

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengembangan Usaha

##### 1. Pengertian

Usaha menurut Harmaizar adalah melakukan kegiatan secara bertahap dan terus-menerus serta memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu Negara.<sup>13</sup>

Menurut Sulaeman Suhendar, pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, akan tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.<sup>14</sup>

Menurut *Flippo*, pengembangan adalah suatu proses yang mengupayakan peningkatan kemampuan dan keterampilan sumber daya manusia guna menghadapi perubahan lingkungan internal maupun eksternal melalui pendidikan (peningkatan kemampuan), dan peningkatan keterampilan (melalui pelatihan).<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup>Harmaizar, *Menangkap Peluang Usaha*, (Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2003), hal. 1

<sup>14</sup>Sulaeman Suhendar, *Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dalam Menghadapi Pasar Regional dan Global*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hal. 5

<sup>15</sup>Sri Larasati, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), hal. 120

Pengembangan menurut Malayu SP Hasibua adalah usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan.

Menurut Mathis, pengembangan adalah segala upaya untuk meningkatkan kinerja manajemen saat ini atau masa depan dengan member bekal pengetahuan, perubahan sikap, atau peningkatan keterampilan.

Pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha adalah suatu proses yang dilakukan seseorang secara bertahap dan terus menerus untuk meningkatkan hasil yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan.

## **2. Tahapan dan Strategi Pengembangan Usaha**

Tahapan Pengembangan Usaha Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahapan-tahapan pengembangan usaha sebagai berikut:

- 1) **Memiliki Ide Usaha** Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha berasal dari berbagai sumber yang didapat. Ide usaha juga dapat muncul setelah melihat dan mengamati keberhasilan bisnis orang lain. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.

- 2) Penyaringan Ide/Konsep Usaha Pada tahap kedua, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Ide-ide usaha yang didapat akan dilakukan penyaringan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.
- 3) Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*). Komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan awal dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (*business plan*), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.
- 4) Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha. Rencana usaha yang telah dibuat dengan baik, rinci, global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), hal. 153

## B. Prinsip-Prinsip Bisnis dalam Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia, hal ini berarti bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terkait erat dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat. Perusahaan-perusahaan besar dunia telah menyadari perlunya prinsip-prinsip bisnis yang lebih manusiawi seperti yang diajarkan oleh ajaran Islam, yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, yaitu:<sup>17</sup>

### 1) *Customer Oriented*

Dalam bisnis, Rasulullah selalu menerapkan prinsip *customer oriented*, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan. Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis. Jika terjadi perbedaan pandangan maka diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada unsur-unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak. Selain itu prinsip *customer oriented* juga memberikan keleluasaan kepada konsumen atas hak *Khiyar* (meneruskan atau membatalkan transaksi) jika ada indikasi penipuan atau merasa dirugikan. Konsep *Khiyar* ini dapat menjadi faktor untuk menguatkan posisi konsumen di mata produsen, sehingga produsen atau perusahaan manapun tidak dapat berbuat sewenang-naweng terhadap pelanggannya.

---

<sup>17</sup> Norvadewi, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)*, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Al-Tijary*, Vol. 01, No. 01, (Samarinda: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Iain Samarinda, 2015), hal. 37

## 2) Transparansi

Prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam bisnis merupakan kunci keberhasilan. Apapun bentuknya, kejujuran tetap menjadi prinsip utama sampai saat ini. Transparansi terhadap konsumen adalah ketika seorang produsen terbuka mengenai mutu, kuantitas, komposisi, unsur-unsur kimia dan lain-lain agar tidak membahayakan dan merugikan konsumen. Prinsip kejujuran dan keterbukaan ini juga berlaku terhadap mitra kerja. Seorang yang diberi amanat untuk mengerjakan sesuatu harus membeberkan hasil kerjanya dan tidak menyembunyikannya. Transparansi baik dalam laporan keuangan, mapuun laporan lain yang relevan.

## 3) Persaingan yang Sehat

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur dengan kondisi barang dagangan serta melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus di jauhi.

## 4) *Fairness*

Terwujudnya keadilan adalah misi diutusny a para Rasul. Setiap bentuk ketidakadilan harus lenyap dari muka bumi. Oleh karena itu, Nabi

Muhammad SAW selalu tegas dalam menegakkan keadilan termasuk keadilan dalam berbisnis. Saling menjaga agar hak orang lain tidak terganggu selalu ditekankan dalam menjaga hubungan antara yang satu dengan yang lain sebagai bentuk dari keadilan. Keadilan kepada konsumen dengan tidak melakukan penipuan dan menyebabkan kerugian bagi konsumen. Wujud dari keadilan bagi karyawan adalah memberikan upah yang adil bagi karyawan, tidak mengeksploitasinya dan menjaga hak-haknya. Dalam pemberian upah, Nabi Muhammad SAW telah mengajarkannya dengan cara yang sangat baik yaitu memberikan upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya (HR. Ibnu Majah dari Umar). Selain itu bentuk keadilan dalam berbisnis adalah memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar.

### **C. Aspek-Aspek Pengembangan**

#### **1. Aspek Pemasaran**

Pemasaran adalah proses sosial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Atau dengan kata lain seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar potensi *market share* yang dikuasai oleh para pesaing saat ini. Kemudian strategi yang digunakan dalam pemasaran yang akan digunakan perlu dilakukan

riset pasar yang bisa dilakukan dengan langsung atau dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber. Kemudian setelah diketahui kenyataan pasar dan potensi pasar saat ini, baru disusun strategi pemasarannya.<sup>18</sup>

Tantangan utama perusahaan-perusahaan adalah bagaimana membangun dan mempertahankan bisnis yang sehat dalam pasar dan lingkungan yang terus berubah. Agar perusahaan tetap dapat maju perusahaan harus mampu mengenali pelanggannya. Dengan kata lain pasar sasaran yang dituju dengan tepat akan memudahkan perusahaan dalam melakukan *executing strategy*. Seorang yang membeli suatu barang atau jasa akan terlibat dalam suatu transaksi pembelian. Transaksi jual beli yang terjadi dilakukan oleh penjual dan pembeli. Kejadian ini berlangsung pada saat tertentu di tempat tertentu. Sehingga pasar dapat dianggap sebagai suatu tempat. Pengertian pasar sebagai tempat ini sebenarnya sangat sempit dan kurang fleksibel. Oleh karena itu definisi pasar yang lebih luas yaitu orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya.<sup>19</sup> Definisi tersebut dapat diketahui adanya tiga unsur penting yang terdapat dalam pasar, yaitu:

- a. Orang dengan segala keinginannya
- b. Daya beli mereka
- c. Kemauan untuk membelanjakan uangnya

---

<sup>18</sup>Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 16

<sup>19</sup>Lilis Sulastri, *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*, (Jakarta:LGM-LaGood's Publishing, 2016), hal. 48

Pada pokoknya, pasar dapat dikelompokkan ke dalam empat golongan, yaitu:

- 1) Pasar Konsumen adalah sekelompok pembeli yang membeli barang untuk dikonsumsi, bukannya dijual atau diproses lebih lanjut. Termasuk dalam pasar konsumen ini adalah pembeli, pembeli individual dan / atau pembeli rumah tangga (non bisnis). Barang yang dibeli adalah barang konsumsi.
- 2) Pasar industri adalah pasar yang terdiri atas individu-individu dan lembaga atau organisasi yang membeli barang-barang untuk dipakai lagi, baik secara langsung maupun secara tidak langsung, dalam memproduksi barang lain yang kemudian dijual. Barang yang dibeli adalah barang industri.
- 3) Pasar Penjual adalah suatu pasar yang terdiri atas individu-individu dan organisasi yang membeli barang-barang dengan maksud untuk dijual lagi atau disewakan agar mendapatkan laba.
- 4) Pasar pemerintah adalah pasar di mana terdapat lembaga-lembaga pemerintah seperti departemen-departemen, direktorat, kantor-kantor dinas dan instansi lain.

