² Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), Cet. Ke-1, hal.77

3. Karakteristik Home Industri

Karakteristik ciri-ciri usaha kecil meliputi beberapa karakteristik antara lain:

- a. Dikelolah oleh pemiliknya
- b. Usaha dilakukan dirumah
- c. Produksi dan pemasaran dilakukan di rumah pemilik usaha
- d. Modal terbatas
- e. Jumlah tenaga kerja terbatas
- f. Berbasis keluarga atau rumahan tangga
- g. Lemah dalam pembukuan
- h. Sangat diperlukan manajemen pemilik
- i. Landasan Hukum Home Industri

4. Tantangan-Tantangan Dalam Home Industri

Tantangan didalam home industri sebagai berikut:⁴³

- a. Mendapatkan pelanggan baru. Mendapatkan pelanggan baru tanpa melalui media promosi home industri juga dapat kendala bahkan ancaman, dengan kata lain perlu dilakukan promosi seperti promosi melalui media sosial maupun media cetak.
- b. Mengelolah waktu, karena home industri dilakukan dirumah maka pengelolaan waktu yang baik didalam menjalankan pekerjaan dengan tugas-tugas rumah tangga agar bisa berjalan dengan baik.

⁴³ Alkim, *Pemberdayaan Home Industri...*, hal. 5

- c. Memisahkan tugas kerja dan keluarga. Home industri dituntut untuk berpikir bijak dalam pembagian waktu baik keluarga maupun persoalan usaha walaupun yang dilakukan dirumah dalam menjalankan usahanya.
- d. Mematuhi peraturan kota. Pelaku home industri lebih cermat menyikapi perizinan usaha yang biasanya diikuti dengan keadaan lokasi bisnis yang ingin dibangun.
- e. Mengelolah resiko. Wirausahawan berbasis rumahan harus meninjau polis asuransi pemilik rumah mereka karena tidak semua polis mencakup kiam yang berkaitan dengan bisnis. Beberapa bahkan akan menghanguskan perlindungan jika terdapat bisnis di rumah.⁴⁴

5. Alasan Pertumbuhan Bisnis Home Industri

Banyak bisnis berbasis rumahan dimiliki oleh orang yang berusaha mengkombinasikan karir dan keluarga, janganlah salah paham dan menggambarkan para pekerja berbasis rumahan adalah wanita dan anak- anak masih kecil, hampir 30 persen dari mereka adalah pria, selain untuk membantu pemerintah bisnis menyeimbangkan antara kerja dan keluarga, alasan lain pertumbuhan bisnis berbasis rumahan meliputi hal-hal sebagai berikut:⁴⁵

- a. Teknologi komputer telah menyeimbangkan lapangan persaingan, memungkinkan bisnis berbasis rumahan untuk terlibat dan

⁴⁴ Alkim, *Pemberdayaan Home Industri...*, hal. 8

⁴⁵ Ibid, hal. 10-11

bertindak seperti pesaing korporat yang besar. Koneksi internet broadband, personal assistant (PDA), dan teknologi lainnya sedemikian terjangkau, sehingga mendirikan sebuah bisnis menumbuhkan investasi awal yang jauh lebih kecil dibandingkan sebelumnya.

- b. Perampingan korporat telah membuat para pekerja menyadari tidak adanya jaminan pekerjaan, dan menyebabkan banyak orang mendirikan ventura mereka sendiri.
- c. Sikap sosial telah berubah. Wirausaha sebelum memulai usahanya para pelaku *home industry* membuat pertanyaan- pertanyaan yang diajukan kepada pelaku usaha yang lebih dahulu menekuni *home industry* dan dari jawaban mereka pelaku *home industry* yang baru dapat menambah informasi dari merek yang sudah menekuni dunia usaha terlebih dahulu.
- d. Hukum pajak yang sekarang diberlakukan lebih mempermudah para pelaku *home industry* dibandingkan hukum pajak dan peraturan pajak yang dahulu.⁴⁶

F. Peningkatan Perekonomian

Peningkatan atau penambahan dapat di artikan sebagai kekayaan baik asset maupun barang berharga yang memiliki nilai ketika dijual kembali, selian itu peningkatan bukan hanya mengenai bicara peningkatan gaji pada

⁴⁶ Alkim, *Pemberdayaan Home Industri...*, hal. 10

karyawan tetapi juga bicara tentang pemenuhan kebutuhan rumah tangga dan penambahan aset-aset didalam rumah tangga baik berupa investasi dalam bentuk tabungan dan konsumsi yang mencukupi kebutuhan rumah tangga.

