

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Home Industri

1. Pengertian Home Industri

Home berarti rumah, tempat tinggal, atau kampung halaman. Sedangkan Industri, diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang. Singkatnya, Home Industri adalah rumah usaha produk barang atau perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah. Home Industri yang pada umumnya berawal dari usaha keluarga yang turun menurun dan pada akhirnya meluas ini dapat bermanfaat menjadi mata pencaharian penduduk kampung. Home industri adalah suatu unit usaha/ perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya.¹⁴

Home industri adalah sebuah perusahaan yang anggota keluarganya secara langsung terlibat dalam kepemilikan dan jabatan atau fungsi. Bisnis keluarga mempunyai karakteristik dengan kepemilikannya atau keterlibatan lainnya dari dua peran atau lebih anggota keluarga yang

¹⁴ Jasa Unggah Muliawa, *Manajemen Home Industri: Peluang Usaha di Tengah Krisis*, (Yogyakarta: Banyu Media, 2008), hal. 3.

sama dalam kehidupan dan fungsi bisnisnya. Pengertian usaha kecil ini sendiri tercantum dalam UU No 9 tahun 1995 tentang usaha kecil yang di dalamnya menyebutkan, usaha kecil merupakan usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,-.¹⁵

Usaha Kecil menurut Sumodiningrat sebagaimana yang dikutip oleh Saifudin Zuhri, mempunyai ciri utama, yaitu:

- a. Tidak memisahkan kedudukan pemilik dengan manajerial.
- b. Menggunakan tenaga kerja sendiri.
- c. *Un-bankable* mengandalkan modal sendiri.
- d. Sebagian tidak berbadan hukum, memiliki tingkat kewirausahaan relatif rendah.

Kriteria lain yang dimiliki usaha kecil menurut Bank Indonesia adalah:

- a. Kepemilikan oleh individu atau keluarga;
- b. Memanfaatkan teknologi sederhana dan padat karya;
- c. Rata-rata tingkat pendidikan dan keterampilan tergolong rendah;
- d. Sebagian tidak terdaftar secara resmi dan atau belum berbadan hukum.
- e. Tidak membayar pajak.¹⁶

¹⁵Theresia Pradiani, "Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan", dalam *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, vol. 11 No. 2 Februari 2017, hal. 50.

¹⁶Saifudin Zuhri, "Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan", dalam *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, vol. 2 No. 3 Desember 2013, hal. 48.

Usaha kecil merupakan usaha yang masih dapat bertahan di tengah badai krisis moneter yang berkepanjangan. Untuk itu pemerintah berusaha dengan keras untuk membina usaha kecil dan menengah guna menjadikan usaha ini penyumbang devisa bagi negara. Sektor usaha kecil memiliki karakteristik sebagai berikut:¹⁷

- a. Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Seringkali pembukuan tidak *up to date* sehingga sulit untuk menilai kinerja usahanya.
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- c. Modal terbatas
- d. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisien jangka panjang.
- f. Kemampuan pemasaran dan negoisasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
- g. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana di pasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standard dan harus transparan.

¹⁷Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis Cet III*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), hal. 46.

Pada umumnya, pelaku kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah ini adalah keluarga itu sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggalnya itu dengan mengajak beberapa orang disekitarnya sebagai karyawannya. Meskipun dalam skala kecil, namun secara tidak langsung kegiatan ekonomi ini membuka lapangan pekerjaan untuk sanak saudara ataupun tetangga di kampung halamannya. Dengan begitu, usaha kecil ini otomatis dapat membantu program pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran. Sektor usaha kecil memegang peranan yang sangat penting terutama bila dikaitkan dengan jumlah tenaga yang mampu diserapnya. Makin maju tingkat perkembangan perindustrian di suatu Negara atau daerah, makin banyak jumlah dan macam industri, dan makin kompleks pula sifat kegiatan dan usaha tersebut.

2. Jenis-jenis Home Industri

Sebelum memulai usaha, terlebih dahulu perlu pemilihan bidang yang ingin ditekuni. Pemilihan bidang usaha ini penting agar kita mampu mengenal seluk-beluk usaha tersebut dan mampu mengelolanya. Pemilihan bidang ini harus disesuaikan dengan minat dan bakat seseorang karena minat dan bakat merupakan faktor penentu dalam menjalankan usaha.

- a. Jenis-jenis industri berdasarkan SK Menteri Perindustrian No. 19/M/I/1986 tentang sistim klasifikasi industri serta pemberian nomor

kodenya yang berada dibawah pembinaan masing-masing direktorat jenderal dalam lingkungan departemen perindustrian sebagai berikut:

- 1) Industri kimia dasar contohnya seperti industri semen, obat-obatan, kertas, pupuk, dan sebagainya.
- 2) Industri mesin dan logam dasar, misalnya seperti industri pesawat terbang, kendaraan bermotor, tekstil, dan lain-lain.
- 3) Industri kecil contoh seperti industri roti, kompor minyak, makanan ringan, es, minyak goreng curah, dan lain-lain.

b. Berdasarkan jumlah tenaga kerja:

- 1) Industri rumah tangga, adalah industri yang jumlah karyawan atau tenaga kerja berjumlah antara 1-4 orang.
- 2) Industri kecil adalah industri yang jumlah karyawan atau tenaga kerja berjumlah antara 5-19 orang.
- 3) Industri sedang atau industri menengah adalah industri yang jumlah karyawan atau tenaga kerja berjumlah antara 20-99 orang.
- 4) Industri besar adalah industri yang jumlah karyawan atau tenaga kerja berjumlah antara 100 orang atau lebih.

c. Berdasarkan pemilihan lokasi:

- 1) Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada pasar industri konsumen. Industri jenis ini akan mendekati kantong-kantong dimana konsumen potensial berada. Semakin dekat ke pasar akan semakin menjadi lebih baik.

- 2) Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada tenaga kerja/labor pusat pemukiman penduduk karena biasanya jenis industri tersebut membutuhkan banyak pekerjaan atau pegawai untuk lebih efektif dan efisien.
 - 3) Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada bahan baku *oriented industry* baku berada untuk memangkas atau memotong biaya transportasi yang besar.
- d. Berdasarkan produktifitas perorangan:
- 1) Industri primer adalah industri yang barang-barang produksinya bukan hasil olahan langsung atau tanpa diolah terlebih dahulu. Contohnya adalah hasil produksi pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, dan sebagainya.
 - 2) Industri sekunder adalah industri yang bahan mentah diolah sehingga menghasilkan barang-barang untuk diolah kembali. Misalnya adalah permintaan benang sutra, komponen elektronik, dan sebagainya.
 - 3) Industri tersier adalah industri yang produk atau barangnya berupa layanan jasa. Contohnya seperti telekomunikasi, transportasi, perawatan kesehatan, dan masih banyak lagi yang lainnya.¹⁸

3. Kelemahan dan Kelebihan Home Industri

a. Kelebihan Home Industri

¹⁸Miftakhul Khotimah, *Analisis Manajemen Pengelolaan Home Industry Kerajinan Sangkar Burung Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), hal. 46-48, <http://repository.radenintan.ac.id/4301/> Diakses pada 09 November 2020.

