BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran

Manajemen menurut Stoner adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumberdaya-sumberdaya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.8 Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu dari definisi pemasaran terpendek adalah "memenuhi kebutuhan secara menguntungkan" Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pemasaran harus di kelola dengan sistemik agar tujuan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan target perusahaan. Menurut Kotler, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Menurut kamus istilah ekonomi pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan daya beli masyarakat ketika permintaan

[8] Kotler Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, (Indeks: 2007), hlm. 6

sedang turun.[9] Setiap usaha pasti mempunyai ciri tertentu yang bisa menarik konsumen, seperti produk olahan bintang kacang Kabupaten Trenggalek yang mempunyai ciri yaitu kualitas dari kacangnya dan rasa yang konsisten.

Sedangkan menurut *American Marketing Asosiasi* (AMA) dalam buku Pandji Anoraga, menyatakan pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi, dan distribusi dari ide-ide, barangbarang dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional.[10]

Manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai respon yang diinginkan pihak lain. Karenanya kita memandang manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.[11]

Definisi manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller adalah suatu analisis, perencanaan, pelaksanaan serta kontrol program-program yang telah direncanakan dalam hubungan dengan pertukaran-pertukaran

---

[9] Wien's Anoraga, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Bandung : IKAPI, 1997), hlm. 410

[10] Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 215

[11] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Tiga Belas Jilid Satu (Jakarta : Erlangga, 2009), hlm. 5

yang diinginkan terhadap konsumen yang dituju untuk memperoleh keuntungan pribadi maupun bersama.[1] [2]

Dalam Islam, pemasaran adalah bentuk muamalah yang dibenarkan sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Menurut Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula mendefinisikan pemasaran syariah adalah sebuah disiplin strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari inisiator kepada *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.[1] [3] Pemasaran syariah (*syariah marketing*) adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders,* yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.

Ada empat karakteristik *syariah marketing* yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut:

a. Ketentuan (Rabbaniyah)

Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Jiwa seorang *marketer* meyakini bahwa hukum-hukum

---

[1] Chirtian A.D. Selang. AMA[2](*American Marketing Association*) dalam Jurnal *"Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado"*. Universitas Sam Ratulangi Manado

[1] Hermawan Kertajaya dan [3]Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hlm. 62

syariat yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhinya dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan.

Dengan konsep ini seorang pemasar syariah akan sangat hatihati dalam perilaku pemasaranya dan berusaha untuk tidak merugikan konsumen. Apabila seorang pemasar syariah hanya berorientasi pada keuntungan, maka ia dapat merugikan konsumen dengan memberikan janji palsu. Namun seorang pemasar syariah memiliki orientasi *maslahah*, sehingga tidak hanya keuntungan namun diimbangi pula dengan keberkahan di dalamnya. Dan Allah akan meminta pertanggung jawaban darinya atas pelaksanaan syariah tersebut kelak di hari kiamat. Allah SWT berfirman dalam surat Al-Zalzalah ayat 7-8

لَهَا يَوْمَئِذٍ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ وَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

Artinya :

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrah pun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula. (Q.S Al-Zalzalah : 7-8)[1]

b. Etis (akhlaqiyyah)

Keistimewaan yang lain dari syariah marketer selain karna teistis (rabbaniyyah), juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak (moral dan etika) dalam seluruh kegiatan. Dengan demikian, syariah

[1] Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. (Jakarta : Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Quran, 1984) juz 30

marketing adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak perduli apapun agamanya. Moral dan akhlaq sangat penting dalam pergaulan hidup di dunia ini. Oleh karena itu Allah SWT sengaja mengutus Nabi Muhammad SAW untuk menyempurnakan akhlaq yang mulia.

Kemudian Allah SWT memerintahkan kaum muslimin untuk mengambil contoh teladan dari moral Nabi Muhammad SAW dengan firman surat Al-Ahzab ayat 21:

لَّقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ ٱللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُواْ ٱللَّهَ وَٱلْيَوْمَ ٱلْأٰخِرَ وَذَكَرَ ٱللَّهَ كَثِيرًا

Artinya:

Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah. (Q.S Al-Ahzab: 21)[1]

c. Realistis (Al-Waqi'yyah)

Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku. *Syariah marketing* adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah islamiyah yang melandasinya. *Syariah marketer* bukanlah berarti apa pemasar itu harus penampilan seperti bangsa arab dan mengharamkan dasi karena dianggap merupakan simbol masyarakat barat.

[1] Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. (Jakarta : Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Quran, 1984) juz 30

Syariah marketer adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dilakukan dikenakannya. Mereka bekerja dengan profesional dan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya. Ia tidak kaku, eksklusif, tetapi sangat fleksibel dan luwes dalam bersikap dan bergaul. Ia sangat memahami bahwa dalam situasi pergaulan dilingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama dan ras yang diberikan oleh Allah SWT. Dan contohnya oleh nabi untuk bersikap lebih bersahabat, dan simpatik terhadap saudarasaudaranya dari umat lain. Ada jumlah pedoman dalam perilaku bisnis yang dapat diterapkan kepada siapa saja tanpa melihat suku, agama dan asal usulnya. Allah SWT berfirman:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تُقَدِّمُواْ بَيۡنَ يَدَيِ ٱللَّهِ وَرَسُولِهِۦۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٞ

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mendahului Allah dan Rasulnya dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui. Maksudnya orang-orang mukmin tidak boleh menetapkan sesuatu hukum, sebelum ada ketetapan dari Allah dan RasulNya. (Q.S AlHujarat: 1) [1] **6**

d. Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaanya terjaga dan terpelihara,

[1] Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. (Jakarta : Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Quran, 1984) juz 30

serta sifat-sifat kehewananya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariah islam adalah humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai kapasitasnya tanpa menghiraukan agama, suku, ras, warna kulit, kebangsaan dan status.[1] Hal ini berarti bahwa dalam pemasaran syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan nilai *(value),* tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan[1]