1. Pendapatan Rumah Tangga

a. Pengertian Pendapatan Rumah Tangga

Menurut Afrida pendapatan rumah tangga adalah penghasilan dari seluruh anggota keluarga yang disambungkan untuk memenuhi kebutuhan bersama ataupun perorangan dalam rumah tangga. Sedangkan ada yang berpendapat bahwa suatu pendapatan rumah tangga adalah pendapatan/penghasilan yang diterima oleh rumah tangga bersangkutan baik yang berasal dari pendapatan kepala rumah tangga maupun pendapatan anggota-anggota rumah tangga.⁴⁷

Berdasarkan defenisi pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan rumah tangga adalah pendapatan yang diperoleh dari seluruh anggota rumah tangga keluarga baik yang berasal dari kepala keluarga atau seluruh anggota keluarga.

b. Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan *Home Industry*

Teori menurut Milton Friedmen dan Franco Modigliani ada beberapa faktor dalam peningkatan pendapatan yaitu:⁴⁸

⁴⁷ Afrida, *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, (Surabaya: Ghalia Indonesia, 2003), hal. 225

⁴⁸ Ibid, hal. 230-252

1) Teori Investasi dari Masbah Klasik

Pada dasarnya investasi didefinisikan sebagai semua pengeluaran pada barang-barang kapital riil. Akan tetapi, dalam bahasa sehari-hari investasi juga mencakup pembelian aktiva. Secara umum pengeluaran investasi berkaitan dengan pengelolaan sumber daya yang ada saat ini untuk diperoleh penggunaan atau manfaat pada saat yang akan datang.⁴⁹

Investasi tetap bisnis oleh perusahaan menyesuaikan jumlah barang dan modal mereka terhadap tingkat yang diinginkan. Jika semakin besar *output* yang diharapkan maka jumlah barang modal yang diinginkan juga akan semakin besar, demikian juga sebaliknya.

2) Teori Tabungan dari Milton Friedman

Pengertian tabungan menurut Undang-undang pokok perbankan No. 10 tahun 1998, pasal 1 tabungan di definisikan sebagai simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Pengeluaran untuk konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan. Semakin tinggi pendapatan mengakibatkan semakin tinggi pola

⁴⁹ Waluyo, *Perpajakan Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007) hal. 77

tingkat konsumsi tinggi pendapatan, semakin besar pula tabungan karena tabungan merupakan bagian pendapatan yang tidak dikonsumsi. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi tingkat tabungan antara lain:⁵⁰

a) Kekayaan yang terkumpul

Sebagai akibat mendapatkan harta warisan/tabungan yang banyak akibat usaha dimasa lalu, maka seseorang berhasil memiliki kekayaan yang mencukupi. Dalam keadaan seperti itu sudah tidak tertolong lagi untuk menabung lebih banyak. Maka lebih besar bagian dari pendapatan yang digunakan untuk konsumsi dimasa sekarang. Sebaliknya, untuk orang yang memperoleh warisan lebih bertekad untuk menabung yang lebih banyak dimasa yang akan datang.

b) Tingkat bunga

Tingkat bunga dapatlah dipandang sebagai pendapatan yang diperoleh dari melakukan tabungan. Rumah tangga akan berbuat lebih banyak tabungan apabila tingkat bunga tinggi karena lebih banyak bunga yang akan diperoleh.⁵¹

⁵⁰ Waluyo, *Perpajakan Indonesia*, ... hal. 80

⁵¹ *Ibid*, ... hal. 82

c) Sikap berhemat

Berbagai masyarakat mempunyai sikap yang berbeda dalam menabung dan berbelanja. Ada masyarakat yang tidak suka belanja berlebih-lebihan dan lebih mementingkan tabungan.

d) Keadaan perekonomian

Dalam perekonomian yang tumbuh dengan baik tidak banyak pengangguran masyarakat berkecenderungan melakukan perbelanjaan yang lebih aktif. Mereka mempunyai kecenderungan berbelanja lebih banyak pada masa kini dan kurang menabung. Tetapi dalam keadaan perekonomian yang lambat berkembangnya, tingkat pengangguran menunjukkan tendensi meningkat, dan sikap masyarakat dalam menggunakan uang dan pendapatan makin berhati-hati.⁵²

3) Teori Konsumsi dari Franco Modigliani

Teori konsumsi Milton Friedman terkenal dengan teori konsumsi hipotesis pendapatan permanen (*Permanent Income Hypothesis-PIH*). Dalam pengertian yang lebih sederhana pendapatan permanen maksudnya adalah konsumsi yang relatif tetap yang dapat dipertahankan sepanjang hidup. Sejatinya Friedman memiliki pandangan bahwa pendapatan *transitoris*

⁵² Waluyo, *Perpajakan Indonesia*, ... hal. 82

adalah pendapatan tidak tetap dan tidak dipastikan jumlah di masa yang akan datang.