Kelebihan industri skala kecil menurut Irianto sebagaimana yang dikutip oleh Rahel Widiawati dapat dilihat pada beberapa hal di bawah ini:¹⁹

- 1) Sangat padat karya, dan persediaan tenaga kerja di Indonesia masih sangat banyak, mengikuti laju pertumbuhan penduduk dan angkatan kerja yang rata-rata per tahun masih sangat tinggi, sehingga upah nominal tenaga kerja, khususnya dari kelompok berpendidikan rendah di Indonesia masih relatif murah dibandingkan di negara-negara lain di Asia dengan jumlah penduduk atau angkatan kerja yang lebih sedikit.
- 2) Industri skala kecil di Indonesia masih lebih banyak membuat produk-produk sederhana yang tidak terlalu membutuhkan pendidikan formal yang tinggi; melainkan keahlian khusus yang dapat dimiliki warga setempat lewat sumber-sumber informasi (*tradisional skills*).
- 3) Banyak industri skala kecil yang membuat produk-produk yang bernuansa kultur seperti kerajinan dari bambu dan rotan atau ukir-ukiran dari kayu yang pada dasarnya merupakan keahlian tersendiri dari masyarakat di masing-masing daerah.
- 4) Secara umum, kegiatan industri kecil di Indonesia masih secara *agricultural based*, karena memang banyak komoditas-komoditas pertanian yang dapat diolah dalam skala kecil. Karena sektor

¹⁹Rahel Widiawati Kimbal, *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil Sebuah Studi Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hal. 46-48.

pertanian, paling tidak secara potensial merupakan sector terbesar di Indonesia, maka sebenarnya perkembangan industri skala kecil di Indonesia mempunyai suatu prospek yang sangat baik, termasuk yang berorientasi ekspor. Selain itu, karena banyak industri kecil yang bergerak di bidang agroindustri, maka pada umumnya kelompok industri tersebut lebih banyak menggunakan bahan baku dan bahan penolong lokal.

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

b. Kelemahan Home Industri

Kelemahan industri kecil terutama dalam hal kemampuannya untuk bersaing masih sangat lemah, tidak hanya di pasar domestik terhadap produk-produk dari industri besar atau impor tetapi juga di pasar ekspor. Tidak hanya tingkat daya saing globalnya, tetapi tingkat diversifikasinya produk dari industri kecil di Indonesia juga rendah. Kelemahan ini disebabkan oleh banyak masalah-masalah yang dihadapi kelompok industri tersebut, yang menjadi suatu kendala bagi

perkembangan serta pertumbuhannya. Masalah-masalah tersebut termasuk keterbatasan dana, baik untuk modal kerja maupun investasi, kesulitan dalam pemasaran, distribusi dan penyediaan bahan baku dan input-input lainnya, keterbatasan sumberdaya manusia (pekerja dan manajer) dengan kualitas yang baik, pengetahuan/ wawasan yang minim mengenai bisnis, tidak adanya akses informasi, keterbatasan teknologi, dan lainnya.

Hal yang sama juga diungkap Tambunan mengenai kelemahan usaha kecil seperti, ketidakmampuan administrative pengusaha kecil sering kali tampak dalam tindakannya yang cenderung boros atau tidak efisien menggunakan waktu. Banyak waktu terbuang atau dengan istilah yang lebih halus tersita untuk hal-hal yang bersifat rutin. Sementara tindakan-tindakan yang keluar dari jalur rutinitas yang berorientasi pada kreatifitas, inovasi, riset, dan sejenisnya nyaris tidak pernah mendapat alokasi waktu. Faktor ini merupakan hambatan besar bagi pengembangan perusahaan kecil.²⁰

4. Peran dan Fungsi Home Industri

a. Peran Home Industri

- 1) Memiliki potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Tiap unit investasi pada sektor Industri Kecil dapat menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar maupun menengah.

²⁰ *Ibid.*, hal. 49-51.

- 2) Memiliki kemampuan untuk memanfaatkan bahan baku lokal, memegang peranan utama dalam pengadaan produk dan jasa bagi masyarakat, dan secara langsung menunjang kegiatan usaha yang berskala lebih besar.
- 3) Industri kecil relatif tidak memiliki utang dalam jumlah besar.
- 4) Dapat menumbuhkan usaha di daerah, yang mampu menyerap tenaga kerja.

b. Fungsi Home Industri

Industri kecil dalam perkembangannya membawa misi pemerataan yaitu dengan penyebaran kegiatan usaha, peningkatan partisipasi bagi golongan ekonomi lemah, perluasan kesempatan kerja dan dengan pemanfaatan potensi ekonomi. Dalam rangka menunjang pembangunan daerah, maka pembangunan industri kecil, seperti sentra industri, lingkungan industri, mempunyai fungsi yang sangat penting sebagai pusat-pusat pertumbuhan industri yaitu:²¹

- 1) Sebagai pusat pembinaan dan penyuluhan termasuk bantuan bahan baku dan pemasaran;
- 2) Sebagai tempat pelengkap peralatan yang dapat dipergunakan bersama untuk suatu wilayah guna menyempurnakan produk;
- 3) Sebagai sarana kerja untuk sejumlah terbatas pengusaha industri kecil.

²¹*Ibid.*, hal. 39.

Industri kecil sangat penting karena merupakan bagian dari keseluruhan industri nasional yang tidak hanya sebagai suatu usaha pemerataan pembangunan, akan tetapi sebagai suatu usaha yang telah mendapatkan tempat dalam struktur sosial, karena:²²

- 1) Banyak menyerap tenaga kerja.
- 2) Ikut menyelaraskan peredaran perekonomian negara dan mampu hidup berdampingan dengan perusahaan besar.
- 3) Industri kecil dapat memegang peranan penting dan menopang usaha besar.
- 4) Dapat menyediakan bahan mentah, suku cadang, pembungkus, bahan pembantu dan sebagainya.
- 5) Usaha kecil dapat berfungsi sebagai ujung tombak bagi usaha besar dengan menyalurkan dan menjual hasil usaha besar kepada konsumen akhir.

B. Pengembangan Usaha

1. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah perihal berkembang dan selanjutnya, kata berkembang juga berarti mekar terbuka atau membentang menjadi besar, luas dan banyak, serta menjadi bertambah sempurna dalam hal kepribadian pikiran, pengetahuan dan sebagainya.²³ Pengembangan adalah upaya yang

²²*Ibid.*, hal. 41.

²³ Istiqomah dan Irsad Andriyanto, "Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang Di Desa Wisata Kaliputu Kudus)", dalam *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Bisnis*, vol. 5 No. 2 Desember 2017, hal. 367.

dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha kecil, menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan daya saingnya.²⁴ Usaha adalah setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan apa pun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha untuk tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.²⁵

Pengembangan usaha merupakan kegiatan untuk memperbaiki yang berkaitan dengan pekerjaan baik pada saat ini atau pada masa depan dengan diberikannya informasi yang bisa mempengaruhinya tindakan-tindakan dan menambah keahlian. Pengembangan usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pelaku usaha dibutuhkan pemikiran untuk maju, dorongan dan produktivitas. Biasanya pelaku usaha harus bisa mengamati suatu peluang yang tidak bisa dilihat oleh semua orang, harus bisa mengetahui peluang dan mengawali usaha dan melakukan usahanya dengan sukses.

Masalah dasar yang dihadapi pengusaha kecil dalam menghadapi pengembangan bisnis, sebagai berikut:²⁶

²⁴ Saifudin Zuhri, "Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan", dalam *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, vol. 2 No. 3 Desember 2013, hal. 49.

²⁵ Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2015), hal 81.

²⁶ Istiqomah dan Irsad Andriyanto, "Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang Di Desa Wisata Kaliputu Kudus)", dalam *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Bisnis*, vol. 5 No. 2 Desember 2017, hal. 369-370.

- a. Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar memperbesar pangsa pasar.
- b. Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan.
- c. Kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia.
- d. Keterbatasan jaringan usaha kerja sama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran).
- e. Iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan.
- f. Pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

2. Strategi Pengembangan Usaha

Menurut Hendro sebagaimana yang dikutip oleh Nasir Asman ada beberapa strategi pengembangan usaha yang biasa digunakan yaitu sebagai berikut:²⁷

- a. Mengembangkan pasar dari sisi produknya

Mengembangkan pasar dari sisi produknya ialah langkah yang mungkin untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diketahui dan sudah berkembang, dengan demikian terkait untuk memperoleh keuntungan serta ketenaran dan kualitas sudah diterima di pasar.

