

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis maupun usaha sangat ketat. Oleh sebab itu, setiap pelaku usaha bisnis harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi di lingkungannya dan menetapkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik kepuasan dalam membeli agar dapat berhasil menjalankan usahanya. Semakin banyak pengembangan usaha kecil maupun besar yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis yang menyebabkan persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan diuntut untuk dapat memberikan suatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada konsumen.

Persaingan yang ketat dalam industri mengharuskan setiap pemangku bisnis untuk tetap jeli dalam melihat prospek dan peluang terhadap perubahan lingkungan. Salah satu cara untuk mengantisipasi perubahan lingkungan adalah menentukan strategi yang tepat pada setiap keputusan yang diambil. Makna penting dalam penentuan strategi yakni mengambil tindakan yang berbeda dari perusahaan pesaing dalam satu industri guna mencapai posisi yang lebih baik. Secara garis besar, strategi dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan eksternal pada suatu industri.

Aspek strategi mencakup bagaimana cara pengembangan usaha dengan meningkatkan kualitas produk, membuat produk baru, atau bekerja sama dengan beberapa pihak terkait. Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas.¹ Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Pengembangan suatu proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial dengan memanfaatkan keahlian, teknologi, kekayaan intelektual dan arahan pihak luar untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya yang bertujuan memperluas usaha.²

Pada bagian pemasaran suatu yang tepat dapat memberikan dampak positif pada manajemen dalam mengkoordinasikan perencanaan distribusi, sehingga tingkat kepuasan dapat terjaga.³ Sektor Industri merupakan sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional terutama dalam pembangunan ekonomi. Salah satu sektor industri yang juga merupakan pilar penyangga perekonomian adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Pengembangan (UMKM) dapat didefinisikan sebagai usaha untuk memajukan atau meningkatkan atau memperbaiki sesuatu yang sudah ada sehingga memiliki nilai yang lebih tinggi. Di Indonesia posisi usaha mikro

¹ Anoraga Pandji, *Manajemen bisnis. Cetakan keempat* (Jakarta: Reineka Cipta, 2007), h. 66

² Kartika Putri, dkk, *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha, Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha* (Studi Pada Sentral Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*, 2014, h. 4

³ Yopi Abimanyu *Ekonomi Managerial*. (Bogor: Gilmia Indonesia. 2004), h. 45

kecil dan menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai sektor usaha yang sangat penting, karena berbagai peranannya yang riil dalam perekonomian. Mulai dari pembentukan PDB sekitar 63,58%, kemampuannya menyerap tenaga kerja sebesar 99,45% atau sangat besarnya jumlah unit usaha yang terlibat yakni sekitar 99,84% dari seluruh unit usaha yang ada, sehingga pada sharenya yang cukup signifikan dalam jumlah nilai ekspor total, yang mencapai 18,72%.

Disamping itu keberadaan dari UMKM itu sendiri merupakan salah satu upaya alternatif untuk menanggulangi kemiskinan dimana melalui pemberdayaan UMKM yang telah terbukti memiliki daya tahan yang relatif kuat dalam menghadapi krisis ekonomi yang pernah dialami bangsa Indonesia. Meskipun kita sadari bersama bahwa UMKM kurang mendapatkan perhatian di Indonesia sebelum krisis pecah pada tahun 1997. Namun demikian, sejak krisis ekonomi melanda Indonesia (yang telah meruntuhkan banyak usaha besar) sebagian besar UKM tetap bertahan, bahkan jumlahnya meningkat dengan pesat, perhatian pada UMKM menjadi lebih besar, kuatnya UMKM juga didukung oleh struktur permodalannya yang lebih banyak tergantung pada modal sendiri (73%), 4% bank swasta, 11% bank pemerintah, dan 3% pemasok.⁴

Dari data tersebut perkembangan UMKM dapat dikatakan cukup baik dan masih memiliki prospek yang baik untuk ditingkatkan, mengingat proses restrukturisasi sektor korporat dan BUMN berlangsung lambat, padahal permintaan barang dan jasa yang selama ini dipenuhi sektor korporat

⁴ Lihat Pramiyanti. *Studi Kelayakan Bisnis Untuk UKM*. Cetakan 1 (Yogyakarta: Media Pressindo, 2008) hlm. 3

terus meningkat, sehingga memberikan peluangusaha bagi UMKM dalam berbagai sektor ekonomi. Dengan semakin menguatnya komitmen pemerintah saat ini, iklim investasi dan kegairahan usaha dalam perekonomian nasional, termasuk UMKM akan jauh lebih baik.

Dalam melakukan pengembangan uaha konsep islam harus dilakukan dengan sungguh-sungguh, bekerja sesuai dengan norma-norma ekonomi islam dan tidak melanggar segala sesuatu yang telah ditetapkan Allah SWT.

Dalam hadits Al-Baihaqy, Rasulullah SAW. Bersabda sebagai berikut :

عَنْ عَاصِمِ بْنِ عُبَيْدِ اللَّهِ عَنْ سَالِمٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُؤْمِنَ الْمُحْتَرِفَ (أَخْرَجَهُ الْبَيْهَقِيُّ)

“Dari ‘Ashim Ibn ‘Ubaidilah dari Salim dari ayahnya, ia berkata bahwa Rasulullah SAW. Bersabda : “Sesungguhnya Allah menyukai orang mukmin yang berkarya.” (H.R. Al-Baihaqy).

Berdasarkan hadits diatas dapat disebutkan bahwa berwirausaha merupakan kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha atau bisnis. Seseorang yang berwirausaha mempunyai jiwa untuk berkarya dan kemampuan menciptakan kreativitas dan inovasi. Allah memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja keras dalam menjalankan kehidupan karena merupakan ibadah dan mendapatkan pahala apabila dilakukan dengan ikhlas sesuai dengan tuntutan dan tidak bertentangan dengan ketentuan syari’ah.

Islam memposisikan bekerja sebagai kewajiban kedua setelah shalat yang kita lakukan dalam berwirausaha akan dipertanggungjawabkan dalam

pengadilan Allah dan lalu diberitakannya sanksi dan ganjaran atas apa yang telah kamu kerjakan selama hidup di dunia.⁵

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha starting, membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *finachising*. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam mempertahankan bisnis agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi dan lainlain.⁶ Adapun pemasaran suatu produk mencakup: menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen, perencanaan dan pengembangan suatu produk dan jasa yang akan memenuhi keinginan, dan membuat suatu keputusan untuk menentukan promosi, harga, pendistribusian barang maupun jasa untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen.⁷

Dalam mengembangkan usaha *home industry* lokal, sangatlah dibutuhkan yang namanya strategi untuk membangun hubungan dengan konsumen, sehingga konsumen bisa menjadi loyal dan tidak berpindah ke pesaing atau pelaku usaha rooftop buatan pabrik.

Perkembangan *home industry* genteng lokal di Jawa Timur sejak tahun kususnya Karisidenan Kediri pada 2018 hingga tahun 2021 mengalami penurunan. Beberapa pemilik *home industry* terpaksa gulung

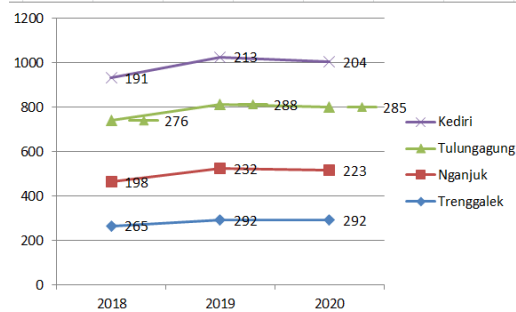
⁵ (Muhammad Faiz Al-Math, *1100 Hadits Terpilih*, hlm. 182).

⁶ Ari Abdurrohman, *Strategi Pengembangan Usaha, Kualitas Produk, Keberhasilan Usaha, Dan Analisis SWOT*, (UNIKOM) 2017, hlm. 15

⁷ Pandji Anoraga. *Managemen Bisnis*, Jakarta: PT Reneika Cipta. 2000.

tikar akibat persaingan ketat antar pedagang. Ditambah lagi pada masa pandemic covid 19 beberapa pengusaha genteng mengeluh karena menurunnya pesanan genteng.

Grafik 1.1
Pertumbuhan *Home Industry Genteng* Karisidenan Kediri



Sumber: Data BPS, diolah 2022⁸

Berdasarkan data pada grafik 1.1 perkembangan genteng di Karisidenan Kediri mengalami penurunan sepanjang tahun 2018 hingga 2020. Jumlah *home industry* genteng lokal terbanyak adalah Kabupaten Trenggalek hingga tahun 2020 mencapai 292. Diikuti dengan Kabupaten Tulungagung dengan jumlah *home industry* genteng lokal 285 unit usaha. Selanjutnya di ikuti Kabupaten Nganjuk sejumlah 223 unit dan di Kabupaten Kediri sejumlah 204 unit usaha *home industry* genteng lokal.

Munculnya perkembangan rooftop di Indonesia sangatlah menjadi persaingan antara produk-produk lokal yang ada. Dibanding dengan sejumlah negara lain, penggunaan Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) Rooftop alias PLTS Atap di Indonesia masih tertinggal. Kendati begitu, pemakaian PLTS Atap semakin diminati. Hal itu terlihat dari jumlah PLTS Atap terpasang yang naik cukup signifikan baik secara bulanan maupun tahunan. Kasubdit Keteknikan dan Lingkungan Aneka EBT Kementerian

⁸ <https://bps.go.id/subject/9/industri.html#subjekViewTab3>, Diakses pada 13 April 2022

ESDM Martha Relitha Sibarani memaparkan, penggunaan PLTS Atap terus bertambah hingga mencapai 1.580 pelanggan hingga Desember 2019. Ia menerangkan, pada Januari 2018 jumlah pengguna PLTS Atap baru 351 pelanggan, lalu meningkat menjadi 609 pelanggan hingga akhir 2018. Artinya, secara tahunan jumlah pengguna PLTA Atap meningkat lebih dari dua kali lipat. Industri salah satu kendalanya capacity charge, dan itu Permen (Peraturan Menteri ESDM) baru keluar akhir tahun lalu, mereka baru merasakan.

Martha mengklaim, pihaknya akan terus mendorong penggunaan PLTS Atap sembari mencermati perkembangannya. Ia bilang, pemerintah akan melihat kendala-kendala apa saja yang menghambat pemakaian PLTS Atap, dan solusi alternatif apa yang bisa diberikan. Termasuk dengan mengubah regulasi jika diperlukan. Martha menggambarkan, pada November 2018 lalu pihaknya telah menerbitkan Permen ESDM Nomor 49 Tahun 2018 tentang penggunaan sistem PLTS Atap oleh konsumen PT PLN (Persero). Dengan mempertimbangkan sejumlah masukan, kata Martha, beleid tersebut kemudian diubah dua kali dalam Permen ESDM Nomor 13 Tahun 2019 dan Permen ESDM Nomor 16 Tahun 2019. Kami melihat dulu kendalanya seperti apa, apa yang bisa kami pertimbangan. Ada beberapa hal yang kami lakukan untuk meningkatkan pemanfaatan PLTS Atap⁹.

Grafik 1.2 Pertumbuhan Penggunaan Rooftop

⁹ <https://industri.kontan.co.id/news/semakin-diminati-ada-1580-pengguna-plts-atap-di-indonesia-hingga-akhir-tahun-lalu>. Di akses tgl 18 November 2021, pukul 04.15



Sumber: IESR¹⁰

Dari grafik 1.2 IESR di atas diperlihatkan penggunaan skala rooftop yang mengalami peningkatan sejak tahun 2019. Selanjutnya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh UNAIR News pengguna PV rooftop di Indonesia berada di wilayah Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Timur, dan Bali.¹¹

Dalam analisa pemasangan atap PV rooftop yang semakin banyak diminati ini juga akan berdampak pada perkembangan home industry genteng lokal di Karisidenan Kediri. Ancaman penggunaan rooftop dalam skala besar secara tidak langsung akan menggeser penggunaan atap genteng. Bahan utama genteng yang merupakan tanah liat ini apabila diteruskan secara besar juga akan berdampak pada sumber daya alam yang semakin berkurang. Oleh sebab itu perencanaan penggunaan atap rooftop lebih diperhatikan dalam penggunaannya.

Home Industri lokal di pedesaan dikenal sebagai tambahan sumber pendapatan keluarga dan juga sebagai penunjang kegiatan pertanian yang merupakan mata pencaharian pokok sebagian besar masyarakat pedesaan. Dalam hal ini prekonomian di daerah Jawa Timur khususnya wilayah kabupaten Trenggalek, dan Kabupaten Tulungagung dapat dilihat dari perkembangan industri penghasil produk genteng lokal adalah salah satu

¹⁰ <https://iesr.or.id/> Diakses pada 13 April 2022, pukul 19.00

¹¹ <https://news.unair.ac.id/2022/03/28/mengenal-lebih-dalam-profil-pengguna-pv-rooftop-di-indonesia/?lang=id> Diakses pada 13 April 2022, pukul 20.00

industri penghasil barang lokal yang berkembangnya pesat namun sedikit punah karena adanya produksi rooftop buatan pabrik. Maka dari itu industri produk lokal genteng agar tidak ketinggalan dalam pengembangan usaha bagaimana kita harus mempunyai daya tarik yang kuat agar tidak ketinggalan dalam produk-produk asli lokal Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung sendiri. Dalam menjaga kualitas produksi yang handal, promosi yang bagus sangat diperlukan manajemen kerja yang profesional untuk mendatangkkn kesejahteraan di berbagai pihak usaha lokal tersebut.

Selain permasalahan yang telah disebutkan di atas, permasalahan lainnya bisa di lihat dari segi promosi atau tampilan dari usaha genteng lokal ini. Sebab pengusaha hanya berfokus pada produk-produk yang di hasilkan saja. Pengusaha mikro saat ini hanya memperhatikan tingkat kualitas produk yang dapat dijual. Hanya sedikit menghiraukan kualitasnya. Menurut Jamaes Midgled, pembangunan yang terdistoris (Destortion Development) adalah ketika pembangunan ekomomi tidak berjalan atau kurang berdampak pada peningkat kualitas kesejahteraan secara luas.¹²

Pembangunan yang terdistoris adalah pembangunan yang manakala keuntungan materi yang dicapai hasil pembangunan ekonomi tidak mampu atau tidak diciptakan sedemikian rupa agar menyentuh dan meningkatkan kesejahteraan scara keseluruhan dan menurun jumlah orang miskin scara bermakna. Memperkuat sektor usaha kecil menengah sesungguhnya merupakan dasar bagi kita mewujudkan kesejahteraan.

¹² Jamaes Midgled, *Pembangunan Naional: perspektif dalam kesejahteraan sosial*, Jakarta :Dipertais Depang RI 2005. Cek Kel,h, 5

Penelitian oleh Ananda¹³, bahwa *home industry* mampu meningkatkan lapangan pekerjaan, ekonomi keluarga mampu meningkatkan ekonomi keluarga bagi masyarakat sekitar di kelurahan kubu.

Bahkan membangun usaha kecil menengah harus menjadi pilihan mutlak bagi pemerintah baik di pusat maupun daerah. Bahkan dalam Al-Qur'an surat Hasyr ayat 1.¹⁴

سَبِّحْ لِلَّهِ مَا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيْمُ

Artinya : *Apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi bertasbih kepada Allah; dan Dialah Yang Maha perkasa, Maha bijaksana.*

Dari ayat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kativitas perekonomian hendak melibatkan partisipasi aktif dari kelompok masyarakat kelas menengah kebawah yang mayoritas penduduk di suatu negara.

Dalam bidang produksi genteng lokal karesidenan disini kita tidak usah khawatir dalam hasilnya, kita bisa langsung melihat dan mengetahui langsung dari segi sistem pembuatan langsung, memperhatikan pola pembuatan dan cara-cara kekuatan dari produk lokal tersebut. Dan dibandingkan dengan rooftop buatan pabrik kita tidak bisa melihatnya secara langsung, dari mulai melihat proses-proses pembuatan dan daya kekuatan sendiri. Darisini kita bisa melihat dan memahami hasil yang

¹³ Riski Ananda . Dengan Judul Skripsi “Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industri Kripik Di Kelurahan Kubu Gadang) , *Jurnal Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Vol. 3 No. 2 Oktober 2016*

¹⁴ Departemen Agama RI , *Al-Qur'an terjemahnya*, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema , 2009) h. 545

diharapkan oleh konsumen ingin menguatkan dan mengembangkan usaha produk-produk lokal tersebut atau mengikuti tren yang lebih simple.

Dari beberapa pendapat pemilik produksi genteng lokal di karesidenan kediri, kini memang mengalami persaingan semula.¹⁵ Pengusaha home industri lokal pada umumnya, juga harus diperhatikan untuk memberikan suatu trobosan-trobosan agar tetap eksis dalam memperkuat dari segi ekonomi pemasaran di wilayah khusus karesidenan kediri.¹⁶ Jika dilihat dari nilai-nilai etika bisnis dalam kebutuhan masyarakat, nilai pemasaran pemilik bisnis genteng lokal dan perbandingan yang menjual rooftop. Namun di bandingkan dengan pemilik toko yang menjual rooftop berbeda, pemilik bisa negoisasi dengan harga tidak bisa di tentukan, karena mengembalikan modal pembelian. Berbeda dengan pemilik industri lokal, karena dia mengandalkan barang olahan sendiri dan kekuatan pekerja.¹⁷

Setelah melihat dan mengetahui sejauh mana persaingan produksi genteng lokal di karesidenan kediri dan adanya rooftop buatan pabrikan. Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih mendalam dan lebih jauh pada usaha Genteng Lokal di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Trenggalek, yang memiliki pengembangan usaha lebih pesat dibanding usaha genteng lainnya di Karisidenan Kediri. Dimana penelitian ini juga menjadi salah satu cara untuk menguatkan pengembangan usaha *home*

¹⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Hamid, *Pengusaha Genteng Trenggalek*, Tanggal 12 Februari 2022.

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Pani, *Pengusaha Genteng Tulungagung*, Tanggal 13 Februari 2022.

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Tukilan, *Pengusaha Genteng Kediri*, Tanggal 13 Februari 2022.

industri lokal Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Trenggalek dan mengetahui seberapa besar persaingan produk-produk lokal tergeser oleh produk pabrikan yang semakin banyak. Sehingga peneliti mengkaji tentang judul **“Strategi Usaha Untuk Meningkatkan Daya Saing Genteng di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Trenggalek”**.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Fokus Penelitian

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Setiap pelaku usaha memiliki konsep strategi pengembangan usaha berbasis *home industri* genteng yang berbeda beda di Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung.
- b. Tidak semua *home industri* genteng di Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung terlibat dalam menopang kemandirian masyarakat sekitar dari segi ekonomi.
- c. Adanya rooftop buatan pabrikan dapat mengindikasikan persaingan pasar dalam kemajuan di sektor ekonomi masyarakat di *home industri* genteng Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung.

2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana konsep strategi pengembangan usaha *home industri* genteng di Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung ?

- b. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha *home industri* genteng di Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung ?
- c. Bagaimana jenis persaingan usaha *home industri* genteng di Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan di atas, tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana konsep strategi pengembangan usaha *home industri* genteng di Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung.
2. Untuk mengetahui dan memahami faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha *home industri* genteng di Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung.
3. Untuk mengetahui dan memahami jenis persaingan usaha *home industri* genteng di Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi lembaga maupun pihak yang didalamnya, sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan, bisa memberikan wawasan teoritis dalam bidang ilmu pengembangan usaha, ilmu *home industri*, ilmu ekonomi kewirausahaan, ilmu manajemen bisnis yang dimana penelitian

ini diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan untuk menjaga dan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produksi dan pendapatan pengembangan usaha pada produk lokal, khususnya pada *home industri* genteng lokal di Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung.

2. Secara Praktis

Secara praktis dapat diambil dengan adanya penelitian ini adalah :

a. Bagi penjual genteng

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan, ide gagasan dalam proses berlangsungnya pengembangan usaha, pemasaran produk/strategi dalam segi promosi harga produk lokal yang di produksi oleh *home industri* genteng lokal di Kabupaten Trenggalek dan Tulungagung.

b. Bagi pelaku bisnis

Hasil ini diharapkan dapat memberikan masukan, ide gagasan pada pelaku bisnis agar memilih strategi promosi pengembangan usaha yang tepat dan juga menjaga mutu dan kualitas produk-produk yang dihasilkan.

c. Bagi peneliti selanjutnya atau yang akan datang

Hasil ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menerapkan ataupun membuat studi perbandingan dengan yang lebih baik dan menarik.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman, memudahkan menelaah, dan memahami pokok-pokok permasalahan dalam uraian selanjutnya, maka terlebih dahulu peneliti kemukakan pengertian yang ada dalam tesis diatas. Adapun istilah-istilah yang akan peneliti kemukakan dalam judul adalah sebagai berikut:

1. Definisi konseptual

a. Pengembangan usaha

Pengembangan usaha adalah suatu bentuk usaha yang dimana memperhatikan bagaimana penjualan barang tersebut, memperhatikan proses-proses manajerial dari bisnis yang dimulai dari pembuatan produk, perencanaan dan pemasaran. Sehingga perencanaan distribusi produk-produk tersebut.

b. Home industri lokal

Home industri lokal adalah pelaku bisnis ekonomi kecil yang diamana membantu masyarakat kecil untuk ikut adil dalam memberikan peranan dan meningkatkan prekonomian masyarakat dan mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal tersebut.

c. Rooftop buatan pabrik

Rooftop buatan pabrik adalah penutup atas di suatu bangunan yang fungsinya untuk melindungi bangunan yang di buat oleh pabrik yang berbahan lebih simple, sederhana dan menarik.

d. Persaingan usaha lokal dan rooftop buatan pabrik

Persaingan usaha lokal dan rooftop buatan pabrik adalah yang dimana persaingan antara pengusaha genteng lokal dan pengusaha pabrik besar pembuat rooftop.

2. Definisi Oprasional

Penegasan oprasional dalam definisi yang mengarah kepada oprasionalisasi penelitian, yang didasarkan atas sifat-sifat yang di identifikasikan dapat diamati oleh:

a. Pengembangan usaha produk lokal

Suatu proses dimana usaha produk lokal agar memiliki daya saing agar produk-produk lokal tidak dikalahkan oleh produk buatan pabrik, dan bagaimana bisa kita arahkan konsumen untuk mencintai produk asli lokal tersebut.

b. Persaingan bisnis produk lokal dan rooftop buatan pabrik

Dimana suatu produk lokal ingin mempertahankan eksistensinya di tengah maraknya produk instan dari pabrik.

F. Sistematika Pembahasan

Merujuk pada semua yang dituliskan di atas dan metode yang digunakan serta dalam rangka memudahkan penulisan maka pembahasan di bagi menjadi enam bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah :

BAB I : Berisikan gambaran kepada pembaca / penulis yang mudah dan jelas terhadap arah pembahasan. Pada bab pendahuluan ini akan dikemukakan hal-hal mengenai latar belakang masalah, batasan-

batasan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II : Dalam bab landasan teori ini berisikan tentang teori yang membahas mengenai penelitian dan kajian penelitian terdahulu.

BAB III : Dalam bab metode penelitian berisikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan pengecekan keabsahan data.

BAB IV : Deskripsi tentang pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Pembahasan tentang yang akan menjelaskan tentang temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

BAB VI : Penutupan terdiri atas kesimpulan dari analisis data dan saran dari penulis mengenai penelitian. Saran manajerial dan saran penelitian selanjutnya.