Teori konsumsi dan Modigliani pada dasarnya dikembangkan oleh 3 orang yaitu Alberto Ando, Ricahrd Brumberg dan Franco Modigliani, akan tetapi yang mendapatkan penghargaan Nobel hanyalah Modigliani karena salah satu teori konsumsinya yang terkenal atau dikenal dengan nama “Hipotesis Daur Hidup” (*Life Cycle Hypothesis*) yang menyatakan bahwa konsumsi seseorang selain dari pendapatannya, juga tergantung pada kekayaan, hal mana kekayaan ini didapat dari penyesihan pendapatan yang tidak dikonsumsi, yaitu tabungan dan dari kekayaan warisan/turun-temurun. Tabungan ini bisa saja menjadi investasi sehingga menghasilkan aktiva misalnya tabungan mendapatkan bunga dan pengambilan tabungan untuk investasi.⁵³

Menurut John Maynard Keynes, jumlah konsumsi saat ini berhubungan langsung dengan pendapatannya.⁵⁴ Hubungan antara disposable variabel tersebut dapat dijelaskan melalui fungsi konsumsi. Fungsi konsumsi menggambarkan tingkat konsumsi pada berbagai tingkat pendapatan. Analisis teori konsumsi Keynes bila disimak dari fungsinya memiliki 2 macam sumber konsumsi yaitu konsumsi subsidi (konsumsi

⁵³ Afrida, *Ekonomi Sumber Daya Manusia...*, hal. 230

⁵⁴ Waluyo, *Perpajakan Indonesia...*, hal. 83

otonomi, manakalah tingkat pendapatan=0) dan konsumsi fungsional yaitu konsumsi yang berhubungan dengan tingkat pendapatan nasional. Bila kita memiliki data bulanan atau tahunan yang berisikan besarnya pendapatan dan konsumsi, maka sebenarnya kita dapat mengetahui dan menyusun suatu fungsi konsumsi, baik dengan cara ekonometrika, atau menggunakan model matematika sederhana.⁵⁵

2. Faktor-faktor Demograf

a. Jumlah penduduk

Jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara menyeluruh, walaupun rata-rata perorang atau keluarga relatif rendah. Misalnya, walaupun tingkat konsumsi rata-rata penduduk Indonesia lebih rendah dari pada penduduk Singapura, tetapi secara absoulet tingkat pengeluaran konsumsi Indonesia lebih besar dari pada penduduk Singapura. Sebab jumlah penduduk Indonesia lima puluh kali lipat penduduk Singapura.

1) Komposisi Penduduk

Komposisi penduduk satu Negara satu Negara dapat dilihat dari berapa klasifikasi diantaranya: usia (produktif dan tidak produktif), pendidikan (rendah, menengah, tinggi) dan wilayah tinggal (pedesaan atau perkotaan).

2) Faktor-faktor Non-Ekonomi

⁵⁵ Ibid...,hal. 88

Faktor-faktor non-ekonomi yang paling berpengaruh terhadap besarnya konsumsi adalah faktor sosial dan budaya masyarakat. Misalnya berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika dalam tata nilai karena ingin meniru kelompok masyarakat lain yang dianggap lebih hebat. Tidak mengherankan bila ada rumah tangga yang mengeluarkan uang ratusan juta, bahkan miliaran rupiah, hanya untuk membeli rumah idaman. Karena itu bisa terjadi dalam kelompok masyarakat yang berpendapat rendah yang memaksakan untuk membeli barang-barang dan jasa yang sebenarnya tidak sesuai dengan kemampuannya.⁵⁶

G. Kerupuk Goreng Pasir

Objek penelitian berpusat di Home Industri kerupuk goreng pasir di Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung, data-data diperoleh lebih mengenai sejarah kerupuk goreng pasir.

1. Sejarah Kerupuk Goreng Pasir

Kerupuk goreng pasir merupakan usaha yang diturunkan dari generasi kegenerasi yang sekarang telah turun ke generasi pertama yang diteruskan oleh Bakul. Beliau menuturkan bahwasanya awal mula membangun usaha kerupuk melarat karena dulu masyarakat Ngunut dan sekitarnya memiliki kebiasaan makan nasi dengan kerupuk.