## **2. Aspek Teknis Dan Teknologi**

Aspek teknis bertujuan untuk meyakini apakah secara teknis dan teknologis, perencanaan yang telah dilakukan dapat dilaksanakan secara layak atau tidak, baik pada saat pembangunan proyek atau operasional secara rutin. Aspek teknis dan teknologis dipaparkan beberapa faktor di



antaranya yaitu penentuan kapasitas produksi, serta pemilihan mesin, peralatan, dan teknologi untuk produksi.

Menurut beberapa pakar teknologi terdapat beberapa definisi teknologi informasi, yaitu :<sup>20</sup>

- a. Menurut Haag dan Keen, teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi.
- b. Menurut Martin, teknologi informasi adalah hal yang tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi.
- c. Menurut Williams dan Sawyer, teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi kecepatan tinggi yang membawa data, suara, dan video.
- d. Menurut Rahardjo, teknologi informasi adalah sama dengan teknologi lainnya, hanya informasi merupakan komoditas yang diolah dengan teknologi tersebut. Dalam hal ini, teknologi mengandung konotasi memiliki nilai ekonomi yang mempunyai nilai jual. Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa teknologi informasi tidak sekedar berupa teknologi komputer, tetapi juga mencakup teknologi

---

<sup>20</sup>Lilis Sulastris, *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha...*, hal. 76

komunikasi. Dengan kata lain, teknologi informasi adalah gabungan antara teknologi komputer dan teknologi telekomunikasi.

### 3. Aspek Finansial

Keuangan merupakan salah satu fungsi bisnis yang bertujuan untuk membuat keputusan keputusan investasi, pendanaan dan dividen. Keputusan investasi ditujukan untuk menghasilkan kebijakan yang berhubungan dengan (a) kebijakan pengalokasian sumber dana secara optimal, (b) kebijakan modal kerja (c) kebijakan invesasi yang berdampak pada strategi perusahaan yang lebih luas (merger dan akuisisi). Keputusan pendanaan difokuskan untuk medapatkan usaha optimal dalam rangka mendapatkan dana atau dana tambahan untuk mendukung kebijakan investasi.<sup>21</sup> Sumber dana dibagi dalam 2 kategori yakni :

- 1) Internal yaitu dari laba ditahan (*retained earnings*)
- 2) Sumber eksternal yaitu

Bentuk utang yang meliputi penundaan pembayaran utang, pinjaman jangka pendek sebagai tambahan modal kerja dan pinjaman jangka panjang (obligasi) sebagai dana investasi. Menerbitkan Saham, baik dalam bentuk saham perdana (*initial public offer/IPO*) maupun saham biasa baru sebagai sumber modal investasi dalam rangka ekspansi perusahaan. Masalah utama dalam mengoptimalkan keputusan pendaana adalah menetapkan struktur modal (utang dan ekuitas) yang optimal sebagai asumsi dasar dalam memutuskan berapa jumlah dana dan

---

<sup>21</sup>*ibid.*, hal. 80

bagaimana komposisi jumlah dana pinjaman dan dana sendiri yang ditambahkan untuk mendukung kebijakan investasi sehingga kinerja keuangan perusahaan dapat tumbuh secara sehat. Di samping itu komposisi struktur modal harus pula dipertimbangkan hubungan antara perusahaan, kreditur maupun pemegang saham sehingga tidak terjadi konflik. Keputusan dividen ditentukan dari jumlah keuntungan perusahaan setelah pajak (*earning after tax*). Oleh karena itu tujuan memaksimalkan keuntungan yang dibagikan kepada pemegang saham (dividen) dengan kendala memaksimalkan laba ditahan untuk diinvestasikan kembali sebagai sumber dana internal. dengan kata lain semakin banyak jumlah laba ditahan berarti semakin sedikit uang yang tersedia bagi pembayaran dividen.

## **D. Agroindustri**

### **1. Pengertian**

Pengertian agroindustri dalam arti luas terdiri dari:

a. Agroindustri merupakan industri pengolahan yang berkaitan langsung dengan produksi pertanian, yang terdiri dari:<sup>22</sup>

1) Industri hulu atau industri input pertanian.

Adalah agroindustri yang melakukan kegiatan pengolahan dan penyaluran saran produksi (input), peralatan, dan mesin pertanian.

---

<sup>22</sup> Sri Tjondro Winarno dan Darsono, *Ekonomi Kopi Rakyat Robusta di Jawa Timur*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hal. 101

## 2) Industri hilir atau pengolahan hasil pertanian.

Adalah agroindustri yang melakukan kegiatan penanganan dan pengolahan produk pertanian.

- b. Agroindustri adalah industri agricultur, yaitu bentuk-bentuk organisasi produksi primer yang mengarahkan ke organisasi industri.

Agroindustri sebenarnya merupakan kegiatan dari agribisnis, sebab berada pada salah satu mata rantai dibagian ujung agribisnis, yaitu melaksanakan produksi lanjutan dari hasil pertanian. Pengertian agroindustri sendiri dirumuskan sebagai kegiatan yang dimulai dari penanganan pasca panen produksi pertanian sampai tingkat pengolahan lanjutan selama bentuk susunan dan cita rasa komoditi tersebut berubah. Dengan demikian proses pengolahan mulai dari bentuk bahan baku berupa kakao sampai menjadi tepung atau lemak masuk dalam lingkup agroindustri.

## 2. Konsep Agroindustri

Konsep agroindustri adalah salah satu konsep yang utuh mulai dari persediaan bahan baku sampai dengan proses produksi pertanian menjadi produk lain yang memiliki nilai jual yang tinggi. Agroindustri mempunyai peranan yang penting karena alasan-alasan tertentu, yaitu:

- a. Sektor pertanian masih menyumbang sekitar 22,3% dari produk domestik bruto.

- b. Sektor pertanian masih mampu menyediakan sekitar 54% dari angkatan yang ada sehingga diharapkan mampu mengurangi jumlah orang yang miskin di pedesaan.
- c. Sektor pertanian menyediakan keragaman menu pangan dan sektor pertanian sangat mempengaruhi konsumsi dari gizi masyarakat.
- d. Sektor pertanian mampu mendukung sektor industri, baik industri huku maupun industry hilir dan dapat menghasilkan devisa yang cukup besar.

### **3. Pengembangan Agroindustri**

Pengembangan agroindustri di pedesaan banyak mengalami hambatan antara lain masalah pemasaran, di mana pengolah sering mengalami kesulitan dalam memasarkan produksi yang dihasilkannya. Hal ini disebabkan karena belum adanya lembaga yang menampung produksi yang dihasilkan oleh pengolah tersebut. Penyebab ini adalah adanya kualitas produksi yang dihasilkan masih rendah. Masalah kedua adalah masalah permodalan yang sering menghambat para pengolah untuk mengembangkan usahanya. Masalah ketiga adalah teknik dalam menjalankan usahanya masih menggunakan teknologi yang rendah atau sederhana, sehingga hasil diperolehnya masih belum optimal. Masalah keempat adalah masalah manajemen, di mana pengolah masih menggunakan manajemen sederhana sehingga sulit untuk membedakan antara hasil dari usahanya dengan harta yang dimilikinya.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup>*ibid.*, hal. 102