Syariat islam humanitis (insaniyah) diciptakan manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna, kulit, kebangsaan, dan status hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal. Syariat islam bukanlah syariat bangsa arab, walaupun Nabi Muhammad SAW yang membawanya adalah orang arab. Syariat islam adalah milik Tuhan bagi seluruh manusia. Dia menurunkan kitab yang berisi syariat sebagai kitab universal, yaitu Al-Qur'an sebagaimana firman-Nya:

وَٱذۡكُرُواْ نِعۡمَةَ ٱللَّهِ عَلَيۡكُمۡ وَمِيثَٰقَهُ ٱلَّذِي وَاثَقَكُم بِهِۦٓ إِذۡ قُلۡتُمۡ سَمِعۡنَا وَأَطَعۡنَاۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ عَلِيمُۢ بِذَاتِ ٱلصُّدُورِ

Artinya:

[1] Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Op.Cit.* hlm 22-23
[1] Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Ibid*, hlm.63

Dan ingatlah karunia Allah kepadamu dan perjanjianNya yang telah diikat-Nya dengan kamu, ketika kamu mengatakan: "Kami dengar dan Kami taati". dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah mengetahui isi hati(mu). Perjanjian itu Ialah: Perjanjian akan mendengar dan mengikuti Nabi dalam segala Keadaan yang diikrarkan waktu bai'ah. (Q.S Al-Maidah: 7)[19]

Diantara dalil-dalil tentang humanitas dan universal syariat islan adalah prinsip *ukhuwah insaniyah* (persaudaraan antar umat manusia) islam mengarahkan dasar ikatan persaudaraan antar sesama manusia.

Syariah marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dilandasi semangat ibadah kepada Allah SWT, berusaha semaksimal mungkin dengan tujuan untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridho Allah SWT, maka seluruh bentuk transaksinya menjadi nilai ibadah dihadapan Allah SWT. Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِي ٱلۡأَرۡضِ وَٱبۡتَغُواْ مِن فَضۡلِ ٱللَّهِ وَٱذۡكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرٗا لَّعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ

Artinya:

"Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebarlah kamu dimuka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyakbanyak supaya kamu beruntung" (Q.S Al Jumu'ah : 10)[20]

---

[19] Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. (Jakarta : Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Quran, 1984) juz 6

[20] Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. (Jakarta : Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Quran, 1984) juz 28

Ayat diatas dapat dijelaskan makna dalam kata “carilah karunia Allah” yang digunakan didalamnya dimaksud untuk segala usaha yang halal yang melibatkan orang untuk memenuhi kebutuhannya. Didalam Islam bukanlah suatu larangan apabila hamba-hamba-Nya mempunyai rencana atau keyakinan untuk berhasil dalam usahanya, namun dengan syarat harus sesuai dan tidak bertentangan dengan syariat islam.

Dalam memasarkan suatu produk haruslah dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka. Sebab, Allah SWT sangat membenci transaksi jual beli yang mengandung unsur bathil, dzalim dan paksaan demi mendapatkan keuntungan yang besar. Allah berfirman:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah Maha Penyanyang kepadamu ”.Q.S An-Nisa : 29)[2] [1]

Islam Islam tidak pernah melarang umatnya untuk melakukan bisnis, bahkan Nabi Muhammad SAW pun telah mencontohkan bisnis sebagai mata pencaharian umatnya. Akan tetapi dalam berbisnis haruslah sesuai dengan ketentuan syariat islam. Karena itu islam memberikan jalan yang

[2] Departemen Agama RI. Al-Qur’an dan Terjemahannya. (Jakarta : Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Quran, 1984) juz 4

terbaik untuk dalam berbisnis dengan mengikuti pesan-pesan nabi SAW, yakni sifat-sifat terpuji Hal ini bertujuan agar bisnis yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar, mendapat kemashlahatan didunia dan diakhirat, serta mendapat ridho dari Allah SWT.

B. Kontribusi atau Peran

1. Pengertian

Kontribusi berasal dari bahasa inggris *contribute, contribution,* yang memiliki arti keikutsertaan, keterlibatan, melibatkan diri maupun sumbangan. Dalam hal ini kontribusi dapat berupa materi atau tindakan. Kontribusi dalam pengertian sebagai tindakan yaitu berupa perilaku yang dilakukan oleh individu yang kemuadian memberikan dampak baik positif maupun negatif terhadap pihak lain. Kontribusi atau peran ialah sesuatu yang diharapkan dimiliki oleh yang memiliki kedudukan dalam masyarakat.[2] [2]

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

[2] *Konsep dan Pengertian Kontribusi,* Sumber:http://Pengertiandefinisi.com/konsep-dan-pengertian-kontribusi/.diakses tgl 4 Desember 2019.pukul 09.20 WIB

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 hidupnya. Hal tersebut berarti peran tersebut menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan masyarakat kepadanya.

Peran sangat penting karena dapat mengatur perikelakuan seseorang, disamping itu peran menyebabkan seseorang dapat meramalkan perbuatan orang lain pada batas-batas tertentu, sehingga seseorang dapat menyesuaikan perilakunya sendiri dengan perilaku orang-orang sekelompoknya.[2] Dengan kontribusi berarti individu tersebut juga berusaha meningkatkan efisiensi dan efektivitas hidupnya. Hal ini dilakukan dengan cara menajamkan posisi perannya. Sesuatu yang kemudian menjadi bidang spesialis, agar lebih tepat sesuai dengan kompetensi. Kontribusi dapat diberikan dalam berbagai bidang yaitu pemikiran, kepemimpinan, profesionalisme, finansial, dan lainnya.