⁵⁶ Waluyo, *Perpajakan Indonesia*..., hal. 95

Pada saat itu diwilayah Ngunut dan sekitarnya, hanya terdapat satu jenis kerupuk saja yaitu kerupuk udang, dimana tepatnya pada tahun 1928-an dunia sedang mengalami depresi ekonomi, sehingga dampaknya juga dirasakan di negara Indonesia, khususnya dirasakan oleh para pelaku usaha kerupuk yang merasakan lonjakan harga minyak yang sangat tinggi pada saat itu. Dengan adanya dampak dari depresi ekonomi tersebut, para pelaku usaha berpikir keras agar dapat mempertahankan setiap geliat usahanya dan akhirnya para pelaku usaha mencoba inovasi baru yaitu mengganti media penggorengan yang asalnya memakai minyak goreng dan diganti menggunakan pasir, guna untuk memangkas biaya produksi, dikarenakan biaya produksi memakai minyak goreng menjadi ikut melonjak, hal tersebut adanya terjadi dampak dari depresi ekonomi tersebut.

Pada awalnya nama dari kerupuk ini bukanlah kerupuk melarat, melainkan kerupuk mares. Arti dari mares sendiri diambil dari kata lemah, yang berarti tanah atau pasir, dan kata ngeres yang berarti kasar, sehingga jika digabungkan akan menghasilkan arti tanah atau pasir yang kasar, maka disebut kerupuk mares dikarenakan terdapat proses pengolahan yang digoreng memakai pasir yang kasar. Seiring berjalannya waktu, nama kerupuk mares ini berubah menjadi kerupuk melarat hal tersebut dikarenakan, tepatnya pada tahun 1978-an masyarakat di Indonesia telah menganggap atau memandang kerupuk melarat sebagai makanan yang terpinggirkan, terbuang, dikarenakan

pandangan dari masyarakat bahwa kerupuk melarat adalah makanan yang diperuntukan hanya untuk orang yang kurang mampu atau orang yang miskin, sehingga terjadi perubahan nama.

Selain unik dari segi nama, kerupuk ini mempunyai keunikan didalam proses penggorengannya berbeda dengan kerupuk-kerupuk lain yang di proses atau diolah menggunakan minyak. Namun, berbeda dengan pengolahan kerupuk ini yang menggunakan pasir. Pasir yang digunakan sebagai media penggorengan bukanlah pasir biasa, namun melainkan pasir yang berasal dari daerah pegunungan yang telah diolah sedemikian rupa, dan dibersihkan sehingga dapat digunakan sebagai media penggorengan kerupuk tersebut. Selain itu kerupuk ini juga mempunyai ciri khas atau keunikan dalam segi warna yang menggunakan pewarna makanan, kerupuk ini mempunyai 3 warna yang diantaranya adalah warna, merah, kuning, serta putih. Bila ditinjau dari segi bahan yang digunakan, kerupuk melarat ini menggunakan bahan dasar dari tepung tapioka, garam, dan bawang putih, kerupuk ini mempunyai rasa gurih, dan sangat renyah sehingga sangat cocok jika disantap bersama dengan sambal atau dibuat cemilan, dan untuk saat ini masyarakat sudah mulai sadar akan kesehatan terutama tingginya kadar kolesterol, maka kerupuk melarat mempunyai jaminan bebas kolesterol karena digoreng dengan pasir. Resep kerupuk yang didapatkannya dari keluarga yang sudah turun temurun sampai tiga generasi. Saat itu kerupuk melarat belum banyak

disukai oleh masyarakat Ngunut dan popularitasnya kalah jauh dibandingkan dengan kerupuk uyel atau kerupuk udang yang rasanya enak dan gurih, hal itu terjadi dikarenakan pada saat itu kerupuk ini sendiri kurang diminati dikarenakan masyarakat menganggap bahwa kerupuk melarat adalah salah satu makanan yang dikhususkan untuk orang yang kurang mampu. Pada waktu itu teknik distribusi kerupuk melarat dilakukan dengan cara menjajakan langsung kepada setiap toko oleh-oleh maupun ke setiap pasar yang berada disekitaran Desa Ngunut, namun kini para pembeli datang sendiri ke Home Industri yang terletak di Dusun Pacitan Rt. 03/ Rw. 01, Desa Ngunut, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung, dengan menggunakan berbagai jenis kendaraan, selain itu terdapat juga para pedagang yang langsung datang ke home industri kerupuk goreng pasir. Kini usaha kerupuk goreng pasir mulai bangkit khususnya diwilayah Tulungagung, dikarenakan peluang usaha yang sangat menggiurkan, dan kerupuk goreng pasir tersebut digemari oleh para wisatawan yang berkunjung dari kota tersebut.