## E. Gula Merah

Gula merah adalah hasil olahan nira yang berbentuk padat dan berwarna coklat kemerahan sampai dengan coklat tua. Definisi gula merah tebu menurut SNI 01-6237-2000 adalah gula yang dihasilkan dari pengolahan air atau sari tebu (*Saccharum officinarum*) melalui pemasakan dengan atau tanpa penambahan bahan makanan yang diperbolehkan dan berwarna kecoklatan. Gula merah juga mulai dikonsumsi di berbagai negara baik sebagai konsumsi akhir maupun sebagai bahan baku dan bahan tambahan dalam suatu industri. Gula merah banyak diminati di Jerman dan Jepang, industri perhotelan, supermarket, pabrik kecap ekspor, hingga pabrik anggur. Dilihat dari segi kesehatan, gula merah memiliki beberapa keunggulan dibandingkan gula putih (gula pasir). Nilai gizi gula merah ternyata lebih baik dibandingkan dengan gula pasir yang banyak dikonsumsi manusia saat ini.<sup>24</sup>

Pada umumnya gula merah tebu diproduksi oleh industri-industri rumah tangga yang biasanya dilakukan secara turun-temurun dan dengan menggunakan peralatan yang sederhana bahkan ada yang masih menggunakan bantuan tenaga hewan. Sebenarnya gula merah tebu tidak hanya diproduksi di Indonesia, tetapi juga di India, Cina, Pakistan, Bangladesh, Afrika Timur, Bolivia, Jepang, dan Amerika Selatan. Di beberapa daerah dan negara gula merah tebu dikenal dengan nama daerah, misalnya gula merah tebu dari Sumatera Barat dikenal dengan nama Gula Saka, di India dan Bangladesh dikenal dengan nama Gur, di Afrika disebut Jaggery, di Amerika Selatan

---

<sup>24</sup>Sukardi, Gula Merah Tebu: Peluang Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pengembangan Agroindustri Pedesaan, *Jurnal Pangan*, Vol. 19 No. 4, (Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2010), hal. 318

disebut Panela, dan di Jepang dikenal dengan Black Sugar atau Kuro Sato. Di pasar internasional gula merah dikenal dengan sebutan Brown Sugar.

Beberapa sentra produksi gula merah tebu di Indonesia sudah semakin banyak karena semakin meluasnya areal tebu rakyat, seperti yang banyak dijumpai di Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatera Barat, dan Kalimantan Barat. Perkembangan sentra-sentra produksi gula merah tebu tentu sangat positif dilihat dari segi pemanfaatan bahan baku tebu yang biasanya karena adanya kelebihan produksi tebu yang tidak terserap oleh pabrik gula besar yang memproduksi gula putih. Secara nasional sentra-sentra produksi gula merah tersebut di atas mencakup lebih dari 70 persen dari total produksi gula merah nasional. Dari perspektif pengembangan usaha pedesaan, produksi gula merah tebu mampu memberikan harapan keuntungan yang memadai.<sup>25</sup>

Terbukanya peluang ekspor untuk produk gula merah tebu juga semakin menguntungkan industri gula merah tebu. Salah satu industri gula merah tebu di Kediri, Jawa Timur, merupakan salah satu contoh industri gula merah yang telah mencapai pasar ekspor ke Jepang. Kebutuhan gula merah tebu di Jepang cukup besar, karena selain mengimpor gula merah tebu dari Indonesia, Jepang pun masih mendatangkan dari Cina, Korea, India, dan Bolivia. Untuk bisa masuk ke pasar ekspor tentu gula merah tebu harus memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan oleh masing-masing negara pengimpor, selain juga harus telah memenuhi standar mutu nasional Standar Nasional Indonesia. Jika industri-industri gula merah tebu di Indonesia, terutama yang berada di sentra-

---

<sup>25</sup>*ibid.*, hal. 318

sentra produksi, mampu meningkatkan kualitas gula merah tebu yang dihasilkan, maka tidak mustahil gula merah tebu akan menjadi salah satu produk andalan daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

## **F. Tebu**

Tebu adalah salah satu tanaman pangan yang bersifat *perennial* (memiliki kemampuan tumbuh berulang-ulang setelah dipanen) yang memiliki potensi pengembangan diversifikasi produk yang cukup beragam. Masyarakat luas mengenal tebu hanya sebagai bahan baku gula pasir di pabrik-pabrik gula besar. Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku pabrik gula, di Indonesia tebu umumnya dipanen setelah berumur sekitar satu tahun. Panen dapat berlangsung sampai lima bulan dari bulan Mei atau Juni sampai bulan September atau Oktober. Tetapi, pada dasarnya tebu dapat dipanen sepanjang tahun. Di dalam batang tanaman tebu terdapat zat gula dengan kadar maksimum mencapai 20%. Berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa kisaran pertumbuhan tanaman tebu (*Saccharum officinarum L.*) yang normal membutuhkan fase vegetatif selama enam sampai tujuh bulan. Setelah fase vegetatif, tebu memerlukan dua sampai empat bulan kering (curah hujan bulanan kurang dari 100 mm) untuk proses pemasakan tebu.<sup>26</sup>

Tanaman tebu lazim ditebang pada umur rata-rata 12- 14 bulan. Rendemen tebu berhubungan dengan umur tebang tebu. Umur tebang optimal adalah 12 bulan. Apabila dilakukan penebangan sebelum atau sesudah berumur 12 bulan akan didapatkan produksi gula yang lebih rendah.

---

<sup>26</sup>*ibid.*, hal. 319



## G. Proses Pengolahan Tebu

Sejauh ini, di masyarakat pada umumnya, gula merah diperoleh melalui proses pengolahan secara tradisional sederhana yang pada prinsipnya adalah proses penguapan nira dengan cara pemanasan sampai menjadi produk padat.

Tahapan proses pengolahan nira pada pembuatan gula merah tebu adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

### 1. Penerimaan nira dari stasiun pengepresan.

Penerimaan nira harus diusahakan bersih dan selama dalam perjalanan dari stasiun pengepresan ke tempat pengolahan, penampung atau wadah nira harus dalam keadaan tertutup. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah masuknya kotoran dan benda-benda asing baik berupa tanaman yang patah, serangga atau benda-benda lainnya.

### 2. Penyaringan.

Penyaringan dilakukan dengan menggunakan saringan yang terbuat dari logam anti karat (*stainlesssteel*). Tujuan penyaringan adalah untuk memisahkan kotoran-kotoran seperti lebah, daun kering, dan serangga lainnya. Ukuran lubang cukup halus sehingga efektif untuk menyaring kotoran yang lembut.

### 3. Pemurnian

Awal proses pemasakan, nira ditambah kapur (CaO) sebanyak 0,1 kg untuk satu wajan nira. Pemberian kapur pada saat pemasakan dengan suhu tinggi ( $>70^{\circ}\text{C}$ ) bertujuan untuk meningkatkan pH nira sehingga dapat

---

<sup>27</sup>*ibid.*, hal. 321

mematikan kerja enzim invertase, dan juga memisahkan kotoran-kotoran seperti tanah dan serat-serat halus batang tebu yang ikut bersama nira. Kotoran-kotoran yang terpisah dan mengapung di atas nira kemudian dibuang. Kotorankotoran hasil pemisahan tersebut dikenal dengan istilah *tante*.

