

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

1. Manajemen Strategi

a. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah sebagai seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya.¹ Seperti tersirat dalam definisi, manajemen strategis berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan, atau akuntansi, produk, penelitian, pengembangan, dan sistem informasi komputer untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan menurut wheelen and hunger manajemen strategi adalah sekumpulan keputusan manajerial dan aksi pengambilan keputusan jangka panjang didalam perusahaan.² Hal ini termasuk analisis lingkungan (lingkungan eksternal dan internal), formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi dan kontrol.

b. Proses Manajemen Strategi

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

¹ Fred R. David, *Manajemen Strategis Edisi 10*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 6

² Thomas L Wheelen dan J. David Hunger, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Andi, 2012), hal. 53

peraturan- peraturan, solusi- solusi memperbaiki keputusan manajerial untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien, dan memberikan aturan penetapan harga serta kekuatan yang menginginkan perusahaan mencapai tujuan pertumbuhannya.³ Proses manajemen strategic bersifat dinamis dan merupakan sekumpulan komitmen, keputusan, dan aksi yang diperlukan suatu perusahaan atau organisasi untuk mencapai *strategic competitiveness* dan menghasilkan keuntungan diatas rata- rata. Dari tahapan proses manajemen strategic tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen strategic merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan implementasi rencana yang didesain untuk mencapai tujuan suatu perusahaan.

1. Analisis lingkungan

Analisis lingkungan ini meliputi dari kegiatan memonitor, evaluasi, dan mengumpulkan informasi dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Analisis lingkungan ini meliputi dari kegiatan memonitor, evaluasi, dan mengumpulkan informasi dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Tujuannya yaitu untuk mengidentifikasi faktor strategis, elemen eksternal dan internal akan memutuskan strategi dimasa yang akan datang bagi perusahaan. Untuk melakukan analisis lingkungan ini memerlukan suatu alat analisis yang dinamakan analisis SWOT.

³ Usep Sudrajat dan Suwaji, *Buku Ajar Ekonomi Manajerial*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 4

SWOT merupakan akronim yang digunakan untuk mendeskripsikan *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman) yang merupakan faktor strategis bagi perusahaan spesifik.

a) Analisis lingkungan internal

Menurut Lestari analisis lingkungan internal adalah proses mengidentifikasi dan mengevaluasi karakteristik perusahaan seperti sumber- sumber, kapabilitas, dan kompetensi inti.⁴ Melalui analisis lingkungan internal akan diketahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengetahui kinerja masa lalu dan dapat memproyeksi kondisi masa depan. Manajemen harus mampu mengelola faktor internalnya dan beradaptasi dengan faktor eksternalnya. Adapun tahapan proses analisis internal menurut Nilasari antara lain:⁵ (1) Melakukan identifikasi faktor- faktor internal yang strategis, (2) melakukan perbandingan informasi masa lalu dengan standar perusahaan, (3) profil perusahaan selanjutnya akan menjadi input dalam perumusan strategi.

b) Analisis lingkungan eksternal

Menurut lestari analisis lingkungan eksternal merupakan proses mengidentifikasi dan mengevaluasi informasi-

⁴ Endah Prapti Lestari, *Pemasaran Strategik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hal. 45

⁵ Senja Nilasari, *Manajemen Strategi*, (Jakarta Timur: Dunia Cerdas, 2014), hal. 70

informasi dari luar perusahaan, sehingga dapat mengetahui peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang dihadapi perusahaan. Ada 4 komponen lingkungan eksternal, yaitu *scanning*, *monitoring*, *forecasting*, dan *assessing*. Kemudian masih menurut lestari lingkungan eksternal dibagi 3 (tiga) macam, yaitu lingkungan umum atau makro, lingkungan industri dan lingkungan pesaing. Menurut David kekuatan eksternal (*exsternal forces*) dapat dibagi menjadi lima kategori besar : kekuatan ekonomi, kekuatan sosial, budaya, demografi dan lingkungan, kekuatan politik, hukum, pemerintah, kekuatan teknologi dan persaingan atau kompetitif. Perubahan dalam kekuatan eksternal mengakibatkan perubahan dalam permintaan konsumen untuk barang industri dan konsumsi serta jasa. Kekuatan eksternal mempengaruhi tiga tipe produk yang dikembangkan, karakteristik dari strategi segmentasi pasar dan *positioning*, tipe jasa yang ditawarkan, dan pilihan bisnis yang ingin diakuisisi atau dijual. Kekuatan eksternal secara langsung mempengaruhi pemasok serta distributor.

2. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan secara berbeda atau lebih baik dari kompetitor untuk memberi nilai tambah

kepada pelanggan sehingga mampu mencapai sasaran jangka panjang menengah atau jangka panjang perusahaan. Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti menurut siasat atau rencana dan strategi yang berarti ilmu siasat. Menurut istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus⁶. Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.⁷ Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah cara yang tertata dan terarah atau siasat yang disusun untuk melakukan sesuatu yang akan mempengaruhi kehidupan individu atau kelompok dalam jangka panjang. Dalam kegiatan pemberdayaannya, home industri juga mempunyai beberapa strategi yang digunakan untuk menunjang keberhasilan program tersebut. Baik strategi dalam bentuk unit usahanya dan tata cara pemberdayaannya melalui suatu unit usaha yang mana disesuaikan dengan usaha yang ada di masyarakat.

⁶Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed. 3 cet. 3, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 423.

⁷Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hal. 14.

b. Jenis – Jenis Strategi

Menurut jenisnya bisnis perusahaan biasanya mempertimbangkan tiga tipe strategi yaitu strategi korporat, strategi bisnis, dan strategi fungsional⁸. Sedangkan jenis- jenis strategi menurut David sebagai berikut :

1) Strategi integrasi

- a. Integrasi ke Depan (*forward integration*). Integrasi ke depan adalah upaya memiliki atau meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer.
- b. Integrasi ke Belakang (*backward integration*). Integrasi ke belakang adalah strategi untuk mencoba memiliki atau meningkatkan kontrol terhadap perusahaan pemasok.
- c. Integrasi Horizontal (*horizontal integration*). Strategi pertumbuhan integrasi horizontal dilakukan melalui akuisisi perusahaan pesaing yang memiliki line of business yang sama.

2) Strategi Intensif

- a. Penetrasi Pasar (*Market Penetration*). Strategi penetrasi pasar berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk dan jasa yang sudah ada di pasar melalui usaha pemasaran yang gencar.