Kerupuk adalah suatu jenis makanan kering yang terbuat dari bahanbahan yang mengandung pati cukup tinggi. Pengertian lain menyebutkan bahwa kerupuk merupakan jenis makanan kecil yang mengalami pengembangan volume membentuk produk yang porus dan mempunyai densitas rendah selama proses penggorengan. Demikian juga produk ekstrusi akan mengalami pengembangan pada saat

pengolahannya. Pengembangan kerupuk merupakan proses ekspansi tiba-tiba dari uap air dalam struktur adonan sehingga diperoleh produk yang volumenya mengembang dan porus. Pada dasarnya kerupuk mentah diproduksi dengan gelatinisasi pati adonan pada tahap pengukusan, selanjutnya adonan dicetak dan dikeringkan. Pada proses penggorengan akan terjadi penguapan air yang terikat dalam gel pati akibat peningkatan suhu dan dihasilkan tekanan uap yang mendesak gel pati sehingga terjadi pengembangan dan sekaligus terbentuk rongga-rongga udara pada kerupuk yang telah digoreng.⁵⁷

Berdasarkan penggunaan proteinnya, kerupuk dibagi menjadi kerupuk tidak bersumber protein dan kerupuk bersumber protein. Kerupuk sumber protein merupakan kerupuk yang mengandung protein, baik protein hewani maupun nabati. Sedangkan kerupuk bukan sumber protein, tidak ditambahkan bahan sumber protein seperti ikan, udang, kedelai dan sebagainya dalam proses pembuatannya.

Kerupuk goreng pasir atau kerupuk mlarat adalah makanan ringan yang dibuat dari adonan tepung tapioka dicampur bahan perasa seperti udang atau ikan. Kerupuk dibuat dengan mengukus adonan sebelum dipotong tipis-tipis, dikeringkan di bawah sinar matahari dan digoreng dengan minyak goreng yang banyak. Kerupuk bertekstur garing dan sering dijadikan pelengkap untuk berbagai makanan. Kerupuk goreng pasir sudah lumrah dijadikan camilan oleh semua orang karena rasanya

⁵⁷ Sutrisno Koswara, *Pengelolaan Aneka Kerupuk*, eBook Pangan:2009)

tidak bermacam-macam dan cocok untuk dijadikan camilan. Kerupuk goreng pasir biasanya banyak di jumpai di tempat-tempat wisata, karena banyak orang yang menjadikan kerupuk ini sebagai camilan pada waktu liburan. Terdapat berbagai rasa dari kerupuk goreng pasir seperti rasa udang, pedas, manis dan asin/gurih. Tetapi dari keempat rasa tersebut yang mempunyai banyak peminat adalah yang berasa manis dan asin/gurih.

2. Jenis Kegiatan Usaha

Jenis kegiatan usaha yang di kaji dalam proses pembuatan karya tulis adalah jenis usaha yang bergerak dibidang makanan, khususnya panganan cemilan atau makanan pendamping yaitu kerupuk goreng pasir yang diproduksi secara sederhana dengan menggunakan bahan baku yang mudah diperoleh dan proses pengolahan yang unik dengan menggunakan pasir sebagai media penggorengan menggantikan minyak goreng. Jenis kegiatan usaha kerupuk melarat ini berbasis home industry, dimana semua kegiatan usahanya dipusatkan dirumah. Dengan memanfaatkan dapur dan halaman belakang rumah, Bakul selaku pemilik usaha berhasil menyulap rumahnya menjadi ladang bisnis

3. Ketenagakerjaan

Jenis kegiatan usaha yang di kaji dalam proses pembuatan karya tulis adalah jenis usaha yang bergerak dibidang makanan, terkhusus makanan cemilan yaitu Kerupuk goreng pasir yang diproduksi secara

sederhana dengan menggunakan bahan baku yang mudah diperoleh dan proses pengolahan yang unik dengan menggunakan pasir sebagai media penggorengan menggantikan minyak goreng. Jenis kegiatan usaha kerupuk goreng pasir ini berbasis Home Industri, dimana semua kegiatan usahanya dipusatkan dirumah. Dengan memanfaatkan dapur dan halaman belakang rumah, Bapak Bakul selaku pemilik usaha berhasil menyulap rumahnya menjadi ladang bisnis.

4. Perkembangan Usaha

Usaha Kerupuk goreng pasir yang dilakukan oleh Bapak Bakul bisa dikatakan memiliki prospek yang menguntungkan karena permintaan akan kerupuk dari produsen setiap bulannya selalu bertambah, apalagi jika bulan Ramadhan permintaannya cukup banyak.

5. Permodalan

Dalam hal permodalan dalam pembuatan kerupuk goreng pasir pengusaha menggunakan prinsip efisiensi, dimana dalam proses pembuatannya menggunakan modal seefisien mungkin baik dari pembelian bahan baku, pemakaian alat, dan juga gaji karyawan.