#### 4. Pemasakan/Pemanasan.

Unit pemasakan nira dapat berupa wajan terbuat dari besi dan berdiameter 90 cm. Bagase kering dan sekam dijadikan sebagai sumber bahan bakar untuk pemasakan. Proses pemasakan ini dilakukan dengan perapian sedang agar gula yang terbentuk berwarna coklat muda. Bila pemanasan terlalu tinggi proses pemasakan cepat, namun gula yang terbentuk akan berwarna coklat tua sampai kehitaman sebagai akibat terjadinya *browning* dan karamelisasi ataupun gula gosong. Sebaliknya bila pengapiannya kurang panas, proses pemasakan berjalan lambat dan melelahkan. Semakin lama waktu pemasakan, suhu nira pun akan semakin meningkat hingga mencapai titik 100- 110°C. Selama proses pemasakan akan terbentuk banyak buih. Untuk menghindari meluapnya buih yang berlebihan, wajan ditutup dengan *chubung* yang terbuat dari anyaman bambu, sehingga tidak akan terjadi pencampuran buih nira dari satu wajan ke wajan yang lain. *Chubung* tersebut baru akan dibuka kembali pada saat nira sudah hampir matang yang ditandai oleh volume nira berkurang hampir setengahnya dan jumlah buih semakin sedikit. Apabila selama pemasakan buih yang muncul banyak, maka ditambahkan minyak kelapa

atau kelapa parut. Minyak kelapa berfungsi sebagai penurun tegangan permukaan antara buih dan cairan nira sehingga peluapan buih dapat dicegah. Selain itu memberikan kesan *empuk* pada gula merah. Natrium metabisulfit ditambahkan ke dalam wajan pengentalan dengan tujuan agar gula merah yang dihasilkan memiliki warna kuning kecoklatan atau tidak terlalu gelap. Penambahan bahan-bahan tersebut dapat berperan untuk menghasilkan produk akhir yang lebih keras dan mudah dicetak. Selain itu, buih juga dapat dikurangi dengan cara menggunakan anyaman dari bambu yang diletakkan di tengah-tengah wajan. Pemasakan umumnya memerlukan waktu 3-4 jam. Nira yang sudah masak memiliki ciri-ciri berwarna coklat muda, mulai mengental, sedikit berbuih, dan suhunya  $>120^{\circ}\text{C}$ . Untuk mengukur kematangan pekatan nira dapat dilakukan dengan cara meneteskan nira pada air dingin. Apabila nira memadat dan mengeras berarti nira tersebut sudah matang. Pengukuran tersebut juga dapat dilakukan dengan mengangkat cairan gula sampai terdapat benang-benang gula.

#### 5. Pencetakan

Proses selanjutnya, proses pencetakan dipadukan dengan proses pengemasan, yaitu pengemasan primer. Bentuk gula merah tebu yang dikehendaki berbentuk kubus dengan pertimbangan mudah untuk dikemas dan dapat ditumpuk secara rapi dan kompak. Hal ini cukup penting agar produk yang dihasilkan dapat tampil beda dengan produk gula merah lainnya. Gula merah tebu yang diperuntukkan sebagai bahan

baku pembuatan kecap didesain berukuran cukup besar 5 x 5 x 5 cm, sedangkan gula merah yang diperuntukkan untuk konsumsi langsung didesain berukuran 3 x 3 x 3 cm. Untuk membuat sepotong gula merah berbentuk kubus dengan sisi 5 dan 3 cm diperlukan sebuah cetakan dengan ukuran 5 x 5 x 5 cm<sup>3</sup> dan 3 x 3 x 3 cm<sup>3</sup>. Proses pembuatan cetakan dapat disederhanakan dan dipercepat dengan mendesain model alat cetak dari kertas. Proses desain seperti ini dimaksudkan pula untuk menghemat penggunaan bahan-bahan.<sup>28</sup>

#### 6. Pendinginan

Pendinginan dilakukan di ruang terbuka tetapi memiliki sanitasi yang baik. Gula merah tebu yang telah tercetak dibiarkan dalam cetakan sampai benar-benar dingin dan padat sempurna. Penutup kawat kasa digunakan sebagai penutup agar gula merah yang telah dingin terhindar dari pencemaran berupa kotoran, lalat atau binatang lainnya.

#### 7. Penutup Kemasan Primer.

Setelah gula merah benar-benar dingin dan padat sempurna, bagian atas kemasan primer tersebut dapat dilipat untuk penutupan. Untuk kemasan primer digunakan aluminium foil. Dengan pengintegrasian proses pencetakan dan pengemasan ini, maka gula merah berbentuk kubus akan benar-benar higienis, tidak terkena sentuhan tangan pekerja selama dalam pemasakan dan pengemasan. Tujuan pengemasan primer ini adalah untuk

---

<sup>28</sup>*ibid.*, hal. 323

memperpanjang umur simpan gula merah tebu dan mencegah terjadinya penurunan mutu gula akibat penyerapan air.

#### 8. Pengemasan Sekunder dan Pelabelan.

Akhirnya, jika dikehendaki potongan-potongan gula merah berbentuk kubus yang telah terbungkus dengan aluminium foil perlu untuk dimasukkan ke dalam kemasan sekunder. Ukuran kemasan sekunder dapat bermacam-macam tergantung pilihan berapa potong yang kita inginkan dalam satu kemasan. Sebelum kemasan sekunder tersebut digunakan, terlebih dahulu diberi label supaya lebih menarik. Label ini sebagai media promosi produk secara visual. Media ini akan menginformasikan tentang komposisi, status kehalalan, kegunaan produk, tanggal dan kode produksi, serta tanggal kadaluarsa.

## H. Analisis SWOT

### 1. Definisi Analisis SWOT

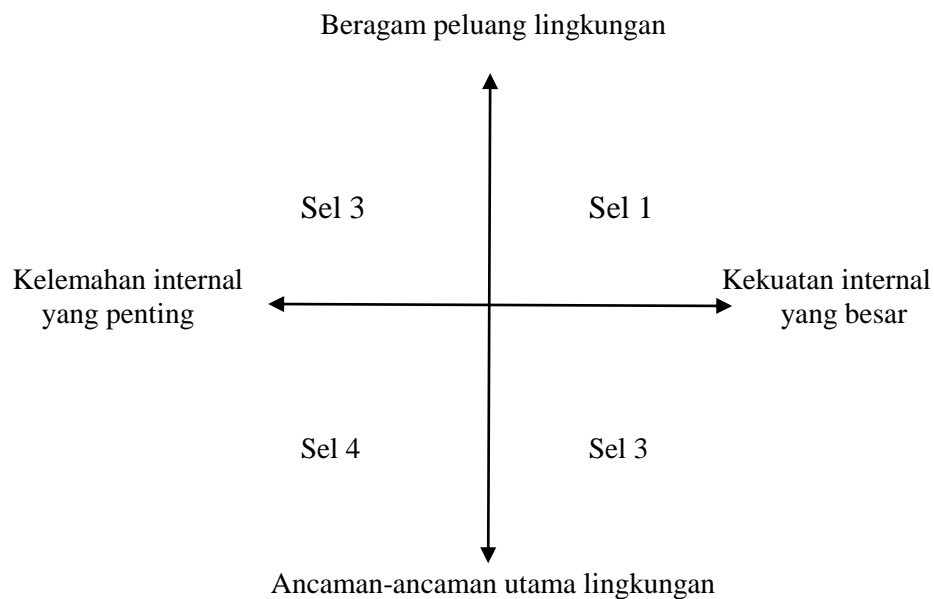
Analisis SWOT diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.<sup>29</sup> Analisis SWOT yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*), dan ancaman (*threath*).<sup>30</sup> Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian

<sup>29</sup> Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2009), hal.63

<sup>30</sup> Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Analisis SWOT*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 19

perencana strategis harus menganalisis faktor- faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor eksternal dan faktor internal yaitu *strength, opportunities, weaknesses, threats*. Analisis SWOT merupakan dari *strength, opportunities, weaknesses, threats*.