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

- b. Pengembangan Pasar (*Market Development*). Pengembangan pasar terdiri dari upaya memperkenalkan produk atau jasa yang ada ke wilayah geografis baru.
 - c. Pengembangan Produk (*Product Development*). Pengembangan produk adalah strategi yang berupaya meningkatkan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk/ jasa yang sudah ada. Pengembangan produk biasanya memerlukan biaya yang besar untuk penelitian dan pengembangan
- 3) Strategi Diversifikasi
- a. Diversifikasi konsentris
 - b. Diversifikasi horizontal
 - c. Diversifikasi konglomerat
- 4) Strategi Defensif
- a. Rasionalisasi biaya (*Retrenchment*)
 - b. Divestasi (*Divestiture*)
 - c. Likuidasi (*liquidation*)

3. Manajemen

a. Manajemen Secara Umum

Konsep manajemen pada dasarnya suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Manajemen suatu kegiatan pelaksanaannya atau

“managing” pengelolaannya sedang pelaksanaannya disebut manager atau pengelola. Dimana seorang yang menjadi manajer mengambil alih kewajibannya baru, yang seluruhnya bersifat “managerial”. Yang penting diantaranya adalah meniadakan kecenderungan untuk melaksanakan sendiri semua urusan.⁹ Tugas- tugas operasional dicapai melalui usaha kerja para bawahan sang manajer. Manajemen mempunyai tujuan tertentu dan tidak dapat diraba. Ia berusaha untuk mencapai hasil- hasil tertentu, yang hal- hal yang nyata. Usaha- usaha kelompok itu memberi sumbangannya kepada pencapaian- pencapaian khusus itu. Mungkin manajemen dapat digambarkan sebagai tidak nyata, karena ia tidak dapat dilihat tetapi hanya terbukti oleh hasil- hasil yang ditimbulkan “output” atau hasil kerja yang memadai, kepuasan manusiawi dan hasil- hasil produksi serta jasa yang lebih baik. Menurut James A. F Stoner mengemukakan bahwa manajemen dinilai sebagai perencanaan, pengorganisasian, dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Manajemen sebagai seni pencapaian tujuan yang dilakukan melalui usaha orang lain. Pada dasarnya seni melaksanakan pekerjaan melalui orang- orang (*the art of getting things done through people*). Dalam hal ini manajemen dalam arti luas berupa perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan (P3) sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan

⁹ George R Terry Leslie W Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Bumi aksara, 2014), hal. 1

efisien. Jadi, manajemen tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu proses berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang merupakan suatu seni yang bertujuan untuk melakukan suatu usaha supaya dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Fungsi Manajemen

Menurut G. R Terry ada 4 fungsi utama manajemen, yang dikenal sebagai POAC, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pergerakan atau pengarahan), dan *controlling* (pengendalian). Keempat fungsi dasar itu dianggap sangat fundamental dalam setiap manajemen atau yang dikenal sebagai POAC. Cakupan fungsi dasar yang diajukannya sangat luas sifatnya, sehingga dapat memberikan secara lengkap tentang konsep-konsep manajemen yang disampaikan oleh para ahli lainnya, misalnya konsep *coordinating* dari Fayol telah dianggap sudah ada dari konsep keempat Terry tersebut. Adapun penjelasan dari 4 fungsi tersebut adalah :

1). *Planning* (perencanaan)

Louis A. Allen menyebutkan perencanaan terdiri atas aktivasi yang dioperasikan oleh seorang manajer untuk berfikir ke depan dan mengambil keputusan saat ini, yang mungkin untuk mendahului serta menghadapi tantangan pada waktu yang akan datang. Proses perencanaan suatu proses kegiatan, sedangkan

rencana merupakan hasil perencanaan. Perencanaan merupakan kegiatan yang berkaitan dengan usaha merumuskan program yang di dalamnya menuat segala sesuatu yang akan dilaksanakan, penentuan tujuan, kebijakan, arah, yang akan ditempuh, prosedur dan metode yang akan diikuti dalam usaha pencapaian tujuan. Suatu perencanaan memiliki aktivitas integrative yang berusaha memaksimalkan efektivitas dari suatu organisasi sebagai suatu sistem, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan definisi tersebut, perencanaan minimum memiliki 3 karakteristik :

- a. Perencanaan tersebut harus menyangkut masa yang akan datang
- b. Terdapat suatu elemen identifikasi pribadi atau organisasi, yaitu serangkaian tindakan dimasa yang akan datang dan akan diambil oleh perencanaan.
- c. Masa yang akan datang, tindakan dari identifikasi pribadi, serta organisasi merupakan unsur yang amat penting dalam setiap perencanaan. Setiap orang memiliki rencana, tetapi kadang- kadang mengalami kesulitan untuk membuat rencana yang sempurna yang memudahkan orang-orang melaksanakannya.

2). Organizing (pengorganisasian)

Organisasi diartikan menggambarkan pola-pola, skema,

bagian yang menunjukkan garis-garis perintah, kedudukan karyawan, hubungan-hubungan yang ada, dan lain sebagainya. Pengorganisasian mempersatukan sumber-sumberdaya pokok dengan cara yang teratur dan mengatur orang-orang dalam pola yang demikian rupa, hingga mereka dapat melaksanakan aktivitas-aktivitas guna mencapai tujuan-tujuan yang ditetapkan. Selanjutnya menurut Gibson mengemukakan bahwa terdapat empat ciri utama dari individu yang mempengaruhi efektivitas organisasi. Ciri yang dimaksud adalah persepsi, sikap, kepribadian, dan pembelajaran. Setiap faktor tersebut mempengaruhi pola perilaku manajer dan bawahan dalam organisasi. Manajer maupun bawahan dan memahami individu dan objek, membentuk sikap terhadap individu lain atau organisasi, memiliki struktur kepribadian, dan belajar sambil bekerja. Organisasi dapat didefinisikan sebagai kelompok orang yang saling berinteraksi dan bekerja sama untuk merealisasikan tujuan bersama. Suatu organisasi minimum mengandung tiga elemen yang saling berhubungan. Ketiga elemen organisasi tersebut adalah 1. Sekelompok orang, 2. Interaksi dan kerja sama, 3. Tujuan bersama salah satu ciri utama dari suatu organisasi adalah adanya sekelompok orang yang menggabungkan diri dengan suatu ikatan norma, peraturan, ketentuan, dan kebijakan yang telah dirumuskan dan masing-

masing pihak siap untuk menjalankannya dengan penuh tanggung jawab.

3). Actuating (penggerakkan atau pengarahan)

Menurut George RT pengarahan atau Actuating dapat mengintegrasikan usaha- usaha anggota suatu kelompok sedemikian, sehingga dengan selesainya tugas-tugas yang diserahkan kepada mereka, mereka memenuhi tujuan- tujuan individual dan kelompok. Semua usaha kelompok memerlukan pengarahan, kalau itu akan berhasil dalam mencapai tujuan- tujuan kelompok. Fungsi pengarahan dalam fungsi manajemen yang terpenting dan paling dominan dalam proses manajemen. Fungsi ini baru dapat diterapkan setelah rencana, organisasi, dan karyawan ada. Jika fungsi ini diterapkan maka proses manajemen dalam marelaisasi tujuan dimulai. Penerapan fungsi ini sangat sulit, rumit, dan kompleks, karena karyawan tidak dikuasai secara sepenuhnya. Hal ini disebabkan karyawan adalah makhluk hidup yang punya pikiran, perasaan, harga diri, cita-cita, dan lain lainnya. Menggerakkan berhubungan erat dengan sumberdaya manusia yang pada akhirnya merupakan pusat sekitar apa aktivitas- aktivitas manajemen berputar. Nilai- nilai, sikap, harapan, kebutuhan, ambisi, harapan, pemuasan, seseorang dan interaksinya dengan orang lain dan dengan lingkungan fisik kesemuanya bertautan dengan proses menggerakkan.