1) Biaya bahan baku

Biaya bahan baku merupakan salah satu komponen penting dari biaya produksi. Pada proses pengolahan kerupuk goreng pasir biaya bahan baku yang diperlukan perhari terdiri dari:

- a) Tepung tapioka
- b) Bawang

- c) Garam
 - d) Pewarna Makanan
 - e) Pasir khusus yang telah diproses
- 2) Biaya tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk dalam pengolahan kerupuk goreng pasir.

Pengusaha memperkerjakan sembilan orang untuk membantu proses produksi, kegiatan dimulai dari jam 08.00 pagi sampai jam 15.00.

- 3) Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik (BOP) adalah biaya produksi yang tidak langsung terhadap produk, Untuk BOP dalam pengolahan kerupuk goreng pasir tidak terlalu besar, karena pada dasarnya pengusaha masih menggunakan prinsip efisiensi dalam pengolahannya sendiri sehingga bisa menekan biaya semaksimal mungkin, sebagai contoh untuk biaya perbaikan mesin dirasa tidak perlu karena dalam pengolahannya masih bersifat tradisional artinya tidak menggunakan mesin berat.

- 4) Proses Produksi

Kegiatan produksi kerupuk goreng pasir dilakukan melalui dua tahap, dimana tahap pertama yaitu mengolah bahan baku menjadi bahan setengah jadi yang dilakukan oleh Bapak Bakul, dan yang

kedua adalah mengolah kerupuk setengah jadi menjadi kerupuk siap makan yang dilakukan oleh Bapak Tulus orangtua dari Bapak Bakul yang bertugas untuk menggoreng krupuk melarat setengah jadi menjadi krupuk melarat siap kemas dan siap jual. Terdapat beberapa proses pembuatannya sebagai berikut :

- a) Proses Pengulenan adonan
- b) Proses Pencetakan
- c) Proses pengukusan
- d) Proses pemotongan dan pemindahan ke papan jemur
- e) Proses penjemuran
- f) Proses penggorengan
- g) Proses Pengemasan
- h) Kegiatan distribusi dan promosi

Distribusi kerupuk goreng pasir sudah mencapai Blitar, Jawa Timur. Awal mula kerupuk ini hanya dikenal oleh masyarakat Ngunut itu sendiri, namun Bapak Bakul selaku produsen dan distributor Kerupuk goreng pasir mempunyai keinginan bagaimana caranya agar makanan produksinya bisa dikenal secara menyeluruh Menurut Bapak Bakul, meskipun kerupuk ini dinamakan kerupuk goreng pasir atau kadang juga disebut kerupuk melarat, tapi jangan sampai produsennya juga ikut melarat. Setiap harinya Bapak Bakul sanggup meyuplai kerupuk siap jual ke produsen sampai 160 bungkus atau bisa lebih dengan harga Rp 15.000 perbungkus.

Beliau juga merasa bahwa “mempertahankan usaha saja tidak cukup. Butuh inovasi demi mendapatkan pelanggan baru sekaligus memeluas pasar”⁵⁸. Dengan semangat itulah, beliau rajin memasarkan kerupuk ini.

Niatnya memperluas pasar juga berbarengan dengan tingginya kesadaran masyarakat akan kesehatan. Masyarakat saat ini takut akan kolesterol, maka kerupuk goreng pasir hadir dengan jaminan bebas kolesterol karena digoreng dengan pasir. Untuk memperkuat pemasaran tak jarang Bapak Bakul berkeliling dari toko ke toko.

H. Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha menurut Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 1 ayat 3, pelaku usaha adalah. setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

⁵⁸ Wawancara dengan Bapak Bakul selaku pemilik dari Home Industri Kerupuk Goreng Pasir, Tanggal 11 Juli 2019, pukul 09.00 WIB

Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa.⁵⁹ Dalam pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, leveransir, dan pengecer profesional, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian, produsen tidak hanya diartikan sebagai pihak pembuat pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan perkataan lain, dalam konteks perlindungan konsumen produsen dapat diartikan secara luas. Sebagai contoh, dalam hubungannya dengan produk makanan hasil industri (pangan olahan), maka produsennya adalah mereka yang terkait dalam proses pengadaan makanan hasil industri (pangan olahan) itu hingga sampai ke tangan konsumen.⁶⁰

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab pelaku usaha tercantum dalam UU No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen⁶¹ pasal 19 yaitu :

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

⁵⁹ Harry Duintjer Tebbens, *International Product Liability*, (Netherland: Sijthoff & Noordhaff International Publishers, 1980), hal. 4

⁶⁰ Harry Duintjer Tebbens..., hal. 4

⁶¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2006)

- b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. 5). Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen. Inti dari pasal di atas adalah pelaku usaha bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari hasil produk/jasanya. Seperti yang di sebutkan pada pasal 19 ayat 1, Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Berdasarkan ayat 2 pasal yang sama, Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan

ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi tidak menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsure kesalahan.⁶²

I. Perekonomian Desa

1. Pengertian Ekonomi Desa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, desa adalah kesatuan wilayah yang dihuni oleh sejumlah keluarga yang mempunyai sistem pemerintahan sendiri (dikepalai oleh seorang Kepala Desa) atau desa merupakan kelompok rumah di luar kota yang merupakan kesatuan.⁶³

Pengertian Desa secara umum lebih sering dikaitkan dengan pertanian. Sebenarnya, faktor pertanian bukanlah ciri yang harus melekat pada setiap desa. Ciri utama yang terlekat pada setiap desa adalah fungsinya sebagai tempat tinggal (menetap) dari suatu kelompok masyarakat yang relatif kecil.

Terdapat tiga definisi tentang desa yaitu pertama desa itu lingkungan yang penduduknya kurang dari 2.500 orang, kedua desa adalah suatu lingkungan yang penduduknya mempunyai hubungan yang saling akrab serba informal satu sama lain, dan yang ketiga desa adalah suatu lingkungan yang penduduknya hidup dari pertanian.

⁶² Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen...*, hal. 26

⁶³ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008).

Serta menurut UU No.6 tahun 2014 pasal 1 tentang desa menjelaskan bahwa Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.⁶⁴ R.Bintarto menjelaskan desa ialah *“suatu hasil perpaduan antara kegiatan sekelompok manusia dengan lingkungannya. Hasil dari perpaduan itu ialah sautu wujud atau kenampakan di muka bumi yang ditimbulkan oleh unsur-unsur fisiografi, sosial, ekonomi, politik dan cultural yang saling berinteraksi antar unsur tersebut dan juga dalam hubungannya dengan daerah-daerah lain”*⁶⁵

Sementara itu pengertian desa menurut Koentjaraningrat ialah melalui pemilahan pengertian komunitas dalam dua jenis, yaitu komunitas besar (seperti: kota, negara bagian, negara) dan komunitas kecil (seperti: band, desa, rukun tetangga dan sebagainya). Dalam hal ini Koentjaraningrat mendefinisikan desa sebagai “komunitas kecil yang menetap tetap di suatu tempat”. Koentjaraningrat tidak memberikan penegasan bahwa komunitas desa secara khusus tergantung pada sektor pertanian. Dengan kata lain artinya bahwa

⁶⁴ Undang-Undang Desa dan Peraturan Pelaksanaannya, (Jakarta: Fokus Media, 2014)

⁶⁵ R. Bintaro, *Interaksi Desa-Kota dan Permasalahannya*, (Yogyakarta: Ghalia Indonesia, 1983), hal. 11

masyarakat desa sebagai sebuah komunitas kecil itu dapat saja memiliki ciri-ciri aktivitas ekonomi yang beragam, tidak di sektor pertanian saja.⁶⁶

Dengan demikian pengertian desa jelas memberi gambaran suatu kelompok manusia atau masyarakat yang aktivitasnya berkaitan dengan elemen lingkungan alam atau lingkungan fisik maupun sosial kemasyarakatan, dan memiliki komunikasi dengan daerah lain, secara lancar dan terbuka dan kurang lancer atau terisolir dari dan dengan daerah lain.

2. Pentingnya Peningkatan Perekonomian Desa

Masyarakat desa sebagai dasar awal dalam pembangunan di Indonesia, sampai saat ini masih sering terlupakan. Pemenuhan akan kebutuhan mereka pun rasanya masih sulit untuk terpenuhi. Sehingga tidak berlebihan jika dikatakan bahwa pembangunan ekonomi suatu negara tidak lepas dari pembangunan bagian kecilnya sekalipun, yaitu desa. Kemajuan perekonomian desa dan semua wilayah atau dengan kata lain pemerataan kemajuan ekonomi merupakan target penting dalam pembangunan ekonomi negara.⁶⁷

⁶⁶ Koentjaraningrat, *Masyarakat Desa di Indonesia*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1977), hal. 162

⁶⁷ Koentjaraningrat, *Masyarakat Desa*,.... hal.162

J. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui bahwa penelitian ini memiliki perbedaan substansi dengan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan manajemen mutu produk, pelayanan dan volume penjualan maka penelitian terdahulu perlu dilakukan, yang diantaranya ialah sebagai berikut :

Penelitian Hajar⁶⁸ yang bertujuan untuk mengetahui analisis pendapatan usaha home industri kerupuk di Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat. Penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan pendapatan usaha home industri di Gampang Cot dan Suak Seeuke Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat adalah tingkat penerimaan dari hasil penjualan dan hasil produksi memberikan peningkatan terhadap pendapatan total dan usaha dalam kategori layak dikembangkan. Perbedaannya terletak pada populasi dan sampel penelitian. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang home industri kerupuk.