²⁷ Nasir Asman, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2020), hal. 94-95.

b. Mengembangkan pasar dari sisi penjualannya

Dalam hal ini strategi yang bisa dilakukan yaitu dikembangkan sistem distribusi internal, dikembangkannya sistem jaringan pemasaran dengan pihak lain, meluaskan pasar dengan menyatukan bisnis dengan usaha lain dalam satu industri.

c. Mengembangkan pasar dengan penyatuan

Ada dua jenis dalam strategi ini yaitu yang pertama penyatuan secara vertikal dilakukan dengan dibelinya perusahaan keluar arah konsumen. Sedangkan yang kedua penyatuan secara horizontal dengan cara penyatuan dengan perusahaan-perusahaan dimana produknya tidak sama kendati demikian memiliki peluang masa depan yang cerah dalam bisnisnya.

d. Mengembangkan pasar dengan sinergisme

Dalam strategi ini dilakukan dengan cara melakukan kerjasama antara dua perusahaan yang berbeda pasar yang bertujuan tukar pasar dan memperkuat antara satu dengan yang lainnya karena keduanya sama-sama memiliki keunggulan.

3. Teknik Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan sejumlah tugas atau proses yang bertujuan untuk menumbuhkan usaha yang dilakukan. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya:

a. Perluasan skala usaha

Beberapa cara umum yang digunakan untuk memperluas skala usaha antara lain:²⁸

- 1) Menambah kapasitas mesin dan tenaga kerja serta tambahan jumlah modal untuk investasi. Ketika memperluas produksi, seorang wirausaha harus memperhitungkan mengenai prospek pemasarannya.
- 2) Menambah jenis barang atau jasa yang dihasilkan. Pengembangan jenis ini baik dilakukan untuk menurunkan biaya jangka panjang sekaligus menaikkan skala ekonomi.
- 3) Menambah lokasi usaha di tempat lain.

Perluasan skala usaha juga harus memperhatikan beberapa aspek, yaitu:

- 1) Produktivitas dan modal kerja
- 2) Biaya tetap dan biaya variable
- 3) Biaya rata-rata
- 4) Skala produksi yang paling menguntungkan

Ketika skala usaha sudah berkembang di titik tertinggi, pengembangan skala usaha harus dihentikan. Sebagai gantinya usaha dapat dikembangkan dengan menambah cakupan usaha.

b. Perluasan cakupan usaha

Perluasan cakupan usaha atau diversifikasi usaha dilakukan dengan mengembangkan jenis usaha baru di wilayah usaha yang baru,

²⁸Ficka Khotimah, “Teknik Pengembangan Usaha”, dalam <https://id.scribd.com/document/468649452/Teknik-pengembangan-usaha-Ficka-Khotimah>, diakses pada 06 Desember 2020 pukul 20.00 WIB.

serta dengan jenis produk yang baru dan bervariasi. Dengan demikian, lingkup usaha ekonomi didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomi yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila diproduksi secara terpisah.²⁹

c. Perluasan dengan kerja sama, penggabungan dan ekspansi baru

Ada beberapa jenis perusahaan dengan cara ini, yaitu:

1) *Joint Venture*

Joint Venture merupakan perusahaan baru yang didirikan atas dasar kerjasama antara beberapa perusahaan yang berdiri sendiri. Ciri-ciri *joint venture* yaitu perusahaan baru yang didirikan bersama oleh beberapa perusahaan, modal terdiri dari pengetahuan dan modal yang disediakan para pendiri, *joint venture* antara perusahaan asing dengan modal nasional harus berbentuk Perseroan Terbatas.

2) Merger

Merger adalah proses penggabungan dua perseroan menjadi satu perusahaan. Salah satu perusahaan tersebut akan tetap berdiri dengan nama yang sama, sementara perusahaan yang lain akan

²⁹Ilham, dkk, *Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*, (Sidoarjo: PT. Berkat Mukmin Mandiri, 2020), hal. 47.

hilang, dan kekayaannya menjadi milik perusahaan yang baru.

Merger terbagi menjadi tiga, yaitu:

- a) Merger horizontal, yaitu merger yang dilakukan oleh usaha sejenis.
- b) Merger vertikal, yaitu merger yang terjadi antara perusahaan-perusahaan yang saling berhubungan.
- c) Konglomerat, yaitu merger antara berbagai perusahaan dengan produk-produk yang berbeda dan tidak saling berkaitan.

3) *Holding Company*/ Akuisisi

Holding Company adalah penggabungan beberapa perusahaan dengan salah satu perusahaan yang bertujuan untuk memiliki saham dari perusahaan yang lain dan bisa mengatur perusahaan tersebut.

4) Sindikat

Sindikat adalah kerja sama antara beberapa orang bermodal untuk mendirikan perusahaan besar. Sindikat juga dapat melakukan perjanjian sindikat untuk memusatkan penjualan pada satu lokasi tertentu, disebut sindikat penjualan.

5) Kartel

Kartel merupakan kesepakatan tertulis antara beberapa perusahaan yang sejenis untuk mengatur dan mengendalikan berbagai hal menekan persaingan dan meraih keuntungan.³⁰

³⁰ M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 84.

C. Perekonomian Masyarakat

1. Pengertian Peningkatan Perekonomian

Peningkatan berasal dari kata tingkat yang berarti lapis atau lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan. Peningkatan berarti kemajuan, perubahan, perbaikan. Secara umum, peningkatan merupakan upaya untuk menambah derajat, tingkat, dan kualitas maupun kuantitas. Peningkatan juga dapat berarti penambahan keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik. Sedangkan perekonomian yang mempunyai kata dasar ekonomi berarti ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti halnya keuangan, perindustrian dan perdagangan). Pengertian ekonomi yaitu ilmu pengetahuan yang tersusun menurut cara yang beraturan dalam rangka mengatur rumah tangga. Rumah tangga disini bukanlah arti sempit, melainkan menunjuk pada suatu kelompok social yang dapat dianggap sebagai rumah tangga kelompok social ini dapat berwujud perusahaan, kota, bahkan Negara.³¹

2. Ekonomi Kerakyatan

Ekonomi rakyat atau *gross-roots economy* adalah *derivate* dari Doktrin Kerakyatan Indonesia. Doktrin Kerakyatan adalah doktrin berdasarkan gospel “tahta untuk rakyat”. Ekonomi rakyat adalah wujud dari ekonomi berbasis rakyat (*people-centered economy*) yang merupakan inti Pasal 33 UUD 1945, terutama ayat (2) dan ayat (3). Ekonomi

³¹Fahmi Riyansyah, “Pemberdayaan Home Industri dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat” dalam *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, Vol. 3 No. 2 Desember 2018, hal. 91.

kerakyatan dari sisi mikro disebut sebagai suatu usaha rakyat. Ekonomi kerakyatan menekankan pada pelibatan masyarakat dalam proses ataupun pemanfaatan hasil secara berkeadilan. Apabila proses tersebut hanya menghasilkan kesenjangan maka ekonomi kerakyatan belum menjadi komitmen bulat penyelenggara negara.

Ekonomi kerakyatan juga bisa dimaknai sebagai sistem ekonomi yang berbasis pada kekuatan ekonomi rakyat. Ekonomi rakyat sendiri berarti sebuah kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan oleh rakyat kebanyakan atau mayoritas dengan cara swadaya mengelola sumberdaya ekonomi apa saja yang dapat diusahakan dan dikuasainya. Pada dasarnya ekonomi kerakyatan bertumpu pada keterlibatan dan peran serta seluruh lapisan dan elemen masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan penerimaan hasil kegiatan ekonomi yang berkeadilan sehingga hasil pembangunan juga dapat dinikmati secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat.³²

Tiga prinsip dasar ekonomi kerakyatan adalah sebagai berikut:³³

- a. Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan,
- b. Cabang-cabang produksi yang penting bagi Negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara,

³² Nikmatul Masruroh dan Agung Parmono, *Menggali Potensi Desa Berbasis Ekonomi Kerakyatan*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2018), hal. 20.

³³ *Ibid.*, hal. 28.

- c. Bumi, air, dan segala kekayaan yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh Negara dan dipergunakan bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Di Indonesia lahir suatu pemikiran yang menganjurkan Sistem Ekonomi Pancasila dalam rangka transformasi ekonomi dan transformasi sosial. Sehingga ekonomi kerakyatan dicirikan dengan hal-hal sebagaiberikut:

- a. Roda perekonomian digerakkan oleh rangsangan ekonomi, social dan moral.
- b. Kehendak kuat dari seluruh masyarakat ke arah pemerataan sosial (egalitarianism), sesuai asas-asas kemanusiaan.
- c. Prioritas kebijakan ekonomi adalah penciptaan perekonomian nasional yang tangguh, yang berarti nasionalisme menjiwai tiap-tiap kebijaksanaan ekonomi.
- d. Koperasi merupakan soko guru perekonomian dan merupakan bentuk yang paling konkrit dari usaha bersama.
- e. Adanya imbalan yang jelas dan tegas antara perencanaan di tingkat nasional dan desentralisasi dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi dan sosial.³⁴

3. Bentuk-bentuk Pengembangan Ekonomi Kerakyatan

Dalam perkembangannya ekonomi kerakyatan mencari format dan bentuknya agar mudah dicerna dan dipahami oleh rakyat Indonesia. Salah

³⁴ *Ibid.*, hal. 30.

satunya dengan koperasi sebagai salah satu badan usaha yang berwatak sosial, yang di dalamnya menerapkan nilai-nilai kebersamaan dengan saling bekerja sama, tolong menolong, bergotong royong alamiah. Hanya saja, bentuk ini bukan satu-satunya yang harus dikembangkan. Tapi dengan besarnya potensi alam dan potensi sumber daya manusia yang dimiliki, sehingga ekonomi kerakyatan bias dikembangkan dengan beberapa model. Model-model tersebut, diantaranya:

a. Formal dan Informal

Usaha rakyat dikelompokkan ke dalam bentuk yang dilegitimasi oleh hukum formal (usaha sector formal) dan berjalan tanpa legilitas formal (sector informal). Hubungan usaha sector informal dan formal tersebut terkadang, diposisikan sebagai substitusi, suplemen, ataupun tahapan. Namun, umumnya usaha sector informal selalu berada pada posisi subordinat. Hal ini mengakibatkan usaha sector informal dipandang sebagai system ekonomi bayangan yang mempunyai posisi tawar-menawar yang rendah.

Keberadaan usaha sector informal yang berdampingan dengan usaha formal, khususnya di perkotaan menimbulkan terjadinya fenomena saling bersaing, namun saling menguatkan. Sektor informal kerap kali mengisi keterbatasan yang dimiliki sektor formal, begitupun sebaliknya. Namun bagaimanapun hubungan keduanya, fakta yang tidak bias ditepis adalah kemampuan sektor informal dalam menyediakan kesempatan kerja kepada angkatan kerja yang ada.

b. Usaha Bersama

Keunggulan sektor formal dan informal maka lahirlah usaha bersama. Keunggulan sektor informal adalah fleksibilitas dan ketangguhannya dalam menghadapi fluktuasi lingkungan, namun memiliki kelemahan legalitas yang sulit diatasi oleh tingkat sosial mereka. Untuk mengatasinya, perlu diupayakan agar mereka bias hidup dalam kelompok dan bersama-sama mengatasi masalah struktural mereka. Membangun kelompok kuat dari pengusaha sektor informal dan formal, membutuhkan kesiapan khususnya dalam memahami konteks sosialnya. Dalam kaitan dengan ini, diperlukan kajian sosiologi ekonomi, yang nantinya membahas dan menganalisis fenomena ekonomi dengan konsep-konsep dan metode-metode sosiologi.

c. Wirausahawan Sosial (*social entrepreneur*)

Social entrepreneur adalah seseorang atau sekelompok orang yang memiliki kepedulian social dan menggunakan kemampuan *entrepreneurship* untuk melakukan perubahan sosial (*social change*), terutama dengan menggarap bidang kesejahteraan (*welfare*), pendidikan, dan kesehatan (*healthcare*). Jika *business entrepreneurs* mengukur keberhasilan dan kinerja keuangannya (keuntungan ataupun pendapatan), maka *social entrepreneur* keberhasilannya diukur dari manfaat yang dirasakan oleh masyarakat.

Social entrepreneur memiliki peranan dalam pembangunan ekonomi karena dengan kiprahnya mampu memberikan hal-hal sebagaiberikut:

- 1) Menciptakan kesempatan kerja;
- 2) Melakukan inovasi dan kreasi baru terhadap produksi barang ataupun jasa yang dibutuhkan masyarakat;
- 3) Menjadi modal sosial;
- 4) Meningkatkan kesetaraan (*equity promotion*).³⁵

4. Faktor-faktor Yang Menentukan Peningkatan Perekonomian Masyarakat

Faktor-faktor yang menentukan peningkatan perekonomian masyarakat yaitu.³⁶

a. Sumber Daya Alam

Sebagian besar masyarakat bertumpu kepada sumber daya alam dalam melaksanakan proses pembangunannya. Namun, sumber daya alam saja tidak menjamin keberhasilan proses pembangunan ekonomi jika tidak didukung oleh kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola sumber daya alam yang tersedia. Sumber daya alam yang dimaksud diantaranya kesuburan tanah, kekayaan mineral, tambang, kekayaan hasil hutan dan kekayaan lautan.

b. Sumber Daya Manusia

³⁵ *Ibid.*, hal. 34-37.

³⁶ Sri Eka Astutiningsih dan Citra Mulya Sari, "Pemberdayaan Kelompok Agroindustri Dalam Upaya Mempercepat Pertumbuhan Ekonomi Jawa Timur", dalam *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, Vol. 2 No. 1 Juni 2017, hal. 5.

Sama halnya dengan proses pembangunan, pertumbuhan ekonomi juga dipengaruhi oleh sumber daya manusia. Sumber daya manusia merupakan faktor terpenting dalam proses pertumbuhan ekonomi, cepat lambatnya proses pertumbuhan ekonomi tergantung sejauhmana sumber daya manusianya memiliki kompetensi yang memadai untuk melaksanakan proses pembangunan ekonomi.

c. Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat mendorong adanya percepatan proses pembangunan, pergantian pola kerja yang semula menggunakan tangan manusia digantikan oleh mesin-mesin canggih berdampak kepada aspek efisiensi, kualitas dan kuantitas serangkaian aktivitas pembangunan ekonomi yang dilakukan dan pada akhirnya berakibat pada percepatan laju pertumbuhan perekonomian.

d. Budaya

Budaya memberikan dampak tersendiri terhadap pertumbuhan ekonomi yang dilakukan, faktor ini dapat berfungsi sebagai pembangkit atau pendorong proses pembangunan tetapi dapat juga menjadi penghambat pembangunan. Budaya yang dapat mendorong pembangunan diantaranya sikap kerja keras dan kerja cerdas, jujur, ulet dan sebagainya.

e. Sumber Daya Modal

Sumber daya modal dibutuhkan manusia untuk mengolah sumber daya alam dan meningkatkan kualitas IPTEK. Sumber daya modal berupa barang-barang modal sangat penting bagi perkembangan dan kelancaran pembangunan ekonomi karena barang-barang modal juga dapat meningkatkan produktivitas.

D. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Kata ekonomi berasal dari kata Yunani, yaitu *oikos* dan *nomos*. Kata *oikos* berarti rumah tangga (*house-hold*), sedangkan kata *nomos* memiliki arti mengatur. Maka secara garis besar ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga, atau manajemen rumah tangga. Kenyataannya, ekonomi bukan hanya berarti rumah tangga suatu keluarga, melainkan bisa berarti ekonomi suatu desa, kota, dan bahkan suatu negara.³⁷

Dalam pandangan Islam, ekonomi atau *iqtishad* berasal dari kata “qosdun” yang berarti keseimbangan (*equilibrium*) dan keadilan (*equally balanced*). Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karena ekonomi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari agama Islam. Ekonomi Islam mengikuti agama Islam dalam berbagai aspek. Islam mendefinisikan agama bukan hanya berkaitan dengan spiritualitas atau ritualitas, namun agama merupakan serangkaian keyakinan, ketentuan, dan

³⁷Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2018), hal. 2.

peraturan serta tuntutanmoral bagi setiap aspek kehidupan manusia. Islam memandang agama sebagai suatu jalan hidup yang melekat pada setiap aktivitas kehidupan, baik ketika manusia melakukan hubungan dengan Tuhannya maupun ketika manusia berinteraksi dengan sesama manusia dan alam semesta.³⁸

Menurut Muhammad Abdul Mannan dalam *Islamic Economics: Theory and Practice*. Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.³⁹

2. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

Menurut Zainul Arifin sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Shomad, prinsip-prinsip ekonomi Islam secara garis besar, antara lain:

- a. Dalam ekonomi Islam, berbagai jenis sumber daya dipandang sebagai pemberian atau titipan Tuhan kepada manusia. Manusia harus memanfaatkannya seefisien dan seoptimal mungkin dalam produksi guna memenuhi kesejahteraan secara bersama di dunia, yaitu untuk diri sendiri dan orang lain. Namun yang terpenting adalah bahwa kegiatan tersebut akan dipertanggung jawabkannya di akhirat nanti.
- b. Islam mengakui kepemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu, termasuk kepemilikan alat produksi dan faktor produksi. Pertama, kepemilikan individu dibatasi oleh kepentingan masyarakat, dan

³⁸*Ibid.*, hal. 5.

³⁹*Ibid.*, hal. 6.

kedua, Islam menolak setiap pendapatan yang diperoleh secara tidak sah, apalagi usaha yang menghancurkan masyarakat.

- c. Kekuatan penggerak utama ekonomi Islam adalah kerja sama. Seorang muslim, apakah ia sebagai pembeli, penjual, penerima upah, pembuat keuntungan dan sebagainya, harus berpegang pada tuntutan Allah SWT dalam Al-Qur'an.
- d. Pemilikan kekayaan pribadi harus berperan sebagai kapital produktif yang akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sistem ekonomi Islam menolak terjadinya akumulasi kekayaan yang dikuasai oleh beberapa orang saja. Konsep ini berlawanan dengan sistem ekonomi kapitalis, di mana kepemilikan industri didominasi oleh monopoli dan oligopoli, tidak terkecuali industri yang merupakan kepentingan umum.
- e. Islam menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaannya direncanakan untuk kepentingan orang banyak.
- f. Orang muslim harus takut kepada Allah dan hari akhirat, oleh karena itu Islam mencela keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, perlakuan yang tidak adil, dan semua bentuk diskriminasi dan penindasan.
- g. Seorang muslim yang kekayaannya melebihi tingkat tertentu (nisab) diwajibkan membayar zakat. Zakat merupakan alat distribusi sebagian kekayaan orang kaya (sebagai sanksi atas penguasaan harta tersebut),

yang ditujukan untuk orang miskin dan orang-orang yang membutuhkan.

- h. Islam melarang setiap pembayaran bunga (riba) atau berbagai bentuk pinjaman, apakah pinjaman itu berasal dari teman, perusahaan perorangan, pemerintah maupun institusi lain.⁴⁰

Prinsip-prinsip ekonomi Islam didasarkan atas lima nilai universal yang meliputi tauhid (keimanan), ‘adl (keadilan), nubuwah (kenabian), khilafah (pemerintah) dan ma’ad (hasil). Lima nilai universal memiliki fungsi seperti pondasi, yaitu menentukan kuat tidaknya suatu bangunan.

- a. Tauhid (keesaan Allah), memiliki arti bahwa semua yang kita lakukan di dunia akan dipertanggungjawabkan kepada Allah di akhirat kelak. Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Secara umum tauhid dipahami sebagai sebuah ungkapan keyakinan (syahadat) seorang muslim atas keesaan Allah.
- b. ‘Adl (keadilan), memiliki arti bahwa Allah telah memerintahkan manusia untuk berbuat adil dan tidak menzalimi pihak lain demi memperoleh keuntungan pribadi. Dalam kegiatan ekonomi adalah manusia tidak boleh berbuat jahat kepada orang lain atau merusak alam untuk memperoleh keuntungan pribadi.
- c. Nubuwah (kenabian), menjadikan sifat dan sikap nabi sebagai teladan dalam melakukan segala aktivitas di dunia. Sifat keteladanan Nabi Muhammad SAW yang harus diterapkan dalam kehidupan

⁴⁰Abdul Shomad, *Hukum Islam: Penormaan Prinsip Syariah dalam Hukum Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 74-76.

sehari-hari, khususnya dalam bidang ekonomi yaitu *siddiq* (benar, jujur), *amanah* (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas), *fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dan *tabligh* (komunikasi, keterbukaan, pemasaran).

- d. *Khilafah* (pemerintahan), dalam Islam pemerintahan memainkan peranan kecil tapi sangat penting dalam perekonomian. Peran utamanya adalah memastikan bahwa perekonomian suatu Negara berjalan dengan baik sesuai dengan *syari'ah* dan untuk memastikan agar tidak terjadi pelanggaran hak-hak asasi
- e. *Ma'ad* (hasil), dalam Islam hasil (laba) yang diperoleh di dunia juga menjadi laba di akhirat. Imam Ghazali menyatakan bahwa motif para pelaku ekonomi adalah untuk mendapatkan keuntungan/profit/laba baik laba material maupun non material.⁴¹

3. Larangan dalam Ekonomi Islam

Kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip *Syariah*, antara lain adalah kegiatan yang tidak mengandung unsur *riba*, *maisir*, *gharar*, haram dan zalim.

a. *Riba*

Pengertian *riba* secara etimologis adalah pertumbuhan, naik, membengkak dan tambahan atau sesuatu yang lebih, bertambah dan berkembang.⁴² Sebagaimana terdapat dalam Q.S. *Ar-Rum* (30): 39.

⁴¹ Choirul Huda, *Ekonomi Islam*, (Semarang : CV Karya Abadi Jaya, 2015), hal. 14.

⁴² Ira Puspito Rini, *Ekonomi Desa Berbasis Islam*, (Temanggung:Desa Putaka Indonesia, 2019), hal. 15.

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ
تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

Artinya: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidakmenambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya)” (QS. Ar-Rum ayat 39).⁴³

Dasar hukum pengharaman riba dan perintah-perintah untuk meninggalkan riba (bunga) terdapat dalam Q.S. An-Nisa (4): 161.

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ
مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya: “Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih” (Q.S. An-Nisa’ ayat 161).⁴⁴

b. *Gharar*

Pengertian *gharar* secara etimologis berarti risiko, tipuan dan menjatuhkan diri atau harta pada jurang kebinasaan. *Gharar* adalah jual beli yang tidak jelas kesudahannya. Penyebab terjadinya *gharar* adalah ketidakjelasan.⁴⁵ Sebagaimana terdapat dalam Q.S. An-Nisa’ (4): 29

⁴³Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*, (Jakarta: Mahkota Surabaya, 1989), hal. 647.

⁴⁴*Ibid.*, hal. 150.

⁴⁵Ira Puspito Rini, *Ekonomi...*, hal. 15.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S. An-Nisa’ ayat 29).⁴⁶

c. Maisir

Pengertian maisir secara etimologis yaitu memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa kerja. Judi dengan segala bentuknya dilarang dalam Syariah Islam secara bertahap. Pertama, judi merupakan kejahatan yang memiliki *mudharat* (dosa) lebih besar daripada manfaatnya, dan judi serta taruhan dengan segala bentuknya dilarang dan dianggap sebagai perbuatan zalim.⁴⁷ Sebagaimana terdapat dalam Q.S. Al-Maidah (5): 90-91

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ
الشَّيْطَانِ فَأَجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (٩٠) إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقَعَ بَيْنَكُمْ الْعَدُوَّةَ
وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ
مُنْتَهُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum)khamar (arak), berjudi, (berkorban untuk) berhala,

⁴⁶Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, hal. 22.

⁴⁷Ira Puspito Rini, *Ekonomi...*, hal. 16.

mengundi nasib denganpanah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan. Sesungguhnya syaitan itu bermaksud menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu lantaran (meminum) khamar (arak) dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan sembahyang; maka berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu)” (QS. Al-Maidah ayat 90-91).⁴⁸

d. Barang yang diharamkan dilarang diperjualbelikan

Dalam Islam, barang haram diklasifikasikan kepada dua macam, yaitu.⁴⁹

1) Haram karena zat atau substansinya

Hal ini bersumber kepada firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah (2): 173

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya), sedang ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun, Maha Penyanyang” (QS. Al-Baqarah ayat 173).⁵⁰*

2) Barang yang diharamkan bukan karena zat atau substansinya, tetapi karena cara memperolehnya dengan jalan yang diharamkan, seperti mencuri, merampok, begal, menipu, menyuap dan korupsi.

Hal ini terdapat dalam Q.S. Al- Baqarah (2): 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

⁴⁸Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, hal. 176-177.

⁴⁹Ira Puspito Rini, *Ekonomi...*, hal. 16.

⁵⁰Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, hal. 42.

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagiandari harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui” (QS. Al-Baqarah ayat 188).⁵¹

e. Zalim

Secara etimologis, zalim mempunyai arti bertindak lalim atau aniaya, mengurai, menyimpang, menindas, bertindak sewenang-wenang, dan tidak adil. Secara terminologis, zalim yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lainnya.⁵² Hal ini terdapat dalam Q.S. An-Nisa’ (4): 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa’ ayat 29).⁵³

E. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan singkatan dari empat kata yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis

⁵¹*Ibid.*, hal. 46.

⁵²Ira Puspito Rini, *Ekonomi...*, hal. 16.

⁵³Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, hal. 122.

SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Instrumen ini memudahkan para praktisi untuk menentukan apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan.

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang mempengaruhi keempat faktornya. Dengan demikian, hasil dari analisis dapat membentuk perencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).⁵⁴

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*), berikut penjelasannya yaitu sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strength*)

Strength merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor-faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh

⁵⁴ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*, (Yogyakarta: Quadrant, 2016), hal. 7.

organisasi itu sendiri. Hal tersebut mudah terlihat apabila sebuah organisasi memiliki hal khusus yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya serta dapat memuaskan *stakeholders* maupun pelanggan.

Bagi sebuah organisasi, mengenali kekuatan dasar organisasi tersebut merupakan langkah awal atau tonggak menuju organisasi yang memiliki kualitas tinggi. Mengenali kekuatan dapat menjadi langkah besar untuk menuju kemajuan organisasi. Dengan mengenali aspek-aspek apa saja yang menjadi kekuatan dari organisasi, maka tugas selanjutnya adalah mempertahankan dan memperkuat kelebihan yang menjadi kekuatan organisasi tersebut.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Weakness merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi. Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Bisa juga menjadikan kelemahan menjadi sebuah sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh organisasi lain.

Kelemahan ini dapat berupa kelemahan dalam sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan karyawan yang ada dalam organisasi, lemahnya kepercayaan konsumen, tidak sesuainya antara hasil produk dengan kebutuhan konsumen atau dunia usaha dan industry lain-lain.

Kelemahan yang dianalisis merupakan factor yang terdapat dalam tubuh organisasi.

3. Peluang (*Opportunity*)

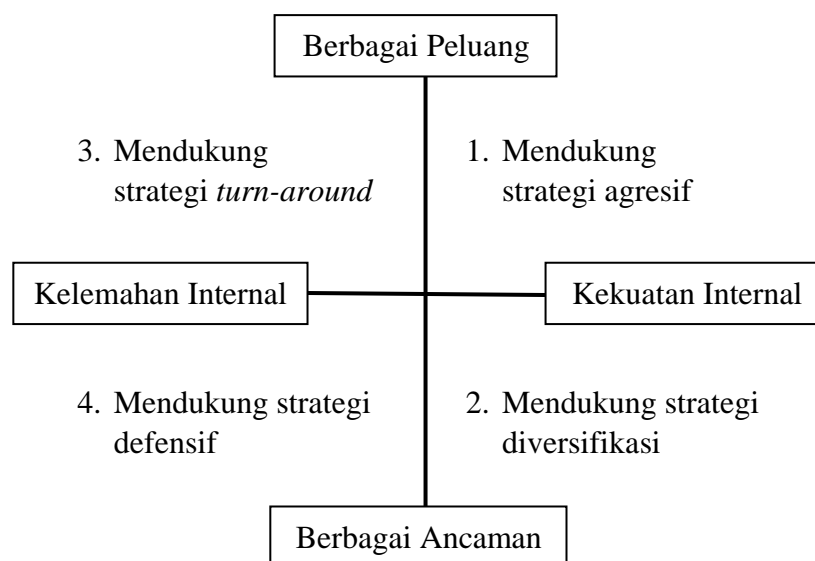
Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan/ organisasi. Menganalisis peluang berguna untuk memastikan dikembangkannya perusahaan di masa depan. Perusahaan perlu mengetahui peluang apa saja yang ada dan perubahan tren yang searah dengan perusahaan yang dapat membantu perusahaan agar berkembang. Menganalisis peluang sangat penting dilakukan agar perusahaan tetap bertahan dan masyarakat menerimanya.

Beberapa situasi yang dapat menjadi peluang sebuah perusahaan yaitu kecenderungan pasar menyukai produk tertentu, indentifikasi suatu produk yang belum mendapat perhatian pasar, perubahan dalam situasi perdagangan dengan para kompetitor, dan hubungan dengan konsumen. Peluang yang dapat dikembangkan oleh organisasi atau perusahaan melihat situasi eksternal yang semakin akrab dengan kemajuan teknologi yaitu di era kemajuan teknologi yang semakin pesat, memudahkan perusahaan untuk mengembangkan usahanya dengan bantuan alat-alat teknologi yang semakin canggih. Penggunaan media sosial yang semakin akrab di kalangan masyarakat Indonesia, memudahkan perusahaan untuk menjadikan media social sebagai sarana pemasaran yang cukup efektif.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman ini merupakan kebalikan dari peluang atau. Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang menguntungkan bagi sebuah organisasi. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat tercapainya visi dan misi sebuah organisasi atau perusahaan. Dalam analisis ancaman, perlu mengetahui ancaman yang mungkin bisa menghambat perkembangan perusahaan. Ada hal yang perlu diperhatikan misalnya ketersediaan sumber daya, apa saja yang dilakukan oleh pesaing, berapa banyak jumlah pesaing, bagaimana minat konsumen, dan juga kekuatan finansial perusahaan.⁵⁵

Gambar 2.1 Analisis SWOT



⁵⁵ *Ibid.*, hal. 13-19.

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

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

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Pada kuadran ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.⁵⁶

⁵⁶ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 20.

Menurut Freddy Rangkuti, proses penyusunan perencanaan strategi dalam analisis SWOT melalui 3 tahap analisis, yaitu:

1. Tahap pengumpulan data

Tahap pengumpulan data merupakan kegiatan mengumpulkan data dan informasi yang terkait dengan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Dalam tahap ini, model yang dipakai adalah menggunakan matrik faktor strategi internal dan matrik faktor strategi eksternal.

2. Tahap analisis

Setelah mengumpulkan informasi faktor internal dan eksternal perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut menggunakan beberapa model perumusan strategi agar dapat memperoleh analisis yang lebih lengkap dan akurat. Model yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut:

a. Matrik SWOT

Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Tabel 2.1

Matriks SWOT

IFAS	Strengths (S)	Weakness (W)
EFAS	faktor-faktor kekuatan internal	faktor-faktor kelemahan internal
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO

Faktor peluang eksternal	Membuat strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Membuat strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Faktor ancaman eksternal	Strategi ST Membuat strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Membuat strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

1) Strategi S-O

Strategi S-O (*Strength-Opportunities*) yaitu strategi yang menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang. Strategi S-O merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada guna memperoleh keuntungan perusahaan.⁵⁷ Semua manajer menginginkan organisasi atau industri mereka berada dalam posisi kekuatan internal dapat dipakai untuk memanfaatkan kecenderungan dan peristiwa eksternal. Kalau mempunyai kelemahan utama, perusahaan akan berusaha keras untuk mengatasinya dan membuatnya menjadi kekuatan. Kalau menghadapi ancaman besar, sebuah organisasi akan berusaha menghindarinya agar dapat memusatkan perhatian pada peluang.

2) Strategi W-O

⁵⁷ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2018), hal. 203.

Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*) yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan untuk merebut peluang. Artinya banyak peluang yang dapat diraih, tetapi tidak ditunjang dengan kekuatan yang memadai (lebih banyak kelemahannya) sehingga kelemahan tersebut perlu diminimalisasi terlebih dahulu. Strategi W-O atau strategi kelemahan-peluang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Terkadang perusahaan memiliki faktor-faktor eksternal, tetapi kelemahan internal perusahaan yang menghambatnya menggunakan peluang itu.

3) Strategi S-T

Strategi S-T (*Strength-Threats*) yaitu strategi yang disusun dengan menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang akan terjadi. Strategi S-T atau strategi kekuatan-ancaman menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini tidak berarti bahwa organisasi yang kuat pasti akan selalu menghadapi ancaman frontal dalam lingkungan eksternal.

4) Strategi W-T

Strategi W-T (*Weakness-Threats*) yaitu strategi yang disusun dengan meminimalkan kelemahan untuk menghindari

ancaman.⁵⁸ Strategi W-T atau strategi kelemahan-ancaman merupakan taktik defensive yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman lingkungan. Sebuah organisasi dihadapkan pada berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal mungkin bahkan dalam posisi penuh risiko. Faktanya, perusahaan seperti itu mungkin harus berjuang agar dapat bertahan.

b. Matrik *Boston Consulting Group*

Matrik BCG mempunyai beberapa tujuan diantaranya adalah untuk mengembangkan strategi pangsa pasar untuk portofolio produk berdasarkan karakteristik *cash-flownya*, serta untuk memutuskan apakah perlu meneruskan investasi produk yang tidak menguntungkan. Matrik BCG juga dapat digunakan untuk mengukur kinerja manajemen berdasarkan kinerja produk di pasaran.

c. Matrik Internal dan Eksternal

Matrik ini dapat dikembangkan dari model BCG parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Matrik Internal dan Eksternal ini bertujuan untuk memperoleh strategis bisnis ditingkatkan korporat yang lebih detail.

d. Matrik SPACE

⁵⁸ Freddy Rangkuti, *Personal SWOT Analysis Peluang Di Balik Setiap Kesulitan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama, 2015), hal. 9-10.

Matrik space digunakan untuk mempertajam analisis agar perusahaan dapat melihat posisi dan arah perkembangan di masa akan datang. Matrik SPACE dapat memperlihatkan dengan jelas kekuatan keuangan dan kekuatan industry pada suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut secara finansialo relatif cukup kuat untuk mendayagunakan keuntungan kompetitif secara optimal melalui tindakan agresif dalam merebut pasar.

e. Matrik *Grand Strategy*

Matrik ini digunakan untuk memecahkan masalah yang sering dihadapi dalam penggunaan analisis SWOT yaitu untuk menentukan apakah perusahaan ingin memanfaatkan posisi yang kuat atau mengatasi kendala yang ada dalam perusahaan.⁵⁹

3. Tahap pengambilan keputusan

Tahap pengambilan keputusan merupakan tahap mengkaji ulang dari empat strategi yang telah dirumuskan dalam tahap analisis. Setelah itu diambilah keputusan dalam menentukan strategi yang paling menguntungkan, efektif dan efisien bagi organisasi berdasarkan matriks SWOT dan pada akhirnya dapat disusun suatu rencana strategis yang akan dijadikan pegangan dalam melakukan kegiatan selanjutnya.⁶⁰

F. Penelitian Terdahulu

⁵⁹Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT...*, hal. 30-32.

⁶⁰ *Ibid.*, hal. 12.

Penelitian yang dilakukan oleh Indriani BR Ginting (2016) dengan judul “Prospek Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Bambu Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Kota Binjai” memberikan hasil bahwa Industri kerajinan bambu di Kota Binjai dalam melakukan pengembangan usaha memberikan dampak positif bagi pendapatan masyarakat sekitar, hal ini bisa dilihat dari prospek pengembangan yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dan dibuktikan bahwa di industri ini mampu menampung tenaga kerja yang cukup banyak. Yang tentunya dapat terbantu perekonomian masyarakat yang berada di sekitar industri tersebut serta dibantunya masyarakat sekitar pelaku usaha merasa terbantu dalam menjalankan usahanya.⁶¹ Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ditujukan pada Home Industri Batre Ayam di Desa Bendilwungu Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Persamaanya yaitu fokus penelitian pada pengembangan usaha.

Ratna Sari (2019) melakukan penelitian dengan judul “Prospek Pembuatan Batu Bata Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Tiudan Kabupaten Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam” dan menyimpulkan bahwa prospek pembuatan batu bata menunjukkan bahwa mampu membantu perekonomian dan mensejahterakan masyarakat sekitar. Analisis SWOT yang dihasilkan membuktikan bahwa batu bata berada pada kuadran 1 manakala dalam mengembangkan usaha dapat dengan

⁶¹Indriani BR Ginting, *Prospek Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Bambu Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Kota Binjai*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2016), <http://docplayer.info/65790528> Diakses 10 November 2020.

menggunakan strategi SO. Prospek usaha pembuatan batu bata Desa Tiudan terhadap kesejahteraan masyarakat ditinjau menurut Ekonomi Islam menunjukkan bahwa telah sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam.⁶² Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ditujukan pada Home Industri Batre Ayam di Desa Bendilwungu Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Persamaanya yaitu fokus penelitian pada pengembangan usaha.

Yunindyo Sasmito (2017) meneliti tentang “Prospek Pengembangan Industri Kerajinan Anyaman Bambu di Desa Ringinagung Kecamatan Magetan Kabupaten Magetan”. Penelitian tersebut memberikan hasil bahwa prospek industri kerajinan anyaman bambu di Desa Ringinagung dapat dilihat dari tiga aspek yang pertama persaingan pasar dengan industri serupa dalam industri ini menunjukkan bahwa dalam pembuatan anyaman bisa terpenuhi karena adanya pasar bambu yang memudahkan pelaku usaha dalam memperoleh bahan baku. Yang kedua dari segi produksi industri anyaman di Desa Ringinagung ini terus mengalami perkembangan. Para pengrajin tidak pernah berhenti berproduksi karena permintaan pasar yang tidak pernah sepi. Yang ketiga kemampuan industri mampu menyesuaikan dengan adanya perubahan yang bisa dilihat dari desain yang beraneka ragam. Selain itu peneliti menganalisis ketiga hal tersebut dengan analisis SWOT yang memberikan hasil bahwa industri ini berada pada kuadran 1 yaitu memiliki

⁶²Ratna Sari, *Prospek Pembuatan Batu Bata Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Tiudan Kabupaten Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13006/> Diakses 12 November 2020.

kemampuan dengan digunakannya kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang.⁶³Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ditujukan pada Home Industri Batre Ayam di Desa Bendilwungu Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Persamaanya yaitu fokus penelitian pada pengembangan usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Rizkika (2017) yang berjudul “Pengembangan Usaha Home Industri Air Kerawang Perspektif Ekonomi Islam”. Usaha produksi Air Kerawang merupakan salah satu Home Industri yang digeluti oleh masyarakat Desa Ambarawa Timur, Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. Dari hasil penelitian, peneliti melihat sebagian besar usaha air kerawang diperlukan pengembangan, baik dari segi usaha maupun keuangannya. Kondisi usaha air kerawang perlu mengadakan kerja sama dengan pihak pengusaha air kerawang dan pemerintah sehingga lebih efektif dan efisien serta mendapatkan keuntungan lebih besar. Dalam perspektif Islam kerja merupakan ibadah, apabila kita bertanggung jawab, jujur dan dapat dipercaya dalam bekerja maka akan mendapat pahala untuk tabungan akhirat.⁶⁴ Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ditujukan pada Home Industri Batre Ayam di Desa Bendilwungu

⁶³Yunindyo Sasmito, *Prospek Pengembangan Industri Kerajinan Anyaman Bambu di Desa Ringinagung Kecamatan Magetan Kabupaten Magetan*, (Malang: Universitas Negeri Malang, 2017), <http://repository.um.ac.id/42073/> Diakses 10 November 2020.

⁶⁴Nurul Rizkika, *Pengembangan Usaha Home Industri Air Kerawang Perspektif Ekonomi Islam*, (Bandar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2017), <http://repository.radenintan.ac.id/477> Diakses 10 November 2020.

Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Persamaanya yaitu fokus penelitian pada pengembangan usaha.

Penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi” yang diteliti oleh Irpah Rambe (2018) yang memberikan hasil bahwa usaha pengrajin tahu bandung berada pada posisi internal yang begitu kuat dari segi produk dan strategi, untuk factor eksternal mampu memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Peluang yang dimiliki usaha ini dimanfaatkan untuk melakukan inovasi. Usaha Pengrajin Tahu Bandung telah terbukti bisa berkembang yang ditelaah dengan menggunakan analisis SWOT.⁶⁵ Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ditujukan pada Home Industri Batre Ayam di Desa Bendilwungu Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Persamaanya yaitu fokus penelitian pada pengembangan usaha.

Penelitian dengan judul “Analisis Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Desa pujorahayu Kec. Negeri Katon Kab. Pesawaran)” yang diteliti oleh Levi Martin Hadiyanti (2017) memberikan hasil bahwa pengembangan usaha genteng dalam meningkatkan kesejahteraan pengrajin dilakukan dengan beberapa aspek yang meliputi: peningkatan akses pada asset produktif, peningkatan akses pada

⁶⁵Irpah Rambe, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi*, (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018), <http://repository.uinsu.ac.id/4627/1/Diakses> 10 November 2020.

pasar, dan kewirausahaan atau pelatihan. Semakin berkembangnya usaha kerajinan genteng, maka pengrajin mampu meningkatkan kesejahteraan pengrajin dan karyawan baik dari segi pendapatan, pendidikan, kesehatan dan perumahan. berdasarkan perspektif ekonomi Islam, pengembangan usaha genteng di Desa Pujorahayu sesuai dengan konsep jujur, amanah, ramah, adil dan sabar.⁶⁶Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ditujukan pada Home Industri Batre Ayam di Desa Bendilwungu Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Persamaanya yaitu fokus penelitian pada pengembangan usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Hanid Tsuwaibatul Baroroh (2019) yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Alat Dapur Di Dusun Umbut Sewu Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung”. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu pendekatan untuk mencari sebuah informasi yang berupa wawancara dari tiga narasumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis SWOT berdasarkan Internal-Eksternal. Diketahui bahwa posisi Home Industri Alat Dapur Gajah Steel Tulungagung berada pada kuadran 1 dengan menerapkan strategi agresif. Menunjukkan bahwa Home Industri Alat Dapur Gajah Steel Tulungagung memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk merebut peluang yang ada dan memiliki hasil nilai kekuatan dan peluang yang

⁶⁶Levi Martin Hadiyanti, *Analisis Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Desa Pujorahayu Kec. Negeri Katon Kab. Pesawaran)*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2017), http://repository.radenintan.ac.id/2439/1/SKRIPSI_LEVI Diakses 11 November 2020.

tinggi daripada kelemahan dan ancaman sehingga dapat dikatakan strategi yang digunakan dapat meningkatkan kualitas di Home Industri Alat Dapur Gajah Steel Tulungagung.⁶⁷ Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ditujukan pada Home Industri Batre Ayam di Desa Bendilwungu Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Persamaanya yaitu fokus penelitian pada pengembangan usaha.

Penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Konveksi UD. ABA Collection Tulungagung Dengan Pendekatan Analisis Strengths, Weakness, Opportunities, Threats” yang dilakukan oleh Suci Dian Ning Bekti (2019) menyatakan bahwa Perusahaan konveksi UD. ABA Collection berada pada kuadran I dengan menerapkan strategi agresif. Strategi yang digunakan perusahaan konveksi UD. ABA Collection adalah strategi SO yaitu Strengths (kekuatan) dan Opportunity (peluang), yaitu dengan meningkatkan jumlah produksi, meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, meningkatkan SDM, melakukan inovasi produk, melakukan promosi melalui sosial media, memperluas daerah pemasaran dan mengikuti perkembangan zaman atau trend modedan memberikan promo atau diskon kepada konsumen guna menarik minat konsumen.⁶⁸ Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh

⁶⁷ Hanid Tsuwaibatul Baroroh, Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Alat Dapur Di Dusun Umbut Sewu Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/11389/>, Diakses 12 November 2020.

⁶⁸ Suci Dian Ning Bekti, *Strategi Pengembangan Usaha Konveksi UD. ABA Collection Tulungagung Dengan Pendekatan Analisis Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/11081/>. Diakses 12 November 2020.

peneliti terletak pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ditujukan pada Home Industri Batre Ayam di Desa Bendilwungu Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Persamaanya yaitu fokus penelitian pada pengembangan usaha.

Nita Rizqi Dwi Cahyanti (2019) melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu Dengan Pendekatan Analisis Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats Pada UD. Sumber Sari di Tulungagung”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan penelitian lapangan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa posisi UD. Sumber Sari di Tulungagung ini berada pada kuadran 1 dengan menerapkan strategi agresif. strategi yang paling tepat dalam pengembangan usaha gula merah tebu pada UD. Sumber Sari di Tulungagung adalah strategi SO. Dimana strategi ini pihak perusahaan akan menggunakan semua kekuatannya untuk mengambil dari setiap peluang yang telah ada.⁶⁹ Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ditujukan pada Home Industri Batre Ayam di Desa Bendilwungu Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Persamaanya yaitu fokus penelitian pada pengembangan usaha.

Andi Achmad Alat Patiroi (2015) melakukan penelitian dengan judul “Prospek Pengembangan Usaha Industri Sepatu Kulit Di Kota Pekanbaru”. Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa usaha industri sepatu kulit di Kota

⁶⁹ Nita Rizqi Dwi Cahyanti, *Strategi Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu Dengan Pendekatan Analisis Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats Pada UD. Sumber Sari Di Tulungagung*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/11046/>. Diakses 13 November 2020.

Pekanbaru mempunyai prospek yang bagus di masa depan karena dalam usaha ini keuntungan yang diperoleh cukup bagus dan dengan adanya usaha ini membantu masyarakat dengan memberikan lapangan pekerjaan. Usaha industri sepatu kulit ini memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan. Yang bisa dilihat dari meningkatnya pendapatan, modal yang tidak terlalu besar dan kemudahan dari memperoleh bahan baku, tenaga kerja, dan proses pemasaran juga mudah karena usaha ini sudah dikenal oleh masyarakat.⁷⁰ Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ditujukan pada Home Industri Batre Ayam di Desa Bendilwungu Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Persamaanya yaitu fokus penelitian pada pengembangan usaha.

⁷⁰Andi Achmad Alatas Patiroi, "Prospek Pengembangan Usaha Industri Sepatu Kulit Di Kota Pekanbaru", *Jurnal Jom FEKON* Vol 2 No. 2 Oktober 2015, Hal. 13.