**Gambar 2.1**  
**Diagram Analisis SWOT**



Sumber : Freddy Rangkuti, 2014

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung

kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growthoriented strategy*).<sup>31</sup>

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (pasar/ produk).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak ia menghadapi beberapa kendala. fokus strategi pada perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

## **2. Analisis Lingkungan Eksternal (Analisis Peluang dan Ancaman)**

Tujuan utama penilaian lingkungan adalah mengamati peluang-peluang baru, peluang pemasaran sendiri di definisikan sebagai suatu bidang kebutuhan di mana perusahaan dapat memenuhinya secara menguntungkan. Peluang dapat dicatat dan dipilah menurut daya tariknya, dan kemungkinan keberhasilannya. Kemungkinan sukses perusahaan akan semakin besar apabila kekuatan bisnisnya tidak hanya sesuai dengan

---

<sup>31</sup>*ibid.*, hal. 20

persyaratan sukses utama untuk beroperasi dalam pasar sasaran tersebut, tetapi juga unggul dari para pesaingnya. Perusahaan yang berkinerja paling baik adalah perusahaan yang dapat menciptakan nilai pelanggan tertinggi dan mempertahankannya dengan jangka panjang. Sebagian perkembangan dalam lingkungan eksternal merupakan ancaman. Ancaman lingkungan sendiri adalah tantangan akibat kecenderungan atau perkembangan yang tidak menguntungkan yang akan mengurangi penjualan atau laba bila tidak dilakukan pemasaran defensif.<sup>32</sup>

### **3. Analisis Lingkungan Internal (Analisis Kekuatan atau Kelemahan)**

Setiap unit bisnis perlu mengevaluasi kekuatan dan kelemahan secara periodik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan formulir manajemen, atau konsultan dari luar, mengkaji kompetensi pemasaran, keuangan, produksi, dan organisasi perusahaan. Setiap faktor dinilai apakah merupakan kekuatan utama, kekuatan minor, faktor netral, kelemahan minor, atau kelemahan utama. Setelah unit bisnis menentukan misinya dan meneliti lingkungan eksternal secara internalnya, unit bisnis tersebut lalu dapat menyusun sasaran dan tujuan tertentu untuk periode perencanaan, pada tahap ini disebut dengan formulasi tujuan. Sebuah unit bisnis harus menata sasarannya secara hierarkis, dari yang paling penting sampai yang dirasa kurang penting.

---

<sup>32</sup>Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2016), hal.68



**Tabel 2.1**  
**Matrik SWOT**

<b>EFAS</b>	<b>IFAS</b>	<b>STRENGTHS (S)</b>	<b>WEAKNESSES (W)</b>
		Temukan 5- 10 faktor-faktor kekuatan internal	Temukan 5- 10 faktor-faktor kekuatan internal
	<b>OPPORTUNITY (O)</b>	<b>STRATEGI SO</b>	<b>STRATEGI WO</b>
	Temukan 5- 10 faktor-faktor kekuatan eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	<b>TREATHS (T)</b>	<b>STRATEGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
	Temukan 5- 10 faktor-faktor kekuatan eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Freddy Rangkuti, 2014

Keterangan:<sup>33</sup>

1. Sel *Strenghts* (S) dibuat 5 sampai 10 kekuatan internal yang dimiliki pada suatu usaha.
2. Sel *Weaknesses* (W) dibuat 5 sampai 10 kelemahan internal yang dimiliki pada suatu usaha.
3. Sel *Opportunities* (O) dibuat 5 sampai 10 peluang internal yang dimiliki pada suatu usaha.
4. Sel *Threats* (T) dibuat 5 sampai 10 ancaman internal yang dimiliki pada suatu usaha.

## **I. Kesejahteraan Masyarakat**

### **1. Pengertian Kesejahteraan**

Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial, “kesejahteraan adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup

<sup>33</sup>Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Analisis SWOT...*, hal. 22

layak dan mampu mengembangkan diri sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya”. Kesejahteraan dapat dilihat dari pemerataan pendapatan pendidikan yang mudah dijangkau, dan kualitas kesehatan yang semakin meningkat dan merata.<sup>34</sup>

Kesejahteraan dapat diartikan persamaan hidup yang setingkat lebih dari kehidupan. Seseorang akan merasa hidupnya sejahtera apabila ia merasa senang, tidak kurang suatu apapun dalam batas yang mungkin dicapainya, ia terlepas dari kemiskinan serta bahaya yang mengancam.<sup>35</sup>

World Health Organization (WHO) mengartikan kualitas hidup sebagai sebuah persepsi individu terhadap kehidupannya di masyarakat dalam konteks budaya dan sistem nilai yang ada terkait dengan tujuan, harapan, standard dan juga perhatian terhadap kehidupan. Konsep ini memberikan makna yang lebih luas karena dipengaruhi oleh kondisi fisik, individu, psikologis, tingkat kemandirian, dan hubungan sosial individu dengan lingkungannya.<sup>36</sup>

Sedangkan menurut Bubolz dan Sontag, kesejahteraan merupakan terminologi lain dari kualitas hidup manusia (*quality human life*), yaitu suatu keadaan ketika terpenuhinya kebutuhan dasar serta terealisasinya nilai-nilai hidup.

---

<sup>34</sup>Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: PT. Refika Pratama, 2015), hal. 86

<sup>35</sup>Mita Noveria, *Pertumbuhan Penduduk dan Kesejahteraan*, (Jakarta: LIPI Pers, 2011), hal. 22

<sup>36</sup>Adi Fahrudin, *Pengantar Kesejahteraan Sosial* (Bandung: Refika Aditama, 2012), hal. 44

## 2. Kesejahteraan dalam Islam

Kesejahteraan menurut islam mencakup dua pengertian yaitu sebagai berikut :

- a. Kesejahteraan holistik dan seimbang yaitu kecukupan materi yang didukung oleh terpenuhinya kebutuhan oleh terpenuhinya kebutuhan spiritual serta mencakuo individu dan sosial. Sosok manusia terdiri atas unsur fisik dan jiwa. Karena kebahagiaan haruslah menyeluh dan seimbang di antara hidupnya. Demikian pula manusia memiliki dimensi individdu sekaligus sosial. Manusia akan merasa bahagia jika terdapat keseimbangan di antara dirinya dengan lingkungan sosialnya.
- b. Kesejahteraan di dunia dan akhirat (falah), sebab manusia tidak hanya hidup di alam dunia saja, tetapi juga di alam setelah kematian/kemusnahan dunia (akhirat). Kecukupan materi di dunia dilanjutkan dalam rangka untuk memperoleh kecukupan di akhirat. Jika kondisi ideal ini tidak tercapai maka kesajahteraan di akhirat tentu lebih diutamakan sebab ini merupakan sesuatu yang abadi dan lebih bernilai dibandingkan kehidupan dunia.<sup>37</sup>

Di dalam Al-Quran juga dijelaskan mengenai kesejahteraan ada yang secara langsung (tersurat) dan ada yang secara tidak langsung (tersirat) berkaitan dengan permasalahan ekonomi. namun demikian penjelasan

---

<sup>37</sup> Ziauddin Sardar dan Muhammad Nafik, Kesejahteraan dalam Perspektif Islam pada Karyawan Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 3. No.5, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2016), hal. 395

dengan menggunakan dua cara ini menjadi satu pandangan tentang kesejahteraan. Dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl : 97.

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً  
وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Artinya : “Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam Keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan Sesungguhnya akan Kami beri Balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.” (Q.S An-Nahl:97).

### 3. Indikator Kesejahteraan

Menurut Kalle yang dikutip oleh Rosni pada jurnal Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara, untuk melihat tingkat kesejahteraan ada beberapa indikator yang dapat dijadikan ukuran antara lain adalah:<sup>38</sup>

- a. Dengan melihat kualitas hidup dari segi materi, seperti kualitas rumah, bahan pangan dan sebagainya.
- b. Dengan melihat kualitas hidup dari segi fisik, seperti kesehatan tubuh, lingkungan alam, dan sebagainya.

<sup>38</sup> Rosni, Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara, *Jurnal Geografi*, Vol. 9. No. 1, ( Medan: Univ. Negeri Medan, 2017), hal. 57

- c. Dengan melihat kualitas hidup dari segi mental, seperti fasilitas pendidikan, lingkungan budaya, dan sebagainya.
- d. Dengan melihat kualitas hidup dari segi spritual, seperti moral, etika, keserasian, dan sebagainya.