Penelitian Nurmagribah⁶⁹ yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pengembangan perusahaan yang dapat menjadi peluang maupun ancaman bagi perusahaan, mengidentifikasi faktor-faktor perusahaan yang dapat menjadi kekuatan maupun kelemahan bagi perusahaan, dan merumuskan strategi alternatif agar perusahaan dapat mengembangkan usahanya. Penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif

⁶⁸ Siti Hajar, "*Analisis Pendapatan Usaha Home Industri Kerupuk di Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat*", Skripsi, (Aceh Barat: Universitas Teuku Umar, 2015)

⁶⁹ Mira Nurmagribah, "*Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat)*", Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2006).

dengan sifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada lingkungan eksternal Diana Bakery diidentifikasi beberapa hal yang menjadi peluang usaha diantaranya meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap makanan jadi, pertumbuhan penduduk, pertumbuhan ekonomi, dll. Sedangkan pada lingkungan internal Diana Bakery terdapat beberapa yang menjadi kekuatan perusahaan diantaranya kualitas produk, lokasi pabrik, kondisi keuangan perusahaan, dll. Perbedaannya terletak pada populasi dan sampel penelitian. Persamaan penelitian adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan usaha.

Penelitian Rahmawati⁷⁰ yang bertujuan untuk mendeskripsikan peranan industri kerupuk dalam peningkatan pendapatan masyarakat di Dusun Gading. Penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kerupuk gading mempunyai dampak positif bagi masyarakat sekitar diantaranya menciptakan lapangan kerja, mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal tersebutlah yang membuat perekonomian masyarakat maupun perekonomian pemilik industri semakin baik dan berkembang. Perbedaannya terletak pada analisis yang dilakukan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang peningkatan perekonomian masyarakat dan pemilik usaha.

⁷⁰ Fatma Rahmawati, *Industri Kerupuk Sebagai Sarana Peningkatan Perekonomian Masyarakat (Studi Terhadap Sentra Industri Kerupuk di Dusun Gading Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang)*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015.

Penelitian Susana⁷¹ yang bertujuan untuk mengetahui peran home industri dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Mengkirau. Penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa home industri merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat desa Mengkirau berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perbedaannya terletak pada analisis dan objek penelitian. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang peningkatan perekonomian.

Penelitian Muthoharoh⁷² yang bertujuan untuk mengetahui proses pengelolaan kerupuk bawang dalam meningkatkan perekonomian keluarga dan dampak usaha kerupuk bawang kiloan dalam meningkatkan perekonomian keluarga. Penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan usaha kerupuk bawang kiloan di Kecamatan Rengat adalah usaha milik masyarakat dengan bentuk pengelolaannya masih sederhana mengandalkan tenaga kerja manusia (secara tradisional), dampak dari usaha tersebut adalah dapat meningkatkan perekonomian keluarga dan juga dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitar. Perbedaannya terletak pada

⁷¹ Siti Susana, *Peranan Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbabu)*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasimirau Pekanbaru 2012.

⁷² Siti Lailatul Muthoharoh, *Usaha Home Industri Kerupuk Kiloan Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga Ditinjau Dari Ekonomi Islam*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasimirau Pekanbaru 2015.

analisis yang digunakan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang home industri dan peningkatan perekonomian pelaku usaha.

Penelitian Risma⁷³ yang bertujuan mengetahui usaha olahan dan strategi pengembangan usaha olahan krupuk gadung di dalam analisis SWOT. Penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha olahan krupuk gadung yaitu merupakan kegiatan dalam bidang pengembangan mulai dari proses perencanaan produk yang dapat berdampak pada kondisi organisasi bisnis kedepannya dan juga untuk mencapai tujuan perusahaan tercapai secara efektif dan efisien. Analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa didalam matriks IFAS menunjukkan bahwa faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,43, hal ini mengidentifikasi bahwa Usaha Olahan Krupuk Gadung di desa Joho Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung berada pada posisi internal yang begitu kuat, dimana usaha ini memiliki kekuatan internal baik dari segi produk dan strategi. Perbedaanya terletak pada indikator penelitian. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan usaha.

⁷³ Aning Okta Pinaka Risma, *Strategi Pengembangan Usaha Olahan Krupuk Gadung (Studi Kasus di Desa Joho Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung)*, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung 2019.

K. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian diatas, penulis menuangkan kerangka pemikirannya dalam bentuk skema kerangka pemikiran yang dapat memudahkan para pembaca untuk memahami permasalahan yang ada. Bentuk dari kerangka penelitiannya adalah sebagai berikut :

Paradigma Konseptual Penelitian

