

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Strategi Usaha Untuk Meningkatkan Daya Saing Genteng di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Trenggalek” ini di tulis oleh Onky Ardian, NIM. 128508203026 dengan Promotor Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag dan Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Kata Kunci: Pengembangan, *Home Industry* Genteng Lokal, Rooftop Buatan Pabrik

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya persaingan ketat antar usaha *home industry* genteng lokal Karisidenan Kediri dengan usaha rooftop buatan pabrikan. Dibutuhkan suatu upaya atau strategi yang tepat dalam melakukan pengembangan usaha *home industry* genteng lokal Karisidenan Kediri agar mampu bertahan dalam persaingan pasar. Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Fokus Penelitian ini terbagi menjadi tiga hal, yaitu: 1) Bagaimana pengembangan usaha home industri genteng lokal Karesidenan Kediri?, 2) Bagaimana persaingan pengembangan usaha *home industry* genteng lokal Karesidenan Kediri?, 3) Bagaimana pengembangan usaha *home industry* genteng lokal Karesidenan Kediri di tengah maraknya rooftop buatan pabrik?.

Metode Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Jenis penelitian ini menggunakan studi kasus, pengumpulan data dengan oservasi, pengamatan, dan wawancara. Teknik analisis data yaitu reduksi, penyajian, dan kesimpulan. Untuk mengecek keabsahan dari penelitian peneliti menggunakan triangulasi.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Para pengusaha saling membantu perihal bahan baku genteng. Untuk meninjau penjualan genteng, para pengusaha home Industry genteng memiliki sistim transaksi seperti negosiasi dan beberapa metode pembayaran seperti transfer, sistim bayar cicil, dan sistim bayar langsung. 2) Setiap wilayah memiliki sistim yang berbeda dalam hal pemasaran. Beberapa pengusaha genteng tidak menggunakan sistim pemasaran online karena tidak mampu mengoperasikan media sosial. 3) Persaingan usaha *home industry* genteng lokal Karesidenan Kediri dipengaruhi oleh dua faktor yakni internal dan eksternal. Faktor internal meliputi, beberapa para pengusaha dalam bidang yang sama yang sebagian pengusahanya memiliki ciri-ciri khas dalam bentuk yang di buat, semisal hal kualitas, kuantitas, motif, dan harga yang relatif berbeda. Semenatar faktor eksternal meliputi, beberapa industri besar yang didalamnya memproduksi barang yang memiliki kegunaan yang sama seperti halnya, Rooftop (Galvalum, dan Esbes dan lainnya), yang pada saat ini lebih cenderung dipakai oleh masyarakat dibandingkan dengan genteng.

ABSTRACT

The thesis with the title "Business Strategy to Improve Tile Competitiveness in Tulungagung and Trenggalek Regencies" was written by Onky Ardian, NIM. 128508203026 with Promoter Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag and Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Keywords: *Development, Local Tile Home Industry, Manufacturers' Rooftops*

This research is motivated by the intense competition between the local tile home industry business of Karisidenan Kediri and the factory-made rooftop business. It takes an effort or the right strategy in developing a local tile home industry business in Tulungagung Regency and Trenggalek Regency in order to be able to survive in market competition. The development of a business is the responsibility of every entrepreneur or entrepreneur who requires foresight, motivation and creativity. The focus of this research is divided into three things, namely: 1) What is the concept of a home tile industry business development strategy in Trenggalek and Tulungagung Regencies? 2) What are the supporting and inhibiting factors for the development of home tile industry in Trenggalek and Tulungagung Regencies? 3) What is the type of competition in the home tile industry in Trenggalek and Tulungagung regencies?

The research method used is qualitative research. This type of research uses case studies, data collection by observation, observation, and interviews. Data analysis techniques are reduction, presentation, and conclusion. To check the validity of the research the researchers used triangulation.

