

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Usaha kecil menjadi salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Usaha kecil adalah usaha yang pemiliknya menggunakan jalur komunikasi langsung dengan kegiatan operasi dan juga dengan sebagian besar tenaga kerja yang ada dalam kegiatan usaha tersebut, dan biasanya hanya memperkerjakan tidak lebih dari lima puluh orang.² Lingkungan bisnis yang semakin berkembang membuat persaingan usaha semakin ketat. Para pelaku bisnis harus memiliki strategi yang tepat dan inovatif untuk meningkatkan dan mempertahankan usaha yang sedang dijalankan agar dapat bersaing di pasar. Secara tidak disadari cepat atau lambat para pelaku bisnis akan melakukan berbagai upaya untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan konsumen.

Usaha kecil yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat salah satunya yaitu *home industry*.³ *Home industry* merupakan usaha yang memiliki prospek menjanjikan di masa depan. Bagi sebagian masyarakat *home industry* juga menjadi sumber penghasilan sehari-hari. Dengan adanya usaha rumahan tersebut dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun banyak sekali hambatan

² D. Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, (Depok: PT RajaGrafindo, 2017), hal. 263

³ *Home Industry* adalah suatu unit usaha atau perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Namjudin Syihabudin, *Syariah Marketing Mix dan Produk Home Industry*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), hal. 1

dalam pelaksanaannya. Kendala yang dihadapi seperti masalah pembiayaan yaitu kurangnya modal, masalah sumber daya manusia yang kurang terampil, masalah promosi yang kurang maksimal, dan sebagainya. Permasalahan tersebut menjadi hambatan bagi para pelaku bisnis dalam mengembangkan usahanya.

Berdasarkan UU No. 3 Tahun 2014 tentang perindustrian, menjelaskan bahwa industri rumahan umumnya tergolong dalam sektor informal yang yang memproduksi secara unik, berkaitan dengan kearifan lokal, dan sumber daya setempat.⁴ *Home industry* merupakan rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah.⁵ Tenaga kerja dalam industri ini tidak mengharuskan untuk berpendidikan tinggi tetapi memerlukan kecermatan, keterampilan, ketelitian dan ketekunan. Sebagai bentuk kegiatan dalam usaha ekonomi rakyat, *home industry* mempunyai potensi untuk mengembangkan ekonomi kerakyatan serta memiliki dampak dalam meningkatkan perekonomian.⁶

Industri makanan menjadi salah satu industri yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Banyak sekali industri pangan rumah tangga yang berkembang dengan pesat di berbagai daerah. Sebagaimana data yang telah penulis dapat bahwa Trenggalek merupakan Kabupaten yang menghasilkan industri pangan rumah tangga.

⁴ Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Perindustrian, UU Nomor 3 Tahun 2014

⁵ Tulus Tambunan, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hal. 71

⁶ Najmudin Syihabudin, *Syariah Marketing Mix dan Produk Home Industry*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020), hal. 1-2

Tabel 1.1
Peranan Subkategori Terhadap Nilai Tambah Kategori Industri Pengolahan di Kabupaten Trenggalek (Persen), 2017-2021

| No | Lapangan Usaha/ Industri | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. | Industri Makanan dan Minuman | 46,98 | 48,92 | 52,57 | 56,27 | 57,50 |
| 2. | Industri Pengolahan Tembakau | 20,06 | 20,06 | 20,67 | 18,53 | 17,78 |
| 3. | Industri Tekstil dan Pakaian | 0,74 | 0,73 | 0,73 | 0,71 | 0,67 |
| 4. | Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman | 8,34 | 7,59 | 6,17 | 4,78 | 3,91 |
| 5. | Industri Kertas dan Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media | 0,25 | 0,25 | 0,26 | 0,25 | 0,24 |
| 6. | Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional | 15,49 | 13,96 | 12,11 | 13,82 | 14,69 |
| 7. | Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik | 0,04 | 0,04 | 0,03 | 0,03 | 0,03 |
| 8. | Industri Barang Galian Bukan Logam | 5,05 | 5,02 | 4,61 | 3,26 | 3,01 |
| 9. | Industri Barang Logam, Komputer, Barang Elektronik, Optik, dan Peralatan | 0,28 | 0,26 | 0,25 | 0,20 | 0,18 |
| 10. | Industri Furnitur | 2,11 | 2,05 | 2,06 | 1,70 | 1,57 |
| 11. | Industri Pengolahan Lainnya, Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin | 0,66 | 0,58 | 0,53 | 0,45 | 0,43 |
| Industri Pengolahan | | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Sumber: BPS Trenggalek 2022

Tabel 1.1 diatas menunjukkan industri makanan dan minuman menempati peringkat pertama di Kabupaten Trenggalek. Salah satu industri makanan dan minuman di Kabupaten Trenggalek adalah industri Jajanan Khas Trenggalek. Jajanan khas Trenggalek sangat beragam dan sudah terkenal hingga ke luar kota, seperti tempe keripik, alen-alen, keripik pisang, grip, roti bolu, dan lain sebagainya. Bahan dasar yang dipakai dalam pembuatannya tidak jarang memanfaatkan hasil bumi setempat. Jajanan khas Trenggalek banyak diminati karena rasanya yang gurih dan manis serta cocok dijadikan camilan pada acara tertentu maupun dijadikan sebagai buah tangan ketika sedang berpergian. Banyak masyarakat Trenggalek yang membuat jajanan khas Trenggalek untuk dijual terutama pada industri rumahan atau *home industry*. Banyaknya industri makanan ringan di

Kabupaten Trenggalek membuat *home industry* jananan khas Trenggalek menghadapi berbagai permasalahan. Maka dari itu ditengah persaingan bisnis makanan ringan yang semakin ketat, para pelaku bisnis *home industry* jajanan khas Trenggalek dituntut untuk mengembangkan usahanya agar dapat bertahan.

Pengembangan usaha harus dilakukan untuk menghadapi permasalahan yang sedang terjadi di dunia bisnis. Strategi pengembangan usaha yang tepat dan inovatif sangat dibutuhkan agar usaha yang dijalankan dapat bertahan dan secara konsisten dapat berkembang. Pengembangan usaha pada suatu industri juga sangat diharuskan apabila industri tersebut ingin berkembang menjadi lebih besar. Banyak sekali faktor-faktor yang perlu diperhatikan dan diperbaiki agar perkembangan suatu industri bisa berjalan dan tentunya akan memberikan keuntungan juga nilai tambah pada industri tersebut.

Upaya mengembangkan dan memajukan usaha kecil dapat dilakukan baik secara sendiri-sendiri ataupun dengan cara bekerja sama.⁷ Pengembangan usaha adalah konsep yang berfokus pada produk baru, pasar baru atau keduanya (produk dan pasar baru).⁸ Pengembangan produk baru dapat dilakukan dengan 8 (delapan) tahapan, antara lain:⁹

1. Pencarian Ide

Pengembangan usaha melalui pengembangan produk baru dimulai dengan pencarian ide. Cara yang paling tepat dalam pencarian ide adalah mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi. Pencarian ide

⁷ D. Made Dharmawati, *Kewirausahaan...*, hal. 117

⁸ Anang dkk, *Manajemen Bisnis*, (Makasar: CV. Tohar Media, 2019), hal. 236

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (England: Pearson Education Limited, 2016), hal. 459

produk baru bisa dilakukan dengan berinteraksi dengan berbagai kelompok dan teknik kreatif.¹⁰

2. Penyaringan Ide

Tujuan penyaringan ide adalah membuang ide-ide buruk sedini mungkin. Hal ini dikarenakan biaya pengembangan produk yang meningkat pada setiap tahap pengembangan. Dalam penyaringan ide, perusahaan harus menghindari 2 (dua) jenis kesalahan, yaitu kesalahan perusahaan mengembangkan ide yang salah dan kesalahan meninggalkan ide yang baik.¹¹

3. Pengembangan dan Pengujian Konsep

Pengembangan dan pengujian ini berkaitan dengan penentuan karakteristik fisik barang dan jasa baru yang disukai oleh konsumen. Dalam tahap pengembangan dan pengujian ini mencakup beberapa kegiatan, yaitu: pengujian konsep, penilaian laboratorium, tes kesukaan konsumen, dan pabrik percontohan¹²

4. Pengembangan Strategi Pemasaran

Setelah melakukan pengujian terhadap konsep produk baru berhasil, maka tahap berikutnya yaitu mengembangkan rencana strategi untuk memperkenalkan produk baru ke pasar. Terdapat beberapa bagian dalam rencana strategi pemasaran, seperti produk, harga, dan strategi distribusi¹³

¹⁰ *Ibid.*, hal. 460

¹¹ *Ibid.*, hal. 465

¹² Basu Swasta, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: liberty Yogyakarta, 2005), hal. 210

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management...*, hal. 470

5. Analisis Bisnis

Di dalam analisis bisnis perlu mempersiapkan proyeksi penjualan, biaya, dan keuntungan untuk menentukan apakah mereka memenuhi tujuan perusahaan. Sehingga tingkat pengembangan konsep menjadi suatu usulan bisnis yang konkret dan dapat berpindah ke tahap pengembangan.

6. Pengembangan Produk

Setelah konsep produk dan strategi pemasarannya dirumuskan, maka konsep produk perlu diterjemahkan sesuai dengan kebutuhan konsumen sasaran, merubah ide dari sekadar konsep menjadi contoh atau prototipe fisik.

7. Pengujian Pasar

Pengujian pasar merupakan tahap pengembangan produk yang dirancang untuk mengukur reaksi konsumen terhadap produk baru. Pengujian pasar yang dilakukan dengan benar dapat menghasilkan informasi berharga tentang pembeli, penyalur, keefektifan program pemasaran, dan potensi pasar.¹⁴

8. Komersialisasi

Tahap komersialisasi adalah memperkenalkan produk baru kepada para penyalur dan kemudian kepada pembeli akhir dari produk tersebut.¹⁵

Home industry sebagai wadah bagi sebagian masyarakat yang tumbuh dan berkembang secara mandiri memberikan andil besar dalam meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Hal ini dapat dilihat melalui industri yang berada di lingkungan

¹⁴ *Ibid.*, hal. 473

¹⁵ Basu Swasta, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern...*, hal. 212

masyarakat dinilai menjadi langkah awal untuk memajukan kesejahteraan masyarakat serta meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar.

Salah satu tolak ukur meningkatnya kesejahteraan masyarakat adalah Indeks Pembangunan Manusia (IPM). Indeks pembangunan merupakan indikator penting untuk mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup, kualitas pendidikan, serta pendapatan penduduk atau masyarakat pada suatu wilayah. IPM Kabupaten Trenggalek meningkat dari 67,25 pada tahun 2015 menjadi 70,06 pada tahun 2021. Selama periode tersebut IPM Kabupaten Trenggalek menunjukkan tren yang positif.

Tabel 1.2
Perkembangan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kabupaten Trenggalek
Tahun 2016-2021

| No. | Tahun | IPM |
|-----|-------|-------|
| 1. | 2015 | 67,25 |
| 2. | 2016 | 67,78 |
| 3. | 2017 | 68,10 |
| 4. | 2018 | 68,71 |
| 5. | 2019 | 69,46 |
| 6. | 2020 | 69,74 |
| 7. | 2021 | 70,06 |

Sumber: BPS Trenggalek 2022

Undang-undang No 11 Tahun 2009, tentang Kesejahteraan Sosial, menjelaskan bahwa kesejahteraan sosial masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.¹⁶ Kebutuhan material dapat dihubungkan dengan pendapatan yang nanti akan mewujudkan kebutuhan akan pangan, sandang, papan dan kesehatan. Kemudian

¹⁶ Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Kesejahteraan Sosial, UU Nomor 11 Tahun 2009

kebutuhan spiritual dapat dihubungkan dengan pendidikan, kemudian keamanan dan ketentaraman hidup.

Menurut BPS indikator yang digunakan untuk mengetahui tingkat kesejahteraan ada delapan, yaitu pendapatan, konsumsi atau pengeluaran keluarga, keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal, kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak kejenjang pendidikan, dan kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.¹⁷

Eksistensi usaha *home industry* jajanan khas Trenggalek mempunyai andil yang berdampak terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat. Terdapat beberapa *home industry* jananan khas Trenggalek yang yang sudah berdiri sejak lama di Kelurahan Surodakan, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek.¹⁸ Berikut data *home industry* jananan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan:

Tabel 1.3
Data Tenaga Kerja dan Omzet *Home Industry* Jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek

| No. | Nama Industri | Tahun Berdiri | Tenaga Kerja (orang) | Rata-rata Omzet (1 tahun) |
|-----|---------------|---------------|----------------------|---------------------------|
| 1. | Plemben | 1980 | 6 | Rp. 268.800.000 |
| 2. | Rahma | 1999 | 4 | Rp. 229.320.000 |
| 3. | Cahaya Sakti | 2009 | 2 | Rp. 216.000.000 |

Sumber: Wawancara dengan pemilik *Home Industry* Jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan tabel 1.3 diatas terdapat tiga *home industry* yang sudah berdiri sejak lama dan masih eksis hingga sekarang. Pertama, *home industry* Plemben yang sudah berdiri sejak tahun 1980 dengan omzet rata-rata tahunan sebesar Rp.

¹⁷ Badan Pusat Statistik, *Indikator Kesejahteraan Rakyat*, BPS 2015

¹⁸ Observasi dan survey lapangan pada Desember 2022

268.800.000. Kedua, ada *home industry* Rahma yang berdiri sejak tahun 1999 dengan omzet rata-rata tahunan sebesar Rp. 229.320.000. Ketiga, *home industry* Cahya Sakti yang berdiri sejak tahun 2009 dengan omzet rata-rata tahunan sebesar Rp. 216.000.000. Ketiga *home industry* tersebut menyerap tenaga kerja sebanyak dua belas orang. Secara tidak langsung penyerapan tenaga kerja dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai strategi pengembangan yang ditempuh dalam mencapai keberhasilan usaha serta menganalisis kendala maupun peluang yang bisa dimanfaatkan untuk pengembangan usaha *home industry* jajanan khas Trenggalek untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai strategi pengembangan usaha *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Maka dari itu penulis mengambil judul “Strategi Pengembangan *Home Industry* Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat (Studi Pada Jajanan Khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha pada *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat?
2. Apa saja faktor pendukung dalam pengembangan usaha pada *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek?
3. Apa saja faktor penghambat dalam pengembangan usaha pada *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang serta rumusan masalah diatas, maka penelitian ini mengandung beberap tujuan antara lain:

1. Untuk menganalisis strategi pengembangan usaha pada *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat.
2. Untuk menganalisis apa saja faktor pendukung dalam pengembangan usaha pada *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek.
3. Untuk menganalisis apa saja faktor penghambat dalam pengembangan usaha pada *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini menawarkan sebuah konsep bahwa usaha *home industry* apabila dikembangkan melalui cara yang bagus dan sistematis akan membuat usaha semakin berkembang dan memberikan kontribusi pada kesejahteraan perekonomian masyarakat diantaranya yang terjadi pada usaha *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek ada satu hal yang paling utama pada pengembangan produk dimana produk yang dikembangkan tidak relatif baru tetapi merupakan inovasi dari produk sebelumnya dengan didukung oleh terjaganya kualitas yang menjadi ciri khas produk jajanan khas Trenggalek. Sehingga dalam melakukan pengembangan tidak harus merubah total, sisi-sisi kecil dikembangkan walaupun secara lambat tetapi inilah yang mampu menopang keberlangsungan usaha selama ini. Disamping itu, strategi pengembangan yang dilakukan *home industry* jajanan khas Trenggalek walaupun skalanya tidak terlalu besar tetapi mampu berkembang dan memberikan dampak pada kesejahteraan ekonomi masyarakat terutama pada masyarakat sekitar. Seperti penyerapan tenaga kerja dan bahan baku dari penduduk sekitar sehingga membuat pendapatan masyarakat menjadi semakin bertambah dan perekonomian menjadi semakin baik.

2. Secara Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk mempraktekan teori-teori yang didapat selama mengikuti perkuliahan serta menambah pengetahuan dan wawasan terutama tentang strategi pengembangan *home industry* jajanan khas Trenggalek dalam meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat.

b. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi pengembangan usaha dan menambah kajian ilmu pengembangan untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan dalam pengembangan *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek.

c. Bagi pemilik *home industry* jajanan khas Trenggalek

Penelitian ini sebagai wujud pengembangan usaha melalui 8 (delapan) tahapan yaitu pencarian ide, penyaringan gagasan, pengujian dan pengembangan konsep, rancangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan komersialisasi yang pantas atau layak untuk suatu usaha pada masyarakat luas terutama di Kabupaten Trenggalek.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan batasan masalah-masalah variabel yang dijadikan acuan dalam penelitian sehingga memudahkan dalam pengoperasionalan di lapangan. Dalam memudahkan untuk menafsirkan berbagai teori yang digunakan, maka ditentukan beberapa definisi konseptual yang berhubungan dengan penelitian ini antara lain:

a. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah suatu proses untuk meningkatkan efektifitas keorganisasian dengan mengintegrasikan keinginan individu akan pertumbuhan dan perkembangan tujuan keorganisasian. Secara khusus proses ini merupakan usaha mengadakan perubahan secara berencana yang meliputi suatu sistem total sepanjang periode tertentu dan usaha mengadakan perubahan ini berkaitan dengan misi organisasi maupun suatu usaha.¹⁹

b. *Home Industry*

Home industry atau industri rumahan dapat diartikan sebagai usaha kecil yang dilakukan di rumah atau di daerah tempat tinggal guna mengolah barang mentah maupun barang setengah jadi untuk dijadikan barang yang mempunyai nilai jual. *Home industry*

¹⁹ James L. Gibson, *Organisasi Dan Manajemen, Perilaku Struktur Dan Proses*, Terj. Djoerban Wahid (Jakarta: Erlangga, 1990), hal. 65

memusatkan usahanya di rumah dan pelaku utama dalam usaha kecil ini tidak lain adalah anggota keluarga itu sendiri.²⁰

c. Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan merupakan tolak ukur bagi suatu masyarakat bahwa telah berada pada kondisi sejahtera. Kesejahteraan tersebut dapat diukur melalui kesehatan, keadaan ekonomi, kebahagiaan dan kualitas hidup masyarakat. Sejahtera atau kesejahteraan dalam KBBI merujuk pada keadaan yang lebih baik, keadaan manusia dimana masyarakatnya dalam kondisi sehat dan dalam keadaan makmur serta damai.²¹

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan secara operasional, secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti. Dari judul diatas maka secara operasional bahwa strategi pengembangan akan tergambar melalui cara usaha *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan, Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek.

F. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas perlu adanya batasan masalah sehingga bahasan penelitian lebih terarah dan fokus pada obyek penelitian. Dari

²⁰ Hidjrahwati, dkk, *Cerdas Sejak Dini*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal. 51

²¹ Achmad Daengs, *Pembangunan Ekonomi Jawa Timur Berbasis Investasi*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019) hal. 144

latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya maka penulis dapat menetapkan batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi *home industry* jajanan khas Trenggalek dalam mengembangkan usahanya di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek.
2. Faktor-faktor yang menghambat dalam pengembangan usaha pada *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek.
3. Faktor-faktor yang mendukung dalam pengembangan usaha pada *home industry* jajanan khas Trenggalek di Kelurahan Surodakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini dibagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Bagian awal, terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.
2. Bagian utama, merupakan inti dari hasil penelitian yang terdiri dari enam bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai gambaran isi skripsi yang meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah

baik definisi konseptual maupun operasional serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai alat analisis yang digunakan dalam pengembangan *home industry* untuk meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat. Bab ini terdiri dari 5 (lima) sub bab yaitu tinjauan tentang strategi, tinjauan tentang strategi pengembangan, tinjauan tentang *home industry*, tinjauan tentang kesejahteraan ekonomi, dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas terkait pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, kehadiran penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas tentang pemaparan data dan temuan hasil penelitian yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan yang telah disusun sedemikian rupa. Bab ini terdiri dari 3 (tiga) sub bab yaitu deskripsi objek penelitian, paparan data, dan analisis data.

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas tentang keterkaitan antara posisi temuan penelitian terhadap teori yang telah dipaparkan sebelumnya dan

menginterpretasikan serta menjelaskan dari temuan yang telah diungkap dari lapangan dengan teknik analisis yang telah disajikan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

3. Bagian akhir, terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran yang meliputi pedoman wawancara, dokumentasi, surat izin penelitian, lembar kendali bimbingan, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.