2. Cakupan Peran

Menurut Soerjono Soekanto bahwa peran itu mencakup tiga hal:

a. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini

[2] J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan, (Jakarta: Kencana, 2007), Cet. ke-3, hlm. 158-159.

merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan.

b. Peranan adalah suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.

c. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perikelakuan individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat. [2]

3. Peran Nyata dan Peran yang di Ajukan

Ada beberapa peranan sosial yang menuntut persyaratan. Persyaratan perilaku yang sangat terperinci dan pasti. Sebagai contoh, banyak sekali peranan-peranan jabatan atau pekerjaan yang tidak selalu mengikuti interprestasi individunya karena pekerjaan-pekerjaan itu harus dilakukan dengan cara yang sama oleh siapa saja yang dapat menjabat posisi pekerjaan tersebut. Misalnya saja peranan-peranan untuk para pegawai negeri dan pelajar yang kesemuanya telah ditata dengan baik. Tetapi ada pula beberapa peranan lain yang tidak harus mengikuti ketentuan, tetapi lebih banyak tergantung pada penafsiran individu itu sendiri seperti misalnya peranan teman, istri, orang tua atau orang-orang yang sudah pensiun**.** Dalam melaksanakan suatu peranan tertentu kita harapkan oleh masyarakat agar menggunakan cara-cara yang sesuai dengan yang mereka harapkan keadaan

[2] Soerjono Soekanto, Sosiologi Suatu Pengantar, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), Cet. ke-22, hlm. 269.

semacam ini disebut sebagai prescribed role (peranan yang dianjurkan).

Tetapi adakalanya orang-orang yang diharapkan ini tidak berperilaku menurut cara-cara yang konsisten dengan harapan-harapan orang lain mereka masih bisa dianggap menjalankan peranan yang diberikan oleh masyarakat walaupun tidak konsisten dengan harapan-harapan si pemberi peran. Keadaan seperti ini disebut sebagai enacted role (peran nyata) yaitu keadaan sesungguhnya dari seseorang dalam menjalankan peranan tertentu. Peran nyata ialah pola-pola perilaku yang betul-betul dilaksanakan oleh para individu dalam menjalankan peran mereka.[2] [5]

4. Peran Usaha Kecil Dalam Perekonoian

Tidak dapat dipungkiri bahwa Usaha Kecil dan Menengah memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian suatu negara. Demikian halnya dengan Indonesia, sejak diterpa badai krisis finansial pada tahun 1996 silam, masih banyak usaha kecil menengah yang hingga saat ini masih mampu bertahan. Meskipun mereka sempat goyang oleh dampak yang ditimbulkan, namun dengan semangat dan jiwa yang kuat maka mereka secara perlahan-lahan mampu bangkit dari keterpurukan. Hal inilah yang membedakan

[2] Siti Susana, *Peranan Home[5]Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbau)*, Skripsi, Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2012.

antara usaha-usaha sekelas dengan usaha-usaha sekelas corporat, meskipun penghasilan yang diperoleh lebih besar namun resiko yang bakal dihadapi juga semakin besar.

Ada tiga alasan utama suatu negara harus mendorong usaha kecil yang ada untuk terus berkembang. Alasan pertama adalah karena pada umumnya usaha kecil cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kemudian alasan kedua, seringkali mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Hal ini merupakan bagian dari dinamika usahanya yang terus menyesuaikan perkembangan zaman. Untuk alasan ketiga, usaha kecil ternyata memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dibandingkan dengan perusahaan besar.

Perkembangan suatu usaha dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, baik itu faktor internal maupun eksternal. Untuk factor eksternal sendiri, ada satu permasalahan umum yang biasa dihadapi oleh para pelaku usaha yaitu permodalan. Kesulitan memperoleh modal untuk investasi maupun untuk operasional usaha merupakan masalah klasik yang masih menghantui di Indonesia selama ini. Sebenarnya permasalahan ini bisa diselesaikan dengan catatan bahwa masing-masing pelaku usaha menerapkan konsep manajemen yang

baik dan sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditentukan oleh lembaga keuangan yang ada. [2] [6]

Dalam hal ini peran dan fungsi *home industry* sangat besar dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Adapun peran home industri di antaranya:

a. 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.
b. 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.
c. Industri Kecil relatif tidak memiliki utang dalam jumlah besar.
d. Industri Kecil memberikan sumbangan sebesar 58,30% dari PDB nasional pada tahun 2003, karena masalah yang dihadapi bangsa Indonesia saat ini adalah tingginya tingkat pengangguran.
e. Dapat menumbuhkan usaha di daerah, yang mampu menyerap tenaga kerja.

[2] Tulus Tambunan, Perekonomian Indonesia,(Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), Cet Ke 1. hlm 107

f. Akhir-akhir ini peran Industri Kecil diharapkan sebagai salah satu sumber peningkatan ekspor non migas.

Untuk meningkatkan penjualan, para perajin industri kecil perlu memperhatikan aspek pemasaran. Pemasaran produk secara langsung ataupun lewat perantara sebaiknya dioptimalkan. Kerja sama dengan eksportir swasta, maupun dukungan berbagai lembaga terkait seperti Pemda, Deperindag dan dinas kepariwisataan diharapkan dapat memperkuat jaringan pemasaran dalam negeri dan luar negeri.

Adapun fungsi home industri atau usaha kecil di antaranya:

a. 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.
b. 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.

c. Usaha kecil dipandang sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan berusaha dan pendapatan, karena jumlahnya tersebar diperkotaan maupun pedesaan. [2]

C. UMKM

1. Pengertian UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian

[2] Suryana, Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), Cet. ke-1, hlm. 77

kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

2. Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik`orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
    1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
    2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
b. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.
c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha

yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar.

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar.Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisi ekonomi.Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasiUsaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):[2]

a. *Livelhood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang labih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
b. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

[2] Ade Resalawati, *Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), hlm. 31.

d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

3. Kekuatan dan Kelemahan UMKM

a. Kekuatan

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

1. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia
2. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru
3. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar
4. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya
5. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk

dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

b. Kelemahan

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

1. Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:
   a. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
   b. Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memperioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
   c. Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.
2. Faktor eksternal

   Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dam pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

D. Makanan Ringan

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang menurut Maslow menduduki peringkat pertama dari sederet kebutuhan lain. Setiap individu membutuhkan sejumlah makanan untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Oleh ekonom, makanan dijadikan indikator tingkat kesejahteraan masyarakat. Makanan merupakan bagian budaya yang sangat penting.

Makanan ringan atau dikenal dengan sebutan *snack food* adalah makanan yang dikonsumsi selain atau antara waktu makan utama dalam sehari. Oleh karena itu, makanan ini biasa disebut snack yang berarti sesuatu yang dapat mengobati rasa lapar dan memberikan suplai energi yang cukup untuk tubuh.[2] [9]

Makanan ringan yang dimaksudkan adalah untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu dan dapat memberi sedikit suplai energi ke tubuh atau merupakan sesuatu yang dimakan untuk dinikmati rasanya. Produk yang termasuk dalam kategori makanan ringan menurut Surat Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. HK.00.05.52.4040 Tanggal 9 Oktober 2006 tentang kategori pangan adalah semua makanan ringan yang berbahan dasar kentang, umbi, serealia, tepung atau pati (dari umbi dan kacang) dalam bentuk keripik, kerupuk, jipang. Selain itu pangan olahan yang berbasis ikan (dalam bentuk kerupuk atau keripik) juga masuk kedalam kategori makanan ringan.

---

[2] Hanifa n. dan Luthfeni, *Makanan yang Sehat,* (Bandung, Azka Press, 2006), hlm. 56.

Makanan ringan atau camilan merupakan makanan yang memiliki maksut untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu. saat ini sudah banyak makanan ringan yang sudah beredar di masyarakat yang mempunyai bentuk, rasa, pengemasan, dan tampilan yang berbeda-beda yang dibuat semenarik mungkin untuk menarik perhatian konsumen. Konsumen dapat memilih dua macam tipe makanan yaitu, makanan modern dan makanan tradisional. Makanan tradisional banyak dijumpai di pasar, warung ataupun di pinggiran jalan. Sedangkan makanan modern hanya dapat di temukan di mall, caffe, ataupun tempat makan lainnya. Makanan modern saat ini tidak mementingkan kandungan gizi dan kesehatan yang ada pada produk tersebut, melainkan hanya mementingkan harga yang murah dan rasa yang enak.

Untuk tetap maju dalam persaingan perlu ditingkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen yang akan mengacu kepada loyalitas konsumen. Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik yang memampukan produk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan. Kualitas produk diartikan pada sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Oleh sebab itu, perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik agar dappat memberikan loyalitas kepada konsumen.

Tidak hanya dari kualitas produk yang dapat mempermudah konsumen, tetapi dengan kualitas pelayanan yang handal dapat menarik minat konsumen dalam keputusan pembelian. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Memberikan pelayanan yang unggul merupakan strategi yang baik karena lebih banyak menghasilkan konsumen yang baru. Pada dasarnya kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

E. Kesejahteraan

1. Pengertian kesejahteraan

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia Kesejahteraan berasal dari kata sejahtera yang berarti aman, sentosa, makmur, dan selamat.[3] Dapat diartikan sebagai kata atau ungkapan yang menunjuk kepada keadaan baik dimana orang-orang yang terlibat di dalamnya berada dalam kondisi sehat, damai, makmur dan selamat. Dalam artian yang lebih luas kesejahteraan adalah terbebasnya seseorang dari jeratan kemiskinan, kebodohan dan rasa takut sehingga dia memperoleh kehidupan yang tentram secara lahiriah maupun batiniah.

[3] W. J. S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hlm. 887

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.[3] [1]

Worlk 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.[3] [2]

Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial, "kesejahteraan adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup 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.[3] [3]

---

[3] Mita Noveria, *Pertumbuhan Penduduk dan Kesejahteraan*, (Jakarta: LIPI Pers, 2011),hlm.22 [1]

[3] Adi Fahrudin, *Pengantar Kesejahteraan Sosial* (Bandung: Refika Aditama, 2012), hlm.44 [2]

[3] Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: PT. Refika Pratama. 2015), hlm.86 [3]

Menurut Rambe dalam buku Euis Sunarti, kesejahteraan adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial, material, maupun spiritual yang meliputi rasa keselamatan, kesusilaan dan ketentraman lahir batin yang memungkinkan setiap warga negara untuk mengadakan usaha-usaha pemenuhan kebutuhan jasmani, rohani dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, rumah tangga serta masyarakat.[3]

Sedangkan menurut Bubolz dan Sontag (1993), kesejahteraan merupakan terminologi lain dari kualitas hidup manusia (*quality humen life*), yaitu suatu keadaan ketika terpenuhinya kebutuhan dasar serta terealisasinya niai-nilai hidup.

2. Indikator Kesejahteraan

Tingkat kesejahtraan 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 IPM (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

[3] Euis Sunarti, Indikator *Keluarga Sejahtera Dan Pengembangan, Evaluasi Dan Keberlanjutan*, (Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor, 2005), ISBN 978-602866505-6, hlm. 15

pangan. Dijelaskan dalam penglompokan lima jenis keluarga sejahtera menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1992 sebagai berikut:

a. Keluarga Pra Sejahtera, yaitu keluarga yang belum dapat memenuhi kebutuhan dasarnya secara minimal, seperit 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.
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 keburtuhannya, yaitu kebutuhan dasar, sosial psikologis, pengembangan, serta aktualisasi diri, terutama dalam memberikan sumbangan yang nyata dan berkelanjutan bagi masyarakat.[3] [5]

Kesejahteraan masyarakat menunjukkan ukuran hasil pembangunan masyarakat dalam mencapai kehidupan yang lebih baik yang meliputi:

1. Peningkatan kemampuan dan pemerataan distribusi kebutuhan dasar seperti makanan, perumahan, kesehatan dan perlindungan;
2. Peningkatan tingkat kehidupan, tingkat pendapatan, pendidikan yang lebih baik;
3. Memperluas skala ekonomi dan ketersediaan pilihan sosial dari individu dan negara.

Kesejahteraan masyarakat ialah suatu kondisi dimana terpenuhinya sebuah kebutuhan dasar yang terlihat dari rumah layak huni, terpenuhi sandang dan pangannya dan kondisi tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani.[3] [6]

3. Kesejahteraan dalam perspektif islam

Rahman menjelaskan bahwa ada beberapa prinsip dan nilai dasar sistem ekonomi Islam, diantaranya: kebebasan individu, hak terhadap

---

[3] Zaenal Tanjung, *"Peranan Dinas Sosial dalam meningkatkan kesejahteraan Ekonomi masyarakat Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam"* (Skripsi Untuk Melengkapi Tugas-tugas Guna Memperoleh Gelar Sarjana IAIN Rden Intan Lampung), 2016. hlm. 42

[3] Todaro dan Stephen C. Smith (2006)

harta, ketidaksamaan ekonomi dalam batas yang wajar, kesamaan sosial, jaminan sosial, larangan menumpuk kekayaan, dan kesejahteraan individu dan masyarakat.[3] Pandangan ekonomi Islam tentang kesejahteraan didasarkan atas sangat berbeda dengan konsep kesejahteraan dalam ekonomi konvensional, sebab ia adalah konsep yang holistik. Secara singkat kesejahteraan yang diinginkan oleh ajaran Islam adalah:

a. Kesejahteraan holistik dan seimbang, yaitu mencakup dimensi material maupun spiritual serta mencakup individu maupun social
b. Kesejahteraan di dunia maupun di akhirat, sebab manusia tidak hanya hidup di alam dunia saja tetapi juga di alam akhirat. Jika kondisi ideal ini tidak dapat dicapai maka kesejahteraan di akherat tentu lebih diutamakan.[3]

Istilah yang banyak digunakan untuk menggambarkan suatu keadaan hidup yang sejahtera secara material-spiritual pada kehidupan di dunia dan akhirat dalam bingkai ajaran Islam adalah *Fallah*. Dalam pengertian sederhana, *Fallah* adalah kemuliaan dan kemenangan dalam hidup. Konsep kesejahteraan dalam ekonomi islam tidak hanya diukur berdasarkan nilai ekonomi saja, tetapi juga mencakup nilai moral, spiritual dan nilai sosial.

---

[3] Martini Dwi Pusparini, *Konsep Kesejahteraan dalam Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid Asy-Syari'ah)*, 2015: Islamic Ecomics Journal. Vol 1 No 1, hal 48

[3] *Ibid*, hal 49

Menurut beberapa ahli dalam buku P3EI (2018), indikator kesejahteraan islami adalah terpenuhinya kebutuhan fisik dari rizqi yang halal, hidup sehat secara jasmani dan rohani, keberkahan rezeqi yang diterima, keluarga yang sakinah, mawaddah wa rohmah, rasa cinta kasih sesama, ridha dan qana'ah dengan apa yang diberikan Allah kepadanya serta merasa bahagia. Dengan demikian kesejahteraan islam tidak hanya diukur dari materi saja tetapi juga terpenuhinya kebutuhan spiritual. Sehingga dapat di klasifikasikan indikator kesejahteraan dalam islam diantaranya:

a. *Ad-Dien* (memelihara agama), dapat diukur dari implementasi rukun islam. Selain itu juga dilihat dari tercapainya amalan rukun iman.
b. *An-Nafs* (memelihara jiwa), dapat diukur dari terpenuhinya kebutuhan sandang, pangan, tempat tinggal, kesehatan, serta fasilitas umum lainnya.
c. *Al-Aql* (memelihara akal), dapat dibedakan menjadi tiga tingkatan. Tingkat *dharuriyah* misalnya adalah diharamkannya minum minuman keras. Pada tingkatan *hajjiyah* seperti dianjurkan menuntut ilmu pengetahuan. Sedangkan pada tingkatan *tahsiniyyah* yaitu menghindarkan diri dari menengarkan sesuatu yang tak bermanfaat.

d. *An-Nasl* (memelihara keturunan), setiapa anak yang di percayakan Allah swt kepada umatnya yang telah menikah merupakan salah satu bentuk rezeki serta karunia-Nya.

e. *Al-Maal* (memelihara harta), hal ini meliputi mencari pendapatan yang layak dan adil, memiliki kesempatan berusaha, rejeki yang halal dan Ziaudin*thoyib*, serta persaingan yang adil.[3]

F. Home Industri

a. Definisi Home Industri

Home industri adalah suatu unit usaha atau perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Home berarti rumah, tempat tinggal ataupun kampung halaman. Sedang industri, dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan. Singkatnya, *home industry* (atau biasanya ditulis/dieja dengan "Home Industri") adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah.[4]

[3] Ziauddin Sardar dan M. Nafik H. R. *Kesejahteraan dalam Perspektif Islam pada Karyawan Bank Syariah,* 2016: Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol 3 No. 5, hal 395-396

[4] Gita Rosalita Armelia dan Anita Damayantie, Jurnal Sociologie Vol 1, *Peran PTPN VII dalam Pemberdayaan Home Industri Keripik Pisang.* hlm.339.

b. Jenis-jenis Home Industri

Ada beberapa bentuk dan jenis home industri yang dikenal oleh masyarakat, seperti:[4] [1]

1. Home industri bidang kosmetik (alat-alat kecantikan) contoh : *face lotion* (lotion muka), *skin tonic lotion, cleansing cream*, bedak powder, minyak rambut kental, minyak rambut *hair cream*, dll
2. Home industri bidang kebutuhan sehari-hari, contoh : sabun mandi, sabun cuci batangan, sabun cuci deterjen, pasta gigi, dll.
3. Home industri bidang obat-obatan ringan, contohnya seperti : minyak angin, obat gosok, obat kutu busuk, obat nyamuk, dll.
4. Home industri bidang makanan, contoh : keripik ubi, keripik pisang, emping, dll.
5. Home industri bidang minuman, contoh : soda, jus buah, minuman isntan, dll.

c. Manfaat Home Industri

Beberapa manfaat dan keutamaan nyata yang dapat diperoleh dari pertumbuhan industri rumah tangga atau home industri secara khusus untuk tingkat kesejahteraan masyarakat adalaha sebagai berikut:[4] [2]

1. Pembukaan lapangan kerja baru

---

[4] Abrianto, "*Pertanggung Jawaban terhadap Produk Industri Rumah Tangga (Home Industri) Tanpa Izin Dinas Kesehatan"* hlm.38.

[4] Gita Rosalita Armelia dan Anita Damayantie, Jurnal Sociologie Vol 1, *Peran PTPN VII dalam Pemberdayaan Home Industri Keripik Pisang.* 39-40

2. Pembentuk dan pemguat jaringan sosial budaya dan ekonomi lokal
3. Pendorong percepatan siklus finansial
4. Memperpendek kesenjangan sosial masyarakat
5. Mengurangi tingkat kriminalitas
6. Alat penganekaragaman sumber daya alam dan manusia.

Home industri dianggap sebagai kegiatan ekonomi yang tepat dalam pembangunan di negara yang sedang berkembang, karena:

1. Home industri mendorong munculnya kewirausahaan domestik sekaligus menghemat sumber daya negara.
2. Home industri dapat didirikan, dioperasikan dan memberi hasil dengan cepat.
3. Pengembangan home industri dapat mendorong proses desentralisasi inter regional dan intra regional, karena usaha kecil home industri dapat berlokasi di kota-kota kecil dan pedesaan.

d. Ciri-ciri Home Industri

Home industri menurut beberapa ahli sama dengan sektor informal. Ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan formal yang rendah
2. Modal usaha kecil
3. Miskin
4. Upah rendah

5. Kegiatan dalam skala kecil

e. Kelemahan Home Industri

Berbagai kendala yang menyebabkan kelemahan bagi pengelola suatu industri kecil diantaranya menyangkut faktor internal dari home industri itu sendiri serta beberapa faktor eksternal, seperti diantaranya:[4] [3]

1. Tidak memiliki perencanaan sistem rencana jangka panjang, sistem akuntansi yang memadai, anggaran kebutuhan, modal, struktur organisasi dan pendelegasian wewenang. Serta alat-alat manajerial lainnya (perencanaan, pelaksanaan serta pengendalian usaha) yang umumnya diperlukan oleh suatu perusahaan bisnis.
2. Kekurangan informasi bisnis, hanya mengasu pada intuisi dan ambisi pengelola, lemah dalam promosi.
3. Terlalu banyak biaya-biaya yang di luar pengendalian serta utang yang tidak bermanfaat, juga tidak dipatuhinya ketentuan-ketentuan pembukuan standar
4. Kesulitan modal kerja atau tidak mengetahui secara tepat beberapa kebutuhan modal kerja, sebagai akibat tidak adanya perencanaan kas.
5. Resiko dan utang-utang kepada pihak ke tiga ditanggung oleh kekayaan pribadi pemilik.

[4] M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2000), hlm.29.

f. Industri Dalam Islam

Islam, menurut para ulama, menawarkan sebuah semangat dan sikap mental agar setiap Muslim selalu berpandangan bahwa kehidupan hari esok harus lebih baik daripada hari ini dengan melalui aktivitas berkarya. Sebagaimana firman Allah dalam At- Taubah [9]: 105 (Dan katakanlah: *"Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasulnya serta orangorang beriman akan melihat pekerjaan itu, dan kamu akan dikembalikan kepada Allah yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang -telah kamu kerjakan), dan bahkan mendorong umat Islam untuk menjadi Subjek Perubahan*[4] . [4]

Islam selalu menyuruh umatnya untuk bekerja, apapun bentuk pekerjaan itu. Karena rahmat Allah akan diberikan kepada umat-Nya yang rajin bekerja. Hamba yang hidup sejahtera bahkan mampu membagi kesejahteraannya dengan orang lain, sangat terpuji dalam Islam. Islam juga mengecam umatnya yang malas bekerja. Bahkan seorang muslim yang miskin sangat dekat dengan kekufuran.

Usaha industry adalah salah satu bentuk pekerjaan yang sangat dihormati dalam Islam. Namun dalam berindustri, seorang muslim harus menepati aturan-aturan Islam, agar tidak menyimpang dari tujuan Islam. Lima prinsip seorang muslim dalam aktifitas ekonominya, yaitu:

[4] Sayyid Quthb , Tafsir Fi Zhilalil Qur'an di bawah naungan Al-Qur'an jilid 6, (Jakarta : Gema Insani Press, 2003), hlm. 25

tauhid uluhiyyah, tauhid rububiyah, istikhlaf, tazkiyatu l nafs dan al-falah[4] .

G. Produksi Dalam Pandangan Islam

a. Definisi Produsi

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan suatu produk, baik barang atau jasa yang kemudian dimanfa'atkan oleh konsumen. Secara teknis produksi adalah proses mentransformasi input menjadi output, tetapi definisi produksi dalam pandangan ilmu ekonomi jauh lebih luas. Beberapa ahli ekonomi Islam memberikan definisi yang berbeda mengenai pengertian produksi, meskipun substansinya sama. Berikut ini beberapa pengertian produksi menurut ekonom Muslim kontemporer[4] .

1. *Kahf* mendefinisikan kegiatan produksi dalam perspektif Islam sebagai

   usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya, tetapi juga moralitas, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana digariskan dalam agama Islam, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat.

2. *UI Haq* menyatakan bahwa tujuan dari produksi adalah memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang merupakan fardlu kifayah, yaitu kebutuhan yang dibagi banyak orang pemenuhannya bersifat wajib

---

[4] Imam Kamaluddin , *Perindustrian Dalam Pandangan Islam* , Jurnal , Volume 7 Nomor 2, Sya'ban 434/2013

[4] Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau,2007), hlm. 64

3. *Siddiqi* mendefinisikan kegiatan produksi sebagai penyediaan barang dan jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan kebajikan/kemanfa'atan (mashlahah) bagi masyarakat.

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepentingan manusia, yang sejalan dengan moral Islam, harus menjadi fokus atau target dari kegiatan produksi. Produksi adalah proses mencari, mengolakasikan dan mengolah sumber daya menjadi output dalam rangka meningkatkan mashlahah bagi manusia. Oleh karena itu, produksi juga mencakup aspek tujuan kegiatan menghasilkan output serta karakter-karakter yang melekat pada proses dan hasilnya[4] .

b. Prinsip-prinsip Produksi

Produksi adalah sebuah proses yang terlahir di muka bumi ini semenjak manusia menghuni planet ini. Produksi sangat prinsip bagi kelangsungan hidup dan juga peradaban manusia dan bumi. Sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dari menyatunya manusia dengan alam[4] .

Menurut Djaslim Saladin prinsip-prinsip produksi dalam Islam adalah[4] :

1. Prinsip kesejahteraan ekonomi. konsep kesejahteraan ekonomi Islam adalah pertambahan pendapatan yang diakibatkan oleh

[4] Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UIN Yogyakarta, Ekonomi Islam, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 230-231.

[4] Afzalur Rahman, Doktrin Ekonomi Islam, (Jakarta: PT Dana Bakti Wakaf, 1995), hlm. 230-231.

[4] Djaslim Saladin, Konsep Dasar Ekonomi dan Lembaga Keuangan Islam, (Bandung: Linda Karya, 2000), hlm. 26

meningkatnya produksi dari harga barang-barang yang berfaedah, melalaui pemanfa'atan sumber daya optimal. Baik manusia maupun benda, demikian pula keikutsertaan orang dalam proses produksi secara maksimum.

2. Prinsip kedua adalah prinsip etika dan moral, dengan berpegang kepada semua yang dihalalkan Allah dan tidak melewati batas. Dalam ekonomi konvensional istilah halal dan haram tidak ada, yang menjadi prioritas prinsip kerja mereka adalah berupaya mendapatkan keuntungan sebesar besarnya dengan pengorbanan sekecil-kecilnya. Mereka tidak memperhatikan apakah yang diproduksi itu berakibat baik atau buruk, etis atau tidak etis. Islam melarang produk yang merusak akidah, tidak beretika dan tidak bermoral.

c. Tujuan Produksi

Tujuan kegiatan produksi adalah menyediakan barang dan jasa yang memberikan mashlahah maksimum bagi konsumen. Secara lebih spesifik, tujuan kegiatan produksi adalah meningkatkan kemashlahatan yang bias diwujudkan dalam berbagai bentuk di antaranya:

1. Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkat moderat. Hal ini akan menimbulkan dua implikasi yaitu, pertama, produsen hanya menghasilkan barang dan jasa yang menjdi kebutuhan meskipun belum tentu merupakan keinginan konsumen. Barang dan jasa yang dihasilkan harus memiliki manfa'at riil bagi kehidupan yang

Islami, bukan sekedar memberikan kepuasan maksimum bagi konsumen. Kedua, kuantitas produksi tiadak akan berlebihan, tetapi hanya sebatas kebutuhan yang wajar[5] .

2. Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya. Meskipun produsen hanya menyediakan sarana kebutuhan manusia, namun hal ini bukan berarti produsen bersifat pasif dan reaktif terhadap kebutuhan manusia, yang mau memproduksi hanya berdasarkan permintaan konsumen. Produsen harus mampu menjadi sosok yang kreatif, proaktif dan inovatif dalam menemukan barang dan jasa apa yang menjadi kebutuhan manusia dan kemudian memenuhi kebutuhan tersebut.
3. Menyiapkan persediaan barang/jasa di masa depan. Sifat proaktif juga harus berorientasi ke depan dalam artian: pertama, harus mampu mengahsilakan barang dan jasa yang bermanfa‘at bagi kehidupan di masa mendatang. Kedua, menyadari bahwa sumber daya ekonomi tidak hanya diperuntukkan bagi manusia yang hidup di masa sekarang, tapi juga untuk generasi mendatang.
4. Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah. Sebenarnya ini merupakan tujuan produksi yang paling orisinal dari ajaran Islam. Tujuan ini akan membawa implikasi yang sangat luas, sebab produksi tidak akan selalu mengahsilak keuntungan material, namun produksi tetap harus berlangsung, sebab ia akan

[5] Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UIN Yogyakarta, Ekonomi Islam, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 233.

memberikan keuntunganyang lebih besar berupa pahala di akhirat nanti[5] [1]

H. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan telah banyak dilakukan dan dipublikasikan dalam bentuk jurnal ataupun skripsi, adalah:

1. Peneliti Penelitian yang dilakukan oleh Chairil M. Noor dan Gartika Rahmasari (2018), dalam penelitian yang berjudul, *"Esensi Perencaaan Bisnis yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)".* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seedemikian penting keberadaan UMKM dalam membangun kehidupan ekonomi masyarakat sehingga perlu penanganan yang baik dilihat dari aspek perumusan perencanaan usaha yang memadai bagi UMKM. Dari hasil penelitian ini menjelaskan bahwa sudah saatnya UMKM dikelola secara profesional termasuk dalam penyusunan perencanaan bisnisnya. Rencana bisnis menggambarkan rencana pengembangan dan kegiatan usaha UMKM dalam jangka waktu tertentu, serta strategi untuk merealisasikan rencana tersebut sesuai target dan waktu yang ditetapkan, yang mencakup rencana dalam jangka pendek, jangka menengah, dan rencana strategi pengembangan

[5] M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia… hlm. 153-154.

jangka panjang.[5] Persamaan penelitian[2] dari Chairil M. Noor dan Gartika Rahmasari dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama mengangkat meneneliti mengenai UMKM, sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang mana untuk mengetahui kontribusi UMKM makaran ringan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2. Peneliti Penelitian yang dilakukan oleh Syaakir Sofyan (2017), dalam penelitian yang berjudul, *"Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah)* Dalam Perekonomian Indonesia". Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran UMKM dalam perekonomian. Dari hasil penelitian tersebut di dapat bahwa UMKM merupakan salah satu usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM mampu mengatasi beberapa permasalahan ekonomi negara dengan menghasilkan barang/jasa yang dihasilkan yang diperuntukkan kepada masyarakat, mengatasi masalah pengangguran, dan mampu menciptakan lapangan kerja. Posisi UMKM yang sangat strategis perlu diperkuat dengan dukungan pemerintah dan perbankkan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM.[5] Persamaan[3] penelitian dari Chairil M. Noor dan Gartika Rahmasari dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama mengangkat meneneliti mengenai peran UMKM. Perbedaan antara penelitian yang

[5] Chairil M. Noor dan Gartika Rahmasari, Esensi Perencanaan Bisnis yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *Jurnal ABDIMAS BSI*, Vol. 1 No. 3 Agustus 2018

[5] Syaakir Sofyan, Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia, *Bilancia*, Volume 11, Nomor 1, Januari-Juni 2017

dilakukan oleh Syaakir Sofyan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang mana pada penelitian Syaakir meneliti tentang peran UMKM dalam perekonomian Indonesia sedangkan pada penelitian ini untuk mengetahui kontribusi UMKM makaran ringan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3. Peneliti mengamati penelitian yang dilakukan oleh Ananda dengan penelitiannya yang berjudul:

   "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang)".

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dalam mempertahankan modal dan menambah permodalan yang dilakukan oleh pemilik home industri sudah baik, dengan melakukan pencatatan yang teliti dan selalu dihitung barang masuk barang keluarnya. Dalam mempertahankan dan meningkatkan eksistensi tenaga kerja sudah benar. Hanya saja dari segi pemasaran belum baik karena masih bergantung kepada pengampas.[5]

   Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ananda, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan saya lakukan. Persamaannya ialah terdapat pada subjek yaitu tentang industry. Sedangkan perbedaannya ialah terdapat pada teknis analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan Analisis Data Kualitatif oleh model Interaktif Milles & Huberman (1992). Dimana analisis, yang dilakukan adalah pengumpulan data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi

[5] Riski Ananda, Peran Home[4] Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang), Jpm Fisip Vol. 3 No. 2 – Oktober 2016.

secara bersamaan yaitu, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan (verifikasi). Persamaannya yang lain adalah sama-sama meneliti tentang peran/kontribusi *home industry*. Perbedaannya pada penelitian ini berfokus pada peningkatan ekonomi keluarga seangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada peningkayan kesejahteraan masyarakat.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Maliani dengan judul :

   "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Oleh Suku Dinas Koperasi, UMKM dan Perdagangan Kota Administrasi Jakarta Barat."[5] hasil penelitian ini yaitu dalam upaya pemberdayaan KUMKM melaksanakan program pelatihan melalui diklat dalam upaya perlindungan kepada UMKM agar dapat bersaing dan berkembang dengan pemberian modal, membina koperasi yang unggul dan membantu produsen pada perdagangan lokal dan regional yaitu melalui program bazar dan studi banding hingga ke luar kota. Namun dalam melakukan program pengembangan usaha tidak bisa berjalan secara maksimal karena terhambat oleh pasifnya keikutsertaan produsen tempe dan tahu, tidak terjalinnya kerjasama yang baik antara agen pemberdayaan dan masyarakat, PRIMKOPTI sebagai wadah produsen tempe dan tahu hanya menjalankan usaha dagang dan pembangunan fisik namun tidak merangkul produsen tempe dan tahu untuk ikut serta dalam pelaksanaan program pengembangan UMKM.

---

[5] *Fitri Maliani Nugraha, "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Oleh Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Kota Administrasi Jakarta Barat".*

5. Peneliti Peneliti mengamati penelitian yang dilakukan oleh Ananda[5] ,pada tahun 2016 yang berjudul "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang)". Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dalam mempertahankan modal dan menambah permodalan yang dilakukan oleh pemilik home industri sudah baik, dengan melakukan pencatatan yang teliti dan selalu dihitung barang masuk barang keluarnya. Dalam mempertahankan dan meningkatkan eksistensi tenaga kerja sudah benar. Hanya saja dari segi pemasaran belum baik karena masih bergantung kepada pengampas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ananda, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan saya lakukan. Persamaannya ialah terdapat pada subjek yaitu tentang industry. Sedangkan perbedaannya ialah terdapat pada teknis analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan Analisis Data Kualitatif oleh model Interaktif Milles & Huberman (1992). Dimana analisis, yang dilakukan adalah pengumpulan data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan (verivikasi).
6. Peneliti mengamati penelitian yang dilakukan oleh Susana dengan penelitiannya yang berjudul "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut di Desa Mengkirau

[5] Riski Ananda, "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang)", dalam *Jurnal* Jpm Fisip Vol. 3 No. 2 – Oktober 2016.

Kecamatan Merbau" penelitian yang dilakukan peneliti bersifat lapangan. Adapun hasil dari penelitian di lapangan maka dapat diambil kesimpulan bahwa Proses produksi yang dilakukan oleh pengusaha home industri di desa Mengkirau dalam melakukan pengolahan masih sangat sederhana atau masih menggunakan sistem manual, dari segi permodalan masih minim sehingga sulit bagi mereka untuk mengembangkan usahanya, sementara dari pengadaan bahan baku juga masih terbatas. Di samping itu jangkauan pemasaran masih sempit, sehingga sulit untuk memasarkan produk yang mereka hasilkan. Adapun peran home industri ini adalah membantu perekonomian keluarga, mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan tinjauan ekonomi Islam bahwa usaha yang dilakukan oleh pengusaha home industri di desa Mengkirau dilakukan dengan baik dan sejalan dengan syariat Islam, baik pada bahan baku, modal, proses produksi dan pemasaran, hanya saja masih sederhana dalam berbagai hal sehingga belum maksimal dalam meningkatkan kesejahteraan[5] [7]

[5] Siti Susana, *Peranan Home*[7]*Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbau),* Skripsi, Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2012.

I. Kerangka Konseptual

Sumber : Penulis 2020

Dari kerangka konseptual diatas, maka dapat dijelaskan bahwa kontribusi UMKM Makanan akan berpengaruh terhadap meningkatnya kesejahteraan masyarakat melalui UD Bintang Kacang. Kontribusi adalah sesuatu yang dilakukan untuk membantu menghasilkan atau mencapai sesuatu bersama-sama dengan orang lain atau untuk membantu membuat sesuatu yang sukses. Sedangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM merupakan usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Kontribusi UMKM Makanan Ringan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pada Home Industri Bintang Kacang Kecamatan Gandusari.