#### 4. Jenis Keluarga Sejahtera

Tingkat kesejahteraan manusia dapat diukur dengan perhitungan fisik dan non-fisik seperti tingkat konsumsi per-kapita, angka kriminalitas, angkatan kerja, tingkat ekonomi, dan akses di mdia masa. Selain itu, kesejahteraan masyarakat juga dapat diukur menggunakan Indeks Pembangunan Manusia yang terdiri dari tiga gabungan dimensi yaitu dimensi umur, manusia terdidik dan standar hidup yang layak. Berdasarkan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), kesejahteraan menitikberatkan perhatian terhadap masalah kesehatan lingkungan, tidak rentan terhadap penyakit, mempunyai tempat dan tidak perlu mendapat bantuan sandang dan pangan. Dijelaskan dalam pengelompokan lima jenis keluarga sejahtera menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1992 sebagai berikut:<sup>39</sup>

- a) Keluarga Pra Sejahtera, yaitu keluarga yang belum dapat memenuhi kebutuhan dasarnya secara minimal, seperti kebutuhan akan pangan, sandang, papan, keshatan dan pendidikan dasar bagi anak usia sekolah. Yaitu keluarga yang tidak dapat memenuhi syarat-syarat sebagai keluarga sejahtera I.

---

<sup>39</sup>Zaenal Tanjung, “Peranan Dinas Sosial dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Skripsi IAIN Raden Intan Lampung (Lampung: Skripsi IAIN Raden Intan Lampung, 2016), hal. 42

- b) Keluarga Sejahtera I, yaitu keluarga yang baru dapat memenuhi kebutuhan dasarnya secara minimal, tetapi belum dapat memenuhi keseluruhan kebutuhan social psikologisnya seperti kebutuhan akan agama/ibadah, kualitas makan, pakaian, papan, penghasilan, pendidikan, kesehatan, dan KB.
- c) Keluarga Sejahtera II, yaitu keluarga yang telah dapat memenuhi seluruh kebutuhan dasar dan kebutuhan sosial psikologisnya, akan tetapi belum memenuhi keseluruhan kebutuhan perkembangannya, seperti kebutuhan untuk peningkatan pengetahuan agama, interaksi dengan anggota keluarga dan lingkungannya, serta akses kebutuhan memperoleh informasi.
- d) Keluarga Sejahtera III, yaitu keluarga yang telah dapat memenuhi seluruh kebutuhan dasar, kebutuhan sosial dan kebutuhan pengembangannya, namun belum dapat memenuhi kebutuhan aktualisasi diri, seperti sumbangan (kontribusi) secara teratur kepada masyarakat.
- e) Keluarga Sejahtera III Plus, yaitu keluarga yang telah dapat memenuhi seluruh kebutuhannya, yaitu kebutuhan dasar, sosial psikologis, pengembangan, serta aktualisasi diri, terutama dalam memberikan sumbangan yang nyata dan berkelanjutan bagi masyarakat.

Adapun menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Kesejahteraan adalah suatu kondisi di mana kebutuhan jasmani dan rohani dari rumah tangga tersebut terpenuhi sesuai dengan tingkat hidup. Untuk mengukur tingkat

kesejahteraan manusia, BPS (badan pusat statistik) memiliki beberapa indikator yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut.<sup>40</sup>

a. Pendapatan

Pendapatan atau penghasilan adalah indikator yang dapat menggambarkan kesejahteraan masyarakat. Adapun yang dimaksud dengan pendapatan adalah penerimaan total kas yang diperoleh seseorang atau rumah tangga selama periode waktu tertentu (satu tahun). Pendapatan terdiri dari penghasilan tenaga kerja, penghasilan atas milik (seperti sewa, bunga, dan deviden) serta tunjangan dari pemerintah.

b. Perumahan dan Pemukiman

Perumahan dan pemukiman selain menjadi kebutuhan dasar manusia, juga mempunyai fungsi yang sangat strategi dalam perannya sebagai pusat pensisipan keluarga dan peningkatan kualitas generasi yang akan datang.

c. Kesehatan

Kesehatan merupakan salah satu indikator kesejahteraan penduduk sekaligus indikator keberhasilan program pembangunan. Masyarakat yang sakit akan sulit memperjuangkan kesejahteraan bagi dirinya, sehingga pembangunan dan berbagai upaya dibidang kesehatan diharapkan dapat menjangkau semua lapisan masyarakat serta tidak diskriminatif dalam pelaksanaannya. Kesehatan menjadi indikator

---

<sup>40</sup> Ikhwan Abidin Basri, *Islam dan Pembangunan Ekonomi Masyarakat*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2009), hal. 96

kesejahteraan dapat dilihat melalui mampu atau tidaknya masyarakat menjalani pengobatan di layanan kesehatan serta mampu untuk membiayai secara penuh obat yang dibutuhkan.

d. Pendidikan

Pendidikan merupakan hak asasi manusia dan hak setiap warga negara untuk dapat mengembangkan potensi dirinya melalui proses belajar. Setiap warga negara Indonesia berhak memperoleh pendidikan yang bermutu sesuai dengan minat dan bakat yang dimiliki tanpa memandang status sosial, status ekonomi, suku, etnis, agama dan lokasi geografis.

## J. Penelitian Terdahulu

Bersumber dari penelitian sebelumnya yang dilakukan, penulis menemukan beberapa yang membahas tentang masalah strategi pengembangan industri gula merah, antara lain :

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	Erma Catur Adriana. <sup>41</sup> Tujuan penelitian: 1. Untuk mengetahui latar belakang munculnya industri gula merah di Desa Gondang Manis 2. Untuk mengetahui perkembangan industri gula merah di Desa Gondang Manis 3. Untuk mengetahui pengaruh perkembangan industri gula merah	Objek yang diteliti sama-sama meneliti tentang industri gula merah. Hasil penelitian yang kedua menunjukkan bahwa adanya industri gula	Tujuan yaitu untuk mengetahui latar belakang industri gula merah dan pengaruh perkembangan industri gula merah

<sup>41</sup> Erma Catur Adriana, “*Perkembangan Industri Gula Merah dan Pengaruhnya Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Gondang Manis Kecamatan Bae Kabupaten Kudus*”, Skripsi Universitas Negeri Semarang, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2009)



	<p>terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat Desa Gondang Manis. Metode penelitian : Metode penelitian sejarah. Hasil penelitian :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Industri gula merah di Desa Gondang Manis merupakan warisan budaya nenek moyang untuk melestarikan kegiatan membuat gula merah, selain itu industri gula merah telah membawa pengaruh terhadap masyarakat. Mobilitas masyarakatnya lebih cepat apabila dibandingkan dengan desa-desa lain.</li> <li>2. Dengan adanya industri gula merah juga mampu menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat sehingga pengangguran berkurang.</li> <li>3. Keberadaan industri gula merah membawa pengaruh bagi kehidupan sosial ekonomi masyarakat sekitarnya, baik kabupaten Kudus pada umumnya dan kecamatan Bae pada khususnya.</li> </ol>	<p>merah juga mampu menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat</p>	<p>terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat, serta metode yang digunakan</p>
2.	<p>Nurdiah Husnah, Peter Tandisau, Herniwati, dan Fadry Djufr<sup>42</sup> Tujuan penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah-masalah pembibitan tebu asal kultur jaringan dan menyusun model pengembangan pembibitan tebu asal kultur jaringan sesuai dengan kondisi spesifik lokasi berdasarkan prinsip agribisnis.</li> </ol> <p>Metode penelitian : Kualitatif dengan Analisis deskriptif. Hasil penelitian :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem agribisnis gula meliputi beberapa subsistem yang terdiri atas subsistem hulu, sub-sistem on farm, subsistem hilir, dan subsistem lembaga penunjang agribisnis yang masing-masing memiliki peran dan sebagai sebuah sistem yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya, saling menyatu dan saling terkait. Secara integral terkait antara sektor</li> </ol>	<p>Cara menganalisis yang menggunakan analisis deskriptif.</p>	<p>Tujuan yang mengidentifikasi dan memecahkan masalah-masalah pembibitan tebu dan penelitian saya bertujuan dalam pengembangan agroindustri gula merah yang berasal dari tebu.</p>

<sup>42</sup> Nurdiah Husnah, et. all., "Keragaman Kelembagaan dalam Agribisnis Gula di Sulawesi Selatan", *Jurnal Teknologi Pertanian*, ISSN: 2085-6717, (Makasar: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian, 2014)

	perkebunan di on farm dan sektor industri di hulu dan hilir, kondisi inilah yang akan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik secara nasional.		
3.	<p>Karmiati, Vitus Dwi Yuniyanto, Bambang W.H.E. Prasetyono.<sup>43</sup></p> <p>Tujuan penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk menganalisis kondisi usaha pengolahan gula tumbu meliputi aspek produksi, aspek finansial dan aspek pemasaran.</li> <li>2. Untuk merumuskan strategi alternatif yang layak diterapkan, menentukan strategi prioritas dalam pengembangan pengolahan agroindustri gula tumbu di Kabupaten Kudus.</li> </ol> <p>Metode penelitian : Deskriptif kuantitatif melalui metode pendekatan survai.</p> <p>Hasil :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis aspek finansial diperoleh nilai R/C rasio sebesar 1,88; B/C rasio sebesar 0,88 dan IRR sebesar 36%. Analisis aspek pemasaran diperoleh nilai farmer's share terendah sebesar 75,8% dan nilai efisiensi pemasaran tertinggi sebesar 17,49%. Analisis SWOT diperoleh posisi agroindustri gula tumbu berada pada kuadran I. Analisis AHP diperoleh strategi alternatif pengembangan produk inovasi dan diversifikasi produk. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa usaha agroindustri gula tumbu di Kabupaten Kudus masih berskala rumah tangga dengan pengelolaan oleh tenaga kerja keluarga melalui proses yang masih sederhana, namun tetap terbuka peluang investasi dengan saluran pemasaran yang sudah berjalan efisien.</li> <li>2. Strategi alternatif yang layak diterapkan adalah strategi S-O yaitu mendukung pertumbuhan agresif dengan memprioritaskan pengembangan produk inovasi dan diversifikasi produk.</li> </ol>	Objek yang diteliti yaitu agroindustri gula dan aspek-aspek yang digunakan dalam menganalisis, sedangkan	Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan penelitian saya menggunakan metode deskriptif kualitatif.

<sup>43</sup> Karmiati, et. all., "Strategi Pengembangan Agro Industri Gula Tumbu di Kabupaten Kudus", *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, Volume 14 Nomor 1, (Semarang: Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro, 2016)

4.	<p>Nur Afni Evalia.<sup>44</sup>          Tujuan penelitian:          1. Untuk merumuskan strategi pengembangan agroindustri gula semut aren di Kecamatan Lareh sago halaban.          Metode penelitian : Studi kasus dalam bentuk deskriptif kuantitatif.          Hasil penelitian :          1. Hasil Pengolahan AHP diperoleh faktor penentu adalah Teknologi (0,439) dengan pelakunya adalah Pemerintah (0,577) serta strategi yang diprioritaskan adalah Pemberian bantuan berupa teknologi tepat guna dan teknologi packing untuk skala komersil (0,258). Prioritas strategi yang dapat segera di implementasikan berdasarkan hasil olahan AHP, khususnya faktor penentu utama yang telah didapat. Faktor tersebut adalah teknologi, dengan pelaku yang bertanggung jawab adalah pemerintah sebagai fasilitator yang akan diprioritaskan untuk diversifikasi produk turunan aren (gula semut aren). Tujuan akhir dari strategi pengembangan agroindustri gula semut aren adalah pemberian bantuan berupa teknologi tepat guna dan teknologi packing untuk skala komersil. Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu pada strategi pengembangan agroindustri gula, sedangkan perbedaan terletak pada metode yang digunakan yaitu menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan penelitian saya menggunakan metode deskriptif kualitatif dan pada bahan baku dalam pembuatan gula yang digunakan.</p>	<p>Tujuan pengembangan agroindustri gula.</p>	<p>Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan penelitian saya menggunakan metode deskriptif kualitatif dan pada bahan baku dalam pembuatan gula yang digunakan.</p>
5.	<p>Agus Dwi Atmoko,<sup>45</sup>          Tujuan penelitian:          1. Untuk menganalisis saluran produksi gula aren,          2. Untuk menganalisis tingkat fluktuasi</p>	<p>Metode deskriptif dan pendekatan kualitatif, serta sama-sama</p>	<p>Objek yang diteliti, penelitian ini meneliti tentang gula</p>

<sup>44</sup>Nur Afni Evalia, "Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren", *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol. 12 No. 1, (Padang: Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas, 2015)

<sup>45</sup>Agus Dwi Atmoko, "Analisa Pengembangan Produk Gula Aren di Kab. Purworejo", *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, Volume 6 No. 1(Purworejo: Politeknik Sawunggalih Aji, 2017)

	<p>harga, efisiensi pemasaran gula aren melalui marjin pemasaran dan menganalisis jenis pasar.</p> <p>Metode penelitian: Kualitatif Analisis diskriptif.</p> <p>Hasil penelitian :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan produksi tanpa adanya lembaga pemasaran yang dapat menunjang produksi dengan harga yang layak dapat mengurangi keinginan pengrajin gula aren untuk memproduksi. Faktor pendorong pengrajin yang efektif dalam meningkatkan produksi antara lain adalah tingkat harga yang menguntungkan dan stabilitas harga di pasaran. Permintaan dan penawaran gula aren di pasar sangat fluktuatif, daerah yang memiliki banyak pohon aren umumnya menjadi lokasi sentra produksi gula aren. Usaha gula aren relatif tidak membutuhkan tenaga kerja yang memiliki keterampilan khusus, peralatan yang digunakan sederhana dan hanya membutuhkan modal kecil atau tidak sama sekali jika masyarakat mempunyai bahan bakunya sendiri.</li> <li>2. Analisis sensitivitas terhadap perubahan penerimaan menunjukkan bahwa proyek ini sensitif terhadap penurunan pendapatan di atas 7% dan kenaikan biaya operasional di atas 8%. Analisis sensitivitas terhadap perubahan pendapatan sekaligus kenaikan biaya operasional menunjukkan bahwa proyek ini sensitif terhadap penurunan pendapatan sekaligus kenaikan biaya operasional masing-masing sebesar 3%.</li> </ol>	<p>menganalisis pengembangan usaha gula.</p>	<p>yang bahan dasarnya aren dan penelitian saya bahan dasar pembuatan produknya adalah tebu.</p>
6.	<p>Suryansyah, Nurliza, dan Radian,<sup>46</sup></p> <p>Tujuan penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengetahui strategi pengembangan agribisnis gula aren, menganalisis faktor lingkungan eksternal dan internal agribisnis gula aren, mempertimbangkan dalam</li> </ol>	<p>Tujuannya, yaitu sama-sama untuk mengetahui strategi pengembangan gula,</p>	<p>Objek yaitu bahan baku dalam pembuatan gula, penelitian ini berbahan baku</p>

<sup>46</sup>Suryansyah, et. all., "Strategi Pengembangan Agribisnis Gula Aren di Kabupaten Sekadau", *Jurnal Social Economic of Agriculture*, Volume 7 No. 1, (Pontianak: Universitas Tanjungpura, 2018)

	<p>mengkaji</p> <p>2. Untuk mengetahui strategi pengembangan agribisnis gula aren, serta alternatif dan prioritas strategi yang diterapkan untuk mengembangkan agribisnis gula aren di Kabupaten Sekadau.</p> <p>Metode penelitian: Kualitatif deskriptif dan kuantitatif.</p> <p>Hasil penelitian :</p> <p>1. Pengembangan agribisnis gula aren di Desa Semabi Kecamatan Sekadau Hilir Kabupaten Sekadau merupakan hal yang sangat penting untuk di implementasikan. Ini dilihat dari nilai faktor IFE senilai (2,57) ini berarti secara internal sangat mendukung dalam pengembangan agribisnis gula aren kedepannya. Begitu juga dengan nilai EFE sebesar 2,65. Ini mengindikasikan bahwa masih banyak peluang-peluang yang belum dimanfaatkan dengan baik.</p> <p>2. Ada dua belas alternatif strategi yang mewakili dalam pengembangan agribisnis gula aren dari hulu ke hilir dalam upaya pengembangan agribisnis gula aren, yang dapat diterapkan di Desa Semabi Kecamatan Sekadau Hilir Kabupaten Sekadau.</p>	<p>menganalisis faktor lingkungan eksternal dan internal gula, mempertimbangkan dalam mengkaji strategi pengembangan gula. Serta metode yang digunakan yaitu menggunakan metode deskriptif.</p>	<p>aren sedangkan penelitian saya berbahan baku tebu. Perbedaan yang kedua pada analisis data dilakukan, penelitian ini dalam menganalisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif, sedangkan penelitian saya menggunakan analisis kualitatif.</p>
7.	<p>Achmad Rifa'i, I Made Sudarma, dan Widhianthini.<sup>47</sup></p> <p>Tujuan penelitian:</p> <p>1. Untuk menganalisis tingkat kelayakan usaha industri gula merah tebu berdasarkan pendapatan dan BEP yang dihasilkan dalam satu hari produksi.</p> <p>2. Untuk merumuskan strategi pengembangan usaha industri gula merah tebu di Kabupaten Tulungagung.</p> <p>Metode penelitian: deskriptif kualitatif, analisis kuantitatif.</p> <p>Hasil penelitian :</p> <p>1. Industri gula merah tebu dalam satu tahun terakhir melakukan produksi</p>	<p>Tujuan yang menganalisis pengembangan industri gula merah tebu menggunakan analisis SWOT dan metode yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif.</p>	<p>Tujuan yang kedua pada penelitian ini menganalisis tingkat kelayakan usaha industri gula merah tebu berdasarkan pendapatan dan BEP sedangkan penelitian saya tujuan kedua pada aspek-</p>

<sup>47</sup>Achmad Rifa'i, et. all., "Strategi Pengembangan Usaha Industri Gula Merah Tebu di Kabupaten Tulungagung Provinsi Jawa Timur", *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, Vol.8, No. 3, (Bali: Fakultas Pertanian Universitas Udayana, 2019)

	<p>selama 238 hari/tahun yang membutuhkan bahan baku tebu sebesar 15 ton/hari (rendeman 10 persen menghasilkan 1,5 ton tebu). Pendapatan yang diperoleh dari pola I adalah Rp.4.027.873/hari produksi, pola II Rp 3.252.623/hari produksi, dan pola III sebesar Rp.3.351.373/hari produksi. Penghitungan Break Even Point pada pola I sebesar Rp 2.617.072/hari produksi atau 292,5 kg, BEP pola II adalah sebesar Rp.2.698.287/hari produksi atau 307 kg, dan BEP rupiah pola III adalah sebesar Rp 2.779.504/hari produksi atau 321 kg.</p> <p>2. Analisis SWOT menggunakan analisis faktor internal dan eksternal menghasilkan beberapa strategi. Beberapa alternatif strategi meningkatkan volume produksi, memperluas jangkauan pemasaran, membentuk kelompok usaha bersama, menentukan jadwal pendistribusian produk, menggunakan teknologi yang tepat guna, memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk mempromosikan produk, dan mengurus perizinan usaha.</p>	<p>aspek pengembangan industri gula merah. Serta perbedaan yang lainnya yaitu pada objek yang diteliti.</p>
--	--	---

## K. Kerangka Berfikir

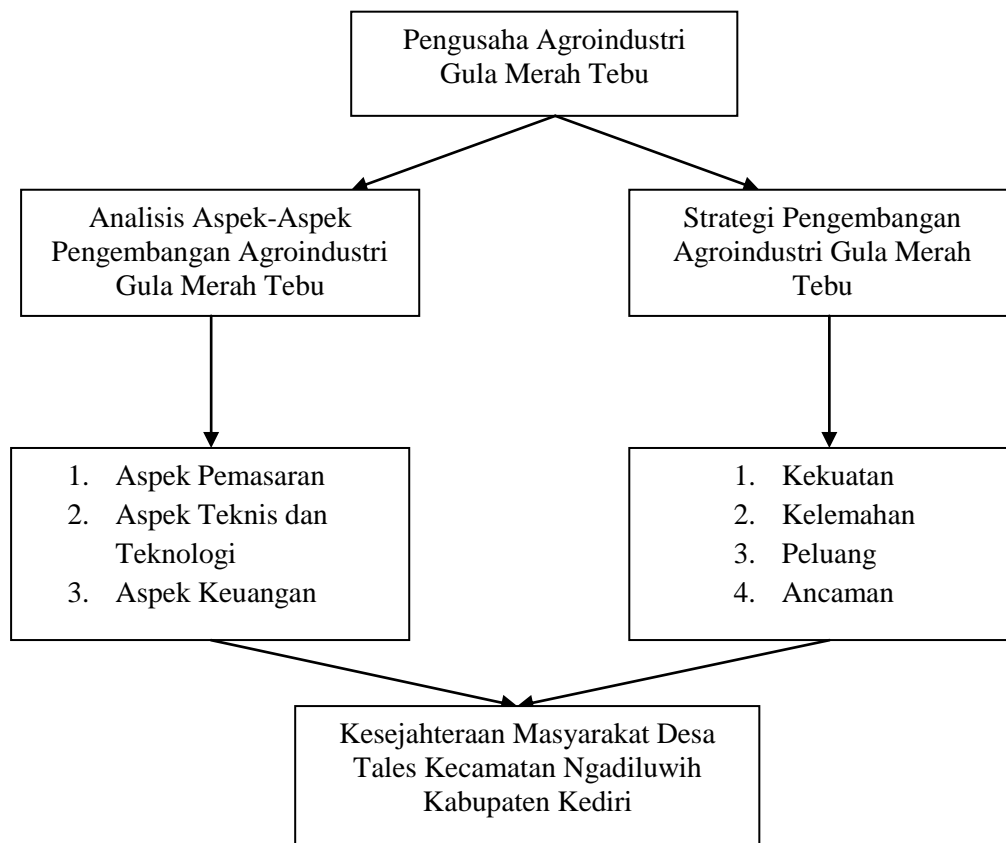
Kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut :

Pengembangan agroindustri gula merah tebu pada UD Bunga Mas di desa Tales, kecamatan Ngadiluwih, kabupaten Kediri, selain dapat meningkatkan pendapatan petani tebu di kabupaten Kediri, juga akan dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang berada disekitar lokasi agroindustri gula merah tebu sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran. Dengan demikian permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimanakah analisis pengembangan agroindustri gula

merah tebu pada UD Bunga Mas di Kabupaten Kediri, bagaimanakah strategi pengembangan agroindustri gula merah tebu di Kabupaten Kediri, sehingga dengan adanya pengembangan agroindustri ini dapat mensejahterakan masyarakat kabupaten Kediri.

Dalam menganalisis pengembangan UD Bunga Mas, peneliti menggunakan pendekatan SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) serta menganalisis aspek pemasaran, aspek teknik dan teknologi dan aspek keuangan.

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Berfikir**



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020