4). Controlling (pengendalian dan pengawasan)

Sedangkan menurut Anton Athoni pengendalian yakni meneliti dan mengawasi agar semua dilakukan dengan baik dan sesuai dengan peraturan yang ada atau sesuai dengan peraturan yang ada atau sesuai dengan deskripsi kerja masing-masing personal. Pengendalian dapat dilakukan secara vertikal maupun horizontal, yaitu atas dapat melakukan upaya kritik kepada bawahannya, demikian pula bawahan dapat melakukan upaya kritik karena atasannya. Sering kali kontrol ini dipraktekkan secara salah, karena kurang mengerti apa maksudnya. Controlling artinya membimbing pekerjaan agar mengikuti arah yang diharapkan. Demikian pula control bukan berate mencari-cari kesalahan orang lain, akan tetapi control bertujuan mengembalikan segala sesuatu kejalan yang benar, seandainya terlihat ada penyimpangan. Pengawasan yang lebih baik adalah pengawasan dalam arti pembinaan dan pemberdayaan, sehingga dengan menjalankan fungsi pengawasan, seluruh personalia organisasi memiliki rasa pengabdian, komitmen, dan loyalitas yang tinggal pada pekerjaan dan organisasi tepatnya bekerja. Proses pengawasan biasanya terdiri paling sedikit lima tahap (langkah). Tahap-tahap pengawasan ini terdiri dari; penetapan standar pelaksana penentuan pengukuran kegiatan, pengukuran pelaksana kegiatan nyata, perbandingan pelaksana kegiatan

dengan standard an penganalisaan penyimpangan-penyimpangan, dan yang terakhir pengembalian tindakan koreksi bila perlu.

c. Peran Manajemen

Istilah peran manajemen menunjuk pada pola tingkah laku manajerial. Menurut Nicholas M. Butter orang dapat dikelompokkan kedalam 3 golongan yaitu: orang yang membuat sesuatu terjadi, orang yang melihat sesuatu terjadi, dan orang yang tidak tau apa yang akan terjadi. Manajer dibayar untuk membuat sesuatu terjadi dan mereka merupakan orang-orang yang melakukan orang-orang yang melakukan sesuatu dengan bantuan orang lain, suatu pekerjaan tidak dapat dibebankan pada dirinya saja. Sekarang, ketrampilan baru diperlukan yaitu ketrampilan seorang manajer. Manajer harus dapat mengorganisasi dengan memberi tugas, dan kemudian mengkoordinasi mereka. Manajer juga harus menjadi seorang pemimpin, dan mendorong orang lain untuk membuat sesuatu yang baik. Manajer juga harus membandingkan apa yang diharapkan dengan kenyataan yang terjadi dan memperbaiki penyimbangan-penyimpangan. Semua ini ditujukan untuk menghasilkan sesuatu lebih banyak dan lebih baik. Ada 3 cara untuk menggolongkan manajer yaitu berdasarkan sebutan, dalam hal ini dapat dibedakan antara eksekutif, manajer, supervisor. Berdasarkan posisi dapat dibedakan antara manajemen puncak, manajemen madya, dan

manajemen tingkat bawah. Berdasarkan tingkat, dapat dibedakan manajemen tingkat pertama, kedua, ketiga. Dalam praktek banyak tingkatan manajemen masing-masing bekerja dengan para bawahannya. Manajer tingkat lebih tinggi menghabiskan waktunya lebih banyak untuk perencanaan dan tujuan. Manajer madya kemudian menerjemahkan tujuan-tujuan ini menjadi proyek- proyek khusus untuk para bawahan mereka. Sedangkan tingkat bawah lebih banyak mengeluarkan waktunya untuk mengarahkan dan mengawasi tugas- tugas dalam proyek tersebut.

4. Marketing (Pemasaran)

Marketing (pemasaran) merupakan salah satu dari kegiatan- kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Willam J. Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan- kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun pembeli potensial. Para Drucker, seorang ahli teori manajemen terkemuka, mengarahkan sebagai berikut : orang dapat mengasumsikan akan selalu ada kebutuhan penjualan, akan tetapi, tujuan pemasaran bukan untuk memperluas penjualan hingga kemana- mana. Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan

dan selanjutnya menjual dirinya sendiri. Idealnya pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Semua yang di butuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa itu.

Pengertian pemasaran seperti yang dikemukakan oleh ahli pemasaran dunia yaitu Philip Kotler adalah “suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Dari pengertian ini dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran.

Dalam pemasaran strategi yang ditempuh oleh lembaga keuangan dapat terdiri atas 3 tahap, yaitu : Memiliki konsumen yang dituju, Mengidentifikasi keinginan mereka, Menentukan marketing mix.¹⁰

a. Marketing mix (bauran pemasaran)

Elemen empat P dalam marketing mix (bauran pemasaran) adalah :

1. Product (produk) merupakan barang atau jasa yang diproduksi oleh industri manufaktur atau industri jasa. Setiap produk (barang/ jasa) memiliki siklus hidup produk. Untuk mempertahankan daya saing produk di pasar, di perlukan

¹⁰ Basu Swastha dan Irawan, *manajemen pemasaran modern*, (Yogyakarta: liberty offset, 2008), hal 5

diferensiasi produk, sehingga strategi untuk mendiferensiasikan produk harus dilakukan oleh manajemen pemasaran.

2. Price (harga) merupakan besaran yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk suatu produk (barang/jasa). Strategi penetapan harga yang kompetitif juga harus dilakukan oleh manajemen pemasaran.
3. Promotion (promosi) mewakili semua bentuk komunikasi yang digunakan oleh pemasar dalam mengkomunikasikan produknya dipasar. Promosi memiliki empat elemen yang berbeda, yaitu periklanan (advertising), hubungan public (public relations) penjualan pribadi (personal selling) dan promosi penjualan (sales promotion).
4. Place (tempat) merupakan cara memperoleh produk atau bagaimana mengakses produk oleh konsumen.

Menurut courtyard marketing mix (bauran pemasaran) adalah kombinasi unik dari produk / jasa, harga, promosi, dan strategi distribusi yang dirancang untuk menjangkau pasar sasaran tertentu.

5. Pengembangan Usaha

a. Pengertian Usaha

Usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah atau laba usaha, secara sederhana arti wirausaha (*entrepreneur*), upah atau laba usaha, secara sederhana wirausaha (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa

berani mengambil resikoartinya bermental mandiri, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seseorang diri atau berkelompok. Ada empat konsep pemberdayaan usaha secara ringkas dapat dikemukakan sebagai berikut:¹¹ 1). Perekonomian rakyat, 2). Pemberdayaan usaha, 3). Perubahan structural. Pemberdayaan usaha, tidak cukup hanya dengan peningkatan produktivitas dan hanya memberikan suntikan modal sebagai stimulan tetapi harus dijamin adanya kerja sama dan kemitraan yang erat antara yang telah maju dengan yang masih lemah dan belum berkembang.

b. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan secara etimologis berate membina dan meningkatkan kualitas. ¹²Menurut Iskandar Wiryokusumo pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemapuanny, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesama, maupun ke arah tercapainya

¹¹ Sumidingrat Gunawan, *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial* (Jakarta: Gramedia, 2002), hal.36

¹² Supriyani Istiqomah, *Dasar-dasar PMI*, (Fakultas Dakwah, IAIN Raden Intan Lampung, Cet 1, 2007)

martabat, mutu kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi yang mandiri.

c. Langkah- Langkah pengembangan usaha

Langkah- langkah yang harus dilakukan adalah dengan jalan memberikan pelatihan- pelatihan sebagai bekal yang amat penting ketika mereka memasuki dunia wirausaha, program pembinaan berkelanjutan itu, dilakukan melalui beberapa tahap kegiatan yaitu:¹³

1. Pelatihan usaha
2. Pemangangan
3. Penyusunan proposal
4. Pemodalan- pemodalan dalam bentuk uang
5. Pendampingan
6. Jejaring sosial

d. Faktor- Faktor Pengembangan Usaha

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

1. faktor pokok, berupa modal, tenaga kerja, bahan mentah atau bahan baku, transportasi, sumber energi, dan marketing pemasaran.

¹³ Fitri Agustina Mayasari,S.P, *Panduan Belajar Mandiri Kewirausahaan*, (Jakarta: CV Arya Duta 2006), hal. 12

2. Faktor pendukung, berupa kebudayaan masyarakat, teknologi, pemerintah, dukungan masyarakat, kondisi alam, dan kondisi perekonomian.
- e. Model- Model Pengembangan Usaha

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

1. Peningkatan Akses, program ini ditujukan untuk mengurangi keterbatasan akses masyarakat yang mencakup akses pendanaan, informasi pasar dan pengembangan bisnis masyarakat.
2. Peningkatan Kapasitas, program ini ditujukan untuk peningkatan kapasitas baik personal maupun organisasi dalam rangka pengembangan usaha ekonomi masyarakat. beberapa program yang akan dilakukan dalam lingkup fokus program ini adalah :
 - a. Fasilitas peningkatan SDM, kelembagaan CBO dan BSO dalam pengelolaan dan peningkatan kinerja usaha ekonomi masyarakat.
 - b. Fasilitas peningkatan kapasitas dalam pengusaha teknologi dan ketrampilan.
3. Peningkatan Produktifitas Usaha Masyarakat, program ini ditujukan untuk meningkatkan produktifitas usaha ekonomi masyarakat sekaligus perluasan skala usahanya. Beberapa program yang akan dilakukan dalam lingkungan dalam lingkup fokus program ini adalah :

- a. Fasilitas pengembangan usaha mikro.
 - b. Fasilitas berbagai upaya peningkatan produktifitas usaha ekonomi masyarakat.
- f. Pengembangan Wirausaha Dalam Pengembangan Ekonomi

Untuk mengetahui urgensi wirausaha dalam pengetahuan ekonomi masyarakat, akan lebih mudah kita cermati setelah kita melihat terlebih dahulu tujuan dari pengembangan ekonomi masyarakat (*community economic development*) itu sendiri. Tujuan antara lain: ¹⁴

1. Meningkatkan kapasitas masyarakat baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Dengan adanya peningkatan kapasitas tersebut diharapkan akan memicu peningkatan kesejahteraan masyarakat.
2. Mendorong dan mengembangkan potensi berwirausaha yang didasarkan pada sumber daya lokal.
3. Memperkuat partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan yang kuat berbasis masyarakat.
4. Mengoptimalkan pembangunan ke arah yang mandiri dan berkelanjutan.

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

¹⁴ Bambang Rudito, *Akses Peran Serta masyarakat: lebih Jauh Memahami Community development*, (Jakarta: ICDS, 2003) hal. 194

1. menciptakan pemerataan asset produktif
2. menciptakan kemandirian dan mengurangi ketergantungan masyarakat
3. menciptakan lapangan kerja sekaligus mengurangi pengaguran
4. menciptakan daya saing dalam menghadapi era globalisasi.

Konsep pemberdayaan yang menekan pada kemandirian ini perlu adanya interaksi yang harmonis antara masyarakat, pemerintah, dan LSM sebagai agen perubahan bagi masyarakat. program pengembangan ekonomi masyarakat dalam bentuk wirausaha kegiatan yang diarahkan untuk memperbesar akses pendapatan masyarakat lebih baik, adil dan merata. Dengan adanya peningkatan pendapatan tersebut diharapkan akan tercapai pula kemandirian masyarakat yang turut mempengaruhi pada stabilitas ekonomi secara makro, sehingga cita- cita negara sejahtera dapat terwujud dinegara ini. Pengembangan ekonomi masyarakat merupakan modal pengembangan ekonomi mikro alternative yang berorientasi pada partisipan masyarakat yang mengedepankan azas musyawarah¹⁵.

Keadilan (*equity*) yang dalam prosesnya memberikan akses yang lebih besar kepada masyarakat, sehingga tercapai kesejahteraan dan kemandirian yang berdampak pada perbaikan ekonomi makro. Karena itu program-program pengembangan ekonomi masyarakat seharusnya lebih ditekankan pada upaya penyadaran terhadap

¹⁵ Lili Bariadi, *Zakat dan Wirausaha dan Pengembangan Masyarakat Islam: dari Ideologi, Strategi Sampai Tradisi*, (Bandung: Rosda ,2002) Cet ke II, hal. 63-64

pentingnya sikap- sikap wirausaha sekaligus menggali potensi yang bertujuan pada peningkatan etos kwirausahaan. Etos kwirausahaan ini merupakan kunci dari keberhasilan suatu usaha meskipun dukungan permodalan juga tidak begitu saja kita abaikan prinsip-prinsip kwirausahaan sangatlah di butuhkan dalam program pengembangan usaha masyarakat. selain hal tersebut, upaya pengembangan ekonomi masyarakat juga berhubungan dengan usaha- usaha kecil tanpa menggugurkan usaha-usaha besar. Yang harus dijadikan persoalan adalah bagaimana terciptanya pemerataan aset- aset ekonomi masyarakat pada umumnya.

6. Peningkatan Ekonomi

Peningkatan atau penambahan dapat di artikan sebagai kekayaan baik asset maupun barang berharga yang memiliki nilai ketika dijual kembali, selain itu peningkatan bukan hanya mengenai bicara peningkatan gaji pada karyawan tetapi juga bicara tentang pemenuhan kebutuhan rumah tangga dan penambahan aset- aset didalam rumah tangga baik berupa investasi dalam bentuk tabungan dan konsumsi yang mencukupi kebutuhan rumah tangga.

a. Pendapatan rumah tangga

Menurut Afrida pendapatan rumah tangga adalah penghasilan dari seluruh anggota keluarga yang disambungkan untuk memenuhi kebutuhan bersama ataupun perorangan dalam rumah tangga. Sedangkan ada yang berpendapat bahwa suatu

pendapatan rumah tangga adalah pendapatan / penghasilan yang diterima oleh rumah tangga bersangkutan baik yang berasal dari pendapatan kepala rumah tangga maupun pendapatan anggota-anggota rumah tangga. Berdasarkan definisi pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan rumah tangga adalah pendapatan yang diperoleh dari seluruh anggota rumah tangga dari seluruh rumah tangga keluarga baik yang berasal dari kepala keluarga atau seluruh anggota keluarga.¹⁶

b. Faktor yang mempengaruhi pendapatan home industri

Teori menurut Milton Friedmen dan Franco Modigliani ada beberapa faktor dalam peningkatan pendapatan yaitu: 1). Teori investasi dari masbah klasik,

Pada dasarnya investasi didefinisikan sebagai semua pengeluaran pada barang- barang capital rill. Akan tetapi dalam bahasa sehari-hari investasi juga mencakup pembelian aktiva. Secara umum pengeluaran investasi berkaitan dengan pengelolaan sumber daya yang saat ini untuk diperoleh penggunaan atau manfaat pada saat yang akan datang. Investasi tetap bisnis oleh perusahaan menyesuaikan jumlah barang dan modal mereka terhadap tingkat yang diinginkan. Jika semakin besar output yang diharapkan maka jumlah barang modal yang diinginkan juga akan semakin

¹⁶ Afrida, *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, (Surabaya: Ghalia Indonesia, 2003), hal. 225

besar, demikian juga sebaliknya.¹⁷ 2). Teori tabungan dari Milton Friedmen, Pengertian tabungan menurut undang- undang pokok perbankan No. 10 tahun 1998, pasal 1 tabungan di definisikan sebagai simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dilakukan menurut syarat- syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan menggunakan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

7. Kwirausahaan

a. Hakikat Kwirausahaan

Istilah wirausaha berasal dari *entrepreneur* (bahasa Prancis) yang diterjemahkan dalam bahasa Inggris. Menurut Benedicta kata “wirausaha” merupakan gabungan kata wira berarti gagah berani, perkasa dan usaha. Jadi wirausaha berarti orang yang gagah berani atau perkasa dalam usaha. Meskipun sampai sekarang ini belum ada terminologi yang persis sama tentang kwirausahaan (*entrepreneurship*) akan tetapi pada umumnya memiliki hakikat yang hampir sama yaitu merujuk pada sifat, watak dan ciri- ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia yang nyata dan dapat mengembangkan dengan tangguh. Menurut Drucker, kwirausahaan suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Dengan membuka usaha atau berwirausaha, harga diri

¹⁷ Waluyo, *Perpajakan Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007) hal. 77

seseorang tidak turun tetapi sebaliknya meningkatkan, dari sisi penghasilan memiliki usaha sendiri jelas dapat memberikan penghasilan yang lebih baik dibandingkan menjadi pegawai. Biasanya para wirausaha selalu memiliki ide yang begitu banyak untuk menjalankan bisnis kegiatan usahanya. Druker mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Definisi tersebut secara lebih luas dikemukakan oleh Hisrich dalam Suryana, yang mengatakan bahwa kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan nilai dengan mencurahkan waktu dan usaha, diikuti penggunaan uang, resiko, fisik, dan kemudian menghasilkan balas jasa berupa uang serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

Menurut Hisrich dan Brush menyebutkan bahwa kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan jalan mengorbankan waktu dan upaya yang diperlukan untuk menanggung resiko finansial, psikologis serta sosial dan menerima hasil-hasil berupa imbalan moneter dan kepuasan pribadi sebagai dampak dari kegiatan tersebut. Menurut Kao mendefinisikan kewirausahaan sebagai suatu proses penciptaan sesuatu yang baru (kreasi) dan / atau membuat sesuatu yang berbeda (inovasi), yang tujuannya adalah tercapainya kesejahteraan individu dan nilai tambah bagi masyarakat.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan

bahwa kwirausahaan adalah semangat, kemampuan dan perilaku individu yang berani menanggung resiko, baik itu resiko financial, psikological, maupun sosial dalam melakukan suatu proses penciptaan sesuatu yang baru (kreasi baru) dan membuat sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (inovasi) dengan menerima hasil berupa imbalan moneter dan kepuasan.

b. Pandangan islam terhadap enterpreneur

Islam sebagai suatu agama yang besar didunia ini jelas memiliki pandangan yang positif terhadap enterpreneur atau wirausaha. Dalam pandangan islam, seorang muslim atau pemeluk agama islam sangat dianjurkan untuk melakukan upaya mencari rezeki atau penghasilan. Dalam al- qur'an surat Al- jumu'ah (62) : 10 allah berfirman yang terjemahannya :

“apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi; dan carilah karunia allah dan ingatlah allah banyak-banyak supaya kamu beruntung¹⁸

Dari ayat tersebut, jelas menunjukkan bahwa allah memerintahkan bagi umat manusia untuk berusaha atau melakukan upaya yang sungguh- sungguh dengan menyerukan manusia untuk “bertebaran” di bumi guna mencari karunia tuhan yang telah dilimpahkannya dibumi ini. Kata tersebut selama ini masih ditanggapi secara santai atau kurang serius bagi sebagian besar kaum

¹⁸ Soenarjo, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Semarang: Wicaksana, 1994), hal.1073.

muslim atau umat islam diseluruh muka bumi ini. Buktinya masih kurang dilakukan kajian yang sangat mendalam tentang “kata perintah allah” tersebut. Jika umat islam secara kaffah atau menyeluruh tetap konsisten menjalan seruan allah itu tentu dari sejak dulu ketika ayat ini diturunkan hingga kini, panji- panji islam akan berkibar sebagai pemimpin bagi kesejahteraan umat manusia diseluruh jagad raya ini. Seruan allah tersebut tentu dilakukan untuk kebaikan manusia itu sendiri. Dan itu sangat nyata buktinya di dunia ini, bahwa dimana saja dibumi ini negeri- negeri yang mempunyai warga masyarakat yang suka dan gigih dalam berusaha maka negeri- negeri tersebut pasti akan menjadi negeri yang makmur dan sejahtera. Dan dimana saja di dunia ini negeri yang memiliki banyak penduduk yang tidak gigih dalam berusaha atau senang bermalasan- malasan, maka negeri tersebut juga akan menjadi negri yang terbelakang dan kurang berkembang bahkan dapat dikategorikan sebagai negeri miskin dan patut diberikan bantuan kemanusiaan.

Memilih berbisnis dengan cara yang diatur oleh islam berarti mengedepankan al qur’an dan sunnah sebagai pedoman dasar yang memiliki prinsip- prinsip secara global dan spesifik. Penerapan hukum syariah islam melalui ijtihad dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia yang berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, berbisnis secara syariat islam senantiasa mempertimbangkan nilai- nilai yang menjalin kesuksesan dan

kelanggengan suatu bisnis, karena bisnis bagi umat islam adalah serangkaian ibadah.

c. Tahap – Tahap kwirausahaan

Secara umum tahap- tahap melakukan wirausaha :

1. Tahap memulai, tahap dimana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatunya yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang mungkin apakah membuka usaha baru, melakukan akuisisi, atau melakukan franchising. Juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah dibidang pertanian, industri / manufaktur/ produksi atau jasa.
2. Tahap melaksanakan usaha atau diringkas dengan tahap “jalan” tahap ini seorang wirausahawan mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek- aspek : pembiayaan, SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil resiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan watak kwirausahaan malakukan evaluasi.
3. Mempertahankan usaha, tahap dimana wirausahawan berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindak lanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi.
4. Mengembangkan usaha, tahap dimana jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau dapat

bertahan maka perluasan menjadi salah satu pilihan yang mungkin diambil.

8. Home Industri

a. Pengertian home industri

Home industri, industri rumahan atau industri rumah tangga adalah suatu usaha yang tidak berbentuk badan hukum dan dilaksanakan oleh seseorang atau beberapa orang anggota rumah tangga yang mempunyai tenaga kerja sebanyak empat orang atau kurang, dengan kegiatan mengubah bahan dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi atau dari yang kurang nilainya menjadi yang lebih tinggi nilainya dengan tujuan untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada satu orang anggota yang menanggung resiko.

Home industri adalah perusahaan dalam skala kecil, biasanya perusahaan ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan memasarkan sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga kerja yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya.

b. Jenis- jenis home industri

Sebelum memulai usaha, terlebih dahulu perlu memilih bidang yang ingin ditekuni. Pemilihan bidang usaha sangat penting agar kita mampu mengenal seluk- beluk usaha. Pemilihan harus disesuaikan dengan minat dan bakat seseorang karena minat dan bakat

merupakan faktor penentu dalam menjalankan usaha.

- 1) Berdasarkan SK Menteri Perindustrian No. 19/ M/I/1986 bahwa :
 - a) Industri kimia dasar contohnya seperti industri semen, obat-obatan, kertas, pupuk, dan sebagainya.
 - b) Industri mesin dan logam dasar, misalnya seperti industri pesawat terbang, kendaraan bermotor, tekstil, dan lain- lain.
 - c) Industri kecil contohnya seperti roti, kompor minyak, makanan ringan, es, minyak gorengcurah, dan lain- lain.
- 2) Berdasarkan jumlah tenaga kerja
 - a) Industri rumah tangga, adalah industri yang jumlah karyawannya antara 1, 4 – 19 orang.
 - b) Industri sedang atau menengah adalah industri yang jumlah karyawannya antara 20-99 orang.
 - c) Industri besar adalah industri yang jumlah karyawannya antara 100 orang atau lebih.
- 3) Berdasarkan pemilihan lokasi
 - a) Industri yang beratkan pada pasar (market oriented industri) adalah industri yang didirikan sesuai dengan potensi target konsumen. Industri ini akan mendekati dimana konsumen potensial berada. Semakin dekat ke pasar akan semakin menjadi lebih baik.
 - b) Industri yang menitikberatkan pada tenaga kerja/ labor (man power oriented industri) adalah industri yang berada pada

lokasi di pusat pemukiman penduduk karena, membutuhkan banyak pekerja/ pegawai untuk lebih efektif dan efisien.

c) Industri yang menitik beratkan pada bahan baku (supply oriented industri) adalah industri yang mendekati lokasi dimana bahan baku berada untuk memotong biaya transportasi yang besar.

4) Berdasarkan produktifitas perorangan :

a) Industri primer adalah industri yang memproduksi barang bukan hasil olahan langsung atau tanpa diolah terlebih dahulu. Contohnya adalah hasil produksi pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan.

b) Industri sekunder adalah industri yang mengolah bahan mentah sehingga menghasilkan barang untuk diolah kembali. Misalnya adalah pemintalan benang sutra, komponen elektronik, dan sebagainya.

c) Industri tersier adalah industri yang produk atau barangnya berupa layanan jasa. Contoh seperti telekomunikasi, transportasi, perawatan, kesehatan, dan sebagainya.¹⁹

c. Landasan hukum home industri

Landasan hukum home industri menengah di antaranya :

¹⁹ Siti Susana, *Peranan Home 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.

- 1) UU RI No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil. Dalam undang-undang ini tujuan pemberdayaan usaha kecil sesuai pasal 4²⁰ yaitu :
 - a) Menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil / home industri menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah.
 - b) Meningkatkan peranan usaha kecil dalam pembentukan produk nasional, perluasan kesempatan kerja dan berusaha, meningkatkan ekspor, serta peningkatan dan pemerataan pendapatan untuk mewujudkan dirinya sebagai tulang punggung serta memperkuat perekonomian nasional.
- 2) PP (Peraturan Pemerintah) No. 32 Tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Dalam undang-undang ini pembinaan dan pengembangan usaha kecil sesuai pasal 5 dilakukan melalui langkah- langkah sebagai berikut²¹.
 - a) Identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh usaha kecil / home industri.

²⁰ Undang-Undang RI No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil

²¹ Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil

- b) Penyiapan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi oleh usaha kecil / home industri.
 - c) Pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan.
 - d) Pemantauan dan pengendalian pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan bagi usaha kecil / home industri.
- 3) Keppres (Keputusan Presiden) No. 99 Tahun 1998 tentang bidang / jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil dan bidang / jenis usaha yang terbuka untuk usaha menengah atau usaha besar dengan syarat kemitraan. Sesuai keputusan presiden yang terdapat pada pasal 1 bahwa yang dimaksud dengan ²²:
- a) Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud dalam undang- undang No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil.
 - b) Bidang / jenis yang dicadangkan untuk usaha kecil adalah bidang / jenis usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

²² (Keputusan Presiden) No. 99 Tahun 1998 tentang bidang/jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil dan bidang/jenis usaha yang terbuka untuk usaha menengah atau usaha besar dengan syarat kemitraan, ayat 1.

- c) Kemitraan adalah kerja sama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memerhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.
- 4) Inpres (Instruksi Presiden) No. 10 Tahun 1999 tentang pemberdayaan usaha menengah. Para menteri dan menteri Negara, seluruh pimpinan lembaga pemerintah non departemen, gubernur serta bupati / walikota, sesuai dengan ruang lingkup tugas kewenangan dan tanggung jawab masing- masing secara bersama- sama atau secara sendiri- sendiri, melaksanakan pemberdayaan usaha menengah yang meliputi bidang- bidang di antaranya pembiayaan, pemasaran teknologi, sumber daya manusia, perizinan, dan menyusun skala prioritas dalam pemberdayaan usaha menengah, terutama ang berkaitan dengan pengembangan ekspor, penyerapan tenaga kerja, serta pemenuhan kebutuhan pokok.
- 5) UU RI No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah. Adapun tujuan pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah sesuai pasal 5 yaitu : ²³

²³ Instruksi Presiden No. 10 Tahun 1999 tentang pemberdayaan usaha menengah

- a) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.
- b) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri dan meningkatkan peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pembangunan daerah penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

d. Kekurangan dan kelebihan home industri

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

Kelebihan home industri 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
- 4) Melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar. Besar memanfaatkan limbah atau hasil samping dari industri besar atau industri 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 sector lain yang terkait.

Adapun kelemahan dari home industri yaitu :

- 1) Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia
- 2) Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha industri kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi- fungsi pemasaran krang mampu dalam mengakseskannya khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian hanya berfungsi sebagai tukang saja.
- 3) Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu prosuk industri kecil.
- 4) Kendala permodalan usaha besar industri kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relative kecil. Di samping itu mereka menjual produknya secara banyak pesanan dan terjadi banyak penundaan pembayaran.
- 5) Tantangan industri kecil meliputi : iklim usaha tidak kondusif, iklim usaha yang diwujudkan dalam adanya monopoli dalam bidang usaha tertentu.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran dari berbagai sumber yang ada, peneliti memperoleh beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan perekonomian. Adapun penelitian terdahulu tersebut meliputi :

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adhi Nugroho²⁴, yang berjudul “Strategi Pengembangan Kwirausahaan Masyarakat Melalui Home Industri Ceriping Pisang Desa Banjarwaru Kecamatan Bawang Kabupaten Batang”. Penelitian ini menunjukkan bahwa home industri negeri ciki adalah usaha rumah tangga yang memproduksi ceriping pisang dengan aneka rasa, home industri ini beroperasi di Desa Banjarwaru Kecamatan Bawang Kabupaten Batang. Kelebihan atau keunggulan home industri ini adalah dari segi aneka rasa yang di produksi beraneka ragam, dimana hal itu tidak dimiliki home industri lainnya. Selain itu produksi ceriping menggunakan bahan baku pisang yang berkualitas tinggi sehingga menghasilkan produk ceriping pisang yang berkualitas juga. Namun, kelemahan home industri ini adalah teknologi yang digunakan untuk memproduksi ceriping pisang ini masih manual sehingga terbatas waktu jika ada pesanan banyak dari konsumen. Persamaan dari penelitian ini yaitu sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara. Penelitian ini mengembangkan strategi kwirausahaan di

²⁴ Adhi Nugroho, *Strategi Pengembangan Kwirausahaan Masyarakat Melalui Home Industri Ceriping Pisang Desa Banjarwaru Kecamatan Bawang Kabupaten Batang*, (Semarang: UNNES, 2016).

dalam home industri atau usaha rumahan. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini terletak pada produk di home industri tersebut sangat beragam mulai dari aneka macam rasa ada.

2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shofi,²⁵ yang berjudul “Peran Industry Kecil Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Konveksi Jilbab Di Desa Pendosawahan Kecamatan Kalinyamatan Kabupaten Jepara).” Penelitian ini menghasilkan bahwa industry kecil usaha konveksi jilbab berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja di desa pendosawahan dan sekitarnya, dan meningkatkan ekonomi islam industri kecil di Desa Pendosawalan juga menerapkan prinsip- prinsip ekonomi islam dalam usaha mereka yaitu : menerapkan prinsip ke tauhidan, prinsip adl, prinsip mubuwwah, prinsip khilafah dan ma’at. Akan tetapi peran pemerintah dalam memberikan bantuan belum menyeluruh kepada masyarakat terutama pengusaha konveksi hijab. Persamaan dengan penelitian ini, metode penelitian yang digunakan deskriptif analisis dan dalam mengumpulkan datanya dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya yaitu, pada rumusan masalahnya selain berfokus pada peran home industri tersebut dengan

²⁵ Siska Ariani Sofi, Skripsi: “Peran industri Kecil Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Konveksi Jilbab Di Desa Pendosawalan Kecamatan Kalinyamatan Kabupaten Jepara)”, (Semarang: UIN Walisongo, 2019)

meningkatkan perekonomian masyarakat tetapi juga berfokus pada perspektif ekonomi islamnya.

3. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Susana²⁶, yang berjudul “Peranan Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbau).” Adapun hasil penelitian yaitu proses produksi yang dilakukan oleh pelaku pengusaha industri di Desa Mengkirau dalam melakukan pengelolaan masih sangat sederhana atau masih menggunakan sistem manual, dari segi pemodalannya masih minim sehingga sulit bagi mereka untuk mengembangkan usahanya, sementara dari pengadaan bahan baku juga masih terbatas. Persamaannya yaitu metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif. Yang membedakan penelitian ini adalah juga membahas proses produksinya, kemudian home industri yang dilaksanakan dengan memanfaatkan teknologi sederhana. Perbedaannya yaitu pada fokus penelitian dalam penelitian ini mengkaji mengenai peran kegiatan home industri dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriana,²⁷ yang berjudul “Peranan Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Desa

²⁶ Siti Susana, Skripsi: “Peranan Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbau)”, (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2012).

²⁷ Ilil Fitriana, Skripsi: “Peranan Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Desa Serut, Kecamatan Boyolangu, Tulungagung)”, (Tulungagung, IAIN Tulungagung, 2019).

Serut, Kecamatan Boyolangu, Tulungagung)”. Adapun hasil dari penelitian di lapangan maka dapat diambil kesimpulan bahwa proses produksi yang dilakukan oleh pengolahan masih sangat sederhana atau masih menggunakan sistem manual. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. persamaannya yaitu kajian yang dibahas yaitu dampak positif dan negative keberadaan home industri. Sedangkan yang berbeda berbeda dalam penelitian ini membahas tentang peran proses produksinya dan tinjauan ekonomi islamnya.

5. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erlianingsih,²⁸ penelitian ini berjudul “Peran Home Industri Bakpia Maharani Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Desa Gemlep Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran home industri bakpia maharani dalam meningkatkan ekonomi masyarakat meliputi : memiliki potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, memiliki kemampuan untuk memanfaatkan bahan baku lokal. Metode penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif dengan model milles and hubber, yang berbeda dari penelitian ini adalah membahas tentang tinjauan tentang ekonomi islamnya. Persamaannya yaitu sama- sama mengkaji faktor pendukung dan penghambat meliputi tersediannya modal yang cukup. Tersediannya tenaga kerja, tersediannya modal yang cukup, sistem pemasaran yang lancar, letak geografis yang strategis dan menguntungkan. Sedangkan faktor penghambat kurangnya modal

²⁸ Eka Erlianingsih, Skripsi: *“Peran Home Industri bakpia Maharani Dalam Meningkatkan Ekonomi masyarakat Di Desa Gemlep Dalam Perspektif Ekonomi Islam”*, (Tulungagung, IAIN Tulungagung, 2019).

kerja infrastruktur yang kurang memadai. Perbedaannya yaitu tinjauan ekonomi islam terhadap usaha bakpia maharani ialah sudah sejalan dengan syariat islam dimana proses produksi pemasaran tidak ditemukan maysir, gharar, riba.

6. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ananda,²⁹ dengan judul “Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga, Studi Kasus Home Industry Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang.” Penelitian ini menghasilkan dalam mempertahankan modal dan menambah permodalan yang dilakukan oleh pemilik industri sudah baik dalam peningkatan eksistensi tenaga kerja sudah benar hanya saja dari segi pemasaran belum baik karena masih bergantung pada pengampas. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. persamaannya yaitu kegiatan yang dilaksanakan difungsikan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Sedangkan yang berbeda dari penelitian ini adalah juga memikirkan upaya untuk meningkatkan daya saing sehingga terus meningkat.
7. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andeska,³⁰ dengan judul “Pengaruh Home Industri Budidaya Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam, Study Desa Kalirejo Kecamatan Kalirejo Lampung Tengah.” Penelitian ini menghasilkan proses produksi yang dilakukan dalam

²⁹ Riski Ananda, “Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga, studi kasus home industri kripik di Kelurahan Kubu Gadang”, JPM FISIP Vol. 3 No. 2 – oktober 2016.

³⁰ Melya Andeska, skripsi: “Pengaruh Home Industri Budidaya Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam, study Desa Kalirejo Kecamatan Kalirejo Lampung Tengah”, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2017).

pengolahannya masih sangat sederhana atau menggunakan sistem manual sementara dari pengadaan bahan baku masih terbatas. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. persamaannya yaitu pengaruh home industri ini membantu perekonomian keluarga mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sedangkan yang membedakan dari penelitian ini membahas dari segi ekonomi islamnya.

8. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sholeh³¹, dengan judul “Peranan Home Industri Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Burned Kabupaten Bangkalan.” Jurnal sosial ekonomi dan kebijakan pertanian, STKIP PGRI Bangkalan, penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan keluarga di Kecamatan Burneh. Kabupaten Bangkalan (dengan jumlah pendapatan terkecil yaitu 38 orang atau 44% yaitu Rp 750.000 – Rp. 1.100.000. kemudian pada jumlah pendapatan terbesar yang diperoleh tenaga kerja ialah Rp. 2.150.000 – Rp. 2.500.000 berjumlah 2 orang atau 2%. Sedangkan kontribusi terhadap pendapatan di sector industri emping melinjo di kecamatan burneh kabupaten bangkalan bahwa kontribusi pendapatan keluarga terbesar sebanyak 24 orang atau 28%, kemudian nilai yang terkecil / sangat rendah ialah 10 orang atau 11%. Kemudian nilai yang terkecil atau sangat rendah ialah 10 orang atau 11%.

³¹ Yusrianto Sholeh, jurnal Agriekonomika, “Peranan Home Industri Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan”, Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, STKIP PGRI Bangkalan, Volume 6, Nomor 1, 2017, pISSN 2301-9948 | e-ISSN 2407-6260, hal. 7

Persamaan dalam penelitian ini adalah peneliti sama- sama meneliti tentang meningkatkan home industri di masyarakat. Sedangkan yang membedakan yaitu mengenai usahanya memproduksi emping. Dalam penelitian ini yang menjadi kajian adalah makanan dari ubi gadung.

9. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fawaid dan Fatmala³², dengan judul “Home Industri Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat.” Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan (Al Qalam), Universitas Nurul Jaded Probolinggo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya home industri keripik singkong gazal makmur ini menjadi suatu strategi dalam usaha mikro dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama- sama meneliti tentang meningkatkan home industri di masyarakat. Perbedaannya yaitu pada produksi makanannya, yaitu dalam jurnal ini mengenai kripik singkong.
10. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syahdan dan Husnan,³³ dengan judul “Peran Industri Ruamh Tangga (Home Industri) Pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur.” Jurnal Manajemen dan Ilmu

³² Achmad Fawaid, Erwin Fatmala, jurnal Al-Qalam, “*Home Industri Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat*”, Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, Universitas Nurul Jadid Probolinggo, Vol. 14, No. 1, JanuariJuni 2020. P-ISSN: 1907-4174; E-ISSN: 2621-0681, hal. 03.

³³ Syahdan & Husnan, Jurnal Manazhim, “*Peran Industri Rumah Tangga (Homeindustri) Pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur*”, Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidikan, STIT Palapa Nusantara Lombok NTB, Volume 1, Nomor 1, Februari 2019; 45-63, hal. 2.

Pendidikan (Manazhim), STIT Palapa Nusantara Lombok NTB, Hasil analisis data diperoleh bahwa usaha kerupuk terigu memiliki peran dalam perolehan pendapatan keluarga di Kecamatan Sakra Lombok Timur. Hal ini sesuai dengan hasil pendapatan rata-rata ibu rumah tangga sebesar Rp. 1.110.675/ bulan ini berarti bahwa pengelolaan industri ibu rumah tangga (home industri) pada usaha kerupuk terigu sangat layak untuk dikembangkan agar dapat memberikan rangsangan yang bersifat positif terhadap industri / usaha kecil lain di Kabupaten Lombok Timur khususnya. Persamaan dalam penelitian ini adalah peneliti sama-sama meneliti tentang meningkatkan home industri masyarakat. Perbedaannya yaitu, latar belakang wilayah dalam penelitian, dalam jurnal ini berlokasi dengan adat dan budaya khas Indonesia ketimuran. Serta yang menjadi olahan adalah makanan khas kerupuk terigu.

11. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lilik Sunarsih dan Umar HMS³⁴, dengan judul “Strategi Pemasaran Home Industry Pengrajin Anyaman Bambu Di Desa Gintangan Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.” Jurnal Pendidikan Ekonomi, Edisi IX No. 2. Mei 2015, pada jurnal tersebut menerangkan strategi pemasaran yang dapat dilakukan pada sebuah usaha atau home industri, kesamaan pada jurnal ini adalah strategi yang digunakan sama dengan apa yang dilakukan oleh home industri yang penulis teliti. Namun untuk perbedaannya hanya pada fokus penelitiannya berbeda kalau

³⁴ Lilik Sunarsih dan Umar HMS, *Strategi Pemasaran Home Industry Pengrajin Anyaman Bambu Di Desa Gintangan Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi*, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Edisi IX No. 2. Mei 2015, hal, 57-68

jurnal ini meneliti home industri perajin anyaman bamboo sedangkan penulis meneliti home industri keripik pisang.

12. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heri kusmanto dan Warjio³⁵, dengan judul “Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah,” JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial, 11 (2) (2019), pada jurnal ini meneliti tentang pentingnya legalitas usaha seperti PIRT, tujuannya supaya produk tersebut mampu bersaing ditengah persaingan global. Kesamaannya yaitu meneliti legalitas usaha supaya usaha dapat berkembang.

C. Kerangka Berfikir

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

³⁵ Heri kusmanto dan Warjio, *Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah*, JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial, 11 (2) (2019): 320-327

1. Keterbatasan kemampuan SDM
2. Modal pribadi yang kecil
3. Konsumen belum percaya produk industri kecil

Dari paradig penelitian diatas maka secara operasionalnya dimaksudkan untuk strategi pengembangan kwirausahaan islam untuk meningkatkan perekonomian masyarakat malalui home industri keripik pisang (Studi Kasus Home Industri Keripik Pisang UD Warni Jaya Dan UD Martop Pratama Di Desa Dawuhan Kidul Kabupaten Kediri). Adapun yang menjadi indikator- indikator dalam penelitian ini adalah kwirausahaan, Home industri, perekonomian masyarakat