The results of this study are 1) Entrepreneurs help each other regarding tile raw materials. To review tile sales, the tile home industry entrepreneurs have a transaction system such as negotiation and several payment methods such as transfer, installment payment system, and direct payment system. Each region has a different system in terms of marketing. Some roof tile entrepreneurs do not use online marketing systems because they are not able to operate social media. 2) Inhibiting factors are: raw materials of natural resources that cannot be renewed, and the nature of roof tiles that mushroom / mossy more quickly and installation of roof tiles takes a long time. The supporting factors are: the selection of the excavation site, maintaining the quality of the soil and the nature of the tile which is strong/sturdy, not noisy and does not leak easily. 3) There is imperfect market competition because between roof tiles and roofs there are prices, different types of products even though functionally they are roofing products. There are 2 competitive factors in the roof tile industry, namely internal and external factors including the following: Internal factors include, several entrepreneurs in the same field, some of which have distinctive characteristics in the form they are made, for example in terms of quality, quantity, motive, and relatively different prices. While external factors include, several large industries in which produce goods that have the same use as Rooftop (Galvalum, and Esbes and others), which at this time are more likely to be used by the community compared to roof tiles.

ملاخص

الأطروحة بعنوان "تطوير الأعمال في صناعة بلاط الأسطح المحلية في إقامة كديري وسط صعود الأسقف المصنوعة في المصنع" كتبها أوكي أرديان ، 128508203026 مع المروج د. ديدي نورهمان و أ. الدكتور أجوس إيكو سوجيانتو.

الكلمات المفتاحية: التنمية ، صناعة البلاط المحلي ، مصنع الأسطح

هذا البحث مدفوع بالمنافسة الشديدة بين أعمال صناعة البلاط المحلية المحلية لشركة إقامة كديري والأعمال التجارية على الأسطح المصنوعة في المصنع. يتطلب الأمر جهداً أو استراتيجية صحيحة في تطوير أعمال صناعة البلاط المحلية المحلية لشركة إقامة كديري حتى تتمكن من البقاء في منافسة السوق. تقع مسؤولية تطوير الأعمال التجارية على عاتق كل رائد أعمال أو رائد أعمال يحتاج إلى البصيرة والتحفيز والإبداع. ينقسم محور هذا البحث إلى ثلاثة أمور ، وهي: (1) كيف يتم تطوير أعمال صناعة البلاط المحلية في مقر إقامة؟ (2) كيف يتم التنافس على تطوير صناعة البلاط المحلية في إقامة كديري؟ (3) كيف يتم تطوير المحلي صناعة البلاط الأعمال المنزلية لإقامة كديري في منتصف صعود أسطح المنازل المصنوعة في المصنع؟.

طريقة البحث المستخدمة هي البحث النوعي. يستخدم هذا النوع البحث من دراسات الحالة، جمع البيانات عن طريق الحفظ، الملاحظة والمقابلة. طريقة تحليل البيانات هي الاختيار والعرض والاستنتاج. للتحقق من صحة البحث استخدم الباحثون التثليث.

نتائج هذه الدراسة هي (1) رجال الأعمال يساعدون بعضهم البعض فيما يتعلق بالمواد الخام للبلاط. لمراجعة مبيعات البلاط ، يمتلك رواد صناعة البلاط المنزلي نظام معاملات مثل التفاوض والعديد من طرق الدفع مثل التحويل ونظام الدفع بالتقسيط ونظام الدفع المباشر. (2) لكل منطقة نظام مختلف من حيث التسويق. لا يستخدم بعض رواد الأعمال في بلاط الأسقف أنظمة التسويق عبر الإنترنت لأنهم غير قادرين على تشغيل وسائل التواصل الاجتماعي. (3) تتأثر المنافسة التجارية في صناعة البلاط المحلية في مقر إقامة بعاملين ، داخلياً وخارجياً. تشمل العوامل الداخلية ، العديد من رواد الأعمال في نفس المجال ، وبعضهم له خصائص مميزة في الشكل الذي صنعوا فيه ، على سبيل المثال من حيث الجودة والكمية والدوافع والأسعار المختلفة نسبياً. بينما تشمل العوامل

الخارجية ، العديد من الصناعات الكبيرة التي تنتج فيها سلعة لها نفس استخدامات *Rooftop Galvalum* و *Esbes* وغيرها) ، والتي من المرجح أن يستخدمها المجتمع في هذا الوقت مقارنة ببلاط